

COLEÇÃO SOCIOLOGIA
Coordenador: Brasília Sallum Jr. -- Universidade de São Paulo

Comissão editorial:
Gabriel Cohn -- Universidade de São Paulo
Irllys Barreira -- Universidade Federal do Ceará
José Ricardo Ramalho -- Universidade Federal do Rio de Janeiro
Marcelo Ridenti -- Universidade Estadual de Campinas
Otávio Dulci -- Universidade Federal de Minas Gerais

- A educação moral
Émile Durkheim
- A Pesquisa Qualitativa -- Enfoques epistemológicos e metodológicos
VVAA
- Sociologia ambiental
John Hannigan
- O poder em movimento -- Movimentos sociais e confronto político
Sidney Tarrow
- Quatro tradições sociológicas
Randall Collins
- Introdução a Teoria dos Sistemas
Niklas Luhmann
- Sociologia clássica -- Marx, Durkheim e Weber
Carlos Eduardo Sell
- O senso prático
Pierre Bourdieu
- Comportamento em lugares públicos -- Notas sobre a organização social dos ajuntamentos
Erving Goffman
- A estrutura da ação social -- Vols. I e II
Talcott Parsons
- Ritual de interação -- Ensaio sobre o comportamento face a face
Erving Goffman
- A negociação da intimidade
Viviana A. Zelizer
- Sobre fenomenologia e relações sociais
Alfred Schutz
- Os quadros da experiência social -- Uma perspectiva de análise
Erving Goffman
- Democracia
Charles Tilly
- A representação do Eu na vida cotidiana
Erving Goffman
- Sociologia da Comunicação -- Teoria e ideologia
Gabriel Cohn
- A pesquisa sociológica
Serge Paugam (coord.)
- Sentido da dialética -- Marx: lógica e política -- Tomo I
Ruy Fausto



Serge Paugam
(coord.)

A pesquisa sociológica

Tradução de Francisco Morás

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

A pesquisa sociológica / Serge Paugam, (coordenador) ;
tradução de Francisco Morás. -- Petrópolis, RJ :
Vozes, 2015. -- (Coleção Sociologia)

Título original: Enquête sociologique
Bibliografia
ISBN 978-85-326-4918-8

1. Pesquisa sociológica -- Metodologia 2. Sociologia
I. Paugam, Serge. II. Série.

14-11963

CDD-300.72

Índices para catálogo sistemático:
1. Pesquisa sociológica : Sociologia 300.72

 EDITORA
VOZES

Petrópolis

© Presses Universitaires de France, 2010
6, avenue Reille, 75014 Paris

Título do original francês: *Enquête sociologique*

Direitos de publicação em língua portuguesa – Brasil:
2015, Editora Vozes Ltda.
Rua Frei Luís, 100
25689-900 Petrópolis, RJ
www.vozes.com.br
Brasil

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra poderá ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da editora.

Diretor editorial
Frei Antônio Moser

Editores
Aline dos Santos Carneiro
José Maria da Silva
Lídio Peretti
Marilac Loraine Oleniki

Secretário executivo
João Batista Kreuch

Editoração: Maria da Conceição B. de Sousa
Diagramação: Alex M. da Silva
Capa: Sheilandre Desenv. Gráfico

ISBN 978-85-326-4918-8 (edição brasileira)
ISBN 978-2-13-055503-2 (edição francesa)

Editado conforme o novo acordo ortográfico.

Agradecimentos

Na elaboração deste livro coletivo, beneficiei-me da ajuda de Manuella Roupnel-Fuentes tanto no contato com os autores, no acompanhamento e na discussão de suas contribuições respectivas, quanto na harmonização e na releitura do manuscrito final. Desejo expressar-lhe calorosamente meu reconhecimento por este trabalho atencioso e rigoroso.

Um grande agradecimento é dirigido coletivamente a todos os autores que aceitaram, com generosidade, participar desta obra, o mais frequentemente a partir de apontamentos de cursos ou seminários, colocando assim suas experiências de pesquisa ao serviço da transmissão pedagógica do saber e das aquisições metodológicas em sociologia.

O manuscrito beneficiou-se igualmente da releitura aprofundada de Anne Luciani e de Marion Selz, que incluo nestes agradecimentos.

Sumário

Apresentação da coleção, 9

Introdução – A pesquisa sociológica em vinte lições, 11
Serge Paugam

Parte I – A postura sociológica, 15

1 Afastar-se das prenoções, 17
Serge Paugam

2 Problematizar, 33
Cyril Lemieux

3 Escolha e limites do modo de objetivação, 53
Serge Paugam

Parte II – As técnicas de pesquisa, 65

4 Construir uma amostra, 67
Jean-Marie Firdion

5 A pesquisa por questionário, 85
Isabelle Parizot

6 Conduzir uma entrevista de face a face, 102
Janine Barbot

7 A observação direta, 124
Sébastien Chauvin e Nicolas Jounin

8 O uso dos arquivos em sociologia, 141
Liora Israël

9 Por que a análise das redes?, 156
Florence Maillachon

10 Articular as abordagens quantitativa e qualitativa, 171
Pascale Dietrich, Marie Loison e Manuella Roupnel

Parte III – Os métodos de análise, 183

11 O raciocínio etnográfico, 185
Stéphane Beaud e Florence Weber

12 O raciocínio estatístico em sociologia, 202
Marion Selz

13 Analisar um espaço social, 218
Julien Duval

14 Elaborar um tipo ideal, 238
Dominique Schnapper

15 A dimensão temporal dos fatos sociais: a pesquisa longitudinal, 253
Mirna Safi

16 Interpretar as redes sociais, 270
Olivier Godechot

17 O raciocínio comparatista, 290
Serge Paugam e Cécile Van de Velde

Parte IV – A restituição dos resultados, 305

18 A escrita sociológica, 307
Cyril Lemieux

19 O sociólogo e as mídias, 325
Cécile van de Velde

20 O sociólogo e o político, 339
Serge Paugam

Conclusão – A reflexividade do sociólogo, 355

Índice dos autores, 359

Índice das matérias, 371

Apresentação da coleção

Brasílio Sallum Jr.

A *Coleção Sociologia* ambiciona reunir contribuições importantes desta disciplina para a análise da sociedade moderna. Nascida no século XIX, a sociologia expandiu-se rapidamente sob o impulso de intelectuais de grande estatura – considerados hoje clássicos da disciplina –, formulou técnicas próprias de investigação e fertilizou o desenvolvimento de tradições teóricas que orientam o investigador de maneiras distintas para o mundo empírico. Não há o que lamentar o fato de a sociologia não ter um *corpus* teórico único e acabado. E, menos ainda, há que esperar que este seja construído no futuro. É da própria natureza da disciplina – de fato, uma de suas características mais estimulantes intelectualmente – renovar conceitos, focos de investigação e conhecimentos produzidos. Este é um dos ensinamentos mais duradouros de Max Weber: a sociologia e as outras disciplinas que estudam a sociedade estão condenadas à eterna juventude, a renovar permanentemente seus conceitos à luz de novos problemas suscitados pela marcha incessante da história. No período histórico atual este ensinamento é mais verdadeiro do que nunca, pois as sociedades nacionais, que foram os alicerces da construção da disciplina, estão passando por processos de inclusão, de intensidade variável, em uma sociedade mundial em formação. Os sociólogos têm respondido com vigor aos desafios desta mudança histórica, ajustando o foco da disciplina em suas várias especialidades.

A *Coleção Sociologia* pretende oferecer aos leitores de língua portuguesa um conjunto de obras que espelhe o tanto quanto possível o desenvolvimento teórico e metodológico da disciplina. A coleção conta com a orientação de comissão editorial, composta por profissionais relevantes da disciplina, para selecionar os livros a serem nela publicados.

A par de editar seus autores clássicos, a *Coleção Sociologia* abrirá espaço para obras representativas de suas várias correntes teóricas e de suas especialidades, voltadas para o estudo de esferas específicas da vida social. Deverá também suprir as necessidades de ensino da Sociologia para um público mais amplo, inclusive por meio de manuais didáticos. Por último – mas não menos importante –, a *Coleção Sociologia* almeja oferecer ao público trabalhos sociológicos sobre a

este trabalho de elaboração de um plano de sondagem seja o mais adaptado a uma questão dada. No entanto, para cada problema resolvido, colocar-nos-emos a questão de saber se a opção feita responde às coerções científicas, éticas, técnicas, ou se outras considerações menos legítimas interferiram nas primeiras.

5

A pesquisa por questionário

Isabelle Parizot

A pesquisa por questionário, aos olhos de alguns, é tida por modelo padrão, ou seja, um modelo ideal para uma pesquisa científica em ciências sociais, dado o caráter estatístico de sua exploração. Inversamente, este tratamento estatístico às vezes aterroriza estudantes e pesquisadores pouco familiarizados com os métodos quantitativos, que se negam a assumir este modo de coleta de informações. Estas posturas, uma e outra, são prejudiciais. Seria efetivamente lamentável descartar *a priori* uma importante parcela de instrumentos aos quais a sociologia poderia recorrer..., mas convém também ter presente que de forma alguma as estatísticas garantem a qualidade de uma pesquisa – em particular se os dados utilizados foram malcoletados e malconstruídos.

O interesse principal da pesquisa por questionário é o de reunir uma grande quantidade de informações, tanto factuais quanto subjetivas, junto a um número importante de indivíduos – a representatividade desta amostra autorizando inferir a um conjunto da população de estudo (cf. o cap. de Jean-Marie Firdion e Marion Selz) os resultados obtidos junto aos pesquisados. O objetivo de tais pesquisas pode ser o de medir a frequência de características (situações, comportamentos, opiniões ou atitudes...) em uma população dada, mas em ciências humanas e sociais ele visa principalmente a analisar as relações entre estas características. Tratar-se-á, por exemplo, de interrogar pessoas sobre seu estado de saúde e sobre sua situação social a fim de descrever as desigualdades sociais em termos de saúde e analisar os vínculos existentes entre saúde e ambiente social; ou ainda recolher as informações necessárias para estimar em qual medida a situação familiar influencia os modos de sociabilidade no seio do bairro de residência. Todas as temáticas e problemáticas podem *a priori* ser objeto de uma pesquisa por questionário. A opção de recorrer a este expediente ou não depende principalmente da maneira como é colocada a questão da pesquisa – bem como a população estudada. Sublinhamos, além disso, que o tamanho re-

lativamente importante da amostra não é somente um trunfo, mas também uma condição necessária a esta metodologia. Não é adequado, por exemplo, considerar tal pesquisa se não for possível interrogar mais de 200 pessoas. As análises relativas a um pequeno número de indivíduos, com efeito, raramente permitem obter resultados estatisticamente significativos (lembramos que teoricamente é incorreto calcular porcentagens para um conjunto inferior a 100 pessoas).

A pesquisa por questionário, aliás, repousa sobre o princípio da padronização. As respostas similares dadas por pesquisados diferentes são, por ocasião da análise, consideradas equivalentes. Convém desde então colocar precisamente as mesmas questões ao conjunto das pessoas interrogadas, mas também homogeneizar as condições de sua elaboração – que sempre são suscetíveis de influenciar as respostas. Esta padronização é essencial para garantir a comparabilidade das respostas entre os pesquisados. Ela corresponde ao fundamento da metodologia.

Às vezes critica-se este tipo de pesquisa por ela não refletir suficientemente sobre o que as pessoas fazem ou pensam. Alguns insistem no fato de determinadas questões induzirem fortemente as respostas. O que é verdade. Outros evocam o fato que as pessoas não responderiam de forma sincera ou deformariam mais ou menos voluntariamente a realidade. Lá ainda, estas reações podem existir. Toda arte de construir a pesquisa e de redigir o questionário consiste precisamente em contornar estes obstáculos, a fim de que as respostas obtidas reflitam maximamente a situação das pessoas interrogadas.

Não existem, para este fim, regras metodológicas imutáveis. Sendo cada pesquisa particular, urge frequentemente adaptar os instrumentos – e até mesmo adotar uma atitude inversa ao que é comumente prescrito. Neste capítulo, portanto, não encontraremos “receitas” estabelecidas nem regras a aplicar de forma sistemática, mas antes alguns princípios gerais podendo guiar a elaboração de um questionário. O objetivo é o de sublinhar as principais dimensões que exigem uma atenção particular, a fim de reduzir as fontes de obliquidade e de obter dados os mais fiáveis possíveis.

Diferentes tipos de pesquisas por questionário

Podemos distinguir dois grandes tipos de pesquisa: um tipo onde o questionário é aplicado por um pesquisador, outro onde o próprio pesquisado preenche as respostas (fala-se então em questionário autoadministrado). É precisamente em função dos meios materiais e financeiros disponíveis que se decide qual deles aplicar. A intervenção de pesquisadores competentes e bem-formados efetivamente é dispendiosa (e mais ainda quando o número de entrevistas a realizar for elevado e a lista de perguntas for muito extensa). Mas ela geralmente melhora a taxa de participação – o pesquisador podendo desenvolver seus argumentos para encorajar as pessoas a participar – e paralelamente diminui o número de

questões não respondidas. A representatividade da amostra de uma parte, e a qualidade das respostas de outra, encontram-se desde então majoradas. A escolha do modo de elaboração das perguntas igualmente pode depender das características da população estudada e, em determinados casos, do objeto de estudo: trata-se de descartar as metodologias que introduziriam excessivas obliquidades ou que diminuiriam demasiadamente a qualidade das respostas obtidas.

A presença física de um pesquisador, por ocasião de uma pesquisa “face a face”, autoriza uma grande interação com o pesquisado – o que se revela útil quando este não compreende uma questão, quando ele deseja interromper a entrevista ou quando se deseja acompanhar o questionário de documentos tais como fotos ou gráficos. Este procedimento oferece igualmente a possibilidade de observar o ambiente do pesquisado (seu lugar de residência, seu trabalho etc., de acordo com o lugar em que a pesquisa é realizada). Hoje o computador substitui cada vez mais o “questionário impresso” pela registro, da parte do pesquisador, das respostas aportadas. É o que se denomina método Capi (*Computer Assisted Personal Interview*). O grande interesse é o de suprimir a fase longa, custosa e fastidiosa de digitalização informática *a posteriori* dos dados. Mas a presença de um computador por ocasião da entrevista não é neutra, e convém interrogar-se se as representações que os pesquisados se fazem (em termos de modernidade, de meios financeiros, de domínio das tecnologias etc.) correm o risco ou não de perturbar suas relações com o pesquisador ou se interferem na orientação de suas respostas. Assim, segundo a população pesquisada e segundo o objeto de estudo, às vezes será preferível utilizar os “questionários impressos”¹⁸. Convirá igualmente levar em conta as coerções ligadas à utilização de computadores, no plano material, em termos de transmissão e segurança das informações coletadas etc.

Pesquisar por telefone permite beneficiar-se da intervenção de um pesquisador, reduzindo os custos do próprio levantamento de dados e contornar notadamente certos problemas ligados à eventual dispersão geográfica dos pesquisados. Lá ainda é possível registrar diretamente as respostas no computador (trata-se do método Cati: *Computer Assisted Telephone Interview*), o que reduz os custos de digitalização e diminui os riscos de erros por ocasião do registro definitivo dos dados. A pesquisa por telefone supõe, no entanto, certas condições em termos de amostragem, que não desenvolveremos aqui¹⁹. Outro inconveniente é que é mais difícil, quando não se vê seu interlocutor, detectar nele sinais de uma eventual lassidão – o que aumenta o risco de desistência ao longo do questionário. O questionário utilizado deverá ser mais curto do que o

18. Uma solução poderia residir no desenvolvimento atual de tecnologias permitindo a utilização de papéis e estíletos eletrônicos.

19. No caso de pesquisas de populações em geral, palia-se às vezes a ausência de base de sondagem gerando de forma aleatória números de telefone fixos e móveis.

previsto numa entrevista face a face: considera-se que ultrapassando os quinze ou vinte minutos, a pesquisa por telefone é inadaptada. As questões colocadas, portanto, serão mais simples e compreenderão menos itens.

Seja qual for o método adotado, uma atenção particular será reservada às condições de execução da coleta de dados, para além dos “efeitos pesquisadores”²⁰, que podem orientar ou influenciar as respostas. Uma das preocupações no momento das pesquisas telefônicas, aliás, é o difícil domínio destas condições, o pesquisador dificilmente podendo controlar se o pesquisado está sozinho ou não e se a presença de um terceiro perturba ou não suas respostas²¹. O domicílio do pesquisado em geral aparece como um bom lugar para se realizar uma pesquisa, já que ali ele geralmente sente-se mais à vontade e menos coagido pelo tempo. Mas, assim como para o conjunto das etapas da pesquisa, nenhuma opinião é *a priori* a melhor. Um questionário sobre a violência doméstica, por exemplo, talvez seja mais frutuoso fora do recinto familiar. Outro exemplo: uma comparação das respostas entre duas pesquisas sobre o consumo de drogas ilícitas junto aos adolescentes mostrou que o uso de tais substâncias é menos declarado em uma pesquisa por telefone e a domicílio do que através de um questionário autoadministrado em ambiente escolar²².

Interrogar-nos-emos, portanto, sistematicamente, sobre o lugar e as condições da realização da coleta de dados mais apropriadas para facilitar a aceitação da pesquisa, para transmitir confiança à pessoa e suscitar respostas sinceras. O mesmo vale para a intervenção ou não de um pesquisador.

A presença de um pesquisador nem sempre é efetivamente necessária: Ela melhoraria ou, ao contrário, perturbaria a coleta de dados? As pesquisas autoadministradas reduzem as obliquidades ligadas à presença de um pesquisador e apresentam a vantagem de custos de execução menores. Quanto aos temas sensíveis, elas às vezes são percebidas como menos indiscretas. Inversamente, elas supõem que os pesquisados possam ler e compreender as instruções indicando como responder – sabendo, além disso, que nenhum pesquisador está presente para corrigir eventuais incompreensões. Quer se trate de um “questio-

20. Trata-se do fato de muitas respostas dos pesquisados serem em parte influenciadas não somente pelo comportamento dos pesquisadores, mas também por suas características (sexo, idade etc.). Não desenvolveremos aqui esta questão, reenviando-a aos inúmeros estudos sobre os “efeitos dos pesquisadores”, p. ex., a recensão feita em VAN METER, K.M. “Studying survey interviewers: A call for research and an overview”. *Bulletin de Méthodologie sociologique*, n. 88, out./2005, p. 61-71. Sublinhamos igualmente a importância do profissionalismo dos pesquisadores em geral e a necessidade de uma formação específica para cada pesquisa a fim de minimizar estes “efeitos pesquisadores”.

21. Pensamos, p. ex., numa situação em que o pesquisado, localizado por uma chamada de celular, se encontra em um transporte público e é solicitado a responder ao questionário.

22. BECK, F & PERETTI-WETEL, P. “Les usages de drogues illicites déclarés par les adolescents selon le mode de collectes”. *Population*, vol. 56, n. 6, 2001, p. 963-985.

nário impresso” enviado pelo correio ou transmitido diretamente à pessoa (em domicílio, no local de trabalho, num centro de saúde etc.), ou de um questionário “on-line” a preencher via internet, um dos principais limites é a fraca taxa de participação nestas pesquisas autoadministradas²³. A carta de apresentação acompanhando o questionário deverá, pois, de forma mais crucial ainda que para outros modos de repasse da pesquisa, antecipar de forma breve e clara os argumentos que não somente garantam, mas motivem as pessoas a responder. O caráter anônimo e confidencial do tratamento dos dados, bem como os resultados, deve estar claramente anunciado nesta carta²⁴.

Alguns pesquisados preferem pesquisas autoadministradas: seja por nelas encontrarem uma maior liberdade de escolher quando responder (eventualmente retornando às questões várias vezes), ou por se sentirem mais à vontade na abordagem de temas pessoais não precisando dirigir-se diretamente a um pesquisador. Em contrapartida, dever gerir sozinho este exercício pode inquietar a outros que, por essa razão, recusar-se-ão a participar da pesquisa. Trata-se lá de uma fonte de obliquidade potencial à medida que a amostra corre o risco então de sub-representar as pessoas pouco familiarizadas com o uso da escrita – para além mesmo das pessoas analfabetas, dominando mal a língua materna ou tendo importantes problemas de visão... Estas pesquisas não permitindo, além disso, controlar as condições de transmissão do questionário. Não podemos saber quem realmente respondeu nem se as respostas foram produzidas sob a influência de um próximo... A decisão de recorrer ou não a tal metodologia deverá levar em conta o impacto eventual destes problemas sobre as respostas obtidas, em função dos temas de pesquisa e da população estudada.

A construção de um questionário

A redação de um questionário não pode ser a primeira etapa de uma pesquisa. Ela pode ser feita após um consequente trabalho de construção do objeto e da problemática de pesquisa (mesmo se, na realidade, ela frequentemente se transforme em ocasião de aprofundamento da problemática, desconstruindo sempre mais o senso comum e os *a priori* do pesquisador). Ela supõe igualmente um conhecimento prévio do “terreno”, isto é, da população estudada e do domínio da pesquisa. Daí o interesse por uma pré-pesquisa qualitativa a fim de precisar o que se deseja interrogar e como fazê-lo. Isso permite igualmente discernir o sentido das palavras, as conotações que lhes são vinculadas e o uso que a população estudada faz delas.

A qualidade das respostas obtidas dependendo seguramente ou ao menos em parte das questões colocadas, a redação é uma etapa primordial, requerendo

23. Lembramos que uma taxa de respostas fraca atenta contra a representatividade da amostra.

24. Esta observação valendo para todos os tipos de pesquisa.

um tempo importante (várias versões sucessivas sendo sempre necessárias antes de culminar numa versão satisfatória do questionário). Ela é tanto mais complexa que não existe uma metodologia que indique automaticamente como proceder, mas unicamente determinados princípios devendo guiar a redação a fim de evitar os erros principais – os evocados por Rodolphe Ghiglione e Benjamin Matalon ao se referirem à “metodologia negativa”²⁵. A construção do instrumento necessita de uma atitude reflexiva, do bom-senso e de uma interrogação sistemática sobre os efeitos potenciais de cada opção adotada.

A busca dos indicadores

Redigir um questionário consiste em traduzir as questões de pesquisa em indicadores e, num segundo tempo, em questões que serão repassadas aos pesquisados. Tomemos o exemplo de uma pesquisa interessando-se pelas relações que os habitantes mantêm com seu bairro segundo sua situação social. É claro que não podemos perguntar diretamente às pessoas: “Qual é a sua relação com o seu bairro de residência?”, ou, “Qual é a sua situação social?” Buscar-se-á, pois, num primeiro momento, uma série de indicadores permitindo aproximar a noção de “relação com o bairro” e a de “situação social”. Esta etapa não é neutra, embora muitos não lhe dediquem nenhuma atenção. Ela efetivamente engaja escolhas, mais ou menos embasadas em um ponto de vista teórico, que terão necessariamente consequências no momento da análise sociológica dos dados. Assim, para apreender a posição social das pessoas, pode-se considerar seu nível de estudo, sua situação a propósito do emprego, sua categoria socioprofissional, sua renda, sua nacionalidade, seu estatuto de residência etc. Interrogar estes indicadores, uns antes que outros, marcará os resultados que se pretende obter.

As noções centrais para a pesquisa são geralmente apreendidas a partir de vários indicadores. Isso permite discernir melhor o objeto de estudo e reenvia, como o sublinha François de Singly, a dois princípios: “À imperfeição da medida, dadas as condições do desenrolar de toda pesquisa; à imperfeição do indicador, devido ao fato que nenhuma questão jamais pode aproximar de maneira inteiramente satisfatória a noção”²⁶. Continuando nosso exemplo, a relação com o bairro de residência poderá assim ser interrogada através de várias dimensões: o tipo de atividade realizada no bairro; a frequência e a natureza dos contatos com os outros habitantes; a opinião manifestada sobre diferentes aspectos da vida no bairro; o sentimento de bem-estar ou de mal-estar de viver ali; o fato de desejar ou não mudar-se para outro local etc. Cada um destes indicadores poderá ser estudado separadamente, aportando informações interessantes em

25. GHIGLIONE, R. & MATALON, B. *Les enquêtes sociologiques – Théories et pratique*. Paris: Armand Colin, 1998.

26. SINGLY, F. *L'enquête et ses méthodes – Le questionnaire*. 2. ed. Paris: Armand Colin, p. 28 [“Collection 128”].

si mesmas; mas eles poderão igualmente ser reagrupados (agregados) a fim de analisar a relação com o bairro de forma mais global.

Uma vez determinadas as dimensões e os indicadores que se deseja estudar, resta formular e organizar as questões que permitem apreendê-los.

A forma das questões

As questões de um questionário podem assumir várias formas. Dois tipos são geralmente distinguidos: as questões fechadas, que demandam ao pesquisado sua (ou suas) resposta(s), optando dentre as modalidades predefinidas; as questões abertas, onde nenhuma resposta é prevista *a priori*, deixando o pesquisado livre para responder o que ele desejar.

As questões abertas apresentam o interesse de recolher a informação tal qual o pesquisado a percebe e a exprime. Mas elas são mais complexas a explorar, já que implicam uma fase mais longa de apreensão, e demandam, após a fase de pesquisa de campo, um inventário das respostas a fim de elaborar uma regra de recodificação permitindo reduzir a diversidade das respostas em algumas categorias estatisticamente analisáveis²⁷. Elas são também mais submetidas ao “efeito pesquisador” à medida que os pesquisadores raramente reproduzem o conjunto exato da conversas enunciadas pelos respondentes. Uma vez que eles traduzem em alguns termos a resposta aportada, o risco é o de recolher as categorias de pensamento e de expressão do pesquisador antes que as do pesquisado. Nas questões abertas, além disso, as informações fornecidas podem parecer muito vagas, dispersas e reenviando à dimensões muito divergentes para que elas possam responder às hipóteses do pesquisador. Em uma pesquisa sobre a saúde, por exemplo, propusemos a seguinte questão fechada: “A seu ver, hoje, será que algumas coisas prejudicam sua saúde física, psicológica ou sua moral?”, seguida de uma questão aberta dirigida às pessoas que respondiam afirmativamente: “Se sim, quais?” Vários responderam: “Minhas condições de vida...”, o que se mostrou excessivamente vago para a análise que desejávamos fazer em distinguindo as pessoas cuja saúde é afetada por tensões no quadro familiar, profissional, residencial etc. Talvez tivesse sido mais útil perguntar diretamente aos pesquisados se sua situação familiar de um lado, sua situação profissional de outro, sua situação em relação à moradia igualmente, prejudicavam a própria saúde...

As questões fechadas serão, portanto, privilegiadas (uma pesquisa por questionário não é absolutamente uma pesquisa por entrevista!), mesmo se elas às vezes correm o risco de provocar incompreensões e um sentimento de mal-estar,

27. Jean-Paul Grémy sublinha que a forma das questões, aberta ou fechada, afeta o conteúdo das respostas quando estas reenviam a atitudes ou a opiniões (mas teria menos influência em relação a fatos e comportamentos). Cf. GRÉMY, J.-P. “Les expériences françaises sur la formulation des questions d'enquête – Résultats d'un premier inventaire”. *Revue Française de Sociologie*, vol. 28, n. 4, 1987, p. 567-599.

junto aos pesquisados, em razão destes terem que situar-se em relação a itens que nem sempre refletem a complexidade da própria situação. Estas questões, aliás, não permitem apreender acontecimentos não considerados previamente. Daí a necessidade de uma pré-pesquisa qualitativa e/ou por questionário, com inúmeras questões abertas, a fim de localizar o leque de respostas possíveis. Convém efetivamente que as modalidades de resposta propostas cubram o conjunto das situações potencialmente vividas pelos pesquisados. Por outro lado, quando a questão implica uma resposta única²⁸, as modalidades propostas deverão ser exclusivas, umas e outras, para que uma mesma realidade possa se traduzir por uma única e mesma resposta²⁹.

Notar-se-á que determinadas questões podem ser “filtradas”, isto é, que elas somente são feitas em determinadas condições – geralmente em função de uma resposta dada precedentemente. É o caso mencionado acima, da questão “se sim, quais?”, que somente foi proposta às pessoas estimando que algumas coisas na vida prejudicavam sua saúde. O uso de filtros permite adaptar o questionamento às características (ou opiniões) das pessoas. Ele evita assim interrogar todos os pesquisados sobre um tema que só diria respeito a uma parte deles. No entanto, deve-se limitar o número destas questões à medida que elas complicam a aplicação do questionário, particularmente por ocasião de pesquisas autoadministradas. Destinadas a uma subamostra da população, além disso, elas reduzem o efetivo de respondentes, tornando-os às vezes demasiadamente restritos para se extrair análises estatísticas significativas.

A escolha dos termos

Uma das principais dificuldades, por ocasião da redação de um questionário, reenvia à significação que os pesquisados dão às questões que lhes são feitas. O conjunto das questões não deve ser somente compreensível para cada entrevistado, mas sê-lo da mesma forma para todos. Este objetivo geralmente é mais difícil de alcançar. Os termos e as expressões nem sempre têm o mesmo sentido, nem as mesmas conotações, em todos os grupos sociais. Além disso, o pesquisador familiarizado com seu domínio de estudo às vezes esquece que seu vocabulário depende da especialidade (do “jargão”) e não do senso comum.

A escolha dos termos será, pois, feita com prudência – privilegiando um vocabulário acessível à maioria. As frases longas e complexas serão igualmente descartadas em favor de formulações simples e breves, cujo nível conceitual é

28. Segundo o objeto da questão, este pode ser por escolha única (uma única resposta possível) ou por múltipla escolha (o pesquisado podendo então dar várias respostas).

29. Imaginemos a seguinte questão: “Que idade você tem? Menos de 18 anos; entre 19 e 40 anos; entre 40 e 60 anos”. As respostas propostas não permitem a um pesquisado de 18 anos de se situar (lista não exaustiva); e os respondentes de 40 anos poderão optar pelo segundo, mas também pelo terceiro item (modalidades não exclusivas).

adaptado à população estudada. Quando a utilização de termos técnicos é inevitável, estes devem ser acompanhados de uma breve definição. Em uma pesquisa sobre a saúde, por exemplo, nós acrescentamos à questão “Você já fez uma mamografia?”, a precisão, “isto é, uma radiografia dos seios”. Trata-se, pois, de suprimir todo termo potencialmente ambíguo e de adotar a formulação mais clara, concisa e precisa possível. Para tanto, antes de realizar uma pesquisa propriamente dita, “testa-se” (em caso de necessidade, várias vezes) o questionário junto a uma população similar à estudada, a fim de garantir uma compreensão satisfatória.

No entanto, nunca é possível ter-se a certeza de que as questões possuem o mesmo sentido para todos os pesquisados, e sublinhamos que este risco é ainda mais acentuado por ocasião de pesquisas comparando grupos sociais ou culturas muito diferentes. Isso, obviamente, não impede a realização de pesquisas comparativas, mas obriga a questionar sistematicamente, no momento da redação do questionário como no momento da análise, as eventuais diferenças de interpretação das questões.

Urge vigiar, no entanto, para que uma única questão por vez seja feita. Alguns, com efeito, buscando ser precisos, multiplicam adjetivos e ideias, correndo o risco de interrogar várias dimensões ao mesmo tempo. Quando perguntamos, por exemplo, “Seus vizinhos são discretos e respeitosos?”, efetivamente são duas questões que colocamos: uma sobre a discrição e outra sobre o respeito. Mesmo visando a precisar a fala, o acréscimo do termo “respeitoso” na realidade embaralha a questão – e, portanto, a resposta do pesquisado, ficando-se sem saber a qual dos dois adjetivos a resposta reenvia. Alguns poderão certamente estimar, neste exemplo, que estes dois adjetivos são próximos e se esclarecem mutuamente..., mas esta estimativa não é necessariamente compartilhada por todos e, mais problemático ainda, ela corre o risco de variar segundo as características dos indivíduos e segundo o contexto (e, subsequentemente, de falsear a análise). Este tipo de erro (o fato de existir várias ideias ou várias interrogações numa mesma questão) é na realidade muito frequente, tanto mais que ele reenvia aos pressupostos do pesquisador (no caso presente, no exemplo dado, ao fato de considerar que a discrição é um sinal de respeito). Mas sabe-se também que dedicando tempo e atenção suficiente a este fato, a redação de um questionário pode tornar-se uma ocasião suplementar para o pesquisador interrogar suas próprias representações do objeto de estudo e aprofundar sua problemática de pesquisa.

A precisão das questões passará, pois, por aquela dos termos empregados. Ela passará igualmente por indicações explícitas quanto aos períodos de tempo, ao espaço, às pessoas abordadas etc. A questão “Qual é vossa renda?”, por exemplo, é muito imprecisa e não saberia recolher informações exploráveis: estamos falando da renda da pessoa interrogada ou da renda cumulativa do casal?

Das rendas do trabalho ou do conjunto das fontes de renda? Da renda bruta ou líquida, antes ou depois de descontados os impostos etc.

A fim de minimizar o efeito de sugestão que determinadas questões podem ter, o vocabulário será igualmente escolhido privilegiando termos neutros ao invés de termos excessivamente conotados (de forma positiva ou negativa) que correriam o risco de engendrar uma atração ou, ao contrário, uma rejeição a determinadas modalidades de resposta. Se, de uma maneira geral, é prejudicial utilizar termos com uma forte conotação afetiva, pior seria se eles somente fossem empregados em uma (e somente uma) das modalidades propostas. Trata-se igualmente de deixar o pesquisado à vontade, evitando termos que o constrangem. A expressão “sem visto de estadia válido”, por exemplo, é mais simpática que “estrangeiro clandestino” ou “ilegal”. A formulação das questões, além disso, pode influenciar a propensão a declarar atitudes ou comportamentos desvalorizados, isto é, reprovados socialmente. Perguntar às pessoas se elas “trabalham clandestinamente” geralmente engendra uma subdeclaração deste tipo de atividade. Preferir-se-á então uma declaração deste tipo: “Você exerce sua profissão...: 1) Como autônomo; 2) Como assalariado; 3) Auxiliando um próximo em seu trabalho sem ser assalariado; 4) Sem contrato de trabalho”. O princípio é o de utilizar a expressão a mais neutra possível para designar o comportamento ou a atitude a apreender, e de integrá-la à questão enquanto modalidade de resposta equivalente às outras; e, seja como for, as questões referindo-se aos temas ditos sensíveis não devem ser colocadas em início de questionário.

A ordem das questões

A ordem das questões é igualmente importante. De um lado, trata-se de deixar o pesquisado à vontade e confiante. Para tanto, as questões difíceis ou sensíveis, as que imaginamos suscitar algumas reticências (na França, é o caso, p. ex., das questões sobre o montante de rendas), não serão feitas no início da entrevista. Começar-se-á antes por temas que simultaneamente interessam aos pesquisados e que não os implicam de maneira demasiadamente íntima ou pessoal.

De outro lado, a ordem das questões é suscetível de influenciar as respostas – notadamente porque cada uma assume um sentido particular em função de seu contexto, isto é, das questões abordadas previamente. Os temas evocados precedentemente, assim como as respostas dadas, colocam, acima de tudo, os pesquisados num certo estado de espírito e influenciam (de forma geralmente inconveniente) suas respostas ulteriores. Além disso, as pessoas tendem geralmente, e sem necessariamente ter consciência, a dar uma determinada coerência a suas falas. Tomemos, por exemplo, a questão: “Hoje, você se sente bem em seu bairro?” Provavelmente as respostas dadas serão globalmente diferentes se colocadas na introdução do questionário ou após uma série de questões sobre a vida no bairro. Não existem, obviamente, opções ótimas *a priori*. Decidir-se-á em

função daquilo que se busca: obter uma apreciação geral e quase “espontânea” sobre o bairro, ou uma apreciação mais refletida que considera as diferentes dimensões sobre as quais o pesquisado já foi previamente interrogado (p. ex., as relações com os vizinhos, a oferta de serviços no bairro, as instalações culturais e esportivas, a limpeza das ruas etc.).

É preferível distanciar (intercalando outras questões) duas questões, quando a primeira corre o risco de influenciar fortemente a resposta da segunda. Mas isso nem sempre é possível – particularmente porque convém prestar atenção à outra exigência: que as questões sejam agrupadas por grandes temas a fim de preservar uma determinada lógica no questionamento e para que o pesquisado não tenha o sentimento de responder às mesmas interrogações várias vezes. De uma maneira geral, com efeito, o questionário será tanto mais aceito quanto mais as pessoas perceberem em seu desenrolar uma continuidade e uma coerência – não tendo o sentimento de “saltar de galho em galho” ou voltar sem cessar a temas já abordados.

Seja como for, guardaremos ao espírito este efeito de “entorno” das questões não somente por ocasião da concepção do questionário, mas igualmente por ocasião da análise dos dados. É particularmente relevante pensar nisso quando se compara as respostas a uma mesma questão feita em pesquisas diferentes: embora redigida de forma estritamente similar, nunca se trata verdadeiramente da mesma questão quando seu contexto difere³⁰.

A formulação das questões

Algumas regras na formulação das questões podem, por outro lado, limitar o que L. Mucchielli chama de “deformações involuntárias” da realidade pelos respondentes. Diferentes trabalhos, conduzidos notadamente por psicólogos e psicossociólogos, sublinharam a tendência, mais ou menos inconsciente, dos pesquisados em de responder mais em função daquilo que imaginam que o entrevistador (ou o pesquisador) espera deles, ou em função daquilo que pensam que este valoriza. Paralelamente, suas falas sempre correm o risco de ser manchadas por uma “obliquidade de desejabilidade social”: preocupados em aparecer como normais – leia-se, em valorizar-se –, eles tenderiam (lá ainda de maneira mais ou menos intencional) a minimizar determinadas características desacreditadas ou embaraçosas. Outra dificuldade vincula-se à “obliquidade de aquiescência” – isto é, à tendência de responder mais frequentemente pela afirmativa que pela negativa, e a ser mais frequentemente concordes que discordes em relação às proposições submetidas.

30. Cf., p. ex., as diferentes hipóteses avançadas por Michel Gollac para explicar a evolução importante das respostas dadas, com sete anos de intervalo, a uma mesma questão sobre as condições de trabalho: GOLLAC, M. “Des chiffres insensés? – Pourquoi et comment on donne un sens aux données statistiques”. *Revue Française de Sociologie*, vol. 38, n. 1, 1997, p. 5-36.

Nestas condições, a formulação mesma das questões (assim como sua enunciação pelo entrevistador eventual) tenderá de um lado a não indicar nenhuma expectativa particular, e de outro a não deixar transparecer nenhuma hierarquia das respostas. Em outros termos: nenhuma modalidade de resposta proposta aparecerá como desacreditada ou favorecida.

Isso passa notadamente pelo equilíbrio das questões e por aquele das respostas pré-codificadas. A lista dos itens propostos como modalidades de resposta não é efetivamente neutra. Os pesquisados, conscientemente ou não, interpretam. Ali eles podem perceber indicações quanto às modalidades legítimas e ilegítimas – ou indicações sobre o que o entrevistador (ou pesquisador) espera. Consideremos, no box abaixo, a formulação A. Propondo quatro adjetivos positivos e um único negativo (ademais, situado por último), a questão corre o risco de fazer pensar que o pesquisador estima anormal ter uma opinião negativa sobre seu médico. Sobretudo, esta formulação oferece menos possibilidades de exprimir descontentamento que satisfação³¹.

Urge, portanto, fazer com que a lista das respostas propostas reflita tanto as opiniões favoráveis quanto as desfavoráveis à questão colocada – tanto itens positivos quanto negativos, tanto modalidades concordes quanto discordes com a proposição. Vários pesquisadores recomendam, quando uma série de proposições é submetida ao pesquisado, alternar as proposições favoráveis e desfavoráveis ao objeto questionado. Tratar-se-á, portanto, de privilegiar a formulação C à formulação B. Isso, de um lado, permite não instaurar um clima que leve a pensar que é *normal* estar satisfeito com seu médico e, de outro, opor-se à tendência à aquiescência. Isso encoraja enfim o pesquisado a refletir sobre cada proposição antes que “instalar-se em uma rotina” onde suas respostas se tornam sistemáticas (sempre concordes ou sempre discordes com as frases apresentadas).

Box

Formulação A

“Qual é ou quais são as características principais de seu médico de família?”

- 1) Competente
- 2) Amável
- 3) Devotado
- 4) Pontual
- 5) Austero
- 6) Outra

31. Para além deste problema, esta questão mostra-se extremamente mal formulada por muitas outras razões, notadamente porque ela reenvia a várias dimensões (heteróclitas e não exaustivas) da relação com o médico, mas não permite emitir um parecer desfavorável senão em uma dentre elas. Todas as posições em relação ao objeto questionado, portanto, não podem ser manifestadas.

Formulação B

Eis uma série de proposições relativas ao seu médico de família. Para cada uma delas, você diria estar totalmente de acordo, de acordo, em desacordo, ou completamente em desacordo com ela?

Seu médico de família é amável

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família é competente

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família passa suficientemente tempo com você por ocasião das consultas

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Você tem boas relações com seu médico de família

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família é facilmente acessível

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Formulação C

Eis uma série de proposições relativas ao seu médico de família. Para cada uma delas, você diria estar totalmente de acordo, de acordo, em desacordo, ou completamente em desacordo com ela?

Seu médico de família é competente

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família nem sempre é amável

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família passa suficientemente tempo com você por ocasião das consultas

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Você tem boas relações com seu médico de família

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

Seu médico de família é dificilmente acessível

- 1) Totalmente de acordo; 2) Antes de acordo; 3) Antes em desacordo; 4) Totalmente em desacordo

A fim de minimizar os efeitos da atração pelas respostas positivas (“sim”, “de acordo”...), deve-se evitar as questões sugerindo como resposta “sim” ou “não”, preferindo as que propõem no título opções simétricas. Por exemplo, antes que perguntar: “Sua relação com seu médico de família é boa? sim/não”, optar-se-á por um enunciado do tipo: “Você diria que sua relação com seu médico de família é: totalmente boa, antes boa, antes ruim ou totalmente ruim?” Esta operação exige prudência, pois, se aparenta ser fácil encontrar o oposto do termo “bom”, o mesmo não ocorre para todos os nomes ou adjetivos que gostaríamos de interrogar. Ora, se os dois termos propostos não são na realidade antônimos um do outro, de fato são duas questões que estamos colocando em uma só – o que é, como vimos, prejudicial à análise.

Geralmente é oportuno propor respostas nuançadas, como aqui com a distinção entre “totalmente” e “antes”. Esta nuance pode ser introduzida em termos de intensidade, mas também em termos de frequência (“sempre, frequentemente, de vez em quando, raramente ou jamais”), ou em termos de grau de acordo (“totalmente de acordo, antes de acordo, antes em desacordo, totalmente em desacordo”). Mesmo se, no momento da análise, os dados geralmente são reagrupados em duas modalidades (“totalmente ou antes de acordo” de um lado e “totalmente ou antes em desacordo de outro), uma gama de itens mais vasta e incluindo opiniões mais nuançadas permite aos pesquisados que não teriam uma opinião categórica de exprimir-se. Tomemos o exemplo de uma pessoa pouco segura de si ou não tendo críticas radicais a emitir contra seu médico. Sem dúvida lhe será mais difícil de emitir uma opinião desfavorável sobre sua relação se sua escolha se limita a “boa” o “ruim”, antes que se ela pudesse responder “antes ruim” ou “totalmente ruim”.

A nuance dos itens propostos apresenta igualmente o interesse em favorecer respostas constituindo objeto de desaprovação social (ou se os pesquisados pensam que tais respostas os desvalorizam). É menos penoso para o pesquisado admitir um comportamento estigmatizado quando ele pode precisar que isso lhe ocorre “às vezes”, ou “de vez em quando”... Outro meio para facilitar a manifestação de atitudes ou de comportamentos desvalorizados: pode-se também considerar, em determinados casos, introduzir a questão por uma frase visando a descomplexar esta expressão. Precisar-se-á então, por exemplo: “Ocorre a diferentes pessoas de completar suas rendas por pequenos serviços sem contrato de trabalho...” antes de pôr a questão: “Você mesmo, ao longo dos últimos doze anos, já lhe ocorreu de trabalhar sem contrato de trabalho?”

O grau de esforço exigido aos respondentes

Responder a uma pesquisa não é uma postura anódina. Independentemente de tudo o que reenvia à situação da conversação, onde o entrevistado confia informações pessoais (diretamente ou por meio de um questionário autoadminis-

trado) a uma pessoa desconhecida possuindo um estatuto particular, o exercício demanda aos respondentes um determinado esforço cognitivo que convém considerar não somente no momento da elaboração do questionário, mas também por ocasião da análise dos dados.

Mesmo tendo boa vontade, sendo sincero e cooperativo, o entrevistado não sabe necessariamente responder às questões que lhe fazemos. É frequentemente o caso das sondagens de opinião, já que o entrevistado pode não ter nenhuma opinião sobre o tema a respeito do qual é interrogado. Mas este pode ser também o caso das pesquisas relativas à própria vida do entrevistado. As questões que demandam uma resposta cifrada, em particular, às vezes suscitam longas hesitações, já que a pessoa nem sempre tem presente o conjunto dos elementos que lhe permitiriam responder de forma exata. O domínio de interesse do pesquisador, com efeito, não interessa necessariamente ao pesquisado, e este nem sempre calcula regularmente aquilo que o pesquisador gostaria de quantificar.

As respostas dadas devem assim ser apreendidas com prudência. Seu grau de precisão pode ser variável – de uma questão à outra, de um indivíduo à outro, de um grupo social à outro... Embora, para certas questões, as respostas obtidas não devam ser vistas como fatos objetivados, mas antes como uma opinião subjetiva dos respondentes sobre um fato dificilmente quantificável. Pense-se, por exemplo, na questão evocada por Nicole Berthier: “Quantos livros você tem em sua biblioteca?”³² É raro que as pessoas saibam precisamente quantos livros possuem... As questões retrospectivas igualmente são submetidas a eventuais obliquidades de memória (sem falar da reconstrução e da racionalização que cada indivíduo faz dos acontecimentos do passado). Os fatos antigos ou pouco marcantes são particularmente suscetíveis de ser mal-informados, já que em parte esquecidos³³.

A elaboração do questionário esforçar-se-á, portanto, no sentido de ajudar o pesquisado a dar respostas as mais fiáveis possíveis. Primeiramente não exigindo maior precisão do que as pessoas podem dar (prevendo inclusive uma resposta “não sei” para as perguntas que elas não saberiam responder). Para as questões retrospectivas, além disso, o risco de erros de memória é tanto maior quanto mais extensa a distância do período de referência. Esta será, pois, determinada em função da frequência dos acontecimentos e de sua importância aos olhos dos pesquisados. Assim, se pretendemos interrogar uma pessoa sobre o número de mudanças de casa que ela viveu ao longo dos cinco últimos anos, seria supérfluo perguntar-lhe quantas vezes ela, ao longo deste mesmo perí-

32. BERTHIER, N. *Les techniques d'enquête en sciences sociales corrigés*. 3. ed. Paris: Armand Colin, 2006.

33. A memória dos pesquisados é igualmente exigida quando lhes apresentamos uma longa lista de modalidades de respostas pré-codificadas. Para além de quatro ou cinco itens, a lista é dificilmente memorizada, o que reforça a atração pelas primeiras e pelas últimas modalidades citadas.

do, encontrou-se com seus vizinhos. A frequência destes encontros será antes apreendida ao longo da semana, ou mesmo da jornada precedente à pesquisa.

Decompor os cálculos a realizar constitui em seguida um bom meio de aproximar as cifras investigadas. Concernindo as rendas do casal, por exemplo, seria mais eficaz não propor uma única questão global, mas interrogar separadamente cada fonte de renda potencial (os salários, os subsídios desemprego, os subsídios familiares, os auxílios sociais, os auxílios fornecidos pela família, as rendas de capital etc.), e em seguida fazer a soma. Propor “fatias” de respostas antes que querer alcançar cifras precisas pode igualmente facilitar a coleta de dados. Em uma pesquisa feita em Île-de-France³⁴, optamos por este modo de interrogação concernindo à frequência das relações mantidas com vizinhos, colegas, amigos e diferentes membros da família: “Com qual frequência você mantém contatos ‘face a face’ com seu pai? Várias vezes por semana; uma ou duas vezes por mês; todos os dois ou três meses; menos frequentemente, mas pelo menos uma vez por ano; mais raramente; nunca”. Para ser mais preciso ainda e evitar obliquidades de memória, algumas pesquisas se apoiam no procedimento da “caderneta”. Trata-se de fornecer ao entrevistado uma caderneta na qual ele deve anotar, diariamente, cada um dos comportamentos interrogados³⁵.

Redigir um questionário, seja qual for para o pesquisador, supõe fazer concessões recíprocas entre, de um lado, seus desejos relativos à amplitude e à precisão das informações a obter e, de outro, a realidade daquilo que as pessoas entrevistadas podem – e também aceitam – desvelar.

A execução de uma pesquisa por questionário é às vezes percebida como um momento prévio à pesquisa sociológica. Ela na realidade é uma de suas fases essencial. De um ponto de vista metodológico, ela o é com certeza, já que a qualidade das informações colhidas se decide por ocasião de cada uma das etapas da pesquisa. Mas igualmente e, sobretudo, ela o é de um ponto de vista científico, à medida que estas informações são fruto de um processo de construção, mais ou menos objetivado³⁶. Os dados colhidos efetivamente sempre refletem um único aspecto da realidade social estudada.

Contrariamente às pesquisas por entrevistas, esta metodologia só permite obter como informações as fornecidas em resposta às únicas questões inicialmente previstas no questionário. As opções feitas por ocasião da realização deste

determinam assim que aspecto do objeto de estudo será analisado, assim como a forma com a qual ele será esclarecido. Estas opções engajam igualmente, por consequência, a natureza dos resultados que poderão ser produzidos. Desde então é essencial, antes de iniciar uma pesquisa dessas, já dispor de hipóteses e informações sobre o objeto de estudo. Por essa razão (mas também porque cada método aporta elementos de conhecimento de tipo diferente), o recurso à pesquisa por questionário se fará em complementaridade estreita com os outros tipos de instrumentos de questionamento, em particular qualitativos.

34. Pesquisa realizada no quadro do programa Sirs (Saúde, desigualdades e rupturas sociais).

35. O Irdes propõe, p. ex., este tipo de questionário para destacar o consumo de medicamentos e a compra de remédios sobre um período de um mês. O Insee também utiliza este modo de questionamento em suas pesquisas “Emprego do tempo”. Esta metodologia permite obter resultados bastante precisos, mas ela é particularmente constrangedora para os entrevistados.

36. Nesse sentido, a expressão “coleta dos dados” pode ser enganosa, já que ela deixa supor que os dados se deixam apreender em estado puro, quando efetivamente são construídos: pelo pesquisador, pelo entrevistador, pelo entrevistado etc.