

⁴ STOFFER, Samuel A. *Social Research to Test Ideas*. New York: Free Press, 1962. p.134-153.

⁵ WARNER, W. Lloyd. *Democracy in Jonesville*. New York: Harper & Row, 1949.

Leituras Adicionais

- BABBIE, Earl. *Observing Ourselves: Essays in Social Research*. Belmont, CA: Wadsworth, 1986.
- COOK, Thomas D., CAMPBELL, Donald T. *Quasi-Experimentation: Design and Analysis Issues for Field Settings*. Chicago: Rand McNally, 1979.
- DURKHEIM, Émile. *The Rules of Sociological Method*. Trad. Sarah Solovay e John Mueller. New York: Free Press, 1962. (Editado por George Catlin.)
- HOLSTI, Ole. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading: Addison-Wesley, 1969.
- HUNT, Morton. *Profiles of Social Research: The Scientific Study of Human Interactions*. New York: Russell Sage Foundation, 1958.
- LOFLAND, John. *Analyzing Social Settings*. Belmont, CA: Wadsworth, 1984.
- MCCALL, George, SIMMONS, J. L. (Ed.). *Issues in Participant Observation: a Text and Reader*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1969.
- RAY, William, RAVIZZA, Richard. *Methods Toward a Science of Behavior and Experience*. Belmont, CA: Wadsworth, 1985.
- WALLACE, Walter. *The Logic of Science in Sociology*. Chicago: Aldine-Atherton, Inc., 1971.

Capítulo 3

Pesquisa de Survey como Método das Ciências Sociais

Este livro aborda fundamentalmente a lógica e as capacidades de um método de pesquisa: o *survey*. Antes de continuar, descreveremos rapidamente os componentes do *survey* típico, se bem que veremos mais tarde que métodos de *survey* podem ser aplicados a uma vasta gama de tópicos e desenhos.

Suponha o interesse de estudar atitudes de estudantes de uma universidade. Seleciona-se uma *amostra* de centenas de estudantes da totalidade do corpo discente. Um *questionário* é elaborado para obter informações (por exemplo, atitudes) relevantes ao tema investigado. Os questionários são aplicados à amostra de alunos, através de entrevistas pessoais, por telefone ou por correio. As respostas de cada estudante da amostra são codificadas de forma padronizada e registradas de forma *quantitativa*. A seguir, transferem-se as respostas codificadas de cada aluno para disquetes de computador. Os registros padronizados de todos os alunos são submetidos a uma análise agregada, para fornecer descrições dos estudantes da amostra e determinar correlações entre diferentes respostas. As conclusões descritivas e explicativas obtidas pela análise são, então, generalizadas para a população da qual a amostra foi selecionada, neste caso todo o corpo estudantil.

Breve História da Pesquisa de Survey

Pesquisa de *survey* apresenta semelhanças suficientes com outros métodos de pesquisa para ter uma história bem longa. Em particular, *surveys* são muito semelhantes a censos, sendo a diferença principal entre eles que um *survey*, tipicamente, examina uma amostra de população, enquanto o *censo* geralmente implica uma enumeração da população toda. Censos remontam, no mínimo, à antiga civilização egípcia, onde os governantes julgavam útil colher dados empíricos descrevendo seus súditos. As funções políticas da pesquisa de *survey* continuam até hoje, com a continuação dos censos, a aparição de pesquisas políticas encomendadas por candidatos e usos feitos por sociólogos políticos. Um dos primeiros usos políticos do *survey* de atitudes ocorreu em 1880. Um sociólogo político alemão enviou questionários pelo Correio a 25.000 trabalhadores franceses, para averiguar em que grau eram explorados pelos patrões. Era um questionário bem longo, incluindo itens como:

Seu empregador ou representante dele lança mão de desonestidade para privá-lo de parte do seu salário?

Se você se abastecer nos armazéns da empresa, a qualidade dos produtos serve de pretexto para deduções fraudulentas do seu salário?

O pesquisador em questão era Karl Marx. 25.000 questionários foram enviados e não há qualquer registro de que algum tenha sido retornado.

Informa-se também que Max Weber, um dos fundadores da sociologia moderna, usou métodos de pesquisa de *survey* no seu estudo sobre a ética protestante. Além do exame histórico comparativo do desenvolvimento econômico, ele também estudou operários protestantes e católicos, para obter dados confirmatórios em nível individual.²

Mas a maioria da pesquisa de *survey* contemporânea foi realizada neste século por pesquisadores americanos. O estado atual do método resulta de importante trabalho de desenvolvimento em três setores distintos da sociedade americana. Primeiro, o trabalho ininterrupto do U. S. Bureau of Census fez importantes contribuições aos campos de *amostragem* e *coleta de dados*. Apesar do Bureau ser mais conhecido pelo *recenseamento decenal* da população americana, a grande maioria das atividades da agência tem a ver com uma série contínua de *surveys* amostrais que constantemente atualizam dados demográficos e econômicos entre os recenseamentos.

O Bureau desempenhou um papel singularmente importante no desenvolvimento de definições padronizadas de amostragens e de métodos para a implementação destas definições no campo. Ao mesmo tempo, os dados gerados pelo Bureau constituíram um valioso recurso para o desenvolvimento de *desenhos de amostras em surveys específicos*. (O Capítulo 6 ilustra este ponto com detalhes.)

A segunda fonte de desenvolvimento foram as atividades de firmas comerciais de pesquisas de opinião, entre elas as organizadas por George Gallup, Elmo Roper, Louis Harris e outros. Estas firmas foram uma fonte contínua de fundos para apoiar o desenvolvimento e o uso de métodos de *survey*, principalmente nas áreas de *marketing de produtos e de pesquisas de políticas*. Em épocas em que não havia recursos para sustentar pesquisas acadêmicas de *survey*, estas empresas comerciais fizeram *experimentação com métodos de amostragem, redação de perguntas, técnicas de coleta de dados* e outros aspectos de pesquisa de *survey*. Além disso, pesquisas comerciais de opinião têm sido uma fonte de dados de valor inestimável para *análise secundária*, e numerosos livros e artigos acadêmicos foram publicados relatando análises mais detalhadas de dados coletados inicialmente para fins descritivos e comerciais.³

Terceiro, o refinamento científico da pesquisa de *survey*, sobretudo métodos sofisticados de análise, foi em grande parte o produto de algumas poucas universidades americanas. Mais especificamente, dos esforços de dois homens e, mais tarde, de centros de pesquisas de *survey*. Samuel A. Stouffer e Paul F. Lazarsfeld devem ser considerados pioneiros da pesquisa de *survey* como ela é conhecida hoje.

A obra pioneira de Stouffer consistiu, em grande parte, em tentativas de aplicar métodos empíricos de pesquisa social a problemas sociais, começando com análises dos efeitos da Depressão nos EUA e com coleta de dados sobre o *status* dos americanos negros nos anos 30.⁴ Na II Grande Guerra, Stouffer dirigiu o Departamento de Informação e Educação do Exército dos EUA, reunindo um grupo emergente de cientistas sociais para examinar temas relevantes ao sucesso americano na guerra.⁵ Durante a era McCarthy, no início dos anos 50, Stouffer realizou *surveys* nacionais para examinar os efeitos da cruzada anticomunista.⁶

Nestes e em inúmeros outros estudos, Stouffer procurou desenvolver métodos científicos de pesquisa empírica, adequados ao exame dos fenômenos sociais. Seus esforços contavam com um sólido treinamento científico pelos estatísticos britânicos

Karl Pearson e R. A. Fisher, bem como de sua criatividade inata. O legado de Stouffer é evidente em desenhos de pesquisas, métodos de amostragem, desenhos de questionários, lógica de análise e outros métodos de *survey* ainda hoje usados correntemente.

Paul Lazarsfeld trouxe para os EUA uma formação intelectual européia. Como Stouffer, interessava-se pelo estudo de fenômenos sociais como liderança, comunicações, comportamento econômico e profissões. No exame desses tópicos, Lazarsfeld, como Stouffer, desenvolveu técnicas rigorosas para aplicar métodos empíricos a questões sociais. Na área do comportamento político, ele achou importante examinar o voto como processo e não como evento singular. Para isso, projetou e realizou *estudos de painéis*, reentrevistando um determinado grupo de respondentes em ocasiões diferentes durante uma campanha política, acompanhando assim mudanças nas intenções de voto ao longo do tempo. Não contente em descrever, Lazarsfeld combinou este esforço com um exame cuidadoso dos fatores demográficos e sociais associados às mudanças observadas.⁷

As contribuições de Lazarsfeld para o desenvolvimento da pesquisa de *survey* foram tantas que não se poderia enumerá-las todas aqui; mas três merecem ser citadas. Primeiro, a carreira de Lazarsfeld correu paralela ao desenvolvimento técnico dos equipamentos mecanizados de processamento de dados — inicialmente os perfuradores e separadores de cartões e depois os computadores. Deve-se creditar a ele o reconhecimento do potencial de uso desses equipamentos na pesquisa social analítica e haver encaminhado jovens cientistas sociais para realizar esse potencial.

Segundo, Lazarsfeld usou equipamentos mecanizados de processamento de dados para elucidar e formalizar a lógica da análise de *survey*. Enquanto a engenhosidade de Stouffer o levou a sugerir razões para relações observadas nos estudos sobre o Exército americano na II Guerra Mundial, foi Lazarsfeld quem formalizou estas razões num modelo lógico destas relações, mostrando como o modelo podia ser implementado na prática.⁸ (Este tópico é discutido mais detalhadamente no *modelo de elaboração*, Capítulo 15.)

A terceira grande contribuição de Lazarsfeld foi a criação do centro permanente de pesquisas de apoio aos métodos de *survey*, começando com a organização do Bureau for Applied Social Research na Columbia University. À semelhança do grupo de pesquisas de Stouffer no Exército, o Bureau reuniu e treinou uma legião de jovens e brilhantes cientistas sociais;

o Bureau, porém, conseguiu sobreviver no pós-guerra. Organizações semelhantes, estabelecidas depois, incluem o Survey Research Center na Universidade da Califórnia em Berkeley, o National Opinion Research Center na Universidade de Chicago, o Institute for Social Research da Universidade de Michigan, o Survey Research Center na Universidade da Califórnia em Los Angeles, e o Survey Research Laboratory da Universidade de Wisconsin.

Além destas instituições, há atualmente institutos e centros semelhantes em campi universitários espalhados pelos EUA e pelo mundo, servindo a diversas funções. Primeiro, embora os departamentos acadêmicos freqüentemente ofereçam ensino em sala de aula sobre métodos de *survey*, os centros de *survey* caracteristicamente permitem que estudantes recebam treinamento prático de aprendizado, muitas vezes trabalhando como assistentes de pesquisa. Segundo, inúmeros *surveys* são realizados em tais centros, bancados por subvenções governamentais e de fundações ou encomendados por clientes comerciais. Os centros também dão consultorias e fazem outras prestações de serviços a pesquisadores usuários de metodologias de *survey*. Finalmente, esses centros desempenham um papel importante no desenvolvimento metodológico da pesquisa de *survey*. Enquanto um pesquisador individual conduzindo um projeto de pesquisa pode relutar em experimentar técnicas alternativas de coleta de dados, uma unidade organizada de pesquisas é capaz de fazê-lo em diversos estudos.

Antes de concluir esta breve história do *survey*, devemos mencionar o papel desempenhado pelas associações profissionais. Ao longo dos anos, associações profissionais, cujos membros freqüentemente utilizam métodos de *survey*, têm promovido discussões de novas técnicas e descobertas empíricas em suas reuniões e publicações especializadas. Talvez as três associações principais neste aspecto sejam a American Sociological Association, a American Political Science Association e a American Marketing Association. Também a AAPOR (American Association for Public Opinion Research) tem sido de grande relevância para os pesquisadores de *survey*, reunindo praticantes dos setores acadêmico, comercial e governamental. A *Public Opinion Quarterly*, publicação trimestral da AAPOR, é o veículo chave da pesquisa de *survey*.

Capítulos subseqüentes rasteiam a história de certos componentes da pesquisa de *survey*. Contra o pano de fundo desta breve visão geral, vamos examinar agora o lugar da pesquisa de *survey* no contexto geral da ciência.

Características Científicas da Pesquisa de Survey

Como já foi observado, a pesquisa de *survey* é só uma de muitas ferramentas de pesquisa disponíveis para pesquisadores sociais. Vale a pena repetir que métodos de *survey* não são apropriados a muitos tópicos de pesquisa, nem oferecem necessariamente a melhor abordagem a assuntos aos quais podem ser aplicados. Mesmo assim, o *survey* pode ser usado vantajosamente no exame de muitos temas sociais e é particularmente eficaz quando combinado com outros métodos.

Mais importante, acredito que a pesquisa de *survey* oferece o melhor exemplo para ensinar metodologia nas ciências sociais. Se você compreende bem a lógica e as capacidades da pesquisa de *survey*, está muito bem preparado para aprender e usar outros métodos de pesquisa social. Digo isto porque vejo a pesquisa de *survey* como um crustáceo: todos os ossos estão do lado de fora. Nos capítulos seguintes examinaremos cuidadosamente todas as aproximações, compromissos e outras carências da pesquisa de *survey*. Como discutiremos em breve, a pesquisa de *survey* tem uma função pedagógica, porque todas as deficiências ficam mais claras nela do que em outros métodos de pesquisa social, permitindo assim avaliações mais conscientes de suas implicações.

A Pesquisa de Survey É Lógica

Pesquisa de *survey* é guiada por todas as restrições lógicas já abordadas nos dois capítulos anteriores. Além do mais, na prática, os dados de *survey* facilitam a aplicação cuidadosa do pensamento lógico. Embora este tópico vá ser explorado com mais detalhes no Capítulo 15, um exemplo será apropriado agora.

Num estudo sobre envolvimento de episcopais na sua igreja,⁹ Charles Glock, Benjamin Ringer e eu descobrimos que mulheres de classe social baixa eram mais atuantes do que mulheres de *status* social mais alto. Quanto mais alta a classe social, menor a participação. Procuramos explicar este fenômeno em termos da *teoria da privação do envolvimento na igreja* — pessoas a quem se nega prestígio e *status* na sociedade secular se envolvem mais provavelmente na vida da igreja como fonte alternativa de gratificação. Sugerimos que a maior intensidade de atividade na igreja de mulheres de classe social baixa reflete a maior privação delas na sociedade secular. Por extensão, sugerimos que, entre as mulheres que *gozavam* de algum grau de gratificação de *status* secular, classe social

não afetaria envolvimento na igreja. Os dados disponíveis indicavam se as entrevistadas na pesquisa já haviam ocupado algum cargo em instituição secular. Esperávamos, logicamente, que, entre mulheres com cargo na vida secular, classe social não afetaria envolvimento na igreja. Esta expectativa foi testada empiricamente e provou estar correta.

O formato da pesquisa de *survey* muitas vezes permite desenvolvimento e teste rigorosos, passo a passo, de tais explicações lógicas. Além disso, o exame de centenas e até milhares de entrevistas de *survey* permite testar proposições complexas envolvendo diversas variáveis em interação simultânea.

A Pesquisa de Survey É Determinística

Sempre que o pesquisador de *survey* procura explicar as razões para e as fontes de eventos, características e correlações observados, a investigação deve assumir uma postura determinística. O fato do formato *survey* permitir elaboração clara e rigorosa de um modelo lógico clarifica o sistema determinístico de causa e efeito.

Além disso, a disponibilidade de numerosos casos e variáveis permite ao analista documentar processos causais mais elaborados. Podemos ir além da observação inicial de uma correlação entre variável independente e dependente, para examinar o papel de diversas variáveis intervenientes. Assim, voltando ao exemplo acima, notamos que classe social não afeta diretamente envolvimento de mulheres episcopais na igreja, tendo efeito através da variável interveniente gratificação secular. Mulheres de classes sociais baixas têm probabilidade menor de serem eleitas para ocupar cargos em organizações seculares. Conseqüentemente, estas mulheres, como grupo, se envolvem mais na vida da igreja, mas, se *recebem* gratificação secular, sua classe social não afeta envolvimento na igreja.

A Pesquisa de Survey É Geral

Surveys amostrais quase nunca são realizados para descrever a amostra particular estudada. São realizados para se entender a população maior da qual a amostra foi inicialmente selecionada. Assim, a Gallup pode entrevistar 1.500 eleitores americanos para prever como dezenas de milhões votarão no dia da eleição. *Surveys* amostrais de consumidores visam conhecer preferências e comportamentos de consumidores em geral.

Do mesmo modo, análises explicativas em pesquisas de *survey* visam desenvolver proposições gerais sobre

comportamento humano. O formato *survey* permite este objetivo científico genérico de duas maneiras. Primeiro, o grande número de casos estudados num *survey* permite que achados possam ser replicados entre vários subconjuntos da amostra do *survey*. Se uma correlação geral é encontrada, por exemplo, entre escolaridade e padrões de compra, os pesquisadores conseguem determinar facilmente se esta relação ocorre igualmente entre homens e mulheres, protestantes e católicos, brancos e negros, pessoas de regiões geográficas diferentes etc. Replicar um achado entre subgrupos diferentes fortalece a certeza de que ele representa um fenômeno geral na sociedade. Segundo, o relato cuidadoso da metodologia de um *survey* facilita réplicas posteriores por parte de outros pesquisadores e/ou entre outras amostras e subgrupos. Deste modo, a generalizabilidade dos achados pode ser testada e retestada.

A Pesquisa de Survey É Parcimoniosa

Como pesquisadores de *survey* têm à disposição um grande número de variáveis, estão em posição excelente para examinar cuidadosamente a importância relativa de cada uma. Como todo cientista, pesquisadores de *survey* querem obter o máximo de compreensão com o menor número de variáveis. Não precisam adivinhar as variáveis mais relevantes no desenho inicial do estudo, contudo (ou, pelo menos, não tanto quanto pesquisadores usando outros métodos). Já que o formato *survey* permite obter muitas variáveis que podem ser quantificadas e processadas por computador, os pesquisadores de *survey* podem construir vários modelos explicativos e então selecionar o que melhor servir seus propósitos.

A Pesquisa de Survey É Específica

No contexto da característica científica da especificidade, a natureza tipo crustáceo da pesquisa de *survey* é extremamente relevante. Ironicamente, esta característica também expõe os métodos de *survey* a um máximo de críticas.

Suponha que um *survey* conclua que conservadorismo político e preconceito contra mulheres se relacionam positivamente. Tal conclusão se baseou em definições operacionais específicas de conservadorismo e de preconceito contra mulheres. A medição de cada variável foi construída a partir de respostas específicas a itens específicos de questionário codificados e quantificados de forma específica. Visto que todos estes detalhes constam do relatório da pesquisa, o leitor crítico está

apto a descobrir que respondentes descritos como "muito preconceituosos" são os que concordaram com cinco itens específicos do questionário. Os críticos podem objetar que este critério não capturou plenamente o significado de "preconceito" como eles — e, por extensão, outros — entendem o termo. Podem, então, decidir que a conclusão geral não tem fundamento.

De certo modo, tal resposta seria válida. A conceituação e a medição de variáveis estão no âmago da prática científica, e se variáveis não são adequadamente conceituadas e medidas, correlações observadas entre elas podem não fazer sentido. Assim, se observadores independentes discordarem sobre como variáveis foram medidas, podem discordar logicamente da conclusão geral.

Muitas vezes se passa por alto esta facilidade com que leitores críticos podem chegar a, e talvez, documentar seus desacordos. Porque os analistas de *survey* descreveram precisamente como desenvolveram e fizeram suas medidas, o leitor sabe exatamente o que estas medidas representam. A superficialidade e as aproximações que fazem parte de toda pesquisa científica são, simplesmente, mais aparentes num *survey*.

Em contraste, suponha que você estudou a relação entre conservadorismo e preconceito contra mulheres mergulhando como observador participante em vários grupos políticos. Você pode relatar que suas observações sugerem que os *liberais* têm mais preconceito contra mulheres que os *conservadores*. Em seu relatório, você pode descrever qualitativamente como distinguiu conservadores de liberais e preconceituosos de não-preconceituosos, captando a profundidade de significado que estes termos têm no uso da linguagem comum, evitando assim a aparente superficialidade de itens de questionários e medidas de *survey*.

Infelizmente, o observador independente não tem como saber precisamente como suas descrições foram usadas na prática, nem como julgar até que ponto seu viés, talvez inconsciente, pode ter afetado suas classificações de pessoas em termos de política e preconceito. Isto não quer dizer que suas observações e designações foram tendenciosas ou que sua conclusão estava incorreta. É importante, porém, o fato de que nem você nem o observador independente são capazes de decidir a respeito. (Deve-se observar, é claro, que, na prática, a observação participante varia em rigor e especificidade. O ponto é que o *próprio método* força o pesquisado de *survey* a ser explícito.)

A pesquisa científica visa a conceituações e medidas cada vez mais sofisticadas e úteis, mas a cada passo do caminho

os métodos usados devem ser especificados. Por sua própria natureza, a pesquisa de *survey* se encaixa como uma luva nesta característica.

Conclusão

As demais características da ciência são igualmente relevantes no contexto da pesquisa de *survey*. Onde a ciência deve ser *empiricamente verificável*, a pesquisa de *survey* oferece um método de verificação empírica. Os comentários nas seções anteriores também ilustram como o formato *survey* é adequado à *intersubjetividade*.

Finalmente, métodos de pesquisa de *survey* facilitam a *abertura da ciência*. Já que a pesquisa de *survey* envolve a coleta e *quantificação* de dados, os dados coletados se tornam fonte permanente de informações. Um corpo de dados de *survey* pode ser analisado pouco depois da coleta e confirmar uma determinada teoria de comportamento social. Se a própria teoria sofrer modificações mais tarde, é sempre possível retornar ao conjunto de dados e reanalisá-los sob a nova perspectiva teórica. Esta nova análise não poderia ser realizada tão facilmente no caso de métodos de pesquisa menos rigorosos e menos específicos.

Comparação do Survey com Outros Métodos

As seções anteriores mostraram diversas comparações entre pesquisa de *survey* e outros métodos científicos de pesquisa social. Foi salientado que uma investigação abrangente se beneficiaria com o uso de métodos diferentes focados num só tópico. A esse respeito, três pontos devem ser ressaltados.

Primeiro, a lógica do experimento controlado pode se constituir num guia útil à lógica da análise do *survey*. Onde o experimentador isola a variável experimental pelo uso de grupos emparelhados ou randomizados — grupos experimental e de controle —, o analista do *survey* busca o mesmo fim controlando as variáveis *post-facto*. Por exemplo, o experimentador pode garantir que os grupos experimental e de controle tenham a mesma distribuição de sexos, para evitar uma possível influência desta variável no experimento. O analista do *survey* consegue isto garantindo que subgrupos na amostra tenham a mesma distribuição de sexos ou testando separadamente a relação observada entre homens e mulheres.

Todavia, o objetivo lógico de isolar variáveis relevantes pela exclusão da influência de variáveis estranhas é a mesma para os dois métodos.

Segundo, a codificação das respostas do *survey* é essencialmente uma instância de análise de conteúdo. Frequentemente, o pesquisador de *survey* fará perguntas *abertas* que pedem resposta nas próprias palavras do respondente. Tais respostas, porém, devem sempre ser codificadas em tipos de respostas. Pode, então, ser necessário codificar um conjunto de respostas como apoiando ou opondo-se em geral a uma determinada lei. A esse respeito, os pesquisadores de *survey* têm muito a aprender com as experiências e métodos dos analistas de conteúdo.

Terceiro, as entrevistas de *survey* podem beneficiar-se com a experiência dos observadores participantes. Métodos para obter *rapport*, manter neutralidade e fazer observações precisas são importantes para ambas as atividades.

A Pesquisa de Survey É Realmente Científica?

Em vista das críticas por vezes feitas aos cientistas sociais, aos pesquisadores de *survey* e aos sociólogos praticantes de *survey* em particular, permito-me concluir este capítulo um tanto chauvinistamente. Há vários anos, Allan Mazur publicou um artigo intitulado "A Menor das Ciências",¹⁰ onde levantava a questão de se a sociologia podia ser chamada de ciência. Como sugere o título do artigo, ele concluiu que essa designação mal se justificava. Não é de se surpreender que o artigo suscitasse respostas imediatas e muitas vezes acaloradas.

Como a maioria dos seus comentaristas, positivos ou negativos, Mazur também concordaria que nenhuma resposta definitiva é possível na questão de se uma disciplina como a sociologia é ou não uma ciência. Como vimos no Capítulo 1, qualquer definição de ciência deve ser arbitrária; portanto, não pode haver respostas absolutas. Ao mesmo tempo, a questão merece ser discutida, mesmo não podendo ser respondida.

Penso que, no futuro, pesquisadores olharão para trás, para essa era, e concluirão que o uso da pesquisa de *survey* por sociólogos e outros cientistas sociais foi um período crítico *no desenvolvimento da ciência em geral*. Esta expectativa hipotética não é um mero vago sonho megalomaniaco de um pesquisador de *survey* que, por coincidência, foi treinado como sociólogo. Os comentários de dois outros pesquisadores ilustram a razão desta expectativa.

O economista Daniel Suits, falando há alguns anos em Honolulu, numa conferência de pesquisadores e planejadores governamentais, abandonou a costumeira terminologia acadêmica e não falou nem das “ciências duras” (como física e química) nem das “ciências macias” (como sociologia, ciência política e pesquisa de mercado), preferindo distinguir entre ciências “duras” e “fáceis”. Seu ponto era que físicos podem realizar pesquisas científicas facilmente, dado o assunto com que trabalham, enquanto cientistas sociais têm um osso muito mais duro para roer.

Martin Trow rasteou algumas das implicações desta situação num contexto diferente.¹¹ Abordando os usos dos métodos de *survey* no campo da educação, Trow notou uma anomalia interessante. Ele observou primeiro que o ambiente educacional é quase ideal para pesquisa de *survey*: os entrevistados são articulados, conhecem questionários, são fáceis de enumerar e amostrar, e os questionários podem ser administrados em condições controladas na sala de aula. Trow indagou, então, por que a maioria dos *surveys* educacionais são tão triviais e não-sofisticados? Sua resposta foi que as condições são *boas demais*. Pesquisadores educacionais nunca tiveram que lidar com condições imperfeitas de pesquisas e como nunca foram obrigados a fazer compromissos e aproximações no desenho e na execução das pesquisas, nunca tiveram dificuldades com a lógica básica da pesquisa científica de *survey*. Nunca tendo de se afastar do ideal óbvio, nunca conseguiram entender plenamente por que ela era considerada ideal.

Penso que esta observação de Trow tem um significado bem mais geral. As próprias adversidades com que as ciências sociais se deparam requerem a criação de um sistema lógico de entendimento mais sofisticado. Além disso, a pesquisa de *survey*, por causa de sua especificidade operacional, pode prover o veículo mais útil para lidar com tais adversidades de forma rigorosa e sistemática. Alguns exemplos esclarecem mais este ponto.

Quando químicos desejam estudar as propriedades do hidrogênio, provavelmente não se preocupam muito com técnicas de amostragem. Já que um átomo de hidrogênio é igual a qualquer outro, qualquer átomo serve para o estudo. Mas cientistas sociais não podem estudar qualquer indivíduo ou grupo de indivíduos que lhes sejam convenientes. Os químicos podem generalizar seus achados para qualquer hidrogênio baseados apenas no estudo de átomos convenientes, mas os cientistas sociais devem desenvolver um entendimento mais sofisticado do conceito lógico de generalizabilidade, bem como dos métodos operacionais para alcançá-la. Evidentemente,

outros cientistas tem problemas de amostragem — geneticistas, por exemplo —, e cientistas sociais têm encontrado orientação nos trabalhos de outras disciplinas. Não obstante, os problemas de amostragem e de generalizabilidade são maiores no estudo do comportamento social. Pesquisa de *survey* é um veículo excelente para o desenvolvimento de métodos úteis e, por extensão, de entendimento mais amplo.

O ato de medir é outro exemplo dos problemas da pesquisa de *survey*. Suponha que você está tentando medir algo como preconceito. Não há conceituação clara ideal a partir da qual trabalhar, nem há operação de medição fácil, disponível para se aproximar desse ideal. Se você usar técnicas de *survey*, o problema é ainda mais básico. Você pode descobrir que um item do questionário produz uma resposta preconceituosa de um respondente, enquanto outro item gera uma resposta não-preconceituosa. Mais ainda, uma pequena variação na redação de um item pode afetar a resposta obtida.

Do mesmo modo, os cientistas sociais reconhecem que a simples presença dos pesquisadores pode afetar os entrevistados. Pedir uma opinião pode cristalizar mais ainda a opinião que existia antes da entrevista; alguns participantes formam opiniões na hora. Seria como se nas ciências físicas uma barra de metal esticasse ou encolhesse de comprimento quando um físico chegasse para medi-la. Claramente, a situação enfrentada pelos cientistas sociais requer uma compreensão mais sofisticada de conceituação e medição. A multiplicidade de variáveis relevantes e a natureza complexa e probabilística de causação no comportamento social pedem um entendimento mais sofisticado do que a ciência realmente é. A lista de exemplos seria interminável.

Neste contexto, observe-se que as “ciências fáceis” não são tão claras e diretas como se imagina. Por exemplo, os físicos sabem que não podem simultaneamente medir o lugar e a velocidade de um objeto; medir um afeta o outro. Cientistas médicos são obrigados a usar *placebos* (pílulas de açúcar, por exemplo) para testar drogas novas porque alguns pacientes parecem melhorar quando acreditam estar recebendo uma poderosa droga nova e/ou porque os próprios pesquisadores médicos podem ver desenvolvimentos otimistas em pacientes que eles acreditam estar recebendo a nova droga. Ao mesmo tempo, físicos nucleares afirmam que partículas se movendo numa certa direção sem receber impulso adicional *provemente* continuarão a se movimentar naquela mesma direção.

Em suma, as ciências sociais são um exemplo ímpar do que o físico Heinz Pagels chama de *as ciências da complexidade*.¹²

Pagels argumenta que o desenvolvimento do computador representa uma inovação na possibilidade de lidar com sistemas complexos, e em nenhuma área isto é mais verdade do que nas ciências sociais. Sugiro até que o computador será para as ciências sociais o que o telescópio foi para a astronomia e o microscópio para a biologia. Neste processo, as ciências sociais expandirão radicalmente nossa visão do que pode ser a *ciência*.

Notas

- ¹ BOTTOMORE, T. B., RUBEL, Maximilien (Ed.). *Karl Marx: Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*. New York: McGraw-Hill, 1956. Ver página 208 para as questões citadas.
- ² LAZARSFELD, Paul F., OBERSCHALL, Anthony R. *Max Weber and Empirical Research*. *American Sociological Review*, p.185-199, abr. 1965.
- ³ Ver, por exemplo, HYMAN, Herbert. *Secondary Analysis of Sample Survey*. New York: John Wiley & Sons, 1972.
- ⁴ Uma ótima revisão da obra de Stouffer pode ser encontrada no livro póstumo de STOUFFER, Samuel A. *Social Research to Test Ideas*. New York: Free Press, 1962.
- ⁵ Ver STOUFFER, Samuel A. et al. *The American Soldier: Studies in Social Psychology in World War II*. Princeton: Princeton University Press, 1949 e 1950. v.1-V.
- ⁶ STOUFFER, Samuel A. *Communism, Conformity and Civil Liberties*. Garden City: Doubleday & Company, Inc., 1955.
- ⁷ LAZARSFELD, Paul F. *The People's Choice*. New York: Columbia University Press, 1948.
- ⁸ Ver KENDAL, Patricia, LAZARSFELD, Paul F. *Problems of Survey Analysis*. In: MERTON, Robert, LAZARSFELD, Paul (Ed.). *Continuities in Social Research Studies in the Scope and Method of the American Soldier*. New York: Free Press, 1950.
- ⁹ GLOCK, Charles Y., RINGER, Benjamin B., BABBIE, Earl R. *To Comfort and to Challenge*. Berkeley, CA: University of California Press, 1967.
- ¹⁰ MAZUR, Allan. *The Littlest Science*. *American Sociologist*, p.195-200, ago. 1968.
- ¹¹ TROW, Martin. *Education and Survey Research*. In: GLOCK, Charles Y. (Ed.). *Survey Research Methods in the Social Sciences*. New York: Russell Sage Foundation, 1967. p.315-375.
- ¹² PAGELS, Heinz. *The Dreams of Reason*. New York, NY: Simon & Schuster, 1988.

Leituras Adicionais

- BAINBRIDGE, William Sims. *Survey Research: A Computer-Assisted Introduction*. Belmont, CA: Wadsworth, 1989.
- DILLMAN, Don A. *Mail and Telephone Surveys: The Total Design Method*. New York: John Wiley & Sons, 1978.
- GLOCK, Charles Y. (Ed.). *Survey Research in the Social Sciences*. New York: Russell Sage Foundation, 1967.
- LAZARSFELD, Paul F. "Introduction" to Samuel A. Stouffer. In: STOUFFER, Samuel A. (Ed.). *Social Research to Test Ideas*. New York: Free Press, 1962. p.XV-XXXI.
- PUBLIC OPINION QUARTERLY, v.51, n.4 (Parte 2). Edição de 50º aniversário (inverno 1987) com vários artigos revendo a história da pesquisa de *survey*.