

Raymond Quivy

Luc Van Campenhoudt

MANUAL DE  
INVESTIGAÇÃO  
EM CIÊNCIAS  
SOCIAIS

TRAJECTÓRIAS



gabriela

Título original: *Manuel de recherche en sciences sociales*  
© Dunod, Paris, 1995

Tradução: *João Minhoto Marques, Maria Amália Mendes*  
e *Maria Carvalho*

Revisão científica: *Rui Santos*  
Capa: *Armando Lopes*

Fotocomposição: *Gradiva*

Impressão e acabamento: *Manuel Barbosa & Filhos, L. da*  
Reservados os direitos para Portugal por:

*Gradiva Publicações, S. A.*

Rua Almeida e Sousa, 21 - r/c esq. — 1399-041 Lisboa  
Telef. 21 393 37 60 — Fax 21 395 34 71

Dep. comercial: Telef. 21 397 40 67/8 — Fax 21 397 14 11

geral@gradiva.mail.pt / www.gradiva.pt

1.ª edição: *Outubro de 1992*

6.ª edição: *Maió de 2013*

Depósito legal n.º 270 996/2008

ISBN: 978-972-662-275-8

**gradiva**

Editor: *Guilherme Valente*

## Índice

<b>Prefácio à 2.ª edição</b> .....	11
OBJECTIVOS E PROCEDIMENTO	
<b>1. Os objectivos</b> .....	15
1.1. Objectivos gerais .....	15
1.2. Concepção didáctica .....	17
1.3. «Investigação» em «ciências» sociais? .....	19
<b>2. O procedimento</b> .....	20
2.1. Problemas de método (o caos original... ou três maneiras de começar mal) .....	20
2.2. As etapas do procedimento .....	24
A PRIMEIRA ETAPA A PERGUNTA DE PARTIDA	
<b>Objectivos</b> .....	31
<b>1. Uma boa forma de actuar</b> .....	32
<b>2. Os critérios de uma boa pergunta de partida</b> .....	34
2.1. As qualidades de clareza .....	35
2.2. As qualidades de exequibilidade .....	37
2.3. As qualidades de pertinência .....	38
• <i>Resumo da primeira etapa</i> .....	44
• <i>Trabalho de aplicação n.º 1: formulação de uma pergunta de par-       tida</i> .....	45
<b>3. E se ainda tiver reticências...</b> .....	45

Visite-nos na internet

www.gradiva.pt

outro lado, alguns exemplos de investigações, cujos resultados foram publicados em francês, serão igualmente retomados no final da etapa seguinte, dado que cada investigação particular recorre geralmente a vários métodos diferentes.

#### 4.1. O INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO

##### a) Apresentação

Consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores. O inquérito por questionário de perspectiva sociológica distingue-se da simples sondagem de opinião pelo facto de visar a verificação de hipóteses teóricas e a análise das correlações que essas hipóteses sugerem. Por isso, estes inquéritos são geralmente muito mais elaborados e consistentes do que as sondagens. Dado o grande número de pessoas geralmente interrogadas e o tratamento quantitativo das informações que deverá seguir-se, as respostas à maior parte das perguntas são normalmente pré-codificadas, de forma que os entrevistados devem obrigatoriamente escolher as suas respostas entre as que lhes são formalmente propostas.

##### b) Variantes

O questionário chama-se «de administração indirecta» quando o próprio inquiridor o completa a partir das respostas que lhe são fornecidas pelo inquirido. Chama-se «de administração directa» quando é o próprio inquirido que o preenche. O questionário é-lhe então entregue em mão por um inquiridor encarregado de dar todas as explicações úteis, ou endereçado indirectamente pelo correio ou por qualquer outro meio. Escusado será dizer que este último processo merece pouca confiança e só excepcionalmente é utilizado na

investigação social, dado que as perguntas são muitas vezes mal interpretadas e o número de respostas é geralmente demasiado fraco. Em contrapartida, utiliza-se cada vez mais frequentemente o telefone neste tipo de questionário.

##### c) Objectivos para os quais o método é especialmente adequado

- O conhecimento de uma população enquanto tal: as suas condições e modos de vida, os seus comportamentos, os seus valores ou as suas opiniões.
- A análise de um fenómeno social que se julga poder apreender melhor a partir de informações relativas aos indivíduos da população em questão. Exemplos: o impacto de uma política familiar ou a introdução da microinformática no ensino.
- De uma maneira geral, os casos em que é necessário interrogar um grande número de pessoas e em que se levanta um problema de representatividade.

##### d) Principais vantagens

- A possibilidade de quantificar uma multiplicidade de dados e de proceder, por conseguinte, a numerosas análises de correlação.
- O facto de a exigência, por vezes essencial, de representatividade do conjunto dos entrevistados poder ser satisfeita através deste método. É preciso sublinhar, no entanto, que esta representatividade nunca é absoluta, está sempre limitada por uma margem de erro e só tem sentido em relação a um certo tipo de perguntas — as que têm um sentido para a totalidade da população em questão.

##### e) Limites e problemas

- O peso e o custo geralmente elevado do dispositivo.
- A superficialidade das respostas, que não permitem a análise de certos processos, como a evolução do trabalho clandestino.

no ou a das concepções ideológicas profundas. Por conseguinte, os resultados apresentam-se muitas vezes como simples descrições, desprovidas de elementos de compreensão penetrantes. Na maior parte das vezes, no entanto, esta lacuna está menos ligada ao próprio método do que às fraquezas teóricas ou metodológicas daqueles que o aplicam.

- A individualização dos entrevistados, que são considerados independentemente das suas redes de relações sociais.
- O carácter relativamente frágil da credibilidade do dispositivo. Para que o método seja digno de confiança devem ser preenchidas várias condições: rigor na escolha da amostra, formulação clara e unívoca das perguntas, correspondência entre o universo de referência das perguntas e o universo de referência do entrevistado, atmosfera de confiança no momento da administração do questionário, honestidade e consciência profissional dos entrevistadores. Se qualquer destas condições não for correctamente preenchida, a credibilidade do conjunto do trabalho ressenete-se. Na prática, as principais dificuldades provêm, geralmente, da parte dos entrevistadores, que nem sempre estão suficientemente formados e motivados para efectuarem este trabalho exigente e muitas vezes desencorajador.

### f) Método complementar

A análise estatística dos dados. Os dados recolhidos por um inquérito por questionário, em que um grande número de respostas são pré-codificadas, não têm significado em si mesmas. Só podem, portanto, ser úteis no âmbito de um tratamento quantitativo que permita comparar as respostas globais de diferentes categorias sociais e analisar as correlações entre variáveis.

Tomadas em si mesmas, as respostas de cada indivíduo particular podem, no entanto, ser consultadas para constituírem uma selecção de entrevistados típicos com vista a análises posteriores mais aprofundadas.

### g) Formação exigida

- Técnicas de amostragem.
- Técnicas de redacção, de codificação e de exploração<sup>1</sup> das perguntas, incluindo as escalas de atitude.
- Gestão de redes de entrevistadores.
- Iniciação aos programas informáticos de gestão e análise de dados de inquéritos (SPSS, SPAD, SAS...).
- Estatística descritiva e análise estatística dos dados.

No caso mais frequente, em que o trabalho é efectuado em equipa e recorrendo a serviços especializados, não é indispensável que todos os investigadores sejam pessoalmente formados nos domínios mais técnicos.

### h) Algumas referências bibliográficas

BERTHER, N., e BERTHER, F. (1978), *Le sondage d'opinion*, Paris, Entreprise moderne d'édition, Librairies techniques e Les éditions ESF, col. «Formation permanente en sciences humaines».

GHIGLIONE, R. (1987), «Questionner», in A. Blanchet et al., *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, Paris, Dunod, pp. 127-182.

GHIGLIONE, R., e MATALON, B. (1978), *Les enquêtes sociologiques. Théories et pratique*, Paris, Armand Colin.

JAVEAU, Cl. (1992), *L'Enquête par questionnaire*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, Paris, Les Éditions d'Organisation.

### 4.2. A ENTREVISTA

#### a) Apresentação

Nas suas diferentes formas, os métodos de entrevista distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interacção humana. Correctamente valorizados, estes pro-

<sup>1</sup> *Développement*. (N. do R. C.)