

Métodos de Investigação em Comunicação

1. Paradigmas e Metodologias

PERSPETIVAS SOBRE A CIÊNCIA

Modernidade	Pós-modernidade
Positivismo	Construtivismo
Objetividade	Subjetividade
Neutralidade	Comprometimento com valores
Realidade exterior estável	Realidade instável
Generalização	Localização temporal e espacial
Universalidade	Especificidades históricas e culturais
VERDADE	INTERPRETAÇÃO

III. Os princípios fundamentais da investigação científica

Actos	Etapas
Ruptura	1. a pergunta de partida 2. a exploração 3. a problemática
Construção	4. a construção do modelo de análise
Verificação	5. a observação 6. a análise das informações 7. as conclusões.

- **Ruptura:** grande parte das nossas ideias inspiram-se nas aparências imediatas ou em posições parciais. É importante romper com os preconceitos e as falsas aparências que nos dão a ilusão de compreender as coisas.
- **Construção:** a ruptura só pode ser efetuada a partir da construção de um quadro teórico de referência (modelo), suscetível de exprimir a lógica que o investigador supõe estar na base da explicação do fenómeno. A construção deste quadro teórico de referência ajuda a prever e a concretizar as várias etapas da investigação.
- **Verificação** (ou experimentação): as proposições que se pretendem investigar só serão válidas se puderem ser verificadas ou testadas.

1.ª etapa: a pergunta de partida

A melhor forma de iniciar um trabalho de investigação social:

- Enunciar o projeto sob a forma de uma pergunta de partida – um guia que lhe assegura unidade.

Critérios de uma boa pergunta de partida:

- Deve ser clara, isto é:
 - Concisa e precisa
 - Unívoca – deve originar interpretações convergentes quanto ao seu objetivo – ou seja, não deve vaga
 - não deve ser demasiado longa e embrulhada
- Deve ser pertinente

2.ª etapa: a exploração

- Como proceder para conseguir ter informação de qualidade?
- A etapa de exploração engloba as operações de leitura, as entrevistas exploratórias, e alguns métodos de exploração complementares.

As entrevistas exploratórias:

- Contribuem para descobrir aspetos a ter em conta e alargam ou retificam o campo de investigação das leituras.
- São desaconselhados métodos muito formais e estruturados na realização de entrevistas exploratórias.
- Cuidado com a “ilusão da transparência”.
 - Ter em atenção as especificidades sociais e culturais dos atores e o contexto social em análise.

3.ª etapa: A Problemática

- consiste na abordagem ou perspetiva teórica que se decide adoptar para tratar a questão de investigação
- 3 momentos na construção da problemática
 - fazer o ponto da situação
 - definir uma problemática

– explicitar a problemática

Fazer o ponto da situação:

- inventariar as perspetivas que abordam o nosso problema de investigação
- detectar e descrever os pontos de contacto e de oposição entre estas diferentes perspetivas.
- evidenciar o quadro teórico, explícito e implícito, subjacente a cada perspetiva

Definir uma problemática

- diferentes orientações teóricas produzem diferentes pontos de vista sobre os diferentes aspetos do problema.

Consiste em:

- escolher, justificadamente, uma das perspetivas teóricas existentes
- ou conceber uma nova perspetiva teórica, com argumentação adequada

Permite:

- reformular ou precisar a questão de investigação
- servir de fundamento às hipóteses de investigação

Explicitar a problemática:

- descrever o quadro teórico adotado
- precisar os conceitos fundamentais e as relações entre eles
- definir o modo como os conceitos se organizam de modo a poderem constituir uma base de resposta à questão de investigação.

4.ª etapa: A construção do modelo de análise

O modelo de análise constitui uma ponte entre a problemática e o trabalho empírico de resposta à questão de investigação.

- É composto por conceitos e hipóteses estreitamente articulados entre si.

Requer a construção de conceitos que exprimem o essencial da realidade que se quer estudar, em termos das suas dimensões e indicadores.

Requer a construção de hipóteses.

– As hipóteses são:

- respostas provisórias às questões de pesquisa
- que explicitam a relação entre dois ou mais conceitos

- são passíveis de verificação empírica.

Triangulação metodológica

- **Triangulação de métodos e níveis de análise**

As diferentes metodologias de recolha e de tratamento de dados são complementares. Cada uma apresenta potencialidades e limitações específicas.

- **Triangulação de contextos**

Estudos comparativos: aplicação do mesmo método de investigação ao estudo do mesmo fenómeno em contextos diferenciados.

- **Triangulação de perspetivas**

'Insider' / 'Outsider'

Metodologias de recolha de dados em ciências sociais

+ natural

- PESQUISA DOCUMENTAL
- OBSERVAÇÃO
- ENTREVISTA
- QUESTIONÁRIO
- MEDIDAS INOBSTRUSIVAS
- EXPERIÊNCIAS DE LABORATÓRIO

+ artificial

SONDAGENS / QUESTIONÁRIOS

- Muito utilizados em ciências da comunicação, sociologia, psicologia, economia, etc.
- É possível obter representatividade universal (com amostras probabilísticas estratificadas)
- Pretende-se encontrar relações entre fenómenos/ variáveis: estudos correlacionais.

Questionário

- Questionário é um conjunto estruturado de perguntas elaboradas com um objetivo específico e colocadas numa determinada ordem.
- O respondente deve sentir que há uma unidade no questionário e uma lógica de condução.
- Colocar texto curto introdutório, explicando o objetivo geral.

- Colocar as perguntas mais fáceis no início (ganhar a confiança e evitar desistências). Perguntas mais delicadas deverão vir no fim.

- “Abordagem afunilada”: das perguntas mais genéricas sobre determinado assunto a perguntas cada vez mais específicas (cria ritmo de resposta)

- Perguntas de “crivo”: facilitam o tratamento de dados ou ajudar a separar os respondentes por categorias (ex: “se respondeu x, passe para a questão y).

Em geral, deve agrupar-se as perguntas por assuntos (a transição entre assuntos deve ser fácil e lógica).

- Evitar o “efeito de contaminação” (halo): certas perguntas podem ser afetadas se aparecem junto de outras (efeitos de repulsa/atração) ou na ordem errada.

- Ter em conta a fadiga e frustração do respondente (evitar questionários muito longos e com metodologias de respostas complicadas e muito variadas).

- Perguntas de confirmação, muitas vezes por meio de perguntas indiretas (detetar respostas “politicamente corretas”, principalmente quando se trata de assuntos sensíveis).

- Não induzir os respondentes: não se deve conduzir os respondentes a darem determinada resposta (“Não acha que...).

- Precisão: não usar vocábulos demasiado gerais.

- Inteligibilidade: usar termos adaptados aos respondentes.

- Personalização: o respondente sente-se mais envolvido.

- Objetivação: evitar palavras vagas como “regularmente”, “bastante”, sobretudo quando é possível quantificar (usar escalas de medida).

Validade e Fiabilidade

Validade:

a) O respondente diz a verdade? Pode não dizer, de forma consciente ou inconsciente (memória).

b) A resposta pode ser tecnicamente verdadeira, mas realmente falsa

(indica o salário base, mas não as horas extraordinárias ou subsídios).

c) Respostas estereotipadas.

d) Efeitos de contaminação.

Fiabilidade:

a) Se possível, comparar os nossos resultados com os de outros investigadores.

b) Escolha criteriosa das palavras ou expressões, de modo a que todos os respondentes lhes atribuam o mesmo significado (grau de instrução, contexto social, linguagem usada no meio).

Estrutura das questões

- Estrutura:

- abertas (não-estruturadas);

- fechadas (estruturadas);

- semi-estruturadas.

a) Abertas: deixam toda a liberdade na resposta.

b) Fechadas: permite apenas algumas alternativas de resposta, indicadas no próprio questionário.

c) Semi-estruturadas: terminam com a formulação “_Outra. Qual?”

Abertas: a vantagem é a espontaneidade e variabilidade do conteúdo, mas exigem mais motivação da parte do respondente.

Fechadas: a vantagem é a facilidade de codificação, controle e análise; mas exigem maior conhecimento prévio sobre o assunto.

Escalas de medida

Exemplo: Escalas de Lickert (auto-avaliação)

- Grau de concordância/discordância relativamente a uma observação. A cada categoria é atribuído um valor numérico.

3. Como avalia o seu nível de conhecimento sobre a questão das alterações climáticas?

Muito bom	Bom	Médio	Baixo	Nulo ou quase nulo
1	2	3	4	5

GRUPOS FOCAIS

- Técnica de recolha de dados através da interação de grupo sobre um tópico determinado pelo investigador.

- Ciências da comunicação, ciências da educação, ciência política, psicologia, sociologia, marketing, gestão de recursos humanos

- Não se pretende obter representatividade universal, mas sim explorar e aprofundar determinada questão, tendo em conta um dado contexto.

- Permite analisar o background dos pensamentos, emoções e trajetórias pessoais; compreender os processos de construção social da realidade e como estes moldam e são moldados pelas experiências quotidianas.

- Permite uma compreensão mais rica e matizada dos fenómenos.

As discussões de grupo criam um processo de partilha de conhecimentos e de experiências e de comparação social entre os participantes.

Constituição:

- 1 moderador [e 2 observadores];
- 6 a 10 participantes;
- Recrutamento diversificado;
- Não é necessário ter preocupações de representatividade da amostra; mas é comum a técnica por quotas: amostragem estratificada não aleatória, que resulta da divisão da população-alvo em subgrupos – ‘segmentação’;
- Grupos “homogéneos” vs. “heterogéneos” em dimensões relevantes (idade, sexo, profissão, língua materna, situação, etc.)

• Condições de realização:

- Local confortável e sossegado, onde a discussão possa ocorrer sem interrupções
- Cadeiras dispostas em círculo (de forma a favorecer o diálogo espontâneo entre os intervenientes)
- Equipamentos de gravação pouco invasivos;
- Moderador com um conjunto pré-determinado de questões/tópicos de discussão (guião semiestruturado) e eventualmente materiais-estímulo (bandeiras, fotografias, peças noticiosas, etc.)
- Água (e merenda)
- Duração entre 90 a 120 minutos.

• Fases:

- Boas-vindas e apresentação
- Consentimento informado
- Eventual exercício ‘quebra-gelo’ e/ou pequena ficha (ALP, desenho)
- Discussão em grupo, seguindo o guião semiestruturado previamente preparado (com flexibilidade)
- Eventual apresentação de materiais-estímulo (bandeiras, fotografias, peças noticiosas, etc.) para analisar questões concretas ou estimular o diálogo

– Agradecimento aos participantes

– Debriefing

– Eventual follow-up

• **Vantagens:**

- Obtenção de informação concentrada num curto período de tempo;

- Flexibilidade: o moderador pode adaptar o seu vocabulário e a ordem das questões em função do contexto;

- O desenrolar do debate propicia um diálogo aberto, fluído, entre os participantes, o que proporciona ao investigador acesso a múltiplos sentidos que caracterizam o comportamento social;

- As conversas espontâneas conduzem a uma dinâmica própria que pode proporcionar resultados inesperados;

- Percepção da amplitude e diversidade de experiências, opiniões e dilemas no quotidiano;

- Compreensão da forma como os indivíduos, em conjunto, (re)constroem e dão significado às suas vivências e à realidade social envolvente.

• **Desvantagens:**

- Um dado participante pode reclamar autoridade para representar o ponto de vista dos outros e tentar conduzir o debate;

- É muito comum a conversa desviar-se para assuntos que não são os prioritários na 'agenda' do investigador, podendo ser difícil refocar o grupo no assunto principal em análise;

- A interpretação do discurso dos participantes não deve ser dissociada do contexto do debate e das características da amostra, não permitindo a generalização;

- O moderador, mesmo quando tenta ser o mais isento possível, acaba de alguma forma por ser visto como representante um dado grupo;

- As pressões implícitas de desejabilidade social condicionam a espontaneidade do diálogo.

- "Group thinking" e polarização.

• **Moderador: dilema insider vs outsider**

– O facto de o moderador ser visto como um **insider** pode ser uma vantagem mas também desvantagem: pode mais facilmente conquistar a confiança dos participantes e a interpretação dos resultados pode beneficiar do conhecimento prévio das circunstâncias e experiências devidas; mas também pode condicionar extremamente o diálogo;

– Na maior parte dos casos, o moderador é simultaneamente insider e outsider, dependendo da ‘identidade’ que for tornada saliente durante a interação; a ‘identidade’ percebida do moderador pode ter um peso enorme no desenvolvimento da interação.

PESQUISA NÃO-EXPERIMENTAL vs. PESQUISA EXPERIMENTAL

PESQUISA EXPERIMENTAL

- resultados mais claros
- possibilidade de replicação
- dificuldades de generalização
- maior artificialidade

Experiência: é um estudo em que uma ou mais VI são manipuladas e no qual a influência de todas ou quase todas as variáveis não pertinentes ao problema é reduzida ao mínimo.

O laboratório é um local fechado onde é possível controlar as variáveis intervenientes.

VI=Variável Independente; VD=Variável Dependente.

EXPERIÊNCIAS DE LABORATÓRIO

O experimentador pode controlar os “4 Ws”:

who - possibilidade de escolher grupos equivalentes por amostragem aleatória.

what - possibilidade de controlar o tipo de variáveis intervenientes - manipulação experimental.

when - possibilidade de controlar o(s) momento(s) em que a manipulação se vai verificar.

where - possibilidade de isolar as variáveis (criar ambientes "puros" de interferências).

- O controlo dos "4 Ws" constitui a maior vantagem e a maior desvantagem das experiências laboratoriais.
- Elevada validade interna - diz respeito à segurança na interpretação dos resultados - podemos afirmar que determinado resultado se deve à acção de determinada(s) variável (eis).
- Baixa validade externa - diz respeito à possibilidade de generalização dos resultados para a população ou a situações diferentes. A alta artificialidade limita a possibilidade de generalização a situações da vida real.

As experiências de laboratório não pretendem representar a realidade, visam testar hipóteses e aperfeiçoar teorias.

Variáveis e Hipóteses

- Uma variável é um atributo (característica, propriedade) de uma objeto ou de uma pessoa que pode mudar de objeto para objeto ou pessoa para pessoa.

Ex: peso, altura, sexo, classe social, classificação escolar.

- Uma hipótese é uma afirmação acerca da relação esperada entre duas ou mais variáveis.

Relação positiva: as variáveis crescem no mesmo sentido (diretamente proporcional);

Relação negativa: as variáveis crescem em sentido oposto (inversamente proporcional)

Regras de formulação de hipóteses:

- Uma hipótese deve prever a relação entre duas ou mais variáveis;
- Uma hipótese deve ser formulada de forma clara e sintética;
- Uma hipótese deve ser testável, i.e., deve ser colocada de forma que seja possível recolher dados para a testar.

Escalas de Medida

Quantificação das Variáveis: Escalas de Medida

- Podemos utilizar números para representar níveis de uma variável.
- Medir é designar por números os atributos dos objetos, pessoas, eventos, de acordo com determinadas regras.

Diferentes tipos de variáveis requerem regras diferentes de atribuição de números para exprimir diferenças nessas variáveis. Um conjunto específico de regras define uma escala de medida.

- Há 4 tipos de escalas particularmente importantes na quantificação das variáveis em ciências sociais:
 - Escalas nominais
 - Escalas ordinais
 - Escalas intervalares
 - Escalas proporcionais

Escalas nominais

Uma escala nominal utiliza números como nomes para designar determinadas categorias de objetos, acontecimentos ou pessoas. O número que é dado a cada categoria é completamente arbitrário.

Exemplos:

sexo: 1=feminino; 2=masculino.

curso: 1=Comunicação; 2=Sociologia; 3=Biologia, etc.

modalidades desportivas: 1=atletismo; 2=ciclismo; 3=natação; etc.

Escalas ordinais

Uma escala ordinal utiliza os números para ordenar objetos ou pessoas num continuum. Dá-nos informação sobre o número de ordem de um objeto ou pessoa relativamente a determinado atributo.

Exemplos:

Estatuto social: 1=Baixo; 2=Médio; 3=Alto

Avaliação de desempenho: 1=Mau; 2=Insuficiente;

3=Suficiente; 4=Bom; 5=Muito Bom.

Escalas intervalares

A medição intervalar é possível sempre que se possam definir diferentes graus de um atributo e que a distância entre os níveis seja sempre igual, isto é, numa escala intervalar os intervalos entre as unidades são iguais.

Exemplos:

Temperatura (graus Celsius): $25^{\circ} - 20^{\circ} = 20^{\circ} - 15^{\circ}$

(zero convencional)

Opinião: 1=discordo totalmente; 2=discordo parcialmente; 3=não concordo nem discordo; 4=concordo; 5=concordo totalmente

(as escalas de opinião não são de facto intervalares, mas são tratadas estatisticamente como tal).

Escalas proporcionais

Quando é possível definir intervalos iguais e um zero absoluto. Neste caso, o zero representa a ausência total do atributo medido.

Exemplos:

Altura (cm)

Peso (Kg)

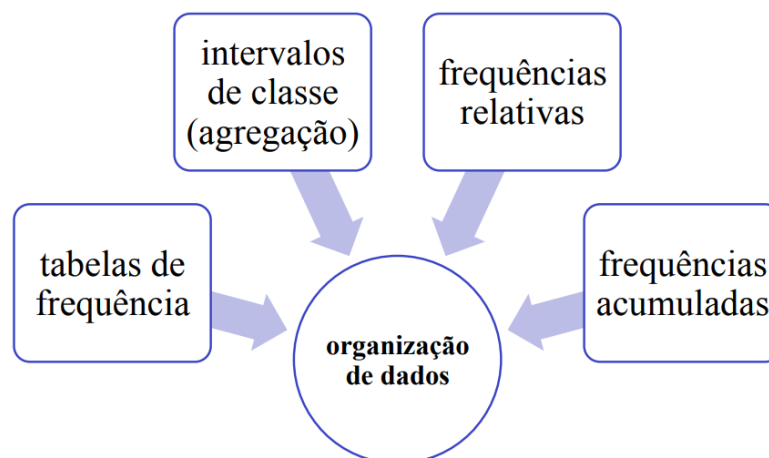
Tempo despendido por dia a ver TV ou a estudar (minutos).

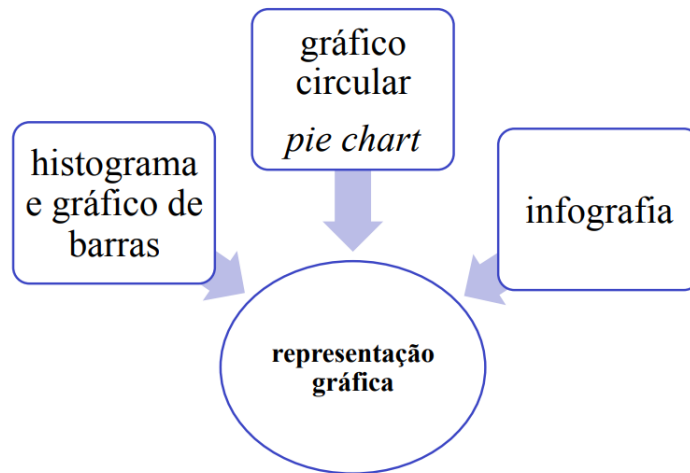
Metodologias de recolha de dados em ciências sociais

- **PESQUISA DOCUMENTAL** - textos, imagens, sons, monumentos, 'big data', etc.
- **OBSERVAÇÃO** (participante ou controlada)
- **ENTREVISTA** (individual ou em grupo)
- **QUESTIONÁRIO** (sondagens, etc.)
- **MEDIDAS INOBSTRUSIVAS**
- **EXPERIÊNCIAS** (campo ou laboratório)

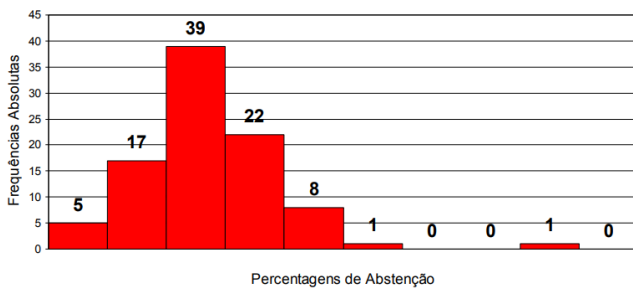
Análise de dados

- Técnicas qualitativas
- Técnicas quantitativas
- Análise multimodal





Histograma de Frequências Absolutas



Histograma de Frequências Relativas

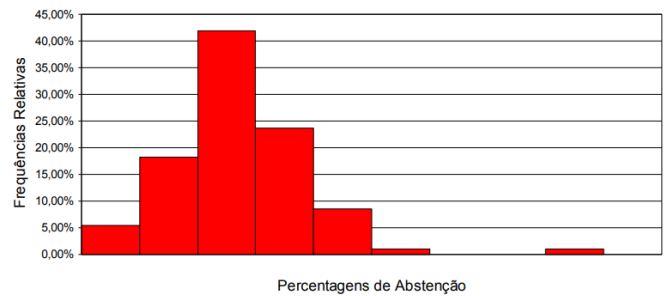
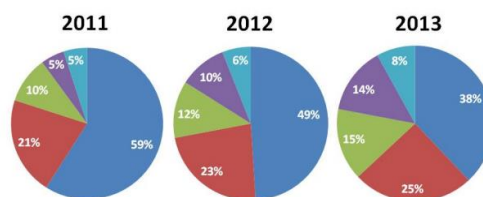


gráfico circular ou pie chart

Favourite social media channel



Moda

Define-se como:

- O mais frequente dos valores de uma distribuição
- Em dados agregados é o ponto médio da classe/ intervalo modal.

Média aritmética (ou média)

É a mais comum das medidas de tendência central.

Define-se como: a soma dos valores de um conjunto dividida pelo respetivo número de valores.

Mediana

Define-se como o valor central de uma distribuição de N valores de X, ordenados por ordem de grandeza «corta» a distribuição em duas partes iguais:

- Existe igual número de valores inferiores e superiores à mediana
- Se N ímpar: mediana igual ao valor central
- Se N par: (por convenção) mediana igual à média aritmética dos dois valores centrais.

Média, mediana e moda

Comparação: qual a medida de tendência central a escolher em dada situação de pesquisa?

Levar em conta:

- O nível de medição
- A forma da distribuição de dados
- O objetivo da pesquisa

Objetivos da pesquisa

Moda

Se procurar uma medida rápida e simples (ainda que grosseira)

Se estiver a trabalhar com uma distribuição bimodal

Na maioria dos casos só é útil como um indicador preliminar

- Se queremos exatidão! Mediana ou Média

Mediana

– Em distribuições assimétricas com existência de valores extremos

Média

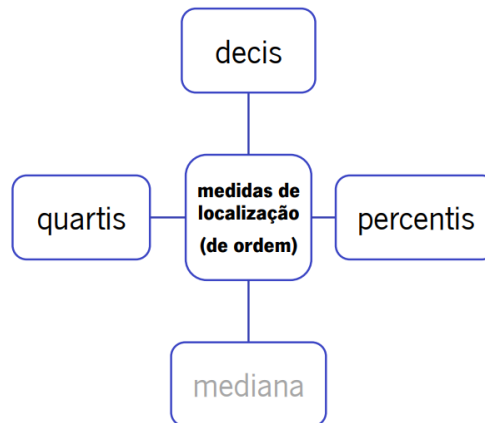
– Medida exata para distribuições simétricas

- Preferível à mediana, pois usa mais informação

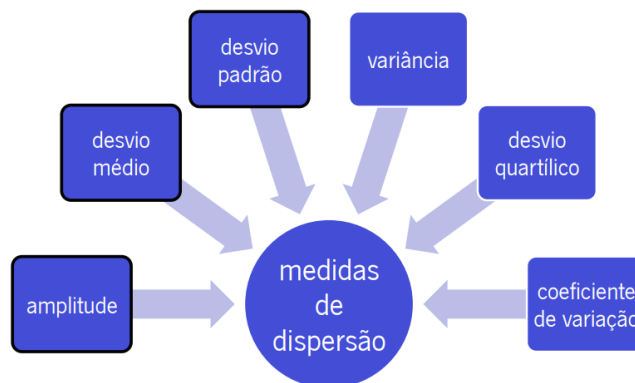
- Para análises estatísticas mais avançadas
- É mais estável pois varia menos de amostra para amostra
- Na dúvida prefere-se a média à mediana.

Medidas de localização (ou de ordem)

- Servem para localizar os dados da amostra que são menores (ou maiores) que uma dada proporção de casos
- São conceitualmente análogas à mediana, mas não são necessariamente medidas de tendência central.



- **Quartis:** dividem a distribuição em 4 partes iguais
Q1, Q2, Q3
- **Decis:** dividem a distribuição em 10 partes iguais
- D1 = valor abaixo do qual estão 1/10 dos casos
- D7 = valor abaixo do qual estão 7/10 dos casos
- **Percentis:** dividem a distribuição em 100 partes iguais
- P80 = valor abaixo do qual se encontram 80% dos casos



Amplitude (h)

É a mais simples das medidas de dispersão

– em dados desagregados

- é a diferença entre o valor máximo e mínimo de uma distribuição

- $h = x_i (\text{máximo}) - x_i (\text{mínimo})$

– em dados agregados

- é a diferença entre os valores dos pontos médios das classes extremas

- $h = m_i (\text{máximo}) - m_i (\text{mínimo})$

Desvio médio (Dm) e desvio-padrão (s)

São duas medidas que usam informação de toda a distribuição

– dão uma ideia aproximada das distâncias típicas de cada valor face à média da distribuição

– se simplesmente somássemos as distâncias à média elas anular-se-iam, porque as diferenças positivas iriam cancelar as diferenças negativas

- temos de nos «livrar» do sinal!!!

– tomando os valores absolutos das diferenças; ou...

– elevando as diferenças ao quadrado

Desvio-padrão (s)

- é a mais usada e útil das medidas de dispersão

- define-se como a raiz quadrada da média aritmética dos desviosquadrados da média.