

UNIVERSO/POPULAÇÃO E AMOSTRA EM PESQUISA CIENTÍFICA: noções introdutórias

Luiz Carlos dos Santos

As denominações que compõem o título desta matéria são normalmente utilizadas nas investigações de cunho teórico-empírico. Ou seja, pesquisas que além da fundamentação teórica, extraída de acervos - bibliográfico, documental e eletrônico, valem-se de dados levantados em campo, por intermédio de instrumentos ou técnicas de coletas de dados, a exemplo de questionário, formulário, entrevista, observação, dentre outros.

De acordo com Fábio Appolinário (2004), entende-se por população ou universo em uma pesquisa de natureza teórico-empírica, um grupo de pessoas, objetos ou eventos que possui um conjunto de características comuns que o definem. Enfim, a totalidade de pessoas, objetos ou eventos que se deseja estudar e realizar sobre a qual se efetivarão generalizações.

Quanto à amostra, pode-se conceituar como um subconjunto de sujeitos extraído de uma população por meio de alguma técnica de amostragem. Assim, supõe-se que uma amostra é representativa dessa população, quando a mesma for válida também para a população como um todo. A grande maioria dos expoentes em metodologia e estatística recomenda como percentual mínimo de significância em relação à população, objeto da análise o patamar de 20% (vinte por cento).

Saliente-se que a maioria esmagadora das investigações/pesquisas lida com amostras e não com população, e a grande exceção é o censo - no qual todos os indivíduos integrantes de uma população são estudados. É evidente que, dependendo do tamanho da população, como assevera Appolinário (2006), essa tarefa seria impossível ou extremamente dispendiosa.

Portanto, normalmente, lança-se mão de uma amostra dessa população, que será submetida efetivamente aos procedimentos de pesquisa e a partir da qual se efetuarão as generalizações para toda a população.

Frise-se que existem amostragens probabilísticas e amostragens não-probabilísticas. As primeiras subdividem-se em - aleatória simples; estratificada; sistemática; por conglomerados e, de múltiplos estágios. Enquanto isso, as amostragens não-probabilísticas podem ter a seguinte classificação: bola de neve ou snowball; por conveniência e por quotas.

Para os estudantes da graduação e da pós-graduação (*lato* ou *stricto sensu*), quando estiverem pesquisando numa perspectiva teórico-empírica, recomenda-se uma leitura aprofundada da obra intitulada “Introdução à Pesquisa de Marketing” de Malhotra, editora

Prentice Hall, edição de 2005. O livro apresenta um rol de exemplos de pesquisas reais, que podem auxiliar o consultante a compreender melhor as possibilidades de amostragens, sem, contudo, dispensar consulta a um especialista na área - o estatístico, como o profissional habilitado para estudos nessas perspectivas.



LUIZ CARLOS DOS SANTOS
www.lcsantos.pro.br