

Artigo de opinião

Quando a pesquisa se encontra com as redes sociais.

Regina Célia Borges de Lucena¹

“Vimos a público pedir desculpas e corrigir dois erros nos resultados de nossa pesquisa Tolerância social à violência contra as mulheres, divulgada em 27/03/2014”, disse o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) em nota. A errata é especialmente importante pelo fato de que o resultado que foi retificado havia suscitado uma enorme onda de protestos e debates nas redes sociais, que mobilizou milhares de pessoas em torno de questões sobre a violência contra a mulher.

Desde que a humanidade viveu a chamada Revolução Científica, a partir do século XVI, o método científico passou a ser considerado como requisito para alcançar a verdade. Por muito tempo, a chamada ciência foi considerada como a única verdade aceitável e, ainda nos dias de hoje, goza de autoridade única, de tal forma que o rótulo “cientificamente provado” é suficiente para nos fazer crer numa afirmação ou fato. Ao mesmo tempo, os debates em torno dos achados das pesquisas se restringiam ao ambiente acadêmico e, eram, quando muito, veiculados pelos meios de comunicação tradicionais, que informavam à população sobre resultados que mereciam destaque.

A internet e as redes sociais trouxeram novos e desconhecidos desafios para o campo da pesquisa: a velocidade frenética da informação (e desinformação) e a tendência de gerar comportamentos em massa, o chamado “efeito rebanho”, aumenta a responsabilidade de pesquisadores sobre a informação a ser divulgada. Assim, o erro do Ipea pode deixar algumas lições sobre o delicado encontro entre a pesquisa e as redes sociais.

A primeira lição é sobre o estado da própria ciência como verdade provisória e contestável. Se por um lado, a pesquisa pode oferecer subsídios importantes para as políticas públicas, por outro lado, ela deve estar sempre pronta para ser questionada e colocada em xeque, é isso que tem permitido o progresso do conhecimento.

O cuidado com a generalização dos achados num grupo para toda a população, a chamada validade externa da pesquisa, é a segunda lição importante. Questões e formalidades metodológicas, que podem parecer um excesso de zelo aos olhos de quem vê, tornam limitada a capacidade de pesquisas de extrapolar resultados e inferir para além do grupo pesquisado. Não afirmo que é o caso, mas que cabe a reflexão.

Por fim, e como principal lição, a era da informação expõe pesquisadores e pesquisas a um novo tipo de leitor: o leitor virtual, que busca informação rápida e forma opinião a partir de fragmentos de notícias, no ritmo estonteante de circulação de idéias e notícias em rede. Esse leitor não é

passivo e pode criar e influenciar comportamentos a partir das informações recebidas, gerando situações de ativismo, comoção e fúria, “tudo ao mesmo tempo agora.”

Assim, mais do que nunca, o cuidado na divulgação dos resultados se tornou uma responsabilidade maior para quem realiza pesquisas, principalmente quando os achados estão relacionados a questões de grande impacto social, como é o caso da pesquisa do Ipea. Se o jornalismo exige apuração, a pesquisa científica exige contextualização, relativização e sempre cabem ressalvas, antes que causem furor nas redes sociais. Resultados de pesquisas viraram bombas-relógio – mais do que nunca, é preciso cautela e delicadeza ao tê-los em mãos.