

## Coletando e Analisando Dados

*“Cuidado com os dados! Se eles não forem bons, a pesquisa será ruim!!!!” (Costa, 2001:93)*

A partir das definições gerais indicadas no projeto de pesquisa iniciam-se as atividades de coleta de dados. Isto não significa que você já pode ir a campo entrevistar as pessoas e aplicar questionários. Para garantir a fidedignidade e a qualidade dos dados que irá coletar é preciso planejar minuciosamente esta atividade. **Processo repleto de decisões que devem ser criteriosas....**

A primeira questão que precisa ser resolvida refere-se à definição da fonte de dados mais adequada para responder ao problema de pesquisa proposto. De modo geral, as fontes de dados podem ser divididas em dois tipos principais: fontes de dados primárias e secundárias.

Os dados primários são aqueles obtidos em primeira mão, diretamente das pessoas ou de documentos originais e que não receberam nenhum tipo de tratamento. Normalmente, são utilizados por pesquisas que necessitam de informações muito específicas e originais.

O censo realizado pelo IBGE é um exemplo de dados que são obtidos diretamente com as pessoas. O uso de documentos é bastante comum nas pesquisas realizadas por historiadores, que baseiam seus estudos em documentos originais como por exemplo as Cartas de Pero Vaz de Caminha. Em turismo podemos destacar vários documentos que podem ser utilizados como fontes primárias, dentre eles, aqueles que estão disponíveis nas próprias empresas como os cadastros de fornecedores, de clientes, relatórios de custos, entre outros. Nas áreas de hotelaria e agências de viagens estes dados estão disponíveis para consulta nos sistemas de reservas e

operação consistindo numa rica fonte de informações sobre a empresa mas, normalmente, só são utilizados para gerencia operacional. Também é possível utilizar documentos oficiais como fonte de dados, tais como legislação, atas de reuniões de câmaras, comissões e conselhos. Cruz (2000) utilizou decretos e diplomas legais como fonte de dados para analisar a institucionalização do turismo no poder público federal.

As fontes secundárias são aquelas que apresentam dados que já foram coletados e passaram por algum tipo de tratamento, por isso os custos e o tempo necessário para a realização de uma pesquisa baseada neste tipo de dado costumam menores. Embora o uso deste tipo de fonte seja vantajoso em relação a tempo e custo, ela também apresenta algumas limitações tais como não atender a todas as especificidades do problema de pesquisa, sua desatualização (como no caso dos censos sobre população que são realizados a cada 10 anos), algumas vezes até limitações referentes a metodologia de coleta que afetam a qualidade dos dados.

Para avaliar o valor dos dados obtidos por fontes secundárias você pode utilizar os seguintes critérios:

- **Verificar as características e o comprometimento de quem os fornece** - as empresas de pesquisa, organismos e instituições conceituadas, com experiência e uma equipe de profissionais especializados costumam estar muito preocupadas com a qualidade dos dados que fornecem.
- **Isenção** – deve-se observar também a natureza da organização que fornece os dados. Ou você espera que um estudo patrocinado por cadeias hoteleiras elogie as pousadas por oferecem um serviço personalizado ou mais eficiente?
- **Os procedimentos metodológicos** – a fidedignidade e a qualidade dos dados depende do rigor científico que foi seguido. Observe se os procedimentos

metodológicos estão disponibilizados com detalhes, assim como a seleção da amostra e a aplicação dos instrumentos de coleta de dados. Embora as deficiências do processo possam escondidas, as pesquisas de qualidade sempre se preocupam em descrever os procedimentos com detalhes.

- **Definições operacionais**– verifique se os termos e os conceitos utilizados na pesquisa são claros e precisos. Por exemplo, ao definir turista ou turismo doméstico está utilizando qual conceituação? Já sabemos que a definição de turista ainda não é unânime e vem passando por transformações, se a pesquisa avalia do turismo doméstico no país, quem foi considerado turista?
- **Pertinência em relação ao seu problema de pesquisa** – embora os dados secundários sejam extremamente ricos, é importante observar se realmente são adequados para responder ao seu problema de pesquisa.
- **Trabalho cuidadoso** – um bom indicador da qualidade do trabalho se reflete na apresentação. Portanto observe com cuidado a construção das tabelas (a soma dos totais confere?), o respeito às normas vigentes (uso da ABNT), se as análises dos dados e as conclusões são pertinentes, se a estrutura de apresentação está bem organizada e sistemática. (Goeldner, Ritchie e Mcintosh, 2002:387)

Esses são apenas alguns indicadores da qualidade de pesquisa, portanto, servem para orientar o uso deste material e também para garantir a qualidade da nossa pesquisa.

Como existe uma grande variedade de fontes de dados secundários optou-se por dividi-las em dois grupos principais:

- **as bibliográficas** – que consiste em pesquisas já realizadas sobre o assunto, apresentados em obras, artigos de revistas, monografias, dissertações, teses. Em turismo destaca-se a pesquisa realizada por Rejowski (1996) que analisou as

teses e dissertações defendidas em turismo no país. Destacam também os estudos realizados por órgãos governamentais, sindicatos, associações de classe, concessionárias de serviços públicos, empresas e instituto de pesquisas. Além de pesquisas e estudos também pode-se utilizar outras publicações como relatórios de empresas e de órgãos públicos, informações de jornais e revistas, guias de viagem. As revistas especializadas em turismo têm sido utilizadas com bastante freqüência para subsidiar estudos sobre imagem turística, como é o caso de Bignami (2001), que analisou a imagem do turismo brasileiro nas revistas italianas e de Solha (1999) que discutiu sobre a importância das revistas e jornais especializadas na divulgação do turismo.

- **as estatísticas** – normalmente produzidas por instituições governamentais costumam ser disponibilizadas para o público em geral, dentre elas destacam-se os dados demográficos do IBGE, dados econômicos FIPE, FGV, Fundação SEADE, dados sobre turismo anuário estatístico da Embratur e mesmo as estatísticas mundiais do turismo publicadas pela OMT e pela WTTC. Em turismo existem alguns exemplos de pesquisas que utilizam alguns dados disponibilizados pelas estatísticas, como a pesquisa da Profa. Dra. Olga Tulik sobre residências secundárias no estado de São Paulo, que utilizou as informações sobre domicílio ocupados e de uso ocasional disponíveis no censo realizado pelo IBGE, nos últimos 30 anos (Tulik, 2001). Outro estudo realizado por Aulicino (2001) para avaliar os impactos sócio-econômicos do turismo nas estâncias paulistas baseou-se nos dados estatísticos produzidos pelo IBGE, pelo SEADE e pelo CEPAM (Centro de Estudos e de Pesquisas na Administração Municipal).

Você percebeu que dispomos de muitas e diferentes fontes de dados e o desafio é identificar qual ou quais delas são as mais adequadas para a nossa pesquisa. Essa

decisão depende do problema de pesquisa que foi estabelecido no projeto, e que diante dessas novas informações pode ser revisto e melhorado.

A segunda questão está relacionada a como o pesquisador pretende coletar estes dados, principalmente, quando definiu que é necessário utilizar fonte de dados primários. Neste caso a primeira decisão refere-se a técnica de amostragem mais adequada ao tipo de dado e ao problema de pesquisa.

A amostragem é uma técnica bastante utilizada em pesquisas de caráter quantitativo, principalmente, quando é preciso se determinar com um nível conhecido de exatidão, informação sobre grandes populações. Para entender as especificidades desta técnica destacamos alguns dos conceitos mais utilizados:

- Universo ou população – é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características. Normalmente, fala-se em população como referência ao total de habitantes de um determinado lugar. Em termos estatísticos, uma população pode ser o total das agências de viagem de uma cidade, o total de turistas que visitam um país, os hóspedes de um hotel nas férias de janeiro.
- Amostra – subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população. Uma amostra pode ser constituída, por exemplo, por cem empregados de uma população de 1000 que trabalham num navio de cruzeiro. (Gil, 1994:92)

Esta técnica apresenta uma série de vantagens:

- têm capacidade para generalizar a respeito de uma população inteira, extraindo-se inferências com base em dados obtidos de uma pequena parcela da população,
- apresenta custos de realização inferiores ao das pesquisas que trabalham com o universo,
- obtém precisão na coleta de dados,

- gera dados padronizados facilitando a quantificação, o processamento e a análise estatística,
- pode ser reproduzida com qualidade e eficiência, em locais e tempos diferentes,
- possui processos rápidos e refinados para análises estatísticas, com a utilização de avançados softwares, como o SPSS (Statistical Package of Social Sciences) ou o Sphinx entre outros. (Rea e Parker, 2000: 17).

A escolha do processo de amostragem é uma decisão do pesquisador que irá se basear na análise de fatores como o tipo de pesquisa, a acessibilidade aos elementos da pesquisa, a disponibilidade ou não de ter os elementos da população num rol, a representatividade desejada ou necessária, a oportunidade apresentada pela ocorrência de fatos ou eventos, a disponibilidade de tempo, recursos humanos e financeiros. (Mattar, 2001:138)

De modo geral, o pesquisador poderá escolher entre o uso de :

- **Amostra probabilística** – quando os elementos são selecionados aleatoriamente, como permite tratamento estatístico e é representativa do universo, pode-se generalizar os resultados com grande grau de confiança. Por isto é utilizada com bastante freqüência em pesquisas quantitativas, como pesquisas de opinião, de perfil de demanda, e para verificar padrões de uso de transporte, recreação e entretenimento. O uso da amostragem probabilística exige o domínio de noções de estatística que permitem realizar cálculos para determinar tamanhos de amostra e grupos de amostragem. Este assunto é tratado com bastante profundidade por vários autores de metodologia da pesquisa e de estatística.
- **Amostra não probabilística** – a seleção dos elementos depende de critérios estabelecidos pelo pesquisador, e caracterizam por não serem representativas do

universo, portanto os resultados não podem ser generalizados. É utilizada principalmente nas pesquisas que tem com objetivo principal obter mais conhecimento sobre um determinado assunto, sem preocupação de generalizar as análises. Este é o caso de inúmeras pesquisas produzidas em turismo, que tem o intuito de discutir e refletir com profundidade sobre vários aspectos do fenômeno. A seleção da amostra contribuirá para que sejam estabelecidos os critérios de ação no momento da coleta dos dados. Além disso, é preciso definir os instrumentos que permitirão coletar os dados de maneira organizada e sistemática.

### **Como posso obter os dados?**

A coleta de dados primários pode ser realizada de duas formas:

**Método da Observação:** consiste no registro do comportamento, fatos e ações relacionadas com objetivo da pesquisa. Naturalmente, essa observação segue uma série de procedimentos que garantem a imparcialidade dos registros, normalmente o pesquisador elaborou uma ficha listando todos os aspectos que devem ser observados, além de determinar quando e como. Esta tarefa pode ser feita utilizando a observação pessoal ou instrumentos como câmaras fotográficas, vídeos, gravadores de som, entre outros.

Um bom exemplo de coleta de dados que utiliza o método de observação com instrumentos é a elaboração do índice de audiência dos programas de televisão, como as realizadas pelo IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística. Os pesquisadores determinam uma amostra probabilística aleatória da população que assiste aos programas de televisão da rede aberta, contatam essas pessoas e instalam nos televisores um pequeno aparelho chamado “peplemeter” que registra várias informações sobre o uso do aparelho, principalmente, os canais e os horários.

A análise das informações obtidas com o “peplemeter” permite identificar os programas de maior preferência dos telespectadores (Claro que não é só isso, para saber detalhes deste tipo de pesquisa procure o site do IBOPE).

Nas ciências naturais o uso do método da observação é uma constante, mas não normalmente são realizadas em laboratório realizando experiências com situações controladas, como por exemplo as pesquisas farmacêuticas que utilizam cobaias e observam sua reação às diferentes substâncias que são injetadas.

No turismo ainda é pouco comum o uso do método da observação, mas já temos algumas experiências que o tem utilizado como o trabalho que vem sendo realizado pela Univali – Universidade do Vale do Itajaí, em Porto Belo. Os pesquisadores interessados em analisar a “capacidade de suporte” dos atrativos e equipamentos turísticos da ilha, fotografam os mesmos locais em horários e dias diferentes observando o fluxo de visitantes e o seu comportamento. Algumas vezes também é possível trabalhar com o método da observação após a ocorrência dos fatos, por exemplo pelos sinais deixados no lixo. (Mattar, 2001) Figura x

**Método da Comunicação:** consiste no questionamento, oral ou escrito, dos respondentes para a obtenção do dado desejado, que será fornecido por declaração, verbal ou escrita, do próprio Os instrumentos utilizados para coletar dados através do método de comunicação podem variar de acordo com o grau de estruturação e de disfarce. A estruturação refere-se ao grau de padronização do instrumento e o disfarce ao grau em que o instrumento permite ao respondente saber sobre os propósitos da pesquisa e sobre quais temas está sendo questionado. Assim diz-se que um instrumento altamente estruturado é aquele que em as questões e as respostas possíveis determinadas, como são os questionários. Este tipo de



instrumento requer um longo tempo de desenvolvimento e construção. Contudo, a simplicidade de aplicação e a facilidade para a tabulação, análise e interpretação possibilita ter custos mais baixos. (Mattar, 2001:66).

Por outro lado, um instrumento não estruturado significa que apenas os assuntos a serem abordados estão listados, e tanto o pesquisador quanto o respondente estão livres para perguntar e responder com suas próprias palavras. Estas podem ser as entrevistas focalizadas em grupo ou individuais. Este tipo de instrumento exige pesquisadores altamente experientes e conhecedores do assunto, para conduzir a entrevista de modo que se consiga obter as informações que respondam aos objetivos da pesquisa. (Mattar, 2001:66).

### **Projetando o questionário**

A elaboração de um questionário é um processo cuidadoso, longo e detalhado. Afinal é a partir dos dados coletados através deste instrumento que poderá ser respondido o problema da pesquisa. Como nenhum questionário consegue obter todas as informações necessárias a um estudo, é necessário que o pesquisador, no momento de sua construção, se utilize de sua experiência e do conhecimento que tem sobre o assunto e o público que será entrevistado, a fim de maximizar os resultados que podem ser obtidos. Para Rea e Parker *“...a boa construção de questionários é um forma de arte altamente desenvolvida na prática da pesquisa científica”* (2000:39).

O projeto de um questionário se inicia com a identificação das questões para as quais se pretende obter respostas, na maior parte das vezes, este delineamento inicial surge a partir de uma discussão da equipe de pesquisadores, e nos casos de pesquisa científica, de uma discussão com o orientador. Estabelecidas as questões gerais do questionário o pesquisador começa o trabalho de formatá-lo

adequadamente. O questionário pode ser dividido em cinco partes principais.

**Dados de identificação** – onde são disponibilizadas informações sobre o instrumento para facilitar o trabalho de tabulação. Este item contempla informações sobre o número do instrumento, nome do entrevistador, data, hora e local da entrevista, nome, endereço e telefone do entrevistado (quando não for prometido sigilo). Estas informações são importantes quanto se trata de uma pesquisa com grande número de questionários e pesquisadores pois permitem a supervisão e o acompanhamento do trabalho de campo.

1. **Solicitação para cooperação** – geralmente colocada na capa, traz informações sobre a empresa realizadora/patrocinadora, os objetivos da pesquisa, o tempo médio que tomará do entrevistado e palavras solicitando a cooperação e antecipando agradecimentos. Como tem aumentado expressivamente a quantidade de pesquisas realizadas, e o pouco interesse das pessoas em atendê-las, as empresas de pesquisa e seus patrocinadores tem incentivado o preenchimento dos questionários oferecendo participação em concursos, brindes e prêmios.
2. **Instruções para sua utilização** – compreendem todas as informações necessárias para o correto preenchimento do instrumento, são extremamente importantes para questionários auto-preenchíveis.
3. **As perguntas** – ocupam a maior parte do instrumento e exigem um grande cuidado na sua elaboração e na apresentação no instrumento.
4. **Dados para classificar os elementos pesquisados** – costumam ser colocados no final do questionário e permitem identificar o perfil sócio-econômico dos respondentes. Normalmente utilizam critérios determinados

pelo cliente ou o critério geral estabelecido pela ABIPEME – Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa de Mercado.

Definida estrutura geral do instrumento o passo seguinte é determinar o conteúdo do instrumento, expresso pelas suas perguntas. Portanto é preciso decidir sobre:

- **Seu formato** – refere-se ao uso de perguntas abertas e fechadas. As primeiras não possuem categorias pré-fixadas de respostas e dão ao entrevistado ampla liberdade para respondê-las, a grande dificuldade está no processo de classificação e codificação destas respostas posteriormente. Existe uma preferência pela utilização de perguntas fechadas em função da facilidade de tratamento dos dados e da possibilidade de realizar comparações e análises estatísticas. As perguntas fechadas podem ser dicotômicas (sim/não), ou apresentar uma lista fixa de alternativas, das quais pode ser selecionada uma ou mais respostas. (Utilizar como exemplos os questionários)
- **A seqüência** – as questões devem estar organizadas de forma a facilitar sua resposta. De modo geral devem seguir a seguinte ordem: primeiro as perguntas relacionadas ao assunto proposto, mas fáceis de responder, estimulando o interesse do entrevistado. Em seguida inserir as questões mais difíceis de serem respondidas, tomando o cuidado de organizá-las observando os grupos de assunto, entre elas as perguntas mais delicadas.
- **A redação** – neste momento o pesquisador deve preocupar em utilizar um vocabulário adequado ao nível e as características da linguagem do grupo a ser pesquisado. Deve também verificar se a questão proposta leva a dificuldade de compreensão ou mesmo a ambigüidade de respostas. Um exemplo clássico refere-se a pergunta Qual é a sua renda? Onde o entrevista

fica sempre em dúvida se está se referindo a renda individual/familiar, anual ou mensal

- **A formatação das perguntas** – deve considerar sempre a clareza para a identificação das respostas. Assim a formatação das perguntas deve permitir que o entrevistado ou o entrevistador não marque inadvertidamente a linha ou o lado errado da resposta, além disso é importante considerar o momento e a situação em que o questionário estará sendo preenchido. No caso de entrevistadores, normalmente, estão ao ar livre, solicitando a atenção dos passantes, nesses casos o mais adequado é um questionário com letras grandes e organização clara. Leitura 12

Com o questionário pronto o pesquisador primeiro realiza um pré-teste a fim de verificar se o instrumento está adequado observando a questões são compreensíveis, se estão ambíguas, se resultam em dados importantes para o estudo, se as categorias de respostas estão adequadas, realizando os ajustes necessários logo em seguida. Normalmente o pré-teste é realizado junto um pequeno número de pessoas que apresentam as mesmas características dos grupos amostrais determinados. Neste momento não há preocupação com precisão estatística, mas sim com a qualidade do instrumento.

A aplicação do questionário pode ocorrer de diversas formas:

- Entrevista pessoal e por telefone – exigem que haja uma seleção e treinamento adequados para a aplicação do questionário e o contato com os entrevistados. Nos dois casos os entrevistadores devem ter informações gerais sobre a proposta da pesquisa, seus realizadores e um treinamento específico sobre o instrumento de coleta.

- Questionários auto-preenchidos – podem ser enviados por correio, fax, via Internet, ou como encarte em jornais e revistas, acompanhando produtos ou mesmo colocado à disposição. Os maiores cuidados neste tipo aplicação devem ser tomados sobre a apresentação do questionário, facilitando as respostas e a devolução do material. Normalmente, o índice de retorno é muito baixo.

### **Analisando os dados**

De modo geral a fase de análise dos dados contempla diversos procedimentos como a codificação das respostas, a tabulação dos dados e a realização de cálculos estatísticos para pesquisas de caráter quantitativo. Nas pesquisas quantitativas os dados coletados já foram pré-codificados no momento da elaboração do questionário, assim os resultados são transportados para um *software* estatístico que realiza a compilação dos mesmos transformando-os em tabelas, gráficos e em medidas estatísticas resumidas. Dependendo da sofisticação do programa e dos dados disponíveis é possível fazer uma série de cruzamentos e análises diferenciadas, por exemplo destacar as respostas dos questionários do sexo masculino com renda acima de 10 salários mínimos.