

Antonio

Carlos

Gil

**MÉTODOS  
E TÉCNICAS  
DE PESQUISA  
SOCIAL**

7ª Edição

atlas

## QUESTIONÁRIO

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. Trata-se, portanto, da técnica fundamental para coleta de dados em levantamentos de campo, que é um dos delineamentos mais utilizados nas ciências sociais.

Construir um questionário consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa.

Construir um questionário pode parecer tarefa simples. Mas requer muito mais do que simples bom senso e habilidades de redação. Um bom questionário é quase sempre produto de um longo e exaustivo trabalho. É preciso garantir que as pessoas se sintam motivadas para responder ao que é solicitado. Que entendam as questões que estão sendo propostas. Que não se sintam constrangidas ou ameaçadas ao respondê-las. Para tanto é necessário que o questionário seja elaborado com competência

**Após estudar este capítulo cuidadosamente, você será capaz de:**

- Conceituar questionário.
- Reconhecer vantagens e limitações do questionário.
- Descrever as etapas da construção de um questionário.
- Reconhecer formatos de perguntas que podem ser incluídas em questionários.
- Classificar as questões segundo o seu conteúdo.
- Identificar cuidados a serem tomados na elaboração e ordenação das perguntas.
- Construir alternativas de resposta para perguntas fechadas.

### 13.1 Vantagens e limitações do questionário

O questionário apresenta uma série de vantagens. A relação que se segue indica algumas dessas vantagens, que se tornam mais claras quando o questionário é comparado com a entrevista:

- a) Possibilita atingir grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado pelo correio.
- b) Implica menores gastos com pessoal, posto que o questionário não exige o treinamento dos pesquisadores.
- c) Garante o anonimato das respostas.
- d) Permite que as pessoas o respondam no momento em que julgarem mais conveniente.
- e) Não expõe os pesquisados à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistador.

O questionário enquanto técnica de pesquisa também apresenta limitações, tais como:

- a) Exclui as pessoas que não sabem ler e escrever, o que, em certas circunstâncias, conduz a graves deformações nos resultados da investigação.
- b) Impede o auxílio ao informante quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas.
- c) Impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas.
- d) Não oferece a garantia de que a maioria das pessoas devolvam-no devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa diminuição da representatividade da amostra.
- e) Envolve, geralmente, número relativamente pequeno de perguntas, porque é sabido que questionários muito extensos apresentam alta probabilidade de não serem respondidos.
- f) Proporciona resultados bastante críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significado diferente para cada sujeito pesquisado.

### 13.2 Etapas da construção de questionários

A construção de um questionário adequado aos propósitos de uma pesquisa científica implica a observância de uma sucessão de passos, que vem apresentados a seguir.

#### 13.2.1 Especificação dos objetivos da pesquisa

Todas as pesquisas são orientadas por objetivos. Sua formulação tende a variar de acordo com sua natureza. Nas pesquisas fenomenológicas e na construção de teorias fundamentadas, tendem a ser elaborados de maneira bastante ampla. Já nos levantamentos de campo, em que o questionário constitui a técnica básica de coleta de dados, além dos objetivos chamados gerais, são formulados os objetivos específicos. Estes objetivos é que serão transformados nos itens que compõem o questionário.

### 13.2.2 Conceitualização e operacionalização das variáveis

Os objetivos da pesquisa – ou as hipóteses, quando for o caso – envolvem conceitos, ou seja, imagens mentais que sumarizam um conjunto de observações, sentimentos e ideias. Para serem alcançados requerem o esclarecimento dos conceitos. O que implica a conceitualização, ou seja, sua transformação em variáveis, que podem ser mensuradas. Assim, cada variável deverá ser definida operacionalmente, ou seja, mediante a identificação do procedimento adequado para sua mensuração. Por exemplo, uma pesquisa que tenha como objetivo verificar aspirações de estudantes universitários exigirá a operacionalização de diversas variáveis: aspirações profissionais, expectativa salarial, expectativa de sucesso profissional etc. Cada variável deverá ser definida operacionalmente, de acordo com os objetivos da pesquisa. A variável expectativa salarial poderá, então, ser definida como o nível salarial que os estudantes almejam obter um, dois e três anos após a formatura.

### 13.2.3 Familiarização com as formas de expressão do grupo

As questões que compõem o questionário, assim como as alternativas de resposta, deverão ser elaboradas utilizando termos que são utilizados usualmente pelas pessoas que compõem a população da pesquisa. Quando esse cuidado não é tomado, pode ocorrer que algumas das questões propostas não sejam compreendidas ou sejam compreendidas de forma equivocada, comprometendo os resultados da pesquisa. Assim, mediante entrevistas prévias com alguns integrantes da população – individuais ou coletivas – torna-se possível a familiaridade com suas formas de expressão e, conseqüentemente, uma mais adequada formulação das questões.

### 13.2.4 Estruturação do questionário

Com vistas a alcançar altas taxas de respostas, é preciso atentar para vários aspectos de sua construção, tais como: extensão, formato e ordem das questões, organização de suas partes, instruções para preenchimento etc. Atenção a estes aspectos é fundamental tanto para a coleta dos dados quanto para a análise dos resultados.

### 13.2.5 Pré-teste do questionário

Depois de redigido o questionário, mas antes de aplicado definitivamente, deverá passar por uma prova preliminar. A finalidade dessa prova, geralmente designada como pré-teste, é evidenciar possíveis falhas na redação do questionário, tais como: complexidade das questões, imprecisão na redação, desnecessidade das questões, constrangimentos ao informante, exaustão etc.

### 13.2.6 Aplicação do questionário

Não basta construir um bom questionário. É preciso garantir que o meio adotado para aplicação (pessoalmente, por telefone, *e-mail* etc.) seja o mais adequado. Também é necessário atentar para outros aspectos que podem interferir na qualidade das

respostas, tais como local de aplicação, horário e forma de relacionamento do pesquisador com o respondente.

### 13.3 Forma das questões

Em relação à forma, podem ser definidos três tipos de questão: fechadas, abertas e dependentes. Nas **questões abertas** solicita-se aos respondentes para que ofereçam suas próprias respostas. Pode-se perguntar, por exemplo: "Qual é no seu entender o maior desafio que os estabelecimentos de ensino superior deverão enfrentar nos próximos anos?", oferecendo espaço para escrever a resposta. Este tipo de questão possibilita ampla liberdade de resposta. Mas nem sempre as respostas oferecidas são relevantes para as intenções do pesquisador. Também não facilitam a tabulação dos dados. Recomenda-se, portanto, muita parcimônia no uso de questões deste tipo.

Nas **questões fechadas**, pede-se aos respondentes para que escolham uma alternativa dentre as que são apresentadas numa lista. São as mais comumente utilizadas, porque conferem maior uniformidade às respostas e podem ser facilmente processadas. Mas envolvem o risco de não incluírem todas as alternativas relevantes. Por essa razão é que se recomenda proceder à realização de entrevistas individuais ou coletivas antes da construção definitiva das alternativas. Este procedimento contribui não apenas para a definição de um número razoável de alternativas plausíveis, mas também para redigi-las de maneira coerente com o universo discursivo dos respondentes.

Há perguntas que só fazem sentido para alguns respondentes. Por exemplo, só é conveniente perguntar acerca da opinião do atendimento numa unidade de saúde se a pessoa tiver informada que foi atendida na respectiva unidade. Nesse caso, a pesquisa referente à opinião é **dependente** em relação à outra.

Há vários formatos de questões dependentes. Pode-se, após cada alternativa, escrever o procedimento a ser seguido. Por exemplo:

1. Você fuma cigarros?  
 Sim (responda à questão nº 3)  
 Não (responda à questão nº 4)
2. Que quantidade diária?  
 Menos de um maço  
 Um maço  
 De dois a três maços  
 Mais de três maços
3. Você já fumou no passado?  
 Sim  
 Não

Também é possível apresentar as questões dependentes em caixas recuadas à direita no questionário, conectadas à pergunta base por setas que se originam da resposta apropriada, como indica a Figura 13.1.

4. Você já ouviu falar do Programa Médico da Família?

Sim

Não

*Em caso afirmativo:*

a) Você aprova ou desaprova o programa?

Aprova

Desaprova

Não tem opinião

b) Você já participou de alguma reunião para informar acerca desse programa?

Sim

Não

*Em caso afirmativo:*

A reunião foi

Muito esclarecedora

Esclarecedora

Mais ou menos esclarecedora

Pouco esclarecedora

Nada esclarecedora

**Figura 13.1** Exemplo de questão dependente.

### 13.4 Conteúdo das questões

As questões podem se referir a características pessoais, ações ou coisas ocorridas (fatos), ao que pessoas pensam, esperam, sentem ou preferem (crenças e atitudes), ao que fazem ou já fizeram (comportamentos), aos princípios que as regem (padrões de ação), ou, ainda, às razões. Geralmente, os questionários incluem questões referentes a mais de uma dessas categorias e, muitas vezes, uma única questão envolve aspectos de mais de uma delas. Torna-se conveniente, portanto, estabelecer as distinções entre os diferentes tipos de questões no referente ao seu conteúdo.

#### 13.4.1 Questões sobre fatos

Essas questões referem-se a dados concretos e fáceis de precisar, como sexo, idade, naturalidade, estado civil, número de filhos etc. De modo geral, essas questões são

3

respondidas sem maiores dificuldades, salvo quando o pesquisado possa supor que de suas respostas derive uma consequência negativa, como aumento de impostos. Pode ocorrer, também, que perguntas dessa natureza sejam respondidas equivocadamente, sobretudo quando se referem a fatos distantes no tempo ou que se referem a outras pessoas.

#### 13.4.2 Questões sobre comportamentos

Questões desta natureza são importantes porque constituem indicadores expressivos de comportamento futuro das pessoas em condições similares. A influência da religião na intenção de voto, por exemplo, pode ser conhecida mediante uma pergunta como: "Você tende a considerar a religião do candidato na decisão para quem votar?" Seria melhor, no entanto, obter essa informação mediante perguntas referentes a comportamentos, como: "Em quem você votou nas últimas eleições?", "Você conhece a religião de algum candidato?" e "Você foi influenciado a favor ou contra um candidato por conhecer a sua religião?".

#### 13.4.3 Questões sobre atitudes e crenças

Os questionários visam, frequentemente, obter dados referentes a fenômenos subjetivos, como a crença do respondente na adequação da política econômica do governo, a atitude em relação ao seu próprio trabalho ou a convicção acerca das causas da criminalidade. Questões dessa natureza são as mais difíceis de serem respondidas. Primeiramente, porque nem sempre as pessoas manifestam uma atitude clara ou mesmo uma opinião sobre o assunto, já que pode ocorrer que nunca tenham pensado nele. Depois, porque as pessoas podem não ter uma atitude global sobre determinado assunto, como a legalização do aborto; podem ser favoráveis em certas circunstâncias e contrárias em outras. A despeito, porém, de sua complexidade, as atitudes podem ser medidas por escalas específicas, que serão discutidas no capítulo seguinte.

#### 13.4.4 Questões sobre sentimentos

As questões deste tipo referem-se às reações emocionais das pessoas perante fatos, fenômenos, instituições ou outras pessoas. Medo, desconfiança, desprezo, ódio, inveja, simpatia e admiração são alguns dos sentimentos mais pesquisados mediante questionários. Questões desta natureza são de elaboração mais complexa do que as referentes a fatos e comportamentos.

#### 13.4.5 Perguntas sobre padrões de ação

As perguntas sobre padrões de ação referem-se genericamente aos padrões éticos relativos ao que deve ser feito, mas podem envolver considerações práticas a respeito das ações que são praticadas. O interesse dessas perguntas está em que podem oferecer um reflexo do clima predominante de opinião, bem como do comportamento provável em situações específicas.

### 13.4.6 Questões referentes a razões conscientes de crenças, sentimentos, orientações ou comportamentos

Estas perguntas são formuladas com o objetivo de descobrir os "porquês". Embora sejam perguntas simples de serem formuladas, há que se considerar que as respostas obtidas envolvem apenas a uma dimensão desses "porquês": a dimensão consciente.

## 13.5 Elaboração das questões

A escolha das questões está condicionada a inúmeros fatores, tais como: a natureza da informação desejada, o nível sociocultural dos interrogados etc. Há, no entanto, algumas regras básicas que devem ser observadas.

### 13.5.1 Incluir apenas questões diretamente relacionadas com o problema da pesquisa

Quanto maior for a quantidade de questões, maior será também a probabilidade de obtenção de respostas insatisfatórias. Assim, questões cujas respostas podem ser obtidas mediante procedimentos que não requeiram interrogação devem ser evitadas.

### 13.5.2 Formular questões breves

Perguntas longas têm maior probabilidade de ser mal compreendidas e, consequentemente, conduzir a erros de interpretação e elevação da quantidade de ausência de respostas.

### 13.5.3 Evitar questões muito gerais

Questões muito gerais tendem a ser respondidas insatisfatoriamente em virtude da falta de um quadro de referência. Por exemplo, quando se pergunta "Quão satisfeito você se sente com seu trabalho?", não fica claro se o que se espera é uma resposta acerca das condições de trabalho, de sua natureza ou do salário que proporciona.

### 13.5.4 Utilizar linguagem simples

As perguntas devem ser elaboradas com termos com os quais os respondentes estejam familiarizados. Quando a utilização de termos técnicos for rigorosamente necessária, recomenda-se que estes sejam definidos para evitar mal-entendidos.

### 13.5.5 Utilizar linguagem clara e precisa

Devem ser evitadas as questões ambíguas, ou seja, questões que incluem palavras que podem ter mais de um significado. Considere-se, por exemplo, a questão: Com que frequência você vai à igreja?

( ) Sempre

- Frequentemente
- Regularmente
- Ocasionalmente
- Nunca

A única alternativa redigida de forma clara e precisa é *nunca*. As demais podem ser interpretadas de forma diversa por diferentes respondentes. Uma formulação mais adequada das alternativas de resposta poderia ser:

- Uma ou mais vezes por semana
- De uma a três vezes por mês
- Uma vez por mês
- Entre duas e 6 vezes por ano
- Menos de 6 vezes por ano
- Nunca

### 13.5.6 Evitar questões que induzem a respostas

Existem questões cuja formulação tende a conduzir o respondente a uma determinada direção. Considere-se, por exemplo, a questão: "Você considera que os salários recebidos pelos juizes são muito elevados?". A maneira como está formulada pode estar indicando que a resposta afirmativa é mais desejável que a negativa.

### 13.5.7 Evitar questões múltiplas

Questões que incluem dois ou mais assuntos tornam muito difícil ou mesmo impossível a adequada interpretação. Por exemplo: "Quão satisfeito você se sente com seu salário e suas condições de trabalho?". A resposta a uma questão como esta não deixa claro se o respondente está se referindo ao salário ou às condições de trabalho.

### 13.5.8 Evitar questões que incluem negativas

Nas questões que incluem a palavra 'não' ou outro termo que indique negação é frequente a situação em que o respondente não presta atenção a ela, levando-o, conseqüentemente, a responder de forma inversa à pretendida. Essa situação torna-se, ainda, mais grave quando se incluem negativas duplas. Considere-se, por exemplo, a dificuldade para obter uma resposta confiável com a questão: "Você concorda com a proposta de não conceder bolsa de estudos a estudantes que não apresentam carência de recursos?".

### 13.5.9 Evitar questões com palavras estereotipadas ou ameaçadoras

Existem palavras que por serem estereotipadas ou apresentarem conotação negativa tendem a ser evitadas ou mesmo rejeitadas, pois levam muitos respondentes a responde

as questões que as incluem de maneira inapropriada, principalmente quando o questionário é aplicado com entrevista. Nessas situações é comum o uso dos mecanismos de defesa que, de forma inconsciente, levam as pessoas a se defenderem contra uma situação que lhes parece ameaçadora.

### 13.6 Ordem das perguntas

Mesmo tomando todos os cuidados possíveis em relação à elaboração das questões, pode ocorrer que o questionário apresente problemas em virtude da ordem das questões. Torna-se necessário, portanto, definir primeiramente e agrupar as questões em categorias que irão constituir seções do questionário. A determinação dessas seções depende dos objetivos do questionário. Seria possível, por exemplo, organizar um questionário de natureza profissiográfica em seções como: dados sociodemográficos, situação de emprego, atividades desempenhadas, condições de trabalho, remuneração e benefícios, atitudes perante o trabalho atual e aspirações profissionais. Tanto as seções quanto as questões que as integram precisam ser organizadas logicamente com vistas a conferir coerência ao questionário.

Atenção especial deve ser conferida às primeiras questões, pois estas indicam ao respondente a que se refere o questionário, o quanto este pode ser interessante e a dificuldade para responde-las. Assim, Dillman (2000) recomenda que a primeira questão esteja diretamente conectada com os objetivos da pesquisa, seja interessante, fácil de responder e aplicável a qualquer integrante da amostra.

Como norma geral para ordenação das perguntas, adota-se a “técnica do funil”, segundo a qual cada questão deve relacionar-se com a questão antecedente e apresentar maior especificidade. Por exemplo, se uma pesquisa tem como objetivo verificar a percepção acerca da fidedignidade das notícias veiculadas pelos jornais a respeito dos problemas socioeconômicos do país, pode-se desejar primeiramente saber o que a população entende por problema, qual a percepção acerca da importância de cada problema, a quantidade de informação de que dispõe sobre eles, quais as fontes de informação, em que medida alguns jornais a influenciaram em relação a esses problemas. Assim, as perguntas seguintes apresentam-se na sequência do funil.

1. Quais você acredita que sejam os principais problemas com que se defronta o país?
2. Dos problemas mencionados a seguir, qual você acredita que seja o mais importante?
3. Onde você obteve a maioria das informações acerca desse problema?
4. Que jornais você lê?

Há situações, no entanto, em que se recomenda inverter a sequência. Quando o assunto da pesquisa não é suficientemente motivador para que os respondentes se comuniquem a respeito, pode ser mais interessante iniciar o questionário com perguntas mais específicas, que são mais fáceis de se responder, e deixar as questões mais amplas para o final. Por exemplo, numa pesquisa que tenha como finalidade

verificar a percepção da eficácia das medidas preventivas em relação à aids, pode ser mais interessante apresentar as questões nesta sequência:

1. Você conhece pessoas que ficaram doentes de aids?
2. Como você acha que essas pessoas contraíram aids?
3. O que você acredita que pode ser feito para que as pessoas não venham a contrair aids?
4. Que medida os responsáveis pela Saúde Pública devem adotar para evitar o aumento do número de pessoas com aids?

Qualquer que seja, no entanto, o critério adotado para ordenação das questões, especial atenção deve ser conferida ao chamado efeito de contexto, que se refere ao processo em que as perguntas anteriores afetam as respostas a perguntas posteriores. Por exemplo, Strack, Martin e Schwarz (1988) realizaram pesquisas com estudantes universitários sobre a satisfação geral com a vida e a frequência de namoro. Quando o item de satisfação com a vida vinha primeiro no questionário, constataram baixa correlação entre essas duas variáveis. Quando, porém, o item de frequência de namoro vinha primeiro, a correlação entre as duas mostrou-se bastante elevada, sugerindo que aqueles que namoram mais têm uma forte tendência a estar mais satisfeitos com suas vidas.

Embora tenha sido indicado que de modo geral os questionários se iniciam com as perguntas mais gerais, pode ser conveniente colocar perguntas referentes a dados demográficos mais insípidos, como gênero, idade e naturalidade apenas no final dos questionários. Pedir-los logo no início pode conferir ao questionário uma aparência rotineira a ponto de desestimular as pessoas a respondê-lo.

### 13.7 Construção das alternativas

A maioria dos questionários envolve questões fechadas. Muito de sua eficácia tem a ver, portanto, com as alternativas que são apresentadas em cada questão. Assim, torna-se necessária a observância de uma série de requisitos neste processo. Por isso é que se recomenda que a versão definitiva do questionário seja elaborada somente após um estudo exploratório envolvendo pessoas que poderiam integrar a amostra da pesquisa. Essas pessoas seriam entrevistadas, individualmente ou em grupo, com vistas a obter conhecimento acerca de seu universo de discurso. As alternativas seriam, então, redigidas levando-se em consideração suas falas, que foram identificadas no estudo exploratório.

Alguns dos mais importantes cuidados a serem tomados na construção das alternativas são apresentados a seguir.

#### 13.7.1 Mútua exclusividade e exaustividade

A construção das alternativas tem como finalidade classificar as pessoas em relação a determinado fator ou característica. Os objetivos da pesquisa ficarão prejudicados

se as categorias se sobrepuerem ou se categorias significativas forem omitidas. Assim, as categorias deverão ser exaustivas, ou seja, elaboradas de tal forma que todas as pessoas que compõem o universo da pesquisa sejam incluídas.

Considere-se, por exemplo, a questão:

Indique, por favor, a sua religião:

- Católica
- Protestante
- Espírita
- Outra religião

Essas alternativas não são exaustivas, pois pessoas sem religião não teriam como responder à questão.

Considerem-se, agora, as alternativas para a mesma questão:

- Católica
- Protestante
- Metodista
- Presbiteriana
- Espírita
- Umbandista
- Outra religião
- Sem religião

As alternativas são exaustivas, mas nem todas são mutuamente exclusivas, pois os metodistas e os presbiterianos poderiam ser incluídos também na categoria protestante.

### 13.7.2 Número de alternativas

Não é possível definir a quantidade ideal de alternativas. Há perguntas que conduzem naturalmente a duas alternativas, como as que se referem a gênero (masculino e feminino). Perguntas do tipo "Você fuma?" ou "Você já foi submetido a alguma cirurgia?". Igualmente conduzem a apenas duas alternativas. Uma pergunta do tipo "Qual a sua opinião acerca da pena de morte?" também conduz a duas respostas; no caso, *Favorável* e *Contrária*. Mas isso não é recomendável, pois existem muitas posições possíveis entre essas duas alternativas. Inserir uma alternativa do tipo *Não tenho opinião* amplia as possibilidades, mas isso provavelmente será insuficiente. O mais recomendável seria indicar duas categorias extremas – *Totalmente favorável* e *Totalmente contrária* – e outras categorias intermediárias, ordenadas num contínuo.

Considere-se agora uma pergunta referente ao nível de escolaridade. Admitindo-se o que é estabelecido na legislação educacional vigente, as alternativas poderiam ser:

- Fundamental.
- Média.
- Superior.

Nesse caso seria conveniente inserir mais categorias. Considerando-se que o tempo correspondente ao Ensino Fundamental é longo (nove anos) e que a maioria da população brasileira não possui nível de escolaridade superior a este nível, seria mais conveniente inserir outras categorias. Por exemplo:

- Fundamental incompleto.
- Fundamental completo.
- Médio incompleto.
- Médio completo.
- Superior incompleto.
- Superior completo.

Mesmo ampliando o número de categorias, essa questão poderia ficar prejudicada se a pesquisa fosse realizada com segmentos de população muito carentes, em que seria possível encontrar pessoas sem escolaridade formal. É possível mesmo que algumas pessoas não pudessem responder diretamente ao questionário, por serem analfabetas.

### 13.7.3 Alternativas gerais e específicas

Para muitos tipos de questão é possível utilizar alternativas gerais, que são úteis por permitirem – ainda que num nível apenas ordinal – a mensuração do fenômeno. Assim, numa pergunta relativa à frequência com que algo ocorre ou ocorreu, podem ser utilizadas as alternativas:

- Nunca.
- Raramente.
- Às vezes.
- Muitas vezes.
- Sempre.

Perguntas que envolvem avaliação podem ter como alternativas:

- Muito bom.
- Bom.
- Regular.
- Ruim.
- Muito ruim.

Há, no entanto, questões cujas alternativas não podem seguir uma fórmula geral. Seja, por exemplo, uma questão referente à preferência por gêneros de filmes. Nesse caso, as alternativas poderiam ser:

- Drama.
- Comédia.

- Romance.
- Suspense.
- Policial.
- Terror.
- Guerra.
- Outro.

Note-se que as alternativas só podem ser consideradas numa escala nominal. E que a questão exige uma categoria "outros", pois há necessidade de limitar o número de categorias. Em relação a essa categoria, é necessário garantir que não irá conter um número muito grande de respostas. Caso contrário será necessário ampliar o número de categorias.

### 13.7.4 Número par ou ímpar de alternativas

Muitas pessoas não se sentem à vontade para indicar posições extremas. Assim, numa questão em que apareçam três alternativas como: *sim, não e mais ou menos* ou *sim, não e às vezes*, é provável que um grande número de respondentes opte pela alternativa central. Essa situação conduz a uma polêmica: deve-se evitar um número ímpar de alternativas?

Não há uma regra definitiva a respeito. O que mais ajuda nesses casos é o estudo exploratório, já que este permite verificar quão sensível pode ser uma questão. Quando se verifica que determinada questão trata de um assunto íntimo ou de alguma forma embaraçoso, pode ser interessante adotar um número par de alternativas. Quando, porém, a pergunta se refere a um assunto "neutro", é mais recomendável um número par de alternativas.

### 13.7.5 A alternativa "não sei"

Alguns pesquisadores evitam colocar a alternativa *não sei*, temendo a obtenção de respostas evasivas. Trata-se de preocupação justificável, sobretudo quando o que se deseja é obter informações referentes a opiniões e atitudes. Mas, em muitas vezes, a inclusão dessa alternativa é necessária. É o caso das perguntas que envolvem conhecimentos referentes ao assunto abordado. Por exemplo:

A empresa em que você trabalha tem um Código de Ética?

Autores, como Hill e Hill (2005), sugerem que quando as perguntas para solicitar opiniões e atitudes requerem um conhecimento específico, é preferível construir duas perguntas: a primeira para verificar o conhecimento do respondente, a segunda para investigar suas opiniões e atitudes. Por exemplo:

Você tem conhecimento acerca da política de formação que é praticada em sua empresa?

- Sim
- Não

A política salarial de sua empresa é:

- Muito boa
- Boa
- Regular
- Má
- Muito má

### 13.7.6 Apresentação do questionário

A apresentação material do questionário merece particular atenção, sobretudo porque as respostas devem ser dadas sem a presença do pesquisador. Como a apresentação material constitui, na maioria dos casos, o mais importante estímulo para a obtenção de respostas, cuidados especiais deverão ser tomados em relação a:

- 1) **Apresentação gráfica:** esse cuidado envolve o tipo de papel, os caracteres, a diagramação, o espaçamento das questões, a apresentação dos quadros a preencher, dos quadrinhos a assinalar etc. Eles são importantes para facilitar não apenas o preenchimento, mas também as operações de codificação e tabulação.
- 2) **Instruções para preenchimento:** o questionário deve conter instruções acerca do correto preenchimento das questões, preferencialmente com caracteres distintos. Quando se passa de uma parte a outra, não se deve hesitar em imprimir fórmulas de transição.
- 3) **Introdução do questionário:** o questionário deve conter uma introdução, seja através de carta em separado, ou de uma introdução apresentada em tipos gráficos especiais. Essa introdução deverá conter informações acerca da entidade patrocinadora do estudo e das razões que determinaram sua realização. A introdução deverá ainda servir para explicar por que são importantes as respostas do consultado e para informar acerca do anonimato da pesquisa.

### 13.8 Pré-teste do questionário

Depois de redigido o questionário, mas antes de aplicado definitivamente, deverá passar por uma prova preliminar. A finalidade dessa prova, geralmente designada como pré-teste, é evidenciar possíveis falhas na redação do questionário, tais como: complexidade das questões, imprecisão na redação, desnecessidade das questões, constrangimentos ao informante, exaustão etc. O pré-teste é realizado mediante a aplicação de alguns questionários (de 10 a 20) a elementos que pertencem à população pesquisada.

Para que o pré-teste seja eficaz é necessário que os elementos selecionados sejam típicos em relação ao universo e que aceitem dedicar, para responder ao questionário, maior tempo que os respondentes definitivos. Isso porque, depois de responderem ao questionário, os respondentes deverão ser entrevistados a fim de se obterem informações acerca das dificuldades encontradas.

O pré-teste de um instrumento de coleta de dados tem por objetivo assegurar-lhe validade e precisão. Nos questionários, o cumprimento da obtenção desses requisitos é bastante crítico. Todavia, o pré-teste deve assegurar que o questionário esteja bem elaborado, sobretudo no referente a:

- a) Clareza e precisão dos termos.
- b) Forma de questões.
- c) Desmembramento das questões.
- d) Ordem das questões.
- e) Introdução do questionário.

### Exercícios e trabalhos práticos

1. Formule objetivos que correspondam a determinado problema de pesquisa. Em seguida, a partir desses objetivos, elabore itens para um questionário.
2. Identifique problemas de pesquisa suscetíveis de investigação mediante questionários.
3. Analise em que medida o não retorno de 50% dos questionários sobre atitudes em relação ao sexo, entregues a um grupo de 100 pessoas, poderá afetar os resultados da pesquisa.
4. Elabore um questionário para obtenção de dados acerca de determinado problema, apenas com perguntas abertas. Após a sua aplicação, procure ordenar as questões para tabulação.