

Algumas considerações para criação de um questionário de pesquisa

Some considerations for creating a research questionnaire

ÁLIDA ROSÁRIA SILVA FERREIRA 

A falta de definição clara de objetivos de um estudo é, comumente, agravada por questionários desenhados de forma incorreta. Aqui, falarei apenas do questionário em si, sem entrar em detalhes sobre delineamento do estudo.

Os erros cometidos podem levar a resultados indesejados ao final do processo. Esses erros podem ser derivados de problemas na captação dos dados ou no processamento inadequado. A seguir estão listadas cinco questões importantes que requerem atenção ao criar-se um questionário de pesquisa:

1. Não peça para o entrevistado se identificar: a pesquisa identificada só deve ocorrer em situações muito especiais como em pesquisa longitudinal em que os indivíduos serão acompanhados ao longo do tempo;
2. Não pergunte diretamente sobre renda: de forma geral, é comum ocultar-se a informação verídica sobre renda. Em alguns casos a alteração é caracterizada pelo aumento do valor para evitar o constrangimento de padrão financeiro muito baixo e, no outro extremo, algumas vezes reduz-se o valor para evitar a curiosidade por padrão de vida financeiro mais alto. Ao invés de perguntar diretamente, podem-se utilizar faixas de rendas mais amplas ou mesmo identificar o padrão socioeconômico, utilizando-se medidas indiretas. De toda forma, é preciso pensar se renda é variável importante para o estudo que está a ser realizado ou entrou apenas para cumprir protocolo padrão de perguntas;
3. Evite perguntas abertas: perguntas abertas são aquelas em que o entrevistado escreve livremente a resposta, sem ter que atender

a padrão de escolha entre opções. Esses dados dificilmente serão compactados de forma a poderem ser utilizados em análise estatística quantitativa. Como forma descritiva funciona, mas se essa é variável importante para a os objetivos do estudo, faça perguntas fechadas;

4. Sempre deixe disponível a opção “não quero responder” para qualquer pergunta: o entrevistado/a tem o direito de não responder a perguntas que ele/a não se sinta à vontade. Em muitos questionários online o organizador da pesquisa coloca a instrução de que todas as respostas são obrigatórias, porém não deixa a opção “não quero responder”. Isso pode gerar dois problemas: a) o entrevistado abandona a pesquisa e b) o entrevistado mente para seguir em frente. Em ambos os casos há impacto negativo nos resultados do estudo;
5. Escala de Likert: a escala de Likert (Likert, 1932) é escala de mensuração de atitude que mede o sentido e a intensidade de concordância ou discordância sobre uma afirmativa. Normalmente, é escala de 5, 7 ou até 10 pontos. Essa escala também requer a opção de não ser respondida, sob o risco do entrevistado atribuir valor baixo em virtude de seu descontentamento por ser obrigado a responde-la. Novamente, um viés que será incluído nos resultados e pode afetar negativamente as conclusões.

Vale destacar que não existe questionário ou pesquisa perfeita, mas sempre é possível rastrear alguns problemas mais comuns e evitá-los.

REFERÊNCIA

1. Likert R. A technique for the measurement of

attitudes. New York : The Science Press, 1932. Series: Archives of psychology, no. 140.

