

A TÉCNICA DO QUESTIONÁRIO: conceituação, características, vantagens e limitações

Luiz Carlos dos Santos¹

Em linhas gerais, Gil (2011), Fachin (2005) e Joseph Hair Jr *et al* (2005), conceituam questionário como uma técnica ou instrumento de coleta de informações/dados, muito utilizada em pesquisa científica de cunho teórico-empírico. O questionário oportuniza o levantamento de percepções, opiniões, crenças, sentimentos, interesses e demais terminologias congêneres, acerca de um determinado fenômeno, fato, acontecimento, ocorrência, objeto ou empreendimento.

Trata-se de um documento, contendo um rol de perguntas, que o pesquisado responde, por escrito, e devolve pelo correio, pela internet (por e-mail ou plataforma digital) ou, ainda, por pessoa responsável pela coleta das informações. Contudo, esclareça-se, que a pessoa que recolhe o material não pode estar presente no momento em que o pesquisado responde as questões, uma vez que a técnica do questionário não admite o contato face a face, diferentemente da técnica do formulário.

O questionário, segundo Gil (2011, p.128), pode ser definido como “A técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”. Assim, nas pesquisas de natureza empírica, é o questionário uma técnica que servirá para coletar as informações de uma realidade, o qual propicia um *plus* à investigação, seja voltada para fins acadêmicos (artigo, monografia, dissertação, tese) ou destinada a uma determinada organização/empreendimento.

Santos (2017) alerta que as perguntas contidas em um questionário devem estar relacionadas à temática investigativa, à problemática da pesquisa, às indagações norteadoras ou hipóteses de trabalho, bem como aos objetivos do estudo (geral e específicos). De acordo com

¹ Bacharel em Ciências Contábeis (UFBA); Bacharel em Direito (UFBA); Licenciado em Administração (UNEB); Tecnólogo em Administração Hoteleira (IFBA); Especialista em Administração Tributária (UCSAL); Mestre em Educação (UQAM-Canadá); Doutor em Ciências Empresariais (UMSA-Argentina); Doutor em Desenvolvimento Regional e Urbano (UNIFACS-Salvador); Professor Pleno da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), atuando no Departamento de Ciências Humanas (DCH), *Campus* I e cooperando no Departamento de Educação (DEDC), *Campus* XIII; Líder do Grupo de Pesquisa/CNPq-Gestão de Organizações; Membro efetivo do Conselho Editorial da Editora da Universidade do Estado Bahia (EDUNEB), representante da grande área das Ciências Sociais Aplicadas; Membro do Conselho Editorial da Revista Acadêmico Mundo; Avaliador “ad hoc” Institucional e de Cursos - INEP/MEC; auditor fiscal do Estado da Bahia-aposentado; e-mails - lcsantos722@gmail.com; lsantos@uneb.br - *site* instrucional: www.lcsantos.pro.br. ID Lattes: 361640631008583.

o autor, não adianta inserir questões no documento que não tenham nexos com o objeto da investigação. O mesmo autor sugere que o questionário seja agrupado em dois blocos: um denominado de bloco I, contendo as informações pessoais do respondente, quando necessárias, a exemplo de - sexo/gênero, estado civil, faixa etária, faixa de remuneração, grau de instrução etc. -; o outro, intitulado bloco II, abrangendo a percepção/opinião do pesquisado quanto ao objeto investigativo.

Para não extenuar/cansar o respondente, a literatura existente sobre questionário, de um modo geral, recomenda que o mesmo deve conter entre 10 e 25 perguntas. Estas devem ter redação clara, concisa, coesa, objetiva, sem lapsos, equívocos ou erros gramaticais, enfim, uma linguagem simples e direta, que atinja o público alvo da pesquisa.

Os autores clássicos sobre a técnica do questionário, entre eles Marconi e Lakatos (2008), Gil (2011), Boaventura (2007), expõem acerca das vantagens e limitações/desvantagens que o instrumento apresenta, conforme o descrito adiante.

Vantagens:

- Possibilita atingir grande número de pessoas/respondentes, mesmo que estejam dispersos numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado, pelo correio postal ou endereço eletrônico;
- Implica menores gastos, dispêndios ou despesas com pessoal, posto que o questionário não exige o treinamento dos pesquisadores;
- Garante o anonimato das respostas;
- Permite que a pessoa o responda no momento em que julgarem mais conveniente;
- Não expõe os pesquisadores à influência das percepções/opiniões e do aspecto pessoal do respondente;
- Permite que o pesquisado apresente respostas mais acuradas, especialmente quando são questões que podem causar embaraço na presença de um pesquisador;
- Se a resposta demandar a consulta de documentos, o questionário preenchido pelo pesquisado/respondente pode ser o preferido e o resultado, mais acurado, pois ele terá mais tempo para responder;
- Maximiza a recompensa para quem responde, por exemplo, agradecendo à participação com antecipação e indicando que o resultado da pesquisa será enviado;
- Fornece alguma demonstração que conduza à credibilidade no trabalho por parte do informante, como, por exemplo, indicando a instituição de educação que o pesquisador se

vincula, bem como a entidade que está financiando a pesquisa.

Desvantagens/limitações:

- Exclui as pessoas/respondentes que não sabem ler e escrever, o que, em certas circunstâncias, conduz a graves deformações nos resultados da investigação;
- Impede o auxílio ao informante/pesquisado quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas;
- Impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas;
- Não oferece a garantia de que a maioria das pessoas o devolva o instrumento devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa diminuição da representatividade da amostra – em média, 30% dos questionários são devolvidos pelos pesquisados;
- Envolve, geralmente, número relativamente pequeno de perguntas, porque é sabido que questionários muito extensos apresentam alta probabilidade de não serem respondidos;
- Proporciona resultados bastante críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significados diferentes para cada sujeito pesquisado;
- Utilizado somente quando as questões são simples e diretas, com instruções claras e definidas;
- É inflexível, no sentido que não pode ser realizada uma checagem dos dados coletados;
- É inapropriado quando se deseja respostas espontâneas;
- Não dá oportunidade de suplementar as respostas do pesquisado através da observação de dados.

Saliente-se, entretanto, que os pontos elencados como limitações do questionário não devem servir de desestímulo para o uso da técnica, mas, sim, para melhor direcionar sua operacionalização, tanto na escolha do tipo de questões, quanto no universo dos pesquisados. Um ponto de capital relevância, entre os aspectos positivos, é, sem dúvida, o baixo custo do questionário, principalmente para os iniciantes na pesquisa - estudantes da graduação. Nessa ótica financeira, então, o questionário seria uma estratégia mais democrática na investigação científica.

Marconi e Lakatos (2011) destacam que junto com o questionário deve-se enviar uma nota ou carta explicando a natureza da pesquisa, sua importância, orientador (a), objetivo geral do estudo e a necessidade de obter respostas, numa tentativa de despertar o interesse do

respondente para que ele preencha e devolva o questionário dentro de um prazo razoável. Isso é importante, pois o pesquisado pode sentir-se envolvido no processo investigativo.

No próprio questionário, na parte superior, o iniciante na pesquisa poderá elaborar uma sinopse/súmula dirigida ao respondente, contendo o propósito/finalidade da pesquisa, importância do trabalho, quem orienta, o agradecimento antecipado pelo retorno do instrumento, finalizada com o nome completo do estudante. Logo a seguir, como já exposto anteriormente, deve-se inserir as informações relativas ao perfil do pesquisado (sexo/gênero, faixa etária, faixa de remuneração, grau de instrução, entre outras), sob a denominação de bloco I, seguido do bloco II, o qual deve conter as perguntas pertinentes ao objeto investigativo (temática, problematização, hipótese de pesquisa ou questões norteadoras e objetivos do estudo (geral e específicos).

Selltiz (1965, p. 281, *apud* Marconi e Lakatos, 2011), aponta fatores influentes no retorno dos questionários: o patrocinador, a forma atraente, a extensão, o tipo de carta que o acompanha, solicitando colaboração; as facilidades para seu preenchimento e sua devolução pelo correio; motivos apresentados para a resposta e tipo de classe de pessoas a quem é enviado o questionário. São, assim, pormenores relevantes para a operacionalização da técnica de coleta de dados.

Parafrazeando Fachin (2005), as perguntas podem ser classificadas em: abertas, fechadas e dependentes. As perguntas abertas são aquelas que propiciam liberdade ilimitada de respostas ao respondente. Nelas poderá ser utilizada linguagem própria do pesquisado, há uma carga de subjetividade. Esse tipo de pergunta apresenta a vantagem de não haver influência das respostas pré-estabelecidas pelo pesquisador, pois o informante escreverá aquilo que lhe vier à mente. Um dificultador das perguntas abertas é o fato de haver liberdade de escrita: o respondente terá que ter habilidade de escrita, de formatação e de construção do raciocínio. Do ponto de vista do iniciante na pesquisa, as questões abertas exigem domínio na tabulação, tratamento e interpretação dos resultados, requer, portanto, competência/experiências de estratégias de interpretação, a exemplo de: análise de conteúdo; análise do discurso; análise de narrativa; análise de conversa, entre outras.

Já as perguntas fechadas trarão alternativas específicas para que o informante/pesquisado escolha uma delas. Têm como aspecto negativo a limitação das possibilidades de respostas, restringindo, pois, as opções de manifestação do pesquisado. Elas poderão ser de múltipla escolha, dicotômicas e tricotômicas (trazendo apenas duas ou três alternativas, a exemplo de: sim ou não; favorável ou contrário; sim, não ou em parte.

As questões dependentes ocorrem quando há dependência da resposta dada a uma

pergunta, o investigado passará a responder uma ou outra pergunta, havendo indagações que apenas serão respondidas se uma anterior tiver determinada resposta. Como asseverado inicialmente, o questionário pode buscar resposta a diversos aspectos da realidade. As perguntas, assim, poderão ter, segundo ensinamentos de Gil (2011), conteúdo sobre fatos, ocorrências, fenômenos, atitudes, comportamentos, sentimentos, padrões de ação, comportamento presente ou passado, entre outros. Um mesmo instrumento/questionário poderá abordar situações diversas desses aspectos. Observe-se, ainda, que nas questões tricotômicas (sim, não ou em parte), o pesquisador poderá solicitar do respondente que justifique tal alternativa. Neste caso, a pergunta seria mista: uma parte fechada e a outra aberta, requerendo do respondente a explicação de sua escolha.

Elaboradas as perguntas, tanto o iniciante na pesquisa quanto o pesquisador experiente devem refletir sobre a pertinência das questões. Nesse sentido, apresenta-se as indagações e/ou observâncias, adiante arroladas:

- Se iniciante na pesquisa, utilizar o maior número possível de questões fechadas e ou parcialmente fechadas;
- As palavras utilizadas são uniformemente entendidas?
- As questões apresentam abreviaturas ou frases não convencionais?
- As indagações são muito vagas, muito precisas ou tendenciosas?
- As perguntas são inconvenientes ou embaraçosas? (essa é uma questão de ética na pesquisa);
- Existem perguntas duplas, ou seja, duas indagações são combinadas em uma, exigindo uma única resposta do informante?
- Há questões mutuamente exclusivas?
- Está sendo exigido muito conhecimento do informante? (adequação ao público alvo da pesquisa);
- Podem as respostas serem comparadas com informações existentes?
- Colocar as perguntas em ordem descendente de importância.
- Agrupar as indagações de categorias similares, e colocá-las dentro das áreas temáticas por tipo de questão;
- Posicionar as perguntas mais desagradáveis aos respondentes após aquelas consideradas mais agradáveis em cada categoria temática.

Revistas as perguntas (conteúdo e forma), passe-se à fase do Pré-teste, etapa importantíssima, porque, de acordo com Vera Carmo (2013), “é provável que não se consiga prever todos os problemas e/ou dúvidas que podem surgir durante a aplicação do questionário”.

Assim sendo, pode haver expressiva perda de tempo, recurso financeiro e credibilidade caso se constate alguma inconsistência grave com o instrumento já na sua fase de aplicação propriamente dita. Nessa situação, o questionário terá que ser refeito e estarão perdidas todas as informações/dados já colhidos.

Terminada essa etapa, as questões onde não se obteve o tipo de informação solicitada deverão ser expurgadas. As perguntas em que os respondentes tiveram dificuldade de entendimento deverão ser revisadas. Depois, dependendo do fator tempo, um novo estudo, ou (re) teste pode ser realizado, de modo que seja obtido o maior número de resposta possível.

A penúltima fase do questionário é a aplicação do referido instrumento que se realiza, como já dito, por postagem nos correios ou via *online*. Aliás, estudantes e pesquisadores cada vez mais utilizam a remessa e o consequente recebimento por meio de endereço eletrônico ou plataforma digital.

Recebido os questionários pelos respondentes, segue-se a última fase da técnica – tabulação, tratamento e interpretação das respostas. Com os recursos da tecnologia da informação e comunicação, mormente quando as perguntas são fechadas, o iniciante na investigação científica ou pesquisador não terá dificuldade na análise dos resultados. Porém, frise-se, que as questões abertas, apesar de requererem bem mais trabalho na interpretação das respostas, a gama de informações e dados possibilita o olhar/percepção mais acurado acerca da temática, sua problematização e os objetivos do estudo.

Enquanto considerações finais deste brevíssimo texto aconselha-se ao estudante da graduação, da pós-graduação e de profissionais pesquisadores que ao escolherem a (s) técnica (s) para a coleta de dados e informações analise as vantagens e desvantagens de cada instrumento (formulário, questionário, entrevista, observação etc.), pois, apesar de guardarem semelhanças, há peculiaridades próprias. Um analfabeto, por exemplo, não tem como ser público alvo de uma pesquisa, a qual se utilize da técnica do questionário, contudo, a depender da temática investigativa, sua contribuição poderá ser importante para uma investigação científica em que se use da técnica do formulário.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Anelise Montañes; VESCE, Gabriela Eyng Possolli. As representações sociais no discurso do sujeito coletivo no âmbito da pesquisa qualitativa. Disponível em: https://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2008/724_599.pdf. Acesso em 15 nov. 2009.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Exercícios de metodologia da pesquisa**. Salvador: Quarteto, 2017.

CARMO, Vera. **O uso de questionários em trabalhos científicos**. Disponível em: http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2013_2/O_uso_de_questionarios_em_trabalhos_cient%edficos.pdf. Acesso em: 03 set. 2020.

CHAER, G.; DINIZ, R. R. P.; RIBEIRO, E. A. A técnica do questionário na pesquisa educacional. **Evidência**, Araxá, v. 7, n. 7, p. 251-266, 2011. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/maio2013/sociologia_artigos/pesquisa_social.pdf. Acesso em: 02 set. 2020.

COSTA, Marisa Vorraber (org.). **Caminhos investigativos: novos olhares na pesquisa em educação**. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011,

GOODE, Willian J.; HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. 4a ed. São Paulo: Nacional, 1972.

GÜNTHER, Hartmut. **Pesquisa Qualitativa versus Pesquisa Quantitativa: Esta é a questão?** Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-37722006000200010&script=sci_arttext. Acesso em 15 nov. 2009.

HAIR JR., Joseph *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**; tradução Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

LEVILLE, Christian; DIONE, Jean. **Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**; tradução Heloisa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de S.; SANCHES, Odécio. **Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?** Disponível em: http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0102-311X1993000300002&script=sci_arttext. Acesso em: 03 set. 2020.

RIBEIRO, Elisa. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. In: **Evidência, olhares e pesquisas em saberes educacionais**. Número 4, maio de 2008. Araxá. Centro Universitário do Planalto de Araxá.

SANTOS, Luiz Carlos dos. **Questionário: considerações gerais (2017)**. Disponível em: www.lcsantos.pro.br/ Acesso em: 01 set. 2020.

SERAPIONI, Mauro. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração. **Ciênc. saúde coletiva [online]**. 2000, vol.5, n.1, p.187-192. ISSN 1678-4561. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232000000100016>.

Disponível em: Acesso em: 31 ago. 2020.

TURATO, Egberto Ribeiro. **Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde:** definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102005000300025&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 01 set. 2020.



LUIZ CARLOS DOS SANTOS
www.lcsantos.pro.br