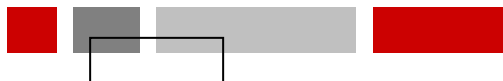




# Concepção e Teste de Questionários



Departamento de Metodologia Estatística

7 .Novembro. 2006



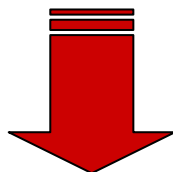
## O Contexto



Declaração de Qualidade do SEE

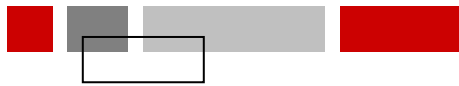
Código de Conduta para as Estatísticas Europeias

Projectos de Implementação da Qualidade



Manual de Práticas Recomendadas para a  
Concepção e Teste de Questionários





## Objectivo do Manual de Práticas Recomendadas:



Melhorar a qualidade das estatísticas europeias.

**Como?** Actuando na redução dos erros de medida:

- do questionário
- do respondente
- do entrevistador
- do método de recolha

# O que é um questionário?



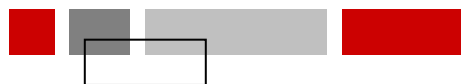
“Instrumento identificável, contendo questões destinadas a recolher dados dos respondentes” (fonte: Terminology on Statistical Metadata, Statistical Standards and Studies)

- Um instrumento de medida estatística
- Um instrumento de comunicação



O Conhecimento do comportamento dos respondentes





# Fases do modelo cognitivo do processo de resposta

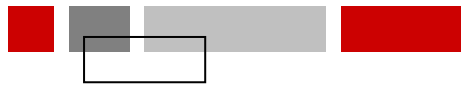


- 0). **Codificação:** o processo de criar memórias de experiências
- 1). **Compreensão:** o processo de interpretação da questão, tentando-se identificar o seu significado (contexto e linguagem)
- 2). **Extracção:** o processo de recuperar a informação relevante da memória para responder à questão
- 3). **Julgamento:** o processo de formatar o que foi extraído da memória
- 4). **Reporte:** o processo de seleccionar e comunicar uma resposta.



Principais efeitos do comportamento dos respondentes que introduzem erros de medida:

- Efeitos Contextuais: a influência das outras questões na interpretação da questão (Compreensão)
- Efeitos de “Sensibilidade”: a invasão da privacidade
- Efeitos da memória: o esquecimento
- A “Conveniência Social”; a “Imagem conveniente” (Reporte)
- “Ponto de fadiga”: o respondente deixa de se

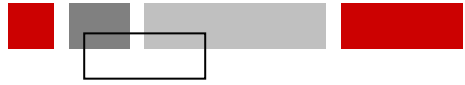


# Princípio central da construção de questionários



O respondente deve:

- Compreender claramente o que lhe é perguntado
- Ser capaz, em princípio, de responder às questões
- Compreender como a resposta deve ser dada
- Querer responder com sinceridade



# Etapas do processo de construção de questionários



1. Desenvolver a estrutura conceptual
2. Redigir e sequenciar as questões
3. Usar os elementos de design visual
4. (Implementar tecnicamente o questionário electrónico)
5. Testar e rever o questionário







# Etapas do processo de construção de questionários



## Desenvolver a estrutura conceptual

1. Pesquisa de informação disponível
2. Definição dos objectivos do inquérito: “só o que se quer e nada mais”
3. Conceptualização
4. Testes de aprofundamento conceptual
5. Esquematizar o questionário
6. Definição das variáveis de observação e dos indicadores de difusão
7. Escolha do método de recolha
8. Elaboração do 1º esboço do questionário

# Desenvolver a estrutura conceptual



## A Escolha do método de recolha

Tecnologia	Envolvimento de entrevistador	
	Por entrevista	Auto-preenchido
Recolha assistida por computador (CAI)	CAPI, CATI	Técnicas CASI: TDE, CAWI, WBS, (WebSurveys), DBM, EMS
Recolha em papel (PAPI)	PAPI com entrevista face-a-face	PAPI via postal



# Desenvolver a estrutura conceptual



## A Escolha do método de recolha

- **O tópico do inquérito:** se o assunto tratado pelo inquérito é muito sensível, o método de auto-preenchimento é mais aconselhável
- **A complexidade do questionário:** se o questionário é muito complexo em termos de regras de “salto” ou de controlos de consistência entre as variáveis, uma entrevista assistida por computador é mais aconselhável

## Desenvolver a estrutura conceptual

### A Escolha do método de recolha

- **A duração estimada do inquérito:** se o preenchimento é longo, as técnicas por telefone e por questionários web não são aconselháveis
- **As características da população-alvo:** a informação disponível respeitante aos equipamentos técnicos da população alvo (telefone, computador, ligações web) pode determinar a exclusão de algumas técnicas de captura de dados
- **O tempo e orçamento disponível para o inquérito:** por exemplo, inquéritos postais são mais baratos, mas consomem mais tempo do que inquéritos por entrevista



# Redigir questões



## Tipos de questões:

- Questões Factuais
- Questões de Comportamento
- Questões de Opinião
- Questões Hipotéticas





## Formatos de questões

- Questões Abertas
- Questões Fechadas
  - Escolha Limitada
  - Escolha Múltipla
  - Checklist e Escolha Forçada
  - Parcialmente fechadas

## A escolha entre formatos de questões

“As questões abertas só devem ser usadas quando:

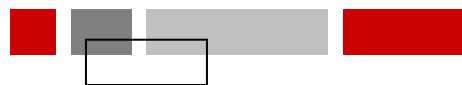
- não se consegue prever antecipadamente todas as variedades das respostas possíveis, e,
- quando as respostas individuais forem consideradas um valor acrescentado para os objectivos do inquérito.”



## Categorias de resposta

- cobrir todas as respostas possíveis (ou as mais frequentes)
- mutuamente exclusivas (ie não sobrepostas)
- número de opções de resposta:
  - Não mais do que 5 – 9 categorias (mais de 6 requer visualização)
  - Encontrar um balanço certo entre as vantagens de se usar mais categorias e a *capacidade limitada* dos respondentes de fazerem distinções mais “finas” com fiabilidade





Redigir questões



## Categorias de resposta

- Ordem das categorias de resposta:
  - O efeito da “ordem”: as categorias apresentadas **primeiro** são mais escolhidas em inquéritos auto-preenchidos; as **últimas** categorias são mais escolhidas em inquéritos por entrevista . Se houver uma ordem inerente, ela deve ser usada



## Categorias de resposta

### Alguns casos especiais:

- Tabelas e matrizes: aumentam a dificuldade de resposta
- Categorias de classificações: verificar o nível de abstracção
- Escalas



## Linguagem

- Não usar palavras vagas, técnicas, estrangeirismos, abreviaturas e acrónimos
- Não usar palavras negativas (“não”, “falhar”, “proibir”)
- Não usar frases longas e complexas
- Usar as orações das frases por ordem cronológica
- Usar a voz activa em vez da voz passiva

## Linguagem

- Evitar o excesso de pontuação
- Referenciar as questões no tempo e no espaço
- As instruções sobre *o que fazer* com o questionário agrupadas no princípio ou fim do questionário; as instruções sobre *como responder* ao questionário colocadas o mais próximo possível do local onde são precisas



# Redigir questões



## Linguagem

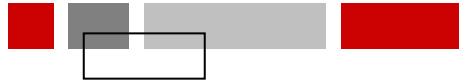
- Usar metainformação standard
- Evitar questões com duplo significado
- Evitar questões que influenciam/induzem respostas e questões desequilibradas

## Sequenciar as questões



- O fluxo do questionário deve seguir um caminho lógico para os respondentes (progressão natural)
- As questões devem ser arranjadas/agrupadas em grupos lógicos e por conteúdo
- Ordem das secções: prosseguir dos tópicos menos complexos para os mais complexos
- Questões sensíveis: não devem ser colocadas no princípio do questionário





## O que falta ter em consideração?

- Questões-filtro
- A dimensão do questionário: ponderar pela carga, método de recolha e cumprimento dos objectivos
- Os elementos de design visual
- A comparabilidade internacional das questões: a equivalência funcional e conceptual e a harmonização dos dados
- Os testes ao questionário: a única garantia científica de um bom instrumento de medida