

«O questionário, segundo Gil (1999, 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 questões de cunho empírico, é o questionário uma técnica que servirá para coletar as informações da realidade, tanto do empreendimento quanto do mercado que o cerca, e que serão basilares (...). O mesmo autor supracitado (p. 128/129) apresenta as seguintes vantagens do questionário sobre as demais técnicas de coleta de dados: 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 pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado. Lado outro, ele aponta pontos negativos da técnica em análise: 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 significados diferentes para cada sujeito pesquisado. Num olhar talvez tendencioso à escolha do questionário, parece que os pontos fracos trazidos devem servir não para desestimular o uso de tal técnica, mas, sim, para melhor direcionar a condução dela, tanto na escolha de questões, como de universo dos pesquisados. Um ponto de extremada relevância, entre os aspectos positivos, é, sem dúvida, o baixo custo do questionário, já que os seus utilizadores são público que já tem significativas despesas com os estudos e certamente não poderiam arcar com quantias elevadas para desenvolvimento de suas pesquisas. Neste aspecto financeiro, então, o questionário seria um democratizador da pesquisa.»

Chaer, G., Diniz, R. R. P., & Ribeiro, E. A. (2011). A técnica do questionário na pesquisa educacional. *Revista Evidência*, 7(7), 251-266.

Mostra bibliográfica 05.2021



Método de Questionário

Faculdade de Psicologia | Instituto de Educação
UNIVERSIDADE DE LISBOA
Alameda da Universidade
1649-013 Lisboa
Tel.: 21 794 3891/92

Seleção de bibliografia

Método de Questionários

Bourque, L. B. & Fielder, E. P. (1995). *How to conduct self-administered and mail surveys*. Thousand Oakes: Sage Publications.

INV/ED BRQ*HOW

Bradburn, N., Sudman, S., & Wansink, B. (2004). *Asking questions: the definitive guide to questionnaire design: for market research, political polls, and social and health questionnaires*. Jossey-Bass.

INV/ED BRD*ASK

Fink, A. (1995). *How to analyze survey data*. Sage Publications.

INV/ED FNK*HOW Ex. 2

Fink, A. (1995). *How to ask survey questions*. Sage.

INV/ED FNK*HOW Ex. 1

Fink, A. (1995). *How to design surveys*. Sage

INV/ED FNK*HOW Ex. 1

Fink, A. (1995). *How to sample in surveys*. Sage

INV/ED FNK*HOW Ex. 1

Fink, A. (2003). *The survey handbook* (2nd ed.). Sage

INV/ED FNK*SUR Ex. 1

Fink, A., & Kosecoff, J. (1998). *How to conduct surveys: a step-by-step guide* (2nd ed). Sage Publications.

PSICOM FNK*HOW

Foddy, W. (1993). *Constructing questions for interviews and questionnaires: theory and practice in social research*. Cambridge University Press.

INV/ED FDD*CON

Foddy, W., & Campos, L. (1996). *Como perguntar: teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários*. Celta.

INV/ED FDD*COM

Ghiglione, R., & Matalon, B. (2005). *O Inquérito: teoria e prática* (4 ed). Celta Editora.

INV/ED GHG*INQ

Gillham, B. (2004). *Developing a questionnaire*. Continuum.

INV/ED GLL*DEV

Groves, R. M. (2009). *Survey methodology* (2nd ed.). John Wiley and Sons.

INV/ED GRU*SUR

Hill, M. M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário* (2ª ed. 4ª impressão). Sílabo.

INV/ED HLL*INV

Javeau, C. (1978). *L'enquête par questionnaire: manuel à l'usage du praticien* (2ème ed). Université de Bruxelles.

INV/ED JAV*ENQ

Kalton, G. (1983). *Introduction to survey sampling*. Sage.

EST/MAT KLT*INT

Lima, M. P. (2000). *Inquérito sociológico: problemas de metodologia* (5ª ed). Presença.

INV/ED LIM*INQ

Litwin, M. S. (1995). *How to measure survey reliability and validity*. Thousand Oakes: Sage Publications.

INV/ED LTW*HOW Ex. 1

Moreira, J. M. (2004). *Questionários: teoria e prática*. Almedina.

PSICOM MRR*QUE

Munn, P., & Drever, E. (1999). *Using questionnaires in small-scale research: a teacher's guide*. The Scottish Council for Research in Education.

INV/ED MNN*USI

Oppenheim, A. N. (2004). *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement* (New ed). Continuum.

INV/ED OPP*QUE

Rea, L. M., & Parker, R. A. (1992). *Designing and conducting survey research: a comprehensive guide*. Jossey-Bass.

EST/MAT REA*DES

Sapsford, R. (2007). *Survey research* (2nd ed). Sage.

INV/ED SPS*SUR

Singly, F. (2006). *Le questionnaire* (2e éd. refundue). Armand Colin.

INV/ED SNG*QUE

Tourangeau, R., Rips, L. J., & Rasinski, K. (2000). *The psychology of survey response*. Cambridge University Press.

INV/ED TRN*PSY