



CE54A/IF69C - Metodologia de Pesquisa

Prof. Katia Romero Felizardo

katiascannavino@utfpr.edu.br

1. Métodos de Pesquisa

Surveys

- Método para coletar informações ou **opiniões** de um determinado grupo de pessoas para descrever, comparar ou explicar seus conhecimentos, atitudes e comportamentos.
- Características
 - **Propósito da investigação: descritiva** – pretende descrever o estado atual de um fato ou fenômeno. Os resultados de um *survey* são analisados para, a partir deles, derivar conclusões descritivas;
 - **Tipo de projeto: fixo** – não pode ser alterado após o início de sua execução;
 - **Coleta dados: perguntas** – questionário;
 - **Dados gerados: geralmente quantitativos**, dados estatísticos.

2. Contextualização

Processo para condução de *Surveys*

- 6 passos:
- → Definição dos objetivos;
- → Identificação do público alvo;
- → Planejamento da amostragem;
- → Projeto do *survey*;
- → Aplicação do *survey*; e
- → Análise e apresentação dos resultados.

Passo 1: Definição dos objetivos

• Objetivos

- ▷ relacionados com os resultados esperados do estudo;
- ▷ orientam os demais passos do processo;
 - perfil dos participantes;
 - formulação das perguntas;
 - tamanho da amostra, etc.

Passo 2: Identificação do público alvo

• Público alvo

▷ identificação da **população** para aplicação do *survey* (conjunto total de indivíduos);

▷ Considerar:

→ nível de escolaridade;

→ habilidades técnicas;

→ experiência profissional;

→ percepção sobre o conhecimento do domínio da pesquisa, etc.

Passo 3: Planejamento da amostragem

- **Amostra:** **subconjunto** da população – indivíduos que de fato responderão o *survey*.
- Dois tipos:
 - **Tipo 1: A amostragem probabilística** – garante que uma amostra será representativa para todos os membros da população;
 - ▷ Aleatória simples – Cada participante da população tem a mesma probabilidade de ser escolhido;
 - ▷ Estratificada – A população é dividida em subgrupos mutualmente excludentes e amostras randômicas são sorteadas para cada subgrupo;
 - ▷ Sistemática – Participantes são selecionados aleatoriamente. É estabelecido um intervalo entre eles, dividindo-se o número da população pelo número de elementos na amostra.

Passo 3: Planejamento da amostragem

- **Amostra:** **subconjunto** da população – indivíduos que de fato responderão o *survey*.
- Dois tipos:
 - **Tipo 2: A amostragem não-probabilística** – a representatividade exata não é necessária;
 - ▷ Conveniência – Pesquisadores recrutam participantes de suas conexões pessoais para participar da pesquisa;
 - ▷ Julgamento – O pesquisador usa o seu julgamento para selecionar os indivíduos da população;
 - ▷ Snowball – A cada novo participante entrevistado, pede-se que o mesmo identifique e sugere outros que possam ser qualificados como participantes da pesquisa; etc.

Passo 4: Projeto do *survey*

- Envolve:

- Tipo de projeto

- ▷ **Transversal** – Participantes participam do *survey* em um determinado **momento fixo do tempo** (dados coletados em um só momento);

- ▷ **Longitudinal** – voltado para o futuro, fornece informações sobre evolução ou mudanças em uma população específica **ao longo do tempo**.

Passo 4: Projeto do *survey*

- **Envolve:**

- **Tipo de questionário**

- ▷ **Auto administrados** – Características:

- Apresentados em formato de formulário em papel ou em algum formato eletrônico, como e-mail ou página na *Web*;

- Exige alguma informação adicional no início do questionário (notas introdutórias, definições de conceitos, resultados esperados, etc);

- Menos onerosos, fáceis de administrar;

- Participantes são menos motivados em responder :(

- ▷ **Orientado por entrevista** – Características:

- Novas perguntas podem ser elaboradas durante a entrevista;

- O entrevistado pode dar respostas induzidas :(

- ↑ Tempo para amostra grande :(

Passo 4: Projeto do *survey*

- **Envolve:**

- Tipo de questões

- ▷ **Dois tipos:**

- **Abertas** – **sem** opção de resposta. Participante pode se expressar livremente (texto escrito);

- **Fechadas** – **com** opções de respostas fixadas.

- Estrutura do questionário

- ▷ **Tamanho** – ↑ Tamanho ↓ Motivação participante;

- ▷ **Ordem de apresentação das questões** – Manter uma **ordem lógica**. Por exemplo, questões demográficas seguidas de questões relacionadas diretamente com o objetivo.

Passo 5: Aplicação do *survey*

- Teste Piloto

- ▷ ↓ número de participantes;
- ▷ Provê melhorias.

- Aplicação

- ▷ Distribuir de forma **controlada** para os participantes. Evitar:
 - Enviar 2x para o mesmo participante;
 - Enviar à pessoas não autorizadas, etc.
- ▷ Definir **tempo** para manter o questionário disponível;
- ▷ Controlar **taxa de respostas**.

Passo 6: Análise e apresentação dos resultados

- **Dados** → Compilados → Interpretadas → Respostas. Preocupações:
 - ▷ Validar consistência e completude dos dados;
 - ▷ Fazer uso de análise estatística;
 - ▷ Apresentação respostas → gráficos, tabelas, etc.

Exemplo *survey*

- *Survey: Refinements in Protocol Creation of Secondary Studies in Software Engineering – <https://goo.gl/CLdDzL>*