

# ESCALAS SOCIAIS

Metodologia científica

**Discentes:** Aldo Gabriel, Ana Beatriz, Jerônimo Augusto, Marcelo Rayn, Natanael, Ruan Almeida, Victor Lopes, Vitor Gabriel.

**Docente:** Prof.<sup>a</sup> Renata G. Aguiar



Departamento de Engenharia Ambiental  
**DEEA**



1

## INTRODUÇÃO

São Instrumentos construídos com o objetivo de medir a intensidade das opiniões e atitudes da maneira mais direta possível.



Departamento de Engenharia Ambiental  
**DEEA**



2

2

## INTRODUÇÃO

É importante destacar que escalas sociais possuem método quantitativo, uma vez que ele direciona termos no âmbito da objetividade.

As escalas sociais tem o objetivo de possibilitar o estudo de opiniões e atitudes de forma precisa e mensurável.



3

3

## INTRODUÇÃO

As escalas são divididas em dois conceitos:

- Conceito de atitude
- Conceito de opinião



4

4

## INTRODUÇÃO

- Conceito de atitude

Caracteriza-se como uma tendência a ação, que adquirida no ambiente em que se vive e deriva de experiências pessoais e também de fatores sociais



5

5

## INTRODUÇÃO

- Conceito de opinião

Refere-se a um julgamento ou crença em relação a determinada pessoa, fato ou objeto



6

6

## TIPOS DE ESCALAS

- De ordenação
- Diferencial semântico
- Likert
- Thurstone
- Stapel
- Gutmann



## ORDENAÇÃO

ESTA ESCALA É CONSTRUÍDA POR UMA SÉRIE DE PALAVRAS OU ENUNCIADOS QUE OS SUJEITOS DEVEM ORDENAR DE ACORDO COM A SUA ACEITAÇÃO OU REJEIÇÃO

### Escalas de ordenação

#### Exemplo de escala de ordenação

Ordene as quatro principais marcas de automóveis fabricados no Brasil, segundo a sua opinião, em relação a cada um dos seguintes atributos:

Utilize a seguinte legenda:  
Ford – FD; General Motors – GM; Volkswagen – VW e Fiat - FT

Atributo	1º lugar	2º lugar	3º lugar	4º lugar
Qualidade	_____	_____	_____	_____
Economia de combustível	_____	_____	_____	_____
Economia de manutenção	_____	_____	_____	_____
Durabilidade	_____	_____	_____	_____
Acabamento	_____	_____	_____	_____
Desempenho	_____	_____	_____	_____
Segurança	_____	_____	_____	_____
Confiança na marca	_____	_____	_____	_____
Valor de revenda	_____	_____	_____	_____
Modelos modernos	_____	_____	_____	_____
Qualidade da assistência técnica	_____	_____	_____	_____



PESQUISA DE MARKETING – Edição Compacta

Mattar

IMAGEM 1: EXEMPLO DE ESCALA DE ORDENAÇÃO



## ORDENAÇÃO

### VANTAGEM

- Simplicidade no uso
- Fácil compreensão
- Fácil aplicabilidade



## ORDENAÇÃO

### DESVANTAGEM

Permite saber a ordem de preferências, mas não a distância entre essas preferências



11

11

## DIFERENCIAL SEMÂNTICO

Limitadas em cada extremidade por um de dois adjetivos como, por exemplo, “frio” e “quente”

Esse tipo de escala apresenta sete pontos, e os entrevistados classificam objetos em relação a diversas escalas



12

12



13

## VANTAGEM

- Tempo para realizar tarefa
- Fácil compreensão por parte do entrevistado
- Obtenção de importâncias individuais

14

## DESVANTAGEM

Discriminação entre atributos  
Complexidade na leitura dos resultados



15

15

## LIKERT

Também conhecida como escala somatória, tem como característica opções com descrições opostas

Análise pode ser feita item por item (perfil), ou então calculando um escore total para cada entrevistado, somando-se os itens



16

16



## **VANTAGEM**

Confiável

Simple aplicação

Fornecer direções sobre a atitude



17

17

## **DESVANTAGEM**

FALTA DO APROFUNDAMENTO QUALITATIVO

PESQUISA EXTENSA



18

18

Estou satisfeito com esse produto da Apple:

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Imagem 3: exemplo




19

19

## THURSTONE

Constitui a primeira experiência de mensuração de atitude com base numa escala de intervalos

Pede-se a certos números de pessoas que manifestem por escrito suas opiniões acerca do problema a ser estudado



20

20

## THURSTONE

É elaborado enunciados cerca de 100, cada um é transcrito em cartões

É dada uma nota variada, calcula-se o desvio quantifico e a mediana de cada enunciado

Seleciona-se certos números de enunciados entre 15 e 30



20

21

## VANTAGEM

Resultados Seguros

Fácil compreensão

Possíveis medidas em quaisquer pesquisas



21

22

## DESVANTAGEM

Difícil construção e complexidade

Não permite identificação da intensidade de comportamento afetivo



Departamento de Engenharia Ambiental

22

23

Assinale nas colunas da direita se você concorda ou discorda de cada uma das afirmações a seguir em relação ao café *A*:

<i>Afirmções</i>	<i>Concordo</i>	<i>Discordo</i>
É um café puro		
É um café muito forte		
É muito saboroso		
Seu sabor é diferente e marcante		
Seu aroma é delicioso		
É feito com grãos de café de alta qualidade		
É um café caro		
É torrado no ponto certo		
Sua embalagem protege o sabor		
Sua embalagem é bonita		
É um produto moderno		

Imagem 4: exemplo



Departamento de Engenharia Ambiental

23

24

## STAPBEL

Modificação da escala de diferencial semântico. A diferença consiste na utilização de uma escala de pontuação. Com valores de 10 pontos, sendo + 5 a -5 que medem simultaneamente a força e a direção da atitude.



24

25

## VANTAGEM

Os resultados da utilização desta escala e a análise dos dados obtidos são os mesmos padrões obtidos pela escala de diferencial semântico.



25

26

# DESvantagem

Confusa e difícil aplicação



27

## ESCALA DE ACTITUDES.

### ESCALA STAPEL

+5	+5	+5
+4	+4	+4
+3	+3	+3
+2	+2	+2
+1	+1	+1
Servicio cortes	Buena comida	Precios bajos
-1	-1	-1
-2	-2	-2
-3	-3	-3
-4	-4	-4
-5	-5	-5

Imagem 5: exemplo



28

## GUTTMAN

Criada com elementos que podem ser ordenados hierarquicamente. É representativo da atitude extrema dos respondentes, ou seja, extremamente positiva ou negativa, de acordo com o tema da pesquisa.



28

29

## VANTAGEM

Mais precisa e aprofundada do que a escala Likert



29

30

# DESVANTAGEM

Homogeneidade nas respostas  
Complexa



31

SUJETO	AFIRMACIONES								PUNTUACIÓN
	A		B		C		D		
	DA (1)	ED (0)	DA (1)	ED (0)	DA (1)	ED (0)	DA (1)	ED (0)	
1	X		X		X		X		4
2	X		X		X		X		4
3	X		X		X		X		4
4		X	X		X		X		3
5		X	X		X		X		3
6		X	X		X		X		3
7	X			X	X		X		3
8		X		X	X		X		2
9		X		X	X		X		2
10		X	X		X			X	2
11		X		X		X	X		1
12	X			X		X		X	1
13		X		X		X		X	0
14		X		X		X		X	0
15		X		X		X		X	0



32



## ARTIGO

**Revista REGET/UFSM Revista eletrônica em gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**

### TITULO

*Consciência e Atitude Ambiental em Estudantes de Instituições de Ensino Técnico e Tecnológico*



32

33

## AUTORES

Linnik Israel Lima Teixeira;  
José Carlos Lázaro Silva;  
Fernanda Rosalina da Silva Meireles



33

34

## INFORMAÇÕES SOBRE O AUTOR

Mestrando em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior pela

Universidade Federal do Ceará (UFC),

- Especialista em Gestão Pública pela Universidade da Integração

Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB) e

Bacharel em

Administração pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

- Atualmente exerce o cargo de Administrador na Universidade Federal do Ceará



34

35

## QUALIS E FATOR DE IMPACTO

QUALIS DA ENGENHARIA I

- QUALIS ENGENHARIA I – B5
- FATOR DE IMPACTO – 0,2541



35

36

## OBJETIVO DO ARTIGO

Investigar a consciência ambiental e o comportamento ambiental com universitários de uma instituição tecnológica de ensino.



36

37

## METODOLOGIA

### 3 Metodologia

O presente estudo é classificado como exploratório e descritivo. O caráter exploratório do estudo justifica-se pela ausência de pesquisas em relação ao assunto e a possibilidade de orientar os gestores educacionais do instituto em relação à educação ambiental. O caráter descritivo deve-se ao fato do presente estudo mensurar a consciência e o comportamento ambiental entre universitários de uma instituição federal através de um estudo comparativo entre diversas variáveis.

A pesquisa foi realizada com os universitários da instituição de ensino superior localizada em Maracanãú. Os cursos pesquisados foram o de Bacharelado em Ciências da Computação, Bacharelado em Engenharia Ambiental e Sanitária e Tecnologia em Manutenção Industrial.

A coleta de dados sobre a população foi realizada mediante questionário de pesquisa, aplicado em sala de aula, portanto, são dados primários. O instrumento é dividido em três partes. A primeira parte do questionário de pesquisa é constituída pela Escala NEP, descrita no referencial teórico. A Escala NEP utilizada nesta pesquisa é a escala revisada por Dunlap *et al.* (2000) e traduzida por Silva Filho *et al.* (2009), constituída de quinze questões em uma escala de concordância Likert de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Conforme indicada por Silva Filho *et al.* (2009), as questões 02, 04, 06, 08, 10, 12 e 14 são contrárias ao novo paradigma, ou seja, quanto maior a concordância a essas afirmativas, mais a negação ao novo paradigma. Por isso, as escalas dessas questões são invertidas, e assim visualizar o real grau de aderência ao novo paradigma ecológico.

A segunda parte do questionário investiga as características demográficas dos respondentes. O principal objetivo é conhecer o perfil da amostra estudada e a partir disto agrupar respondentes de acordo com variáveis de interesse, possibilitando comparações entre cursos, gêneros e educação ambiental.



37

38

## MÉTODO

Dimensões	Itens	Você concorda ou discorda que:
I – Equilíbrio da natureza	3	Quando os seres humanos interferem na natureza, acontecem frequentemente consequências desastrosas
	8	O equilíbrio natural é suficientemente estável para absorver os impactos das nações industriais modernas
	13	O equilíbrio natural é muito delicado e facilmente abalado
II – Existência de limites ao crescimento	1	Nós estamos chegando ao número de pessoas que a Terra pode suportar
	6	A Terra tem riqueza em fontes naturais, nós temos que aprender a desenvolvê-las
	11	A Terra é uma espaçonave com espaço e fontes muito limitados
III – Antiantropocentrismo	2	Os seres humanos têm o direito de modificar o ambiente natural para atender suas necessidades
	7	Plantas e animais têm o direito de existir tanto quanto os humanos
	12	O ser humano foi feito para reinar sobre a natureza
IV – Antitaxepcionalidade	4	A perspicácia humana assegurará que nós NÃO faremos a Terra inabitável
	9	Apesar de nossas habilidades especiais, os seres humanos ainda estão sujeitos às leis da natureza
	14	Os seres humanos irão aprender o suficiente sobre como a natureza funciona para serem capazes de controlá-la
V – Crise ecológica	5	Os seres humanos estão abusando severamente do meio ambiente
	10	A chamada "crise ecológica" encarada pela humanidade tem sido grandemente exagerada
	15	Se as coisas continuarem no curso atual, nós iremos brevemente experimentar uma catástrofe ecológica maior

Fonte: Dunlap *et al.* (2000) (Adaptado)



38

39

## RESULTADOS

Resultados consideráveis

Médias maiores de consciência ambiental na parte feminina

Fator de contribuição pelo modelo de análise adotado



39

40

## REFERÊNCIAS

- [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/263850286\\_MENSURACAO\\_E\\_ESCALAS](https://www.researchgate.net/publication/263850286_MENSURACAO_E_ESCALAS)
- [HTTPS://PREZI.COM/Q32KJNMRKFTC/ESCALAS-SOCIAIS/](https://prezi.com/q32kjmrfkfc/escalas-sociais/)



40

41

## REFERÊNCIAS

### IMAGEM 1:

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/URL?SA=I&RCT=J&Q=&ESRC=S&SOURCE=IMAGES&CD=&VED=2AHUKEWjXrZ304LLiAhVilbkGHTA6CqYQJRx6BAGBEAU&URL=HTTPS%3A%2F%2FSLIDEPLAYER.COM.BR%2FSLIDE%2F377144%2F&PSIG=AOvVaw2JRAAKjsEBIu02QcHEV-5E&UST=1558736152712026](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2AHUKEWjXrZ304LLiAhVilbkGHTA6CqYQJRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2Fslideplayer.com.br%2Fslide%2F377144%2F&psig=AOvVaw2JRAAKjsEBIu02QcHEV-5E&ust=1558736152712026)

### IMAGEM 2:

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/URL?SA=I&RCT=J&Q=&ESRC=S&SOURCE=IMAGES&CD=&VED=2AHUKEwIXvJro67LiAhXYGLkGHZo9CSUQJRx6BAGBEAU&URL=HTTPS%3A%2F%2FGABRIELCARPENEDO.WORDPRESS.COM%2F2010%2F09%2F02%2FESCALA-DE-DIFERENCIAL-SEMANTICO%2F&PSIG=AOvVaw0scWLFw7zJBT8Z\\_KG-sHs8&UST=1558741789189487](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2AHUKEwIXvJro67LiAhXYGLkGHZo9CSUQJRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2FGABRIELCARPENEDO.WORDPRESS.COM%2F2010%2F09%2F02%2FESCALA-DE-DIFERENCIAL-SEMANTICO%2F&psig=AOvVaw0scWLFw7zJBT8Z_KG-sHs8&ust=1558741789189487)

### IMAGEM 3:

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/URL?SA=I&RCT=J&Q=&ESRC=S&SOURCE=IMAGES&CD=&VED=2AHUKEwipKjGIRPIAhU6lKghAWwBCwQJRx6BAGBEAU&URL=HTTPS%3A%2F%2FSATISFACAODECLIENTES.COM%2FESCALA-LIKERT%2F&PSIG=AOvVaw3QWoPGkxiWkC\\_XQJPHGMHF&UST=1558750037885905](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2AHUKEwipKjGIRPIAhU6lKghAWwBCwQJRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2FSATISFACAODECLIENTES.COM%2FESCALA-LIKERT%2F&psig=AOvVaw3QWoPGkxiWkC_XQJPHGMHF&ust=1558750037885905)

### IMAGEM 4:

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/URL?SA=I&RCT=J&Q=&ESRC=S&SOURCE=IMAGES&CD=&VED=2AHUKEWjgzbWj7PIAhUirKghWfYBJUQJRx6BAGBEAU&URL=HTTPS%3A%2F%2FSUZELFIGUEIREDO.BLOGSPOT.COM%2F2007%2F02%2FESCALAS-DE-MENSURAO-DE-ATITUDES.HTML&PSIG=AOvVaw0FMG5rWNzL8ISyLJ9Wkz0A&UST=1558750547276992](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2AHUKEWjgzbWj7PIAhUirKghWfYBJUQJRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2FSUZELFIGUEIREDO.BLOGSPOT.COM%2F2007%2F02%2FESCALAS-DE-MENSURAO-DE-ATITUDES.HTML&psig=AOvVaw0FMG5rWNzL8ISyLJ9Wkz0A&ust=1558750547276992)

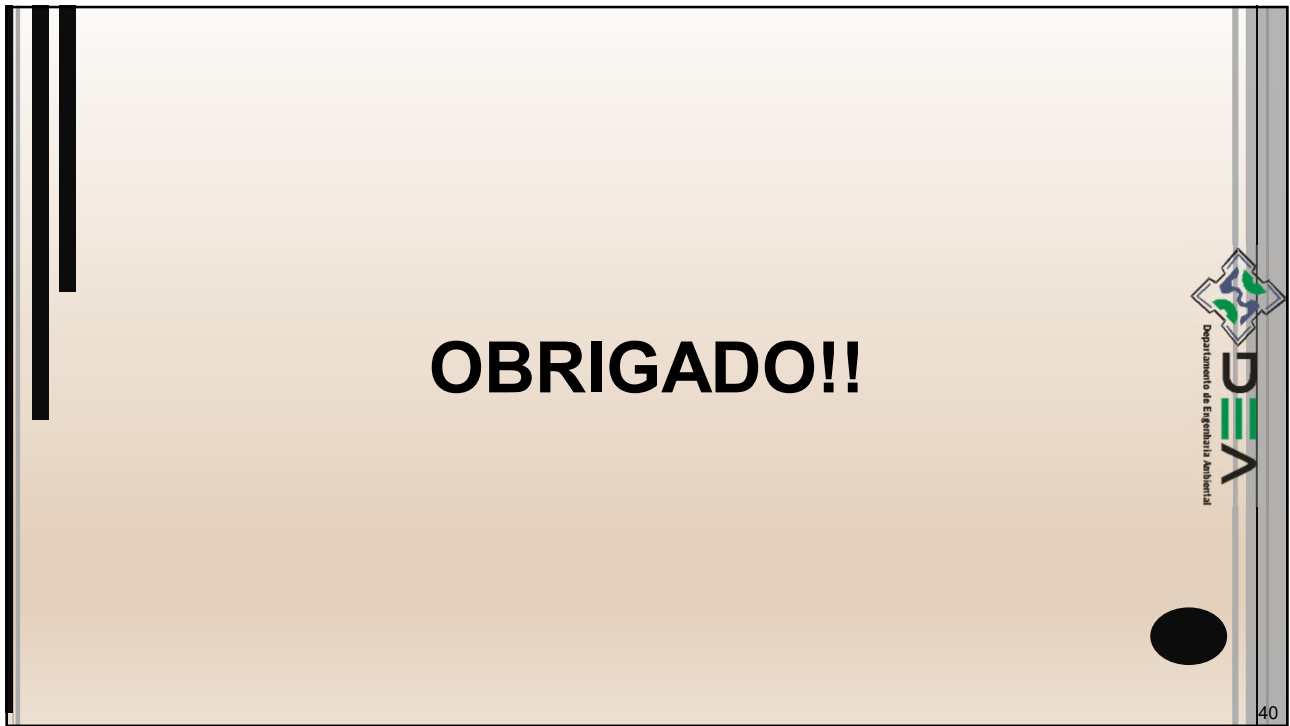
### IMAGEM 5:

[HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/URL?SA=I&RCT=J&Q=&ESRC=S&SOURCE=IMAGES&CD=&VED=2AHUKEwit7Jz7xLTiAhWEJLkGHfNYA5wQJRx6BAGBEAU&URL=HTTPS%3A%2F%2FPT.SLIDESHARE.NET%2FROSARIOCACAO%2FESCALAS-PARA-MEDIO-DE-ATITUDES-COM-EXEMPLOS-PRATICOS-APLICADOS-EDUCAO-E-FORMAO&PSIG=AOvVaw2bW5PUer1DD-3SQtCuWGe3&UST=1558800080660663](https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=2AHUKEwit7Jz7xLTiAhWEJLkGHfNYA5wQJRx6BAGBEAU&url=https%3A%2F%2FPT.SLIDESHARE.NET%2FROSARIOCACAO%2FESCALAS-PARA-MEDIO-DE-ATITUDES-COM-EXEMPLOS-PRATICOS-APLICADOS-EDUCAO-E-FORMAO&psig=AOvVaw2bW5PUer1DD-3SQtCuWGe3&ust=1558800080660663)



41

42



43