

Caracterização e Avaliação de um Procedimento de Coleta de Dados Online (CORP)¹

João Wachelke²

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia-MG, Brasil

Jean Natividade

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre-RS, Brasil

Alexsandro de Andrade

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória-ES, Brasil

Rafael Wolter

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Universidade Salgado de Oliveira, Rio de Janeiro-RJ, Brasil

Brigido Camargo

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis-SC, Brasil

RESUMO

É crescente a popularização de coletas de dados *online* em psicologia como estratégia de pesquisa, especialmente para experimentos e levantamentos de dados com questionários. Reconhecendo-se as vantagens e as limitações tanto da coleta na internet quanto de procedimentos presenciais, propõe-se um procedimento misto contendo características de ambas as abordagens, em que um convite por correio eletrônico é precedido por uma breve apresentação realizada pessoalmente em sala de aula. Numa última etapa, os participantes recebem certificados e relatórios com os principais achados dos estudos como compensação. O procedimento obteve taxa de resposta geral de 46,2% após três estudos com questionários de temas diferentes, apresentando-se boa relação custo-benefício para pesquisas com populações acadêmicas e escolares.

Palavras-chave: metodologia de pesquisa; recrutamento de participantes; técnicas de coleta de dados.

ABSTRACT – Characterization and Assessment of an Online Data Collection Procedure (CORP)

The popularization of online data collection in Psychology is growing as a research strategy, especially for experiments and surveys with questionnaires. Acknowledging both advantages and limitations of internet collection and procedures in-person, a mixed procedure with characteristics of both approaches is proposed: an invitation by electronic mail is preceded by a brief presentation in-person in classrooms. In a last step, the participants receive certificates and reports about the mainly results of studies as compensation. The procedure achieved a response rate equal to 46.2% after three questionnaire studies with different topics, presenting a good cost-benefit ratio for research with academic and school populations.

Keywords: research methodology; participant recruitment; data collection techniques.

RESUMEN – Caracterización y Evaluación de un Procedimiento para Recolección de Datos Online (CORP)

Está aumentando la popularidad de las recolecciones de datos virtual en psicología como una estrategia de investigación, sobre todo para los experimentos y encuestas de datos con cuestionarios. Reconociendo las ventajas y limitaciones tanto de la recolección de datos a través de internet o presencial, se propone un procedimiento mixto que contiene características de ambos enfoques, en el cual una invitación por e-mail va precedida de una breve presentación hecha en sala de clase. En una etapa final, los participantes reciben certificados e informes con los principales resultados de las investigaciones como compensación. El procedimiento logró una tasa de respuesta general del 46,2% después de tres estudios con cuestionarios de temas distintos, presentando una buena relación costo-beneficio para la investigación con muestras académicas y escolares.

Palabras clave: metodología de la investigación; reclutamiento de participantes; técnicas de recolección de datos.

A massificação da internet tem se mostrado cada vez mais intensa no Brasil. Na última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, referente ao ano de 2011, constatou-se que em 39,8% dos domicílios do país havia

microcomputador com acesso à internet e que 77,7 milhões de brasileiros tinham acesso à internet, o correspondente a 46,5% da população brasileira (IBGE, 2012). Essa popularização e difusão da internet, tanto no Brasil

¹ Apoio financeiro: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

² Endereço para correspondência: Instituto de Psicologia, Universidade Federal de Uberlândia, Campus Umuarama, Bloco 2C, sala 34. Av. Pará, 1720, 38400-902, Uberlândia-MG. Tel.: (34) 3218-2822. E-mail: wachelke@yahoo.com

quanto globalmente, têm fomentado o desenvolvimento de novas estratégias de obtenção de dados de pesquisas científicas, sobretudo pesquisas de levantamentos de dados e experimentos (p. ex., Cassepp-Borges, 2009; Natividade, Barros, & Hutz, 2012; Wachelke & De Andrade, 2009). A psicologia foi uma das áreas que se voltou para as novas possibilidades (Skitka & Sargis, 2006), e no Brasil já são frequentes as pesquisas que utilizam questionários com convites enviados por e-mail ou publicados em redes sociais, caracterizando estratégias de pesquisa com o recrutamento de participantes propriamente dito realizado por meio da internet (Wachelke & De Andrade, 2009). Dentre algumas das principais vantagens dessa modalidade de pesquisa estão a praticidade para construir uma grande amostra sem necessidade de deslocamentos presenciais e com custos reduzidos, possibilidade de atingir populações específicas e inclusão de rotinas automáticas para tabulação e análise dos dados.

Porém, há resultados que indicam que as pesquisas de levantamento de dados com recrutamento pela internet tendem a apresentar taxas de participação menores que as tradicionais pesquisas enviadas por correio convencional (Bech & Kristensen, 2009; Shih & Fan, 2008). Dadas as vantagens financeiras e práticas de pesquisas realizadas com recrutamento *online*, há uma série de recursos que podem ser utilizados para aumentar taxas de resposta, como lembretes periódicos com convites para a participação ou a combinação com outras interfaces, como o correio comum (Balajti, Daragó, Ádány, & Kósa, 2010; Shih & Fan, 2008). Em pesquisas realizadas no exterior, recursos como a concessão de prêmios ou incentivos e até mesmo pagamento em dinheiro podem ser utilizados como estímulos para a participação, mas no Brasil eles são proibidos pela regulamentação ética.

Outro problema associado ao delineamento de recrutamento exclusivamente online é a forte influência

de um viés de autosseleção dos participantes que pode propiciar problemas na cobertura da população desejada (Couper, 2000). Decorrente do viés de seleção, pode-se também ressaltar a dubiedade da adequação dos dados obtidos em termos de representatividade; por exemplo, em pesquisas realizadas presencialmente numa sala de aula estima-se poder contar com a participação majoritária das pessoas convidadas, gerando diversidade de perfis. Já, em pesquisas com recrutamento *online*, é mais fácil para o participante recusar-se a participar ou abandonar o estudo em andamento, bem como existe maior possibilidade de que pessoas interessadas pelo tema da pesquisa enviem a composição da amostra.

Mas a coleta de dados *online* não é a única estratégia que apresenta limitações. Algumas restrições de coletas presenciais e convencionais são de longo tempo conhecidas: maior necessidade de tempo para realização da coleta, menor agilidade na tabulação e processamento dos dados, necessidade de preparar situações específicas para resposta aos questionários, muitas vezes perturbando atividades em contextos institucionais etc. Reconhecendo-se a existência de pontos fortes e fracos tanto no recrutamento pela rede como no presencial, será apresentado um procedimento de recrutamento contendo características de ambas as estratégias. Tal procedimento visa a constituir uma alternativa viável para otimizar as possibilidades presentes no recrutamento online em pesquisas pela internet, garantindo uma maior transparência e representatividade da amostra como observada na modalidade presencial.

Procedimento de Coleta Online com Recrutamento Presencial (CORP)

Propõe-se um procedimento de recrutamento misto, que alia contato presencial e virtual, denominado Coleta Online com Recrutamento Presencial (CORP). O procedimento pode ser dividido em três etapas, como mostra a Tabela 1.

Tabela 1
Etapas do Procedimento de Coleta Online com Recrutamento Presencial (CORP)

Recrutamento presencial de participantes	Agendamento das coletas presenciais, em salas de aula ou outros locais semelhantes; Apresentação dos objetivos da pesquisa, em que consiste a participação, pesquisadores envolvidos, custos e benefícios relacionados à possível participação; Coleta de e-mails daqueles que concordarem em ser convidados a participar da pesquisa online.
Coleta de dados online	Envio de e-mails convites com o endereço na internet do questionário aos que consentiram ser convidados para a pesquisa online; Envio de dois lembretes por e-mail, ao longo de um mês, reforçando o convite para preencher o instrumento online.
Devolutiva online	Envio, por e-mail, de certificado de participação àqueles que responderam a pesquisa online; Envio, por e-mail, de relatório com os principais resultados da pesquisa àqueles que responderam a pesquisa online.

Na primeira etapa, além dos agendamentos das coletas em salas de aula, ocorre o estabelecimento de contato presencial com possíveis participantes para breve explicação da pesquisa e cadastro dos interessados em participar. Esse recrutamento deve ser conduzido em menos de 10 minutos. Posteriormente, procede-se o envio de convite por correio eletrônico contendo o endereço na internet do questionário *online*. Como modo de estimular a participação, na etapa seguinte, forneceu-se ao participante o reconhecimento da realização da atividade por meio de um certificado assinado eletronicamente pelo coordenador da pesquisa (principal responsável). Além disso, como devolutiva, fornece-se um ganho informacional aos participantes na forma de um documento enviado por e-mail, sintetizando os principais resultados da pesquisa, em linguagem acessível aos participantes, inspirado na iniciativa descrita por Cassepp-Borges (2009) de devolução dos resultados por correio eletrônico.

Evidências de Eficácia do Procedimento CORP

A seguir, detalha-se a utilização do procedimento CORP em uma pesquisa e os resultados que o procedimento proporcionou em termos de recrutamento e participação da amostra alvo. Em sete estados brasileiros, após agendamento com coordenadores de cursos e professores, assistentes de pesquisa treinados fizeram exposições presenciais breves em salas de aula de diversos cursos universitários de instituições públicas e privadas, convidando os alunos a participarem de uma pesquisa sobre temas da vida social. Após garantir a seriedade e importância do projeto, informar a procedência dos pesquisadores envolvidos e retirar dúvidas, os assistentes de pesquisa convidaram os interessados em colaborar a cadastrarem seus e-mails numa ficha impressa. Os assistentes ainda lembraram os possíveis participantes

que lhes seria enviada uma mensagem de e-mail nos dias subsequentes com o endereço na internet do questionário, contendo perguntas opinativas sobre um de três temas: namoro, curso superior ou emprego. Por fim, informou-se aos potenciais participantes que, ao concluírem o preenchimento do questionário, seriam oferecidos a eles certificados *online* indicando a participação na pesquisa e também um relatório simplificado ao fim do projeto, contendo as principais conclusões e resultados obtidos, como modo de compensá-los pelo tempo dispensado na participação.

Posteriormente ao recrutamento presencial, foram enviados os convites por e-mail. O questionário a ser respondido era basicamente formado por questões objetivas, e continha itens de opinião acerca de aspectos ligados a um dos três temas (namoro, curso superior, emprego), e itens medindo o envolvimento dos participantes com o tema, e suas ligações com os grupos de estudantes e jovens. O instrumento tinha 12 telas (incluindo textos do termo de consentimento e instruções), e 90 itens, dos quais 81 voltados às questões opinativas e nove eram sociodemográficas (sexo, idade, estado de residência etc). De modo a maximizar a taxa de resposta, foram enviados lembretes de participação aos voluntários cadastrados 12 e 22 dias após o envio do primeiro convite por e-mail. A coleta se desenrolou em cinco meses de pesquisa.

Após exclusão de e-mails inválidos, foram enviados com sucesso 2373 convites de participação aos estudantes de diversas instituições e cursos. A taxa de resposta inicial (até 11 dias após o envio do convite) foi 31,5% e chegou a uma proporção próxima da metade dos convites válidos realizados após o segundo lembrete, num total de 1096 respostas (Figura 1). As taxas de resposta foram semelhantes para os três temas de questionários utilizados, variando entre 44,6% (curso superior) e 47% (namoro).

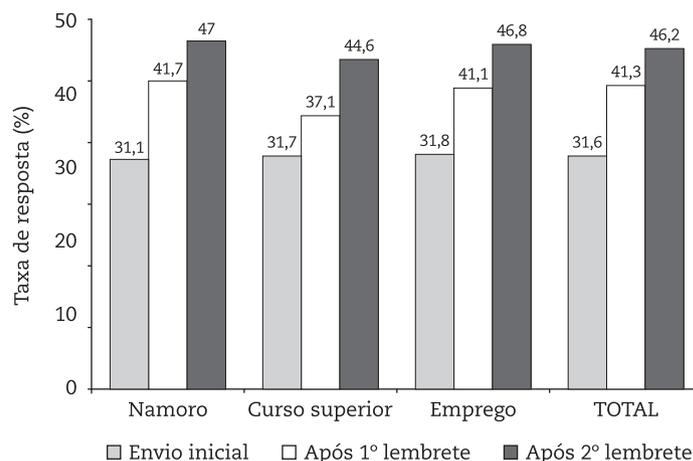


Figura 1. Taxas de resposta iniciais e após primeiro e segundo lembrete, para o total da amostra e por questionário referente a cada um dos três objetos contemplados. N=2343

Como conclusão, pode-se afirmar que o procedimento CORP alia características positivas tanto da estratégia de coleta de dados presencial convencional quanto do recrutamento *online*. Ao mesmo tempo em que permite controle sobre a amostra participante, o que muitas vezes não é possível na internet, o CORP possibilita a abrangência e facilidade no gerenciamento dos dados das coletas *online*. O recrutamento presencial ocorre de modo a permitir que uma população grande seja coberta em pouco tempo, com a vantagem de não onerar o andamento de aulas ou trabalhos coletivos (que são algumas das principais fontes de participantes de pesquisas). Além disso, a flexibilidade de questionários *online* garante aos participantes a vantagem de poder escolher o horário e local que se sentem mais confortáveis para responder a pesquisa. O certificado e o relatório com resultados, além de representarem o cumprimento de um princípio ético em pesquisas em psicologia, qual seja o direito a uma devolutiva, salientam a credibilidade da pesquisa e podem servir como um

estímulo não financeiro para que os voluntários mantenham o interesse em participar. Finalmente, o uso de lembretes, que seria bastante inviável de ser realizado presencialmente, aumenta as taxas de respondentes.

O CORP, portanto, permite uma relação favorável de custo e benefício em pesquisas com populações universitárias e escolares, aliando taxas de resposta aceitáveis próximas da metade dos cadastros a recrutamento de amostras potencialmente grandes em pouco tempo e com baixos custos, com total transparência da cobertura realizada e baixa interferência nas atividades institucionais. Porém, cabe apontar que se mostra como procedimento adequado para ambientes com certas restrições: o recrutamento deve ser realizado junto a grupos com certa quantidade de pessoas, tais como escolas, universidades e organizações. Cabe também ter em conta que a depender dos temas tratados na pesquisa, a amostra final pode ter alguma desproporção em termos de características dos participantes.

Referências

- Balaji, I., Daragó, L., Ádany, R., & Kósa, K. (2010). College students' response rate to an incentive combination of postal and web-based health survey. *Evaluation & The Health Professions, 33*(2), 164-176.
- Bech, M., & Kristensen, M. B. (2009). Differential response rates in postal and Web-based surveys among older respondents. *Survey Research Methods, 3*(1), 1-6.
- Cassepp-Borges, V. (2009). Devolução de dados por correio eletrônico: uma alternativa para pesquisas quantitativas. *Avaliação Psicológica, 8*(1), 149-152.
- Couper, M. (2000). Web surveys: a review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly, 64*, 464-494.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2012). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011*. Brasília: IBGE. Recuperado de <http://www.ibge.gov.br>
- Natividade, J. C., Barros, M. C., & Hutz, C. S. (2012). Influência da flexão de gênero dos adjetivos em instrumentos psicológicos em português. *Avaliação Psicológica, 11*(2), 259-264.
- Shih, T.-H., & Fan, X. (2008). Comparing response rates from web and mail surveys: a meta-analysis. *Field Methods, 20*(3), 249-271.
- Skitka, L. J., & Sargis, E. G. (2006). The internet as a psychological laboratory. *Annual Review of Psychology, 57*, 529-555.
- Wachelke, J. F. R., & De Andrade, A. L. (2009). Influência do recrutamento de participantes em sítios temáticos e comunidades virtuais nos resultados de medidas psicológicas aplicadas pela internet. *Psicologia Teoria e Pesquisa, 25*(3), 357-367.

Recebido em janeiro de 2013
Reformulado em maio de 2013
Aprovado em agosto de 2013

Sobre os autores

João Wachelke é Doutor em Psicologia Social e da Personalidade pela Università degli studi di Padova. Professor adjunto do Instituto de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia.

Jean Natividade é Doutor em Psicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pesquisador na Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Alexsandro de Andrade é Doutor em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo. Professor na Universidade Federal do Espírito Santo.

Rafael Wolter é Doutor em Psicologia pela Université Paris Descartes. Professor adjunto na Universidade do Estado do Rio de Janeiro e na Universidade Salgado de Oliveira.

Brigido Camargo é Doutor em Psicologia Social pela École des Hautes Études en Sciences Sociales. Professor associado da Universidade Federal de Santa Catarina.