

O uso de escalas tipo drop-box

O desenho – tipo de perguntas e forma como se apresentam – que escolhemos para uma pesquisa é primordial. Um bom desenho de pesquisa é aquele que prioriza os respondentes, em oposição a um desenho que facilita o trabalho dos entrevistadores ou dos programadores de pesquisa. Portanto, um bom desenho facilita e ajuda os respondentes a completar a pesquisa.

Há muitos elementos que devem ser levados em conta quando desenhamos uma pesquisa online. Um destes elementos chave é a seleção do tipo de escala que se vai utilizar em cada pergunta: radio-button, check-boxes, drop-boxes (também conhecida como drop-down list), text boxes, etc.

Figura 1: diferentes tipos de escalas

¿Eres...?

Hombre Mujer radio botón

¿Cuántos años tienes? text box

Anota la provincia en la que resides: drop-box

De los siguientes tipos de bebidas ¿cuáles conoces?

Agua mineral sin gas Vino check-box

Cerveza con sabores: limón, manzana, etc.

Cerveza sin alcohol

As escalas do tipo drop-box são provavelmente as pior empregadas pelos pesquisadores de programadores de pesquisas. O principal problema desta escala é que proporciona vantagens para os pesquisadores (ocupa menos espaço na tela) mas ao custo de gerar inconvenientes para os respondentes (opções não visíveis à primeira vista, necessidade de utilizar o mouse para baixar e ver todas as opções), o qual define um desenho ruim de pesquisa.

Habitualmente, as escalas drop-box podem ser substituídas por escalas do tipo radio-button, que permitem aos respondentes ver todas as opções diretamente, sem esforço. E completar a pesquisa com mais facilidade. Além disso, estas perguntas do tipo radio button são mais comuns na Internet, porque os respondentes costumam saber como utiliza-las.

No entanto, em alguns casos específicos o uso de escalas tipo droop-box está justificado:

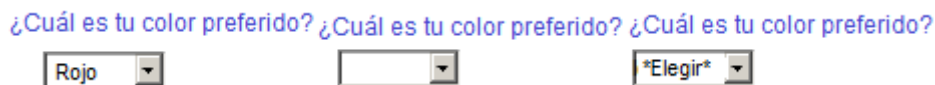
- Quando há uma lista muito grande de opções que não se pode ver completamente na tela do navegador.

- quando os respondentes tem muito clara a resposta e, portanto, no momento de soltar o drop-box, vão diretamente à opção em particular, sem nenhuma deliberação.

Tipicamente, o país de origem ou a nacionalidade são perguntas em que um drop-box pode funcionar corretamente. Nestes casos, uma escala do tipo radio-button não poderia ser visualizada por completo em uma tela e, dado que os respondentes sabem muito bem a resposta que vão escolher, é preferível empregar um drop-box a uma escala do tipo texto, para evitar que os respondentes tenham que digitar, o que provoca mais erros ortográficos e a necessidade de recodificar a posteriori.

Existem diferentes formas de apresentar as escalas drop-box e, se um pesquisador opta por empregá-las, é importante que utilize a maneira mais adequada de fazê-lo. Uma das decisões principais que há que tomar é se se apresentassem no início opções de resposta visíveis ou não.

Figura 2: como apresentar um drop-box



Se não se mostra nenhuma opção visível, é mais difícil o respondente entender o que deve fazer para facilitar sua resposta. E ao contrário, se aparece só a primeira opção, pode dar a impressão de que a pergunta já está respondida. Ainda que o objetivo da pergunta seja que os respondentes selecionem uma opção em particular para que se contabilize como resposta, a probabilidade de que o respondente selecione a opção já mostrada é mais alta que para o resto das opções (efeito de primazia). Por estas razões, parece preferível que dentro do drop-box apareça uma instrução, por exemplo “selecione uma opção”. Conseguimos assim facilitar a compreensão do respondente sobre que tarefa queremos que faça, sem induzir tendências em sua resposta.

Em resumo, as escalas do tipo drop-box deveriam ser usadas só em casos muito específicos, porque no geral, uma escala tipo radio-button costuma ser mais recomendável. E nos casos específicos onde tem sentido usar uma escala drop-box, não se deveria mostrar em um início nenhuma das opções disponíveis para evitar que esta opção seja escolhida acima do que se deveria, a não ser que se deva mostrar uma instrução para que os respondentes tenham claro o que tenham que fazer (por exemplo “escolher uma” ou “selecionar uma opção”).