

Day 4, Pesquisa com Surveys e Facebook Ads.

Plano de Aula: Summer Institutes in Computational Social Science 2022

Preparado por SICSS-FGV DAPP, e adaptado do SICSS-Princeton.

Resumo

No exercício de hoje possuímos dois objetivos principais. Primeiro, vamos aprender como usar Facebook Ads para implementar surveys a baixo custo. Diferente da atividade principal do SICSS-Princeton, onde recomenda-se o uso de Mturk, esta ferramenta não possui cobertura alta no Brasil e América Latina. Por isso, optamos por alterar esta atividade para o uso de Facebook Ads. Em segundo lugar, vamos praticar sobre como construir surveys usando Google Forms e como analisá-los em R.

Objetivos de Aprendizado

- Os participantes irão aprender a utilizar Facebook Ads para pesquisa de survey em Ciências Sociais.
- Aprender a utilizar google forms para construção de surveys.
- Como analisar surveys em R.
- Extra: A depender do tempo, aprenderemos como fazer pos-estratificação com surveys extraídos de amostras não probabilísticas.

Antes da atividade do grupo

- Leia o [Capítulo 3 em Bit a Bit](#)
- Leia as [notas matemáticas no capítulo 3 em bit a bit](#)
- Leia estes dois artigos sobre o uso de Facebook Ads para pesquisa em Ciências Sociais. O primeiro sobre de [Zhang et. al.](#) e o de [Zucco e Samuels](#). Ambos artigos discutem vantagens sobre o uso de Facebook Ads e compararam as estimativas de amostra bruta e aquelas feitas após vários ajustes de ponderação para estimativas que vêm de pesquisas usando métodos de amostragem baseados em probabilidade.
- Leia [Introdução à pós-estratificação](#)
- Criar uma página no Facebook. A página será utilizada para a veiculação dos anúncios

Programação da Atividade

Duração 2h e 30min

- Pela manhã (1h e 15min): Desenhe o survey e o disponibilize no Facebook antes do almoço.
- Almoço: Monitore as respostas ao seu survey.

- Pela tarde (1h e 15min): Produza análises sobre seus survey e sobre as respostas ao seu Ad.
- Voltar juntos como um grande grupo e discutir seus resultados.

Passo-a-Passo.

Fase 1: Criando seu Survey (30 min).

- Crie um questionário no Formulários Google. Use [este modelo](#).
- Notas importantes sobre seu survey: o survey deve ser extremamente curto. 3 minutos no máximo.
- Comece com nosso modelo de questionário que já contém uma declaração de consentimento, perguntas de verificação de atenção e perguntas sobre dados demográficos. Estas três seções - traduzidas para o português - são obrigatórias! Você obterá o link para acesso de edição a este modelo em nosso espaço de trabalho do Slack. Faça uma cópia do modelo.
- Após a seção de demográficas, adicione questões do seu interesse. Use como modelo, para comparar suas estimativas, algum survey disponível no [site do Datafolha](#). Por exemplo, este survey sobre [atitudes em relação a pandemia de COVID-19](#) pode ser uma excelente opção

Fase 2: Distribuindo no Facebook Ads (45 min).

- Seguindo as instruções do workshop da manhã, distribua seu survey através de Ads no Facebook.
- Pagamento via cartão de crédito virtual fornecido pela organização.

Fase 3: Análise do Survey (1 h).

Após a coleta de dados, retire seus Ads do ar.

- Baixe o CSV das respostas do Formulários Google.
- Exclua as respostas que não atenderam aos critérios de verificação de atenção.
- As restrições de custo significam que cada grupo pode coletar apenas um pequeno número de respostas. Portanto, todas as comparações aqui são iniciais.
- Apresente estatísticas sobre seus Ads. Funcionou? Quantos cliques recebeu? Quantas respostas finalizadas?
- Compare as estimativas brutas (não ponderadas) com os resultados encontrados pelo survey de sua escolha no Datafolha. Principalmente, compare as informações demográficas do seu survey com as do survey do Datafolha.
- **EXTRA:** Em seguida, compare as estimativas após fazer a pós-estratificação baseada em [células](#). Use [este modelo](#) conforme você trabalha nessas etapas. Este modelo precisa ser ajustado com informações do Censo no Brasil. Por isso, a recomendação desta atividade é extra.

Recursos Adicionais.

- [Boas et. al. Recruiting large online samples in the United States and India: Facebook, Mechanical Turk, and Qualtrics](#)
- [Dutwin e Buskirk. Apples to Oranges or Gala versus Golden Delicious](#)
- [Baker et al.](#)
- Kalton and Flores-Cervantes "Weighting methods"
- Berinsky, Margolis, and Sances "Separating the Shirkers from the Workers? Making Sure Respondents Pay Attention on Self-Administered Surveys"
- Target Estimation and Adjustment Weighting for Survey Nonresponse and Sampling Bias
- Pewmethods R package