

AULA 13

Dados verbais

Ernesto F. L. Amaral

05 de maio de 2011
Metodologia (DCP 033)

Fonte:

Flick, Uwe. 2009. “Desenho da pesquisa qualitativa”. Porto Alegre: Artmed. pp.105-118.

OBJETIVO DA AULA

- Apresentar principais métodos de produção de dados verbais (entrevistas e grupos focais) na pesquisa qualitativa.
- Identificar as questões específicas relacionadas aos desenhos de pesquisa no uso desses métodos.
- Estabelecer relação das questões referentes a construir desenhos de pesquisa para os métodos individuais.
- Saber quando usar quais desses métodos na pesquisa qualitativa.

QUATRO ABORDAGENS METODOLÓGICAS BÁSICAS

- Há quatro abordagens metodológicas básicas na coleta e produção de dados qualitativos, dependendo dos tipos de dados:
 - 1) Evocação de dados verbais: entrevistas, estimulação de narrativas e grupos focais.
 - 2) Produção de descrições obtidas em etnografia ou observação participante: notas de campo, registros...
 - 3) Transformação de documentos primários e/ou secundários em dados qualitativos: textos, arquivos, fotos, filmes...
 - 4) Elaboração de codificação com base em análise narrativa ou de discurso/conversação, utilizando qualquer um dos dados acima.

ENTREVISTAS

- As entrevistas: (1) são método predominante na pesquisa qualitativa; (2) podem ocorrer de diferentes formas; e (3) são gravadas e transcritas para análise.
- Entrevistas clássicas: um encontro pessoal, um entrevistado, um conjunto de perguntas, um diálogo aberto, um roteiro com tópicos a serem abordados.
- Há casos de entrevistas que ocorrem em uma reunião com os participantes, após contato para participar do estudo.
- Há casos de entrevistas que podem ser repetidas ao longo do tempo (estudos longitudinais).
- Há casos em que pesquisadores voltam aos participantes para verificar resultados do estudo.

OUTROS TIPOS DE ENTREVISTAS

- Além da entrevista clássica, há formas especiais de entrevista.
- Entrevistas em grupo com algumas pessoas ao mesmo tempo, baseada em perguntas a serem respondidas (diferente de grupo focal).
- Entrevistas narrativas em que entrevistados contam uma história, ao invés de responder perguntas: história de vida, experiência com doença, participação em movimento social...
- Entrevistas com pessoas em lugares distantes, usando meios de comunicação (telefone, internet): padronizadas.
- Entrevistas etnográficas como parte de observações.
- Entrevistas especializadas, definidas pelo grupo-alvo especial a ser entrevistado.

DESENHO DE PESQUISA NA ENTREVISTA

- Sugere-se que haja um desenho flexível, iterativo e contínuo, em vez de se estabelecer um plano desde o início.
- **Desenho flexível** significa adaptação do estudo ao que é mais acessível e interessante no campo: seleção de entrevistados (amostragem); perguntas a serem realizadas (roteiro)...
- **Desenho iterativo** significa mudar o plano de amostragem e entrevista individual várias vezes, em várias etapas, reduzindo o foco (amostragem e perguntas).
- **Desenho contínuo** significa redesenhar, adaptar e melhorar desenho no decorrer do processo de pesquisa, com possível inclusão de novas perguntas e tópicos em entrevistas posteriores.

PERSPECTIVA DE PESQUISA E TEORIA

- O foco da pesquisa com entrevistas está na experiência individual do participante, considerada relevante para se entender a experiência das pessoas em situação similar.
- Não encontramos apenas uma reprodução ou representação do conhecimento existente, mas uma interação com relação a um tema que faz parte do conhecimento produzido.
- O pano de fundo teórico de estudos com entrevistas está baseado no pressuposto de que as pessoas refletem sobre sua vida e que essa forma de produção de sentido pode ser acessada pelas entrevistas.
- São feitas perguntas sobre experiências e reflexões individuais que nos auxiliam no desenvolvimento de teorias.

PERGUNTAS DE PESQUISA

- Pode-se abordar perguntas sobre experiências pessoais e produção de sentido com questões pessoais ou mais gerais.
- Pode-se tratar do “que” e do “como” o entrevistado percebe e interage com determinada experiência.
- Em entrevistas narrativas, pode-se perguntar como algo começou, desenvolveu ou mudou.
- Em entrevistas, procura-se obter versões e relatórios de um dos participantes.
- Em entrevistas, não se abordam diretamente processos de interação, de práticas, de “por que” ou de atitudes (como é o caso da observação).

AMOSTRAGEM

- A amostragem é orientada a encontrar as pessoas certas que tornam a experiência relevante para o estudo.
- A amostragem é intencional (não probabilística) e os tipos aleatório ou formal (probabilística) são exceções.
- Os entrevistados devem ser capazes de refletir sobre sua experiência.
- Geralmente, o participante individual é o caso (unidade amostral), mas podemos buscar grupos.
- A amostragem se baseia, principalmente, em critérios específicos (gênero, idade, profissão).
- Também podemos: (1) encontrar pessoas informadas no início; (2) buscar diferentes pontos de vista; e (3) procurar casos específicos para ampliar cobertura e comparação.

COMPARAÇÃO

- Pode-se comparar os entrevistados entre si, percebendo diferentes tipologias de comportamento frente ao tema.
- Pode-se realizar comparações entre grupos (idade, sexo, escolaridade, local de residência, religião, profissão).
- Com frequência, a comparação começa em nível inferior (individual) e depois há comparação em nível de subgrupos.
- Também é possível comparar diferentes respostas de um mesmo indivíduo com ele mesmo.

GENERALIZAÇÃO

- **Generalização interna:** pressuposto é de que as declarações feitas na entrevista podem ser generalizadas ao que o entrevistado acha e diz em outras situações.
- **Generalização externa:** é possível generalizar resultados a pessoas em situação semelhante à dos entrevistados.
- **Generalização estatística:** não muito comum em amostragem intencional.
- **Generalização analítica:** se julga até onde se pode tirar conclusões de entrevistas com outras pessoas ou de outras situações.
- Para aumentar a generalização, o ideal é escolher entrevistados que ampliem o alcance dos resultados, e não necessariamente aumentar o tamanho da amostra.

TRIANGULAÇÃO

- A entrevista é o método de pesquisa qualitativa que é mais combinado com outras pesquisas quantitativas.
- Também há triangulação de entrevistas com outras abordagens qualitativas (etnografia, observação...).
- Também é possível combinar entrevistas narrativas (histórias de vida) com entrevistas de pergunta e resposta (entrevista episódica).

QUALIDADE

- Diferentes abordagens (validação da comunicação, avaliações por membros, volta aos entrevistados) podem ser usadas para aumentar qualidade dos dados.
- A tensão é o quanto se consegue manter equilíbrio entre padronização e abertura, e com que flexibilidade o roteiro de entrevista está sendo utilizado.
- Deve-se ter equilíbrio entre coletar informações semelhantes de cada entrevistado (para comparação) e coletar informações peculiares de cada indivíduo.
- A questão é até onde aprofundar, visto possíveis barreiras colocadas pelo entrevistado.

ESCRITA

- A escrita em etnografia está muito dirigida ao contexto e a descrições da experiência presencial em um local.
- Em entrevistas, o pesquisador deve dar informações sobre o que o entrevistado disse com relação ao tema.
- É fundamental selecionar o material a ser apresentado.
- Os relatórios de estudos com entrevistas devem transmitir uma impressão do mundo aos entrevistados.
- É importante demonstrar que as conclusões das entrevistas são baseadas em materiais e que são mais apropriadas que outras.

DESENHO BÁSICO

- Estudos retrospectivos com estudos de caso ou em desenhos comparativos: histórias de vida ou narrativas.
- Estudos longitudinais: voltar aos entrevistados depois de algum tempo para fazer perguntas semelhantes novamente.

RECURSOS E OBSTÁCULOS

- É preciso desenvolver o conhecimento sobre entrevistas entre os membros da equipe: como aplicar o roteiro e as perguntas, como e quando sondar mais, como e quando introduzir novos tópicos...
- Realização de ensaios gerais entre próprios pesquisadores.
- É preciso ter pessoal com experiência em transcrição e equipamento de gravação de qualidade.
- É muito importante também estimar o tempo e quantidade de dinheiro que será necessário utilizar.
- Encontrar os entrevistados “certos” é importante para diminuir os custos da pesquisa, já que menos entrevistas serão necessárias.

ÉTICA

- O consentimento informado deve ser obrigatório em todos os estudos, mas isso talvez deva ser conseguido indiretamente (crianças, idosos, doentes...).
- O consentimento tem que ser solicitado.
- A parceria entre pesquisador e entrevistado tem que ser dialogada, aumentando as chances de se falar de temas delicados e diminuindo falsas expectativas do entrevistado.
- Deve ficar claro que relação é de pesquisa e não terapia.
- Evitar grande quantidade de tempo e informação do entrevistado.
- O anonimato do entrevistado deve ser mantido no processo da pesquisa e nas publicações (confidencialidade).

GRUPOS FOCAIS

- Os grupos focais são usados para questões de pesquisa e para propósitos mais pragmáticos: *marketing*, por exemplo.
- Os pesquisadores podem decidir sobre o que querem encontrar ao usar esse método, já que a perspectiva de pesquisa pode ter várias alternativas.
- Pode-se realizar grupos focais de pessoas que se conhecem, que têm relações fora da situação do grupo ou que nunca se viram antes e não se verão depois.
- É possível realizar grupos focais virtuais (salas de bate-papo na internet).
- Para uso de grupos focais tradicionais, há vários pontos de planejamento diferentes das entrevistas e etnografia.

TEORIA E PERSPECTIVA DE PESQUISA

- Grupos focais não devem evocar narrativas ou avaliar atitudes.
- Grupos focais são mais apropriados para estudar a interação em um grupo, em relação a um tema específico.
- A base teórica pode ser reflexão das pessoas e produção de sentido sobre determinado tema, assim como análise do discurso e da conversação.

PERGUNTAS DE PESQUISA

- Os grupos focais podem ser usados para perguntas sobre a interação de uma quantidade de pessoas em relação a uma questão.
- Podem ser usados para estudar tópicos delicados e para integrar aos estudos pessoas difíceis de encontrar.

AMOSTRAGEM

- A composição dos grupos focais (amostragem) deve seguir pergunta de pesquisa e comparações que se pretende fazer.
- É preciso definir a quantidade de grupos e o tamanho de cada um.
- Homogeneidade ou heterogeneidade dos grupos devem ser estabelecidos segundo interesses de pesquisa e do estudo.
- É possível planejar várias etapas de amostragem, com critérios desenvolvidos ou modificações em diferentes etapas.

COMPARAÇÃO

- Pode-se comparar diferentes grupos de características específicas (idade, sexo, escolaridade, profissão...).
- Também é possível fazer comparações dentro de grupos.
- É necessário realizar uma composição e seleção bem planejadas de grupos e seus membros.
- Com grupos focais, temos que considerar o grupo como unidade, já que seria complicada a comparação sistemática de indivíduos entre grupos diferentes.

GENERALIZAÇÃO

- A generalização é difícil com grupos focais.
- **Generalização analítica:** pode-se pensar teoricamente sobre a gama de afirmações no grupo.
- **Generalização interna:** refletir sobre até onde alguns resultados são típicos do grupo ou da discussão que se fez nele.
- **Generalização externa:** depende de como se construiu a variedade do grupo, já que quanto maior for a diversidade dos grupos e dentro deles, maior será o potencial de generalização.

TRIANGULAÇÃO

- É possível utilizar grupos focais em desenhos mistos, principalmente com entrevistas individuais, assim como com pesquisas quantitativas.
- É viável ainda levar de volta os resultados aos participantes.

QUALIDADE

- É preciso ter preocupação com registro da discussão, transcrição da interação do grupo, habilidades do moderador para estimular boa discussão, manter discussão em andamento e centrada (foco).
- A qualidade da amostragem também é fundamental para propiciar variedade de grupos e membros ao tema proposto.
- O rigor de interpretação e análise dos dados é importante para tornar estudo transparente em relatórios e publicações.

ESCRITA

- É preciso documentar contexto do grupo e processo de sua discussão ao relatar afirmações e resultados da pesquisa.
- Grupos focais não devem ser meramente analisados de forma descritiva, mas de forma sistemática, em termos de suas afirmações e processos.
- Muitas pessoas analisam grupos focais como se fossem entrevistas individuais, o que subestima as qualidades dos dados obtidos.
- Devem ser utilizados para análise e comparação de como um conjunto de pessoas discute um tema.

DESENHO BÁSICO

- Geralmente, grupos focais são utilizados para estudos comparativos, produzindo uma fotografia instantânea, descrição de estados e opiniões sobre um tema.
- Mas também podem ser utilizados em:
 - **Estudos retrospectivos:** podem ser empregados para discutir eventos e experiências no passado.
 - **Estudos longitudinais:** análise no decorrer do tempo.

RECURSOS E OBSTÁCULOS

- É necessário bom equipamento de gravação (microfones, gravador digital de áudio ou vídeo) e de transcrição.
- A organização dos grupos pode demandar muito tempo, já que é difícil evitar desistências.
- Transcrição e análise levam muito tempo.
- Moderadores e facilitadores são importantes para estimular, moderar e acalmar discussões.

ÉTICA

- Uso de pessoas vulneráveis (crianças, pacientes) deve ser levado em consideração para realização ou não do grupo focal, já que há exposição da vida dos participantes.
- É preciso haver estrutura clara e transparente para participação:
 - Participantes devem ter a chance de retirar declarações.
 - Participantes devem saber de que se trata o estudo.
- Deve-se refletir sobre por que os participantes concordaram em fazer parte do grupo e qual pode ser sua dinâmica.