

3

ENTREVISTAS INDIVIDUAIS E GRUPAIS

George Gaskell

Palavras-chave: entrevista com grupos focais; moderador; dinâmica do grupo; materiais de estímulo; entrevista individual em profundidade; tópico guia.

Este capítulo é uma espécie de reflexão pessoal sobre os 25 anos de pesquisa qualitativa, e se fundamenta em vários cursos de treinamento e em conferências nas quais participei. É uma tentativa de analisar logicamente o conhecimento tácito que alguém desenvolve a partir de um sem número de projetos. Embora as discussões conceituais se refiram principalmente à pesquisa psicossocial, espera-se que os que possuam outras convicções sociais científicas encontrem uma ajuda de valor prático.

O objetivo deste capítulo é fornecer tanto uma fundamentação teórica quanto uma orientação prática para a pesquisa qualitativa. Aqui, pesquisa qualitativa se refere a entrevistas do tipo semi-estruturado com um único respondente (a entrevista em profundidade), ou com um grupo de respondentes (o grupo focal). Essas formas de entrevista qualitativa podem ser distinguidas, de um lado, da entrevista de levantamento fortemente estruturada, em que é feita uma série de questões predeterminadas; e de outro lado, distingue-se da conversação continuada menos estruturada da observação participante, ou etnografia, onde a ênfase é mais em absorver o conhecimento local e a cultura por um período de tempo mais longo do que em fazer perguntas dentro de um período relativamente limitado.

Nas ciências sociais empíricas, a entrevista qualitativa é uma metodologia de coleta de dados amplamente empregada. Ela é, como es-

creveu Robert Farr (1982), “essencialmente uma técnica, ou método, para estabelecer ou descobrir que existem perspectivas, ou pontos de vista sobre os fatos, além daqueles da pessoa que inicia a entrevista”.

O primeiro ponto de partida é o pressuposto de que o mundo social não é um dado natural, sem problemas: ele é ativamente construído por pessoas em suas vidas cotidianas, mas não sob condições que elas mesmas estabeleceram. Assume-se que essas construções constituem a realidade essencial das pessoas, seu mundo vivencial. O emprego da entrevista qualitativa para mapear e compreender o mundo da vida dos respondentes é o ponto de entrada para o cientista social que introduz, então, esquemas interpretativos para compreender as narrativas dos atores em termos mais conceituais e abstratos, muitas vezes em relação a outras observações. A entrevista qualitativa, pois, fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. O objetivo é uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos.

Usos da entrevista qualitativa

A compreensão dos mundos da vida dos entrevistados e de grupos sociais especificados é a condição *sine qua non* da entrevista qualitativa. Tal compreensão poderá contribuir para um número de diferentes empenhos na pesquisa. Poderá ser um fim em si mesmo o fornecimento de uma “descrição detalhada” de um meio social específico; pode também ser empregada como uma base para construir um referencial para pesquisas futuras e fornecer dados para testar expectativas e hipóteses desenvolvidas fora de uma perspectiva teórica específica.

Além dos objetivos amplos da descrição, do desenvolvimento conceitual e do teste de conceitos, a entrevista qualitativa pode desempenhar um papel vital na combinação com outros métodos. Por exemplo, intuições providas da entrevista qualitativa podem melhorar a qualidade do delineamento de um levantamento e de sua interpretação. A fim de construir questões adequadas, é necessário avaliar tanto os interesses quanto a linguagem do grupo em foco. Do mesmo modo, a pesquisa de levantamento muitas vezes apresenta resultados e surpresas que necessitam de ulterior investigação. Aqui, a compreensão em maior profundidade oferecida pela entrevista

qualitativa pode fornecer informação contextual valiosa para ajudar a explicar achados específicos.

A versatilidade e valor da entrevista qualitativa são evidenciados no seu emprego abrangente em muitas disciplinas sociais científicas e na pesquisa social comercial, nas áreas de pesquisa de audiência da mídia, relações públicas, marketing e publicidade.

Preparação e planejamento

Nesta seção, são introduzidos alguns aspectos centrais da entrevista individual e grupal. Estes aspectos incluem a preparação e o planejamento, a seleção dos entrevistados, e uma introdução às técnicas de entrevista individuais e grupais. Assume-se aqui que o pesquisador, ou já tenha desenvolvido um referencial teórico ou conceitual que guiará sua investigação e identificado os conceitos centrais e os temas que deverão ser vistos na pesquisa, ou tenha se decidido a trabalhar dentro do referencial da Teoria Fundamentada (*Grounded Theory* – Glaser & Strauss, 1967). De acordo com esta escolha, duas questões centrais devem ser consideradas, antes que qualquer forma de entrevista: o que perguntar (a especificação do tópico guia) e a quem perguntar (como selecionar os entrevistados).

O tópico guia

O tópico guia é parte vital do processo de pesquisa e necessita atenção detalhada. Por detrás de uma conversação aparentemente natural e quase casual encontrada na entrevista bem-sucedida, está um entrevistador muito bem preparado. Se forem feitas perguntas inadequadas, então não apenas foi desperdiçado o tempo do entrevistado, mas também o do entrevistador. É fundamental colocar tempo e esforço na construção de um tópico guia, e é provável que se tenha de fazer várias tentativas. Em sua essência, ele é planejado para dar conta dos fins e objetivos da pesquisa. Ele se fundamentará na combinação de uma leitura crítica da literatura apropriada, um reconhecimento do campo (que poderá incluir observações e/ou algumas conversações preliminares com pessoas relevantes), discussões com colegas experientes, e algum pensamento criativo. Como ideal, o tópico guia deveria caber em uma página. Ele não é uma série extensa de perguntas específicas, mas ao contrário, um conjunto de títulos de parágrafos. Ele funciona como um lembrete para o entrevistador, como uma salvaguarda quando der um “branco” no meio de uma en-

trevista, um sinal de que há uma agenda a ser seguida, e (se um número de minutos é fixado a cada parágrafo) um meio de monitorar o andamento do tempo da entrevista. Um bom tópico guia irá criar um referencial fácil e confortável para uma discussão, fornecendo uma progressão lógica e plausível através dos temas em foco. À medida que o tópico guia é desenvolvido, ele se torna um lembrete para o pesquisador de que questões sobre temas sociais científicos devem ser apresentadas em uma linguagem simples, empregando termos familiares adaptados ao entrevistado. Finalmente, ele funciona como um esquema preliminar para a análise das transcrições.

O tópico guia é, contudo, como sugere o título, um guia, e não nos devemos tornar escravos dele, como se o sucesso da pesquisa dependesse só disso. O entrevistador deve usar sua imaginação social científica para perceber quando temas considerados importantes e que não poderiam estar presentes em um planejamento ou expectativa anterior, aparecerem na discussão. Isto deve levar à modificação do guia para subseqüentes entrevistas. Do mesmo modo, à medida que uma série de entrevistas for acontecendo, alguns tópicos que estavam anteriormente na fase de planejamento, considerados centrais, podem se tornar desinteressantes, até mesmo devido a razões teóricas, ou porque os entrevistados têm pouca coisa ou nada a dizer sobre eles. Finalmente, à medida que o estudo progride, o entrevistador pode criar algumas hipóteses, exploradas com uma forma diferente de investigação. Em síntese, embora o tópico guia deva ser bem preparado no início do estudo, ele deve ser usado com alguma flexibilidade. Uma coisa importante: todas estas mudanças devem ser plenamente documentadas com as razões que levaram a isto.

Seleção dos entrevistados

O termo “seleção” é empregado explicitamente em vez de “amostragem”. Isto porque a amostragem carrega, inevitavelmente, conotações dos levantamentos e pesquisa de opinião onde, a partir de uma amostra estatística sistemática da população, os resultados podem ser generalizados dentro de limites específicos de confiabilidade. Na pesquisa qualitativa, a seleção dos entrevistados não pode seguir os procedimentos da pesquisa quantitativa por um bom número de razões.

Primeiramente, numa improvável situação de selecionar uma amostra aleatória de, digamos, 30 pessoas, para um estudo qualitati-

vo, a margem de erro ligada a uma divisão de 50/50 com qualquer indicador seria na região de mais ou menos 20 por cento. Assim, se 30 médicos forem entrevistados, a metade disser que eles iriam prescrever remédios homeopáticos e a outra metade disser que eles não iriam, poder-se-ia dizer com segurança que na população dos doutores, entre 30 a 70 por cento iria prescrever tratamentos homeopáticos. Com uma amostra não probabilística, a margem de erro pode ser o dobro. É evidente que se alguém quisesse avaliar o entusiasmo médico, ou a falta dele, com respeito à homeopatia, outras formas de pesquisa social seriam melhor indicadas, por exemplo, um levantamento. Mas, muitas vezes, relatórios de pesquisa qualitativa incluem detalhes numéricos ou quantificadores vagos, tais como “mais da metade” com respeito à distribuição de opiniões ou experiências entre os entrevistados, como se estes números de algum modo fossem pesar na interpretação e na legítima generalização para uma população maior. Isto é não entender a finalidade da pesquisa qualitativa.

A finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão. Em um meio social específico, digamos, na profissão médica, o que nós estamos interessados em descobrir é a variedade de pontos de vista no assunto em questão, por exemplo, a homeopatia, e especificamente o que fundamenta e justifica estes diferentes pontos de vista. A fim de se ter segurança de que toda a gama de pontos de vista foi explorada, o pesquisador não necessitará entrevistar diferentes membros do meio social. Nem todos os médicos têm os mesmos pontos de vista. Mas do mesmo modo, acontece normalmente que existe um número relativamente limitado de pontos de vista, ou posições, sobre um tópico dentro de um meio social específico. Por conseguinte, o pesquisador necessitará levar em consideração como este meio social pode ser segmentado com relação ao tema. Poderá existir algum levantamento, ou informações já prontas, para se montar a seleção dos entrevistados, mas este não é, em geral, o caso. Sem uma informação anterior que possa instruir a seleção dos entrevistados, um pesquisador poderá falar com algumas pessoas dentro da profissão médica e perguntar por que os médicos acham que existam diferenças com relação ao apoio à homeopatia, ou ele poderá supor que tais fatores como a data da formatura, o gênero ou o perfil dos pacientes poderão estar relacionados a diferentes práticas. Sejam quais forem os critérios, o objetivo é maximizar a oportunidade de compreender as

diferentes posições tomadas pelos membros do meio social (ver cap. 2 neste volume).

Para outras questões de pesquisa, o problema da seleção dos entrevistados pode ser mais complexo, na medida em que o assunto é relevante para mais de um meio social. Tomemos como exemplo a introdução de alimentos geneticamente modificados (GM). Esta é uma nova tecnologia que atinge a maioria, senão toda a população. Para compreender o espectro de reações aos alimentos GM, seria necessário definir ambientes relevantes dentre os quais se faria a seleção. A praxe, ou a opção tradicional, é usar as variáveis padrão sociodemográficas, como gênero, idade, categoria social e alguma segmentação geográfica, por exemplo urbano/rural. Suponhamos que cada um destes indicadores é classificado como uma dicotomia. Isto nos daria 16 células para cobrir todas as possíveis combinações. No pressuposto que tanto para entrevistas individuais, como para grupais, sejam necessárias no mínimo duas entrevistas, isto nos daria 32 entrevistas.

Este seria um empreendimento enorme, fora das possibilidades de muitos estudos. O pesquisador faz, então, uma seleção das 16 células, tomando combinações de características sociodemográficas que provavelmente serão de interesse. Todas estas características serão com isso incluídas, mas não todas as possíveis combinações destas características.

Uma alternativa para se pensar sobre segmentação é empregar grupos “naturais”, em vez de grupos estatísticos, ou taxonômicos. Nos grupos naturais, as pessoas interagem conjuntamente; elas podem partilhar um passado comum, ou ter um projeto futuro comum. Elas podem também ler os mesmos veículos de comunicação e ter interesses e valores mais ou menos semelhantes. Neste sentido, grupos naturais formam um meio social. Retornando ao exemplo dos alimentos GM, em vez de continuar no pressuposto de que as características sociais e demográficas seriam um diagnóstico de diferentes pontos de vista com respeito ao tema, a seleção dos entrevistados poderia se basear em grupos naturais relevantes ou ambientes sociais. Sendo que os alimentos GM foram discutidos por ambientalistas em termos de risco, por grupos de consumidores em termos de questões de segurança principalmente para crianças, por grupos religiosos em termos de ética, e pelos agricultores em termos tanto de lucros como de ameaças à agricultura orgânica, estes são candidatos a serem os ambientes. Deste modo, as entrevistas podem ser feitas

com membros das organizações ambientais, mães com filhos, pessoas de diferentes crenças religiosas e pessoas envolvidas com agricultura. Dentro destes grupos, será necessário levar em consideração se tais características como gênero, idade e educação seriam relevantes ou não. Sabe-se, por exemplo, que embora os homens tendam a aceitar mais as novas tecnologias que as mulheres, a relação com a idade não é tão tranqüila. Uma vez mais o pesquisador terá de tomar algumas decisões entre os benefícios de se pesquisar determinados segmentos e os custos de ignorar outros. Para tais escolhas, é indispensável uma imaginação social científica. Não existem respostas corretas.

Em síntese, o objetivo da pesquisa qualitativa é apresentar uma amostra do espectro dos pontos de vista. Diferentemente da amostra do levantamento, onde a amostra probabilística pode ser aplicada na maioria dos casos, não existe um método para selecionar os entrevistados das investigações qualitativas. Aqui, devido ao fato de o número de entrevistados ser necessariamente pequeno, o pesquisador deve usar sua imaginação social científica para montar a seleção dos respondentes. Embora características sociodemográficas padrão possam ser relevantes, e certamente o são para questões políticas e de consumo, seria mais eficiente e produtivo pensar em termos de ambientes sociais relevantes para outros tópicos em questão. Em algumas circunstâncias, a pesquisa pode assumir um procedimento por fases. Neste caso, a primeira fase pode empregar um delineamento de amostra baseado em todas as informações acessíveis anteriores à investigação do tema. Tendo avaliado as informações desta fase, a segunda fase pode, então, enfocar categorias específicas de entrevistados que pareçam ser particularmente interessantes. Finalmente, sejam quais forem os critérios para a seleção dos entrevistados, os procedimentos e as escolhas devem ser detalhados e justificados em qualquer tipo de relatório.

Quantas entrevistas são necessárias?

Sob muitos aspectos, esta questão provoca a resposta, “que comprimento tem uma corda?”, e na realidade, a resposta é: “depende”. Depende da natureza do tópico, do número dos diferentes ambientes que forem considerados relevantes e, é claro, dos recursos disponíveis. Contudo, há algumas considerações gerais que guiam a decisão. Um ponto-chave que se deve ter em mente é que, permanecendo todas as coisas iguais, mais entrevistas não melhoram necessariamente

a qualidade, ou levam a uma compreensão mais detalhada. Há duas razões para esta afirmação. Primeiro, há um número limitado de interpelações, ou versões, da realidade. Embora as experiências possam parecer únicas ao indivíduo, as representações de tais experiências não surgem das mentes individuais; em alguma medida, elas são o resultado de processos sociais. Neste ponto, representações de um tema de interesse comum, ou de pessoas em um meio social específico são, em parte, compartilhadas. Isto pode ser visto em uma série de entrevistas. As primeiras são cheias de surpresas. As diferenças entre as narrativas são chocantes e, às vezes, ficamos imaginando se há ali algumas semelhanças. Contudo, temas comuns começam a aparecer, e progressivamente sente-se uma confiança crescente na compreensão emergente do fenômeno. A certa altura, o pesquisador se dá conta que não aparecerão novas surpresas ou percepções. Neste ponto de saturação do sentido, o pesquisador pode deixar seu tópico guia para conferir sua compreensão, e se a avaliação do fenômeno é corroborada, é um sinal de que é tempo de parar.

Em segundo lugar, há a questão do tamanho do *corpus* a ser analisado. A transcrição de uma entrevista pode ter até 15 páginas; com 20 entrevistas haverá, então, umas 300 páginas no *corpus*. A fim de analisar um *corpus* de textos extraídos das entrevistas e ir além da seleção superficial de um número de citações ilustrativas, é essencial quase que viver e sonhar as entrevistas – ser capaz de relembrar cada ambiente entrevistado, e os temas-chave de cada entrevista. Há uma perda de informação no relatório escrito, e o entrevistador deve ser capaz de trazer à memória o tom emocional do entrevistado e lembrar por que eles fizeram uma pergunta específica. Falas ou comentários que numa primeira escuta pareciam sem sentido podem, repentinamente, entrar em cena à medida que as contribuições de diferentes entrevistados são comparadas e contrastadas.

Devido a estas duas razões, há um limite máximo ao número de entrevistas que é necessário fazer, e possível de analisar. Para cada pesquisador, este limite é algo entre 15 e 25 entrevistas individuais, e ao redor de 6 a 8 discussões com grupos focais. É claro que a pesquisa pode ser dividida em fases: um primeiro conjunto de entrevistas, seguido por análise, e depois um segundo conjunto. Ou poderá haver uma combinação de entrevistas individuais e grupais. Em tais situações, seria desejável fazer um número maior de entrevistas e analisar os diferentes componentes do *corpus* separadamente, juntando-os em um estágio posterior.

Uma nota de precaução na entrevista qualitativa

Becker & Geer (1957) afirmam que a observação participante é “a forma mais completa de informação sociológica”. Como tal, ela fornece um marco referencial diante do qual se podem julgar outros métodos ou, como eles colocam, “conhecer que tipo de informação nos escapa quando empregamos outros métodos”. Em comparação com o intenso trabalho de campo da observação participante, Becker & Geer apresentam três limitações, ou falhas, com respeito à entrevista. Fundamentalmente, elas surgem do fato de que o entrevistador se apóia na informação do entrevistado no que se refere às ações que ocorreram em outras circunstâncias de espaço e tempo.

Em tal situação, o entrevistador não pode compreender plenamente a “linguagem local”: a conotação de alguns termos comuns pode ser totalmente diferente. Em segundo lugar, por diversas razões, o entrevistado pode omitir detalhes importantes. Pode ser que algumas coisas lhe pareçam apenas algo dado, aceito sem discussão; outras coisas podem ser difíceis de serem ditas com palavras, ou o entrevistado pensa que seria descortês ou mostraria falta de sensibilidade. Em terceiro lugar, um entrevistado pode ver situações através de “lentes distorcidas”, e fornecer uma versão que seja enganadora e impossível de ser testada ou verificada.

Estas limitações da entrevista podem levar o pesquisador a fazer falsas inferências a respeito de situações ou acontecimentos. Na observação participante, o pesquisador está aberto a uma maior amplitude e profundidade de informação, é capaz de triangular diferentes impressões e observações, e consegue conferir discrepâncias emergentes no decurso do trabalho de campo.

Becker & Geer não sugerem que estas potenciais limitações da entrevista invalidem o método. Eles reconhecem que por razões de praticidade e economia a entrevista pode ser um método útil. O que eles apresentam são pontos para consideração, com o fim de sensibilizar os pesquisadores com relação aos problemas e que possam servir como um catalisador de experiências para melhorar as entrevistas. Efetivamente falando, as implicações de Becker & Geer são tríplices. Primeiro, o entrevistador não deve aceitar nada como se fosse pacífico. Segundo, ele deve sondar cuidadosamente mais detalhes do que aqueles que o entrevistado pode oferecer em uma primeira resposta à pergunta. Terceiro, é através do acúmulo de informações conseguidas a partir de um conjunto de entrevistas

que podemos chegar a compreender os mundos da vida dentro de um grupo de entrevistados.

Escolhas metodológicas: entrevistas individuais versus entrevistas em grupo

Tendo levado em consideração os alertas de Becker & Geer, enfocamos agora uma discussão central: que tipo de metodologia de entrevista é mais apropriado à investigação, a individual ou a grupal? Há um marcante contraste na escolha de métodos, entre a pesquisa acadêmica e a pesquisa comercial. Falando de modo geral, a pesquisa acadêmica emprega a entrevista individual de profundidade, enquanto que o setor comercial prefere entrevistas em grupo. As diferentes orientações podem ser justificadas com base na tradição ou em considerações pragmáticas. Por exemplo, por ser a pesquisa comercial muitas vezes pressionada pelo tempo, é muito mais rápido fazer um pequeno número de entrevistas com grupos focais do que entrevistar o mesmo número de pessoas individualmente.

É claro que existem muitas semelhanças entre entrevistas individuais e em grupo. Em ambos os tipos de entrevista o pesquisador não orienta a investigação a partir de um conjunto de perguntas predeterminadas como se faz em um levantamento ou questionário. Embora o conteúdo mais amplo seja estruturado pelas questões da pesquisa, na medida em que estas constituem o tópico guia, a idéia não é fazer um conjunto de perguntas padronizadas ou esperar que o entrevistado traduza seus pensamentos em categorias específicas de resposta. As perguntas são quase que um convite ao entrevistado para falar longamente, com suas próprias palavras e com tempo para refletir. Além do mais, diferentemente do levantamento, o pesquisador pode obter esclarecimentos e acréscimos em pontos importantes com sondagens apropriadas e questionamentos específicos.

Haverá, contudo, alguns fundamentos teóricos que possam indicar a escolha do método? Toda pesquisa com entrevistas é um processo social, uma interação ou um empreendimento cooperativo, em que as palavras são o meio principal de troca. Não é apenas um processo de informação de mão única passando de um (o entrevistado) para outro (o entrevistador). Ao contrário, ela é uma interação, uma troca de idéias e de significados, em que várias realidades e percepções são exploradas e desenvolvidas. Com respeito a isso, tanto o(s) entrevistado(s) como o entrevistador estão, de maneiras diferentes, envolvidos na produção de conhecimento. Quando nós lida-

mos com sentidos e sentimentos sobre o mundo e sobre os acontecimentos, existem diferentes realidades possíveis, dependendo da situação e da natureza da interação. Deste modo, a entrevista é uma tarefa comum, uma partilha e uma negociação de realidades. Ao analisar a produção de conhecimento social, ou representações, Bauer & Gaskell (1999) afirmam que o sistema social mínimo implicado na representação é uma tríade dialógica: duas pessoas (sujeito 1 e sujeito 2) que estão preocupadas com um objeto (O) em relação a um projeto (P), em uma dimensão de tempo. Este triângulo de mediação, prolongado no tempo (S-O-S), é a unidade básica de comunicação para a elaboração de sentido. Sentido não é uma tarefa individual ou privada, mas é sempre influenciado pelo "outro", concreto ou imaginado.

Tendo isto em mente, consideremos a profundidade da entrevista. Ela é uma conversação um a um, uma interação diáde. Mas ela difere de conversações comuns sob diversos aspectos. Ela demora mais que uma hora e se dá entre duas pessoas que não se conheciam antes. Existe aqui um papel relacional incomum. Espera-se que uma pessoa, o entrevistador, faça as perguntas; e espera-se do outro, o entrevistado, que responda a elas. O tópico é uma escolha do entrevistador; o entrevistado pode ou não ter pensado seriamente no assunto anteriormente.

Nesta estranha situação, o entrevistado pode se sentir um tanto constrangido e talvez um pouco hesitante e defensivo. Que papel deveriam os entrevistados assumir nesta conversação de desiguais? Podem eles confiar no entrevistador, podem dizer o que realmente sentem? Sua tendência inicial pode ser seguir as normas da conversação cotidiana, limitar as respostas àquilo que se presume ser relevante e informativo (Grice, 1975), e adotar posições com respeito aos problemas que estejam de acordo com alguma auto-imagem específica.

Para contrabalançar estas tendências compreensíveis e encorajar o entrevistado a falar longamente, a se expandir em aspectos de sua vida e ser sincero, o entrevistador deve deixar o entrevistado à vontade e estabelecer uma relação de confiança e segurança, o que se costuma chamar de *rappport*. Isto se consegue através da forma como o entrevistador faz as perguntas, por um encorajamento verbal ou não verbal, e mostrando-se tranqüilo e à vontade. À medida que o *rappport* é posto em ação, também o entrevistado com certeza vai se sentir mais à vontade e expansivo, para pensar e falar sobre as coisas além do nível das opiniões superficiais e com menos probabilidade

de oferecer uma racionalização normativa. Ao mesmo tempo, o entrevistador deverá ser sempre mais capaz de prosseguir no tema com outras questões e indagações. Até certo ponto, o entrevistador deve adotar o papel de um conselheiro.

Fundamentalmente, em uma entrevista em profundidade bem feita, a cosmovisão pessoal do entrevistado é explorada em detalhe. Embora tais pontos de vista pessoais reflitam os resíduos ou memórias de conversações passadas, o entrevistado possui o papel central no palco. É a sua construção pessoal do passado. No decurso de tal entrevista, é fascinante ouvir a narrativa em construção: alguns dos elementos são muito bem lembrados, mas detalhes e interpretações falados podem até mesmo surpreender o próprio entrevistado. Talvez seja apenas falando que nós podemos saber o que pensamos.

A passagem de uma forma específica de interação diáde da entrevista em profundidade para a entrevista em grupo traz mudanças qualitativas na natureza da situação social. No grupo focal, o entrevistador, muitas vezes chamado de moderador, é o catalisador da interação social (comunicação) entre os participantes. O objetivo do grupo focal é estimular os participantes a falar e a reagir àquilo que outras pessoas no grupo dizem. É uma interação social mais autêntica do que a entrevista em profundidade, um exemplo da unidade social mínima em operação e, como tal, os sentidos ou representações que emergem são mais influenciados pela natureza social da interação do grupo em vez de se fundamentarem na perspectiva individual, como no caso da entrevista em profundidade.

Os processos sociais nos grupos foram extensamente estudados na literatura que trata da dinâmica dos grupos. Existem pelo menos três progenitores dos grupos focais: a tradição da terapia de grupo do Tavistock Institute (Bion, 1961), a avaliação da eficácia da comunicação (Merton & Kendall, 1946), e a tradição da dinâmica de grupo em psicologia social (Lewin, 1958).

Em sua essência, a pesquisa mostra que o grupo, distinto de determinado número de pessoas em um mesmo local, é mais do que a soma das partes: ele se torna uma entidade em si mesma. Ocorrem processos dentro dos grupos que não são vistos na interação diádica da entrevista em profundidade. A emergência do grupo caminha lado a lado com o desenvolvimento de uma identidade compartilhada, esse sentido de um destino comum presente quando dizemos "nós". Um grupo pode se subdividir em facções que confrontam seus

próprios pontos de vista e opiniões. A interação do grupo pode gerar emoção, humor, espontaneidade e intuições criativas. As pessoas nos grupos estão mais propensas a acolher novas idéias e a explorar suas implicações. Descobriu-se que os grupos assumem riscos maiores e mostram uma polarização de atitudes – um movimento para posições mais extremadas. Com base nestes critérios, o grupo focal é um ambiente mais natural e holístico em que os participantes levam em consideração os pontos de vista dos outros na formulação de suas respostas e comentam suas próprias experiências e as dos outros.

Fundamentados nestas considerações, podemos sintetizar as características centrais da entrevista de grupo:

1. Uma sinergia emerge da interação social. Em outras palavras, o grupo é mais do que a soma de suas partes.
2. É possível observar o processo do grupo, a dinâmica da atitude e da mudança de opinião e a liderança de opinião.
3. Em um grupo pode existir um nível de envolvimento emocional que raramente é visto em uma entrevista a dois.

Subjacentes ao grupo focal existem vários referenciais sobre o processo de formação do grupo. Por exemplo, Tuckman (1965) identificou quatro etapas de desenvolvimento. Primeiro, existe uma etapa de “formação”, em que há certa confusão e incerteza, a criação de familiaridade e os inícios do estabelecimento da identidade do grupo. Isto é seguido pela etapa “tempestuosa”, onde há conflito entre os membros do grupo e entre o grupo como um todo e o líder. Se este período de conflito é solucionado, o grupo se torna coeso – é a etapa das “normas”. Com os papéis definidos e o grupo estável, é alcançada a etapa de “desempenho” quando o pesquisador poderá executar um verdadeiro e valioso trabalho de investigação. Gordon & Langmaid (1988) acrescentam uma fase final, a do “luto”. Aqui, à medida que a sessão grupal chega ao final, e o gravador está desligado, acontecem discussões semiprivadas entre os próprios membros do grupo e entre alguns do grupo e o moderador. Há mais coisas a dizer, explicações para tomadas de posição embaraçosas e, de maneira mais geral, uma re-entrada para o mundo real. O moderador gostaria que o gravador ainda estivesse ligado pois temas de alguma significância podem ser levantados. Em tais circunstâncias, é sempre uma boa idéia tomar notas depois que os participantes deixaram a sala.

A tarefa do moderador é facilitar o progresso do grupo em direção à etapa final, a do “desempenho”, que num grupo focal típico de uma sessão de 90 minutos pode compreender entre 15 e 45 minutos.

Tendo discutido alguns tópicos conceituais subjacentes à entrevista individual e grupal, retornamos ao problema de decidir como selecionar entre os dois enfoques. Embora muitos pesquisadores tenham articulado muito bem razões de quando e por que se deve empregar um ou outro enfoque, a literatura de pesquisa sobre o problema é bastante confusa (Morgan, 1996). Não há um consenso sobre quando um método tem probabilidade de ser mais eficaz. Alguns sugerem que os grupos são mais criativos, outros não; alguns recomendam entrevistas individuais para tópicos mais delicados, mas outros pesquisadores foram bem-sucedidos explorando comportamentos sexuais com grupos focais. Com toda probabilidade, isto depende da natureza do tópico de pesquisa, dos objetivos da pesquisa, dos tipos de entrevistados e até certo ponto das habilidades e preferências pessoais do pesquisador. Não há pesquisa metodológica suficiente para tirar conclusões seguras e rápidas. É possível, contudo, fazer algumas observações gerais que podem ajudar os pesquisadores a considerar as opções e fazer uma decisão bem fundamentada.

Para o mesmo número de entrevistados, o grupo focal é mais eficaz. O grupo fornece critérios sobre o consenso emergente e a maneira como as pessoas lidam com as divergências. Em uma sessão grupal, as pessoas podem ser criativas, o pesquisador/moderador pode explorar metáforas e imagens, e empregar estímulos de tipo projetivo. Na situação grupal, a partilha e o contraste de experiências constrói um quadro de interesses e preocupações comuns que, em parte experienciadas por todos, são raramente articuladas por um único indivíduo. O grupo é antes mais como uma novela, uma perspectiva sobre a vida cotidiana mostrada apenas quando se assiste a todo o programa e não apenas pela contribuição de um único ator.

Há, contudo, algumas desvantagens na técnica dos grupos focais que vêm ilustrar as vantagens da entrevista individual. Primeiro, os participantes em um grupo focal tendem a ser, até certo ponto, auto-seletivos. Nem todos os convidados se apresentam e alguns grupos planejados são difíceis de recrutar, por exemplo, minorias étnicas, os velhos e portadores de deficiências, mães com filhos muito pequenos. Do mesmo modo, é difícil, mas não impossível, recrutar entrevistados dentro de uma elite sempre muito ocupada, para uma

sessão de grupo. Estes problemas de seleção podem ser evitados através de entrevistas individuais, onde a entrevista pode ser agendada para um tempo e lugar conveniente para o entrevistado. Em segundo lugar, não é exequível dirigir a atenção para uma pessoa particular em uma discussão de grupo, do mesmo modo como se consegue em uma entrevista individual. Com um entrevistado apenas, podemos conseguir detalhes muito mais ricos a respeito de experiências pessoais, decisões e seqüência das ações, com perguntas indagadoras dirigidas a motivações, em um contexto de informação detalhada sobre circunstâncias particulares da pessoa. O que o entrevistado diz, e a maneira como a entrevista se desenvolve, pode estar relacionado a outras características relevantes do indivíduo de um modo tal que não é possível dentro da discussão e subsequente análise de um grupo focal.

Na Tabela 3.1, as várias vantagens das entrevistas individuais e grupais são tentativamente sintetizadas. Devido a estas diferentes vantagens e limitações dos grupos focais e das entrevistas individuais, alguns pesquisadores optam por uma junção dos dois métodos dentro do mesmo projeto: um enfoque multimétodo que tem alguma justificação.

Tabela 3.1 – Uma síntese da indicação de entrevistas em profundidade e grupais

Entrevista individual	Entrevista grupal
Quando o objetivo da pesquisa é para:	Orientar o pesquisador para um campo de investigação e para linguagem local
Explorar em profundidade o mundo da vida do indivíduo	Explorar o espectro de atitudes, opiniões e comportamentos
Fazer estudos de caso com entrevistas repetidas no tempo	Observar os processos de consenso e divergência
Testar um instrumento, ou questionário (a entrevista cognitiva)	Adicionar detalhes contextuais a achados quantitativos
Quando o tópico se refere a:	Assuntos de interesse público ou preocupação comum, por exemplo, política, mídia, comportamento de consumidores, lazer, novas tecnologias
Experiências individuais detalhadas, escolhas e biografias pessoais	Assuntos e questões de natureza relativamente não familiar, ou hipotética
Assuntos de sensibilidade particular que podem provocar ansiedade	
Quando os entrevistados são:	Não pertencentes a origens tão diversas que possam inibir a participação na discussão do tópico
Difíceis de recrutar, por exemplo, pessoas de idade, mães com filhos pequenos, pessoas doentes	
Entrevistados da elite ou de alto status	
Crianças menores de sete anos	

A natureza prática das entrevistas

A entrevista com grupo focal

Poder-se-ia caracterizar o grupo focal como sendo parecido com a descrição feita por Habermas (1992) da esfera pública ideal. É um debate aberto e acessível a todos: os assuntos em questão são de interesse comum; as diferenças de *status* entre os participantes não são levadas em consideração; e o debate se fundamenta em uma discussão racional. Nesta característica final, a idéia de “racional” não é que a discussão deva ser lógica ou desapaixonada. O debate é uma troca de pontos de vista, idéias e experiências, embora expressas emocionalmente e sem lógica, mas sem privilegiar indivíduos particulares ou posições.

O grupo focal tradicional compreende seis a oito pessoas desconhecidas anteriormente, que se encontram em um ambiente confortável por um tempo entre uma a duas horas. Os participantes e o moderador sentam num círculo, de tal modo que possa haver um contato frente a frente entre cada um. Quando as pessoas se sentaram, a primeira tarefa do moderador é apresentar a si próprio, o assunto e a idéia de uma discussão grupal.

Para começar este processo, o moderador pede a cada participante que se apresente dizendo o nome, e pode acrescentar um pedido para que adicionem alguma informação pessoal que não cause polêmica. Cada contribuição termina com o moderador dizendo “obrigado”, usando o primeiro nome da pessoa. Feito isso, o moderador toma nota dos nomes e das posições na sala. Como na pesquisa em profundidade, o moderador tem um tópico guia que sintetiza as questões e assuntos da discussão. O moderador encoraja ativamente todos os participantes a falar e a responder aos comentários e observações dos outros membros do grupo. Quando a pessoa A diz algo, o moderador pode agradecer, dizendo de novo seu nome, e se volta à pessoa C, perguntando alguma coisa como: “Eu estava muito interessado no ponto de vista de Pedro, isso está de acordo com sua experiência?” O objetivo é avançar a partir de uma discussão liderada pelo moderador, para uma discussão onde os participantes reagem uns aos outros.

Mas o moderador deve ser algo mais que um facilitador da discussão. No espírito das advertências de Becker & Geer, é fundamental que o moderador não assuma nada como sendo pacífico. Talvez

as indagações mais comuns que podem se seguir a um comentário sejam perguntas imediatas de efeito: “O que você quer dizer com isso?” e “Por que isso é assim?”

Vejamos alguns exemplos. Se um termo interessante ou uma frase surgir na discussão pergunte sempre: “Quando você diz X, o que você quer dizer com isso?” Se o participante faz uma afirmação factual, o moderador pode perguntar: “E você pensa que isso é uma coisa boa ou ruim?” Do mesmo modo, se alguém diz que não gosta de algo, o moderador pode provocar: “Então você diz que não gosta disso, o que é isso?” E, a cada vez que um membro do grupo responde a uma indagação para posterior informação, o moderador deve voltar-se aos outros membros do grupo e perguntar a opinião deles sobre o assunto. É claro que não é sempre necessário que o moderador indague, pois outros membros do grupo podem espontaneamente entrar na discussão com comentários e pontos de vista.

Outra prática proveitosa é o moderador ir trocando a perspectiva do grupo do geral para o particular. Se uma afirmação geral é feita, o moderador pode pedir um exemplo dela, e continuar depois perguntando “É esse um bom exemplo, pode trazer outros?” De maneira oposta, a discussão sobre um caso específico pode provocar a intervenção: “É esse um caso típico, é o que em geral acontece?”

Os moderadores podem usar recursos de livre associação, figuras, desenhos, fotografias e mesmo dramatizações como materiais de estímulo para provocar idéias e discussão, como uma estratégia de fazer com que as pessoas usem sua imaginação e desenvolvam idéias e assuntos.

Vejamos os seguintes exemplos:

Associação livre: para se descobrir como as pessoas imaginam um assunto, isto é, qual a perspectiva que trazem, e para compreender a gama de outros conceitos e idéias com ele relacionadas, a associação livre pode ser iluminadora. O moderador pode perguntar: “Há muita gente falando de engenharia genética hoje em dia; o que vocês pensam da expressão engenharia genética, que palavras, ou frases, vêm à cabeça de vocês?”

A questão é colocada para todo o grupo. Mas é claro que alguns do grupo podem não estar seguros se eles sabem o que a expressão significa, mas isto não importa. Sempre há alguém que tem uma opinião e sugere algumas palavras que levam a uma série de associa-

ções. Alguns irão concordar com outros e fornecer mais ilustrações, outros tomarão uma perspectiva diferente. A partir das visões iniciais, o moderador pode guiar o grupo a uma discussão sobre engenharia genética em geral, ou pode perguntar onde as pessoas ouviram falar disso, ou em quem eles confiariam que poderia dizer a verdade sobre o tema. Assim, a técnica de associação livre pode conduzir a muitos caminhos diferentes de discussão, dependendo dos interesses do moderador e dos do grupo.

Escolha de uma figura ou de um assunto: o moderador pode pedir ao grupo que observe oito ou dez exemplos, cuidadosamente selecionados, de um tema representado por palavras e frases colocadas em cartazes ou por figuras (fotografias ou recortes de revistas). Os cartazes ou frases são colocados numa mesa, ou no chão, de tal modo que os participantes possam ver. O moderador pede ao grupo que separe estes estímulos em duas pilhas. Normalmente, a introdução para tal tarefa é seguida por um pedido de mais informação: “Sob que critério devemos separá-los?” O moderador pode dizer: “Bem, a partir de qualquer critério que vocês julguem importante”. Na maioria das vezes um ou dois participantes vão responder ao desafio e apresentar uma sugestão; outros irão, então, pedir uma justificativa para tal critério e isto levará a acordos, divergências e modificações. Quando o grupo chega a um acordo sobre uma categorização, os critérios desta categorização são discutidos e explicados. O moderador poderá pedir maior esclarecimento e/ou perguntar se não haveria outras maneiras para se categorizar os estímulos. Deste modo, o conjunto de estímulos se torna um catalisador para a discussão sobre aspectos do tópico.

Escolha de fotografias: aqui, um conjunto de fotografias de um amplo grupo de pessoas é mostrado. Pergunta-se aos participantes: “Quem dessas pessoas poderia...?” e depois disso: “Quem dessas pessoas não poderia...?” E, é claro, à medida que as escolhas são feitas, o moderador pergunta: “e por que você pensa isso?” Embora tais estereótipos forneçam informações sobre crenças populares, eles também servem para se chegar a questões mais amplas, relacionadas ao tópico em questão e muitas vezes provocarão detalhes e preferências pessoais que podem, posteriormente, ser contrastados e refletidos no grupo.

Dramatização: para um moderador mais ambicioso, que gosta de teatro, a criação de uma situação de dramatização pode ser muito re-

veladora. Vejamos um estudo sobre relações entre médico e paciente. Alguém pode tomar duas pessoas e dar a uma o papel de médico, dizendo-se que ele/ela está atrasado e está pressionado pelo tempo, enquanto que ao outro não são dadas tais informações. Dois outros participantes do grupo são instruídos para que desempenhem o papel de pacientes. É surpreendente como as pessoas desempenham bem os papéis, e levam as instruções a sério. Os papéis são desempenhados e o restante do grupo (o público) pode comentar, aplaudir ou oferecer suas experiências para ilustrar a qualidade no desempenho do papel. Novamente, o comportamento, e o que é dito pelos que desempenham os papéis, é uma fonte de informações em si mesma, mas isto também serve como base para uma discussão mais ampla no tópico em questão.

Embora a entrevista tradicional com grupo focal empregue pessoas desconhecidas, esta não é uma pré-condição. Na verdade, há vezes em que a familiaridade anterior é uma vantagem. Estudos de culturas organizacionais e de grupos sociais particulares têm vantagens quando se tomam pessoas que partilham um meio social comum. Aqui, o moderador provavelmente será um estranho e poderá fazer uso disto para tirar proveito. O moderador pode tomar a posição de um observador ingênuo e pedir instruções, ou pedir que lhe ensinem alguns pontos específicos. As pessoas aproveitam a oportunidade para falar sobre o papel de ensinar e na medida em que eles, individualmente e coletivamente, explicam sua situação, alguns aspectos do conhecimento tácito auto-evidente são elaborados de um modo que seria difícil de conseguir a partir de um conjunto de perguntas.

A entrevista individual

A entrevista individual ou de profundidade é uma conversação que dura normalmente entre uma hora e uma hora e meia. Antes da entrevista, o pesquisador terá preparado um tópico guia, cobrindo os temas centrais e os problemas da pesquisa (ver acima). A entrevistada começa com alguns comentários introdutórios sobre a pesquisa, uma palavra de agradecimento ao entrevistado por ter concordado em falar, e um pedido para gravar a sessão. O entrevistador deve ser aberto e descontraído com respeito à gravação que pode ser justificada como uma ajuda à memória ou um registro útil da conversação para uma análise posterior. Isto permite ao entrevistador concentrar-se no que é dito em vez de ficar fazendo anotações. Confira sem-

pre duas vezes, antes da entrevista, se o gravador está funcionando e tome cuidado para apertar os botões corretos na hora da entrevista. Para fazer com que a entrevista deslanche, é útil começar com algumas perguntas bem simples, interessantes e que não assustem. O entrevistador deve estar atento e interessado naquilo que o entrevistado diz: devem ser dados encorajamentos através de contato com o olhar, balançando a cabeça e outros reforços. Introduza o tema de uma conversação pinçando um ponto e perguntando por mais alguns detalhes. Alguns entrevistados precisam de algum tempo para se descontraírem, mas isso é normal. À medida que a entrevista avança, o entrevistador necessita ter as perguntas na memória, conferindo ocasionalmente o tópico guia, mas o foco da atenção deve estar na escuta e entendimento do que está sendo dito. É importante dar ao entrevistado tempo para pensar, e por isso as pausas não devem ser preenchidas com outras perguntas.

Alguns exemplos de perguntas

Muitas destas podem ser seguidas por indagações posteriores.

Convidando para fazer descrições:

Poderia falar-me sobre o tempo em que você...?

O que vem à mente quando você pensa em...?

Como você descreveria... para alguém que não teria passado por isso antes?

E levando as coisas adiante:

Poderia dizer-me algo mais sobre...?

O que faz você sentir-se assim?

E isso é importante para você? Como é isso?

Provocando informação contextual:

Quando você ouviu falar sobre X pela primeira vez, onde você estava e com quem você estava?

O que as outras pessoas que estavam com você disseram naquela ocasião?

Qual foi sua reação imediata?

Projeções:

Que tipo de pessoa você acha que gostaria de X?

Que tipo de pessoa não gostaria de X?

Testando suas hipóteses:

Daquilo que você diz parece que você pensa... Estou certo nisso?

Que pensaria se isso e isso?

Do particular para o geral e vice-versa:

Na sua experiência, é X típico de coisas/pessoas como essas?

Poderia dar um exemplo específico disso?

Tomando uma postura ingênua:

Não entendo muito disso, poderia dizer algo mais sobre isso?

Como você descreveria isso para alguém que não conhecesse tal situação?

Pensamentos finais:

Nós discutimos uma porção de assuntos interessantes, há alguma coisa que nós não discutimos?

Há algo mais que você gostaria de me dizer?

Ao finalizar a entrevista, procure terminar com uma nota positiva. Agradeça ao entrevistado e garanta a ele a confidencialidade das informações. Dê a ele tempo para "deixar" o ambiente de entrevista, pergunte se ele gostaria de fazer mais alguns comentários agora que o gravador está desligado. Finalmente, explique como a informação será usada e talvez o andamento de sua pesquisa.

Análise

Na parte II deste volume são descritos vários enfoques para a análise de um *corpus* com textos. Cada um deles provém de uma orientação teórica diversa, e faz perguntas diferentes ao *corpus* textual, fornecendo um estilo diferente de interpretação. Todos os enfoques

se fundamentam em um texto completo de entrevista, de tal modo que, seja qual for a orientação analítica escolhida, o primeiro passo é produzir uma transcrição com boa qualidade. No nosso caso, esta transcrição inclui todas as palavras faladas, mas não as características paralingüísticas. Se a transcrição não é feita pelo pesquisador, ele deve conferi-la com a gravação original e editá-la de acordo.

O objetivo amplo da análise é procurar sentidos e compreensão. O que é realmente falado constitui os dados, mas a análise deve ir além da aceitação deste valor aparente. A procura é por temas com conteúdo comum e pelas funções destes temas. Algumas perspectivas teóricas falam de representações centrais e periféricas, sendo as primeiras aquelas que estão disseminadas dentro de um meio social.

Em termos práticos, a análise e interpretação exigem tempo e esforço e não existe aqui um método que seja o melhor. Na essência, elas implicam na imersão do próprio pesquisador no *corpus* do texto. No processo de ler e reler, as técnicas tradicionais empregadas, em geral com um lápis ou outros recursos simples (canetas que realcem o texto), incluem: marcar e realçar, acrescentando notas e comentários ao texto, cortar e colar, identificação da concordância no contexto de certas palavras, formas ou representação gráfica dos assuntos, fichas de anotações ou fichários de notas, e finalmente análise temática. Ao ler as transcrições, são lembrados aspectos da entrevista que vão além das palavras e o pesquisador quase que revive a entrevista. Esta é uma parte essencial do processo e é por isso que é muito difícil analisar entrevistas feitas por outras pessoas.

Um procedimento proveitoso é construir uma matriz com os objetivos e finalidades da pesquisa colocados como temas no título das colunas, e o que cada entrevistado (grupo) diz, como se fossem as linhas. Isto estrutura os dados, juntando as respostas de um modo acessível. Em uma coluna final se acrescentam notas e interpretações preliminares.

À medida que as transcrições são lidas e relidas, tome nota das idéias que vêm à mente. Conserve sempre à sua frente as finalidades e os objetivos da pesquisa, procure padrões e conexões, tente descobrir um referencial mais amplo que vá além do detalhe particular. Às vezes, trabalhe rapidamente e com imaginação, outras vezes trabalhe metodicamente, examinando cuidadosamente as seções do texto em relação a tópicos específicos. Vá em busca de contradições, da maneira como as atitudes e opiniões se desenvolvem nas entrevistas, e de clássicas racionalizações.

A análise não é um processo puramente mecânico. Ela depende de intuições criativas, que podem muito bem ocorrer quando o pesquisador está falando com um amigo ou colega, ou naqueles momentos de reflexão ao dirigir, caminhar ou tomando um banho.

À medida que a interpretação vai se processando, retorne ao material bruto, tanto para as transcrições quanto para as gravações. Algumas vezes, um único comentário assumirá repentinamente um significado importante e irá sugerir um novo modo de olhar para as entrevistas; outras vezes, os dados podem reforçar a análise que está sendo feita. É vital garantir que toda interpretação esteja enraizada nas próprias entrevistas, de tal modo que, quando a análise é feita, o *corpus* pode ser trazido para justificar as conclusões.

Programa computadorizado para análise qualitativa de informações
(Computer-assisted Qualitative Data Analysis Software – CAQDAS)

Desenvolvimentos recentes de software implementam as técnicas tradicionais de análise de textos em uma interface com o uso proveitoso do computador. Muitos dos elementos destes desenvolvimentos de software provieram de processadores de texto padrão (a função de cortar e colar, por exemplo). Mas o importante é que os pacotes mais avançados oferecem aspectos adicionais, muitas vezes orientados teoricamente, que vão além de meras manipulações do texto, em direção a uma facilitação da interpretação. Funções comumente acessíveis incluem:

Criação de memorandos: acrescenta comentários ao processo de análise.

Codificação, etiquetagem, rotulação: identifica unidades similares do texto.

Recuperação (retrieving): encontra unidades na mesma categoria.

Ligação: texto-texto, código-texto, memorando-texto, memorando-código, código-código.

Procura booleana: encontra combinações específicas de códigos tais como relações “e”, “ou”, “não”.

Interface gráfica: representa as relações entre códigos e textos.

Comparações entre textos de diferentes origens: categorias sociais, séries temporais.

Os principais resultados do CAQDAS são os seguintes: primeiramente, codificar, cortar e colar produzem textos impressos de todas as passagens do texto que se refiram à mesma categoria, por exemplo, códigos do tema, códigos do entrevistado e aspectos formais. Isto fornece uma síntese de todos os elementos relevantes do texto que pertençam a um código específico de interesse. Esta forma de produto é uma maneira eficiente de representar os elementos textuais, de tal modo que o pesquisador pode ilustrar sua interpretação com citações selecionadas.

A interface gráfica e/ou o mapeamento cognitivo oferece a oportunidade de desenvolver uma representação gráfica da estrutura de relações entre os códigos no texto. Ela pode ser hierárquica, usando categorias superordenadas e subordinadas interligadas, ou pode envolver diferentes formas de ligação, tais como “causal”, “associativa”, “contraditória” e outras. A representação gráfica do texto é o lugar onde aspectos do texto e preconcepções teóricas se encontram em um procedimento formal e interativo.

A maioria dos pacotes de software para análise quantitativa produz um resultado opcional de frequências de código, que pode ser introduzido em uma posterior análise estatística, por exemplo, no SPSS. Esta facilidade fornece uma ligação entre os enfoques qualitativo e quantitativo e propicia a oportunidade de abordagens como traçar perfis, tabulações cruzadas e análise de correspondência. Há, na literatura acadêmica, muitos exemplos interessantes de interpretações complementares obtidas através de análise qualitativa e numérica. Uma característica destes pacotes de software é que eles abrem novas opções, sem fechar as antigas.

Há muitos pacotes disponíveis como o CAQDAS. Todos exigem algum tempo para se poder manejá-los, mas o esforço pode valer a pena, particularmente com um *corpus* de texto médio ou grande. Dois destes pacotes populares são o NUD*IST, baseado na teoria fundamentada dos interacionistas simbólicos, e o ATLAS/ti, que é também compatível com a Teoria Fundamentada, mas oferece, além disso, uma função de interface gráfica, valendo-se das idéias da teoria da memória semântica. O CAQDAS irá fazer, no mínimo, o que os pesquisadores sempre fizeram, mas fará isso mais sistematicamente e de forma mais eficiente. Em vez de ter sistemas de cartões e canetas para marcar o texto, o computador mantém o sistema de fichas, e permite modificações e mudanças na análise com relativa-

mente menos esforço. Um possível desenvolvimento destas novas ferramentas será que os procedimentos padrão para lidar com dados textuais se tornem um lugar comum e ofereçam um referencial dentro do qual se podem definir padrões básicos de qualidade e avaliação para pesquisa qualitativa.

É necessário, contudo, uma palavra de precaução. Seria desastroso cair na armadilha do "mito do computador", um pressuposto de que pacotes de software irão substituir as habilidades e sensibilidades do pesquisador. Os computadores não farão nunca o trabalho intuitivo e criativo que é parte essencial da análise qualitativa. No máximo, eles irão apoiar o processo e oferecer uma representação do resultado da análise. Devido ao fato de que os pacotes de computador possuem muitas possibilidades, eles contêm o perigo de que o pesquisador fique absorvido na tecnologia e perca a visão do texto.

Passos na entrevista qualitativa

Note-se que na pesquisa concreta estes passos não estão em uma sequência linear. O processo de pesquisa é circular e reflexivo. Por exemplo, depois de algumas entrevistas, tanto o tópico guia, como a seleção dos entrevistados pode mudar. Do mesmo modo, a análise é parte do contínuo processo de pesquisa.

1. Prepare o tópico guia.
2. Selecione o método de entrevista: individual, grupal ou uma combinação dos dois.
3. Delineie uma estratégia para a seleção dos entrevistados.
4. Realize as entrevistas.
5. Transcreva as entrevistas.
6. Analise o *corpus* do texto.

Referências bibliográficas

- BAUER, M.W. & GASKELL, G. (1999). Towards a Paradigm for Research on Social Representations, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 29 (2): 163-86.
- BECKER, H.S. & GEER, B. (1997). Participant Observation and Interviewing: a Comparison, *Human Organisation*, 16 (3): 28-32.

- BION, W.R. (1961). *Experiences in Groups*. London: Tavistock.
- FARR, R.M. (1982) Interviewing: the Social Psychology of the Interview. In: F. FRANELLA (ed.). *Psychology for Occupational Therapists*. London: Macmillan.
- GLASER, B.G. & STRAUSS, A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine.
- GORDON, W. & LANGMAID, P. (1988). *Qualitative Market Research: a Practitioner's Guide*. Aldershot: Gower.
- GRICE, H.P. (1975). Logic and conversation. In: P. COLE & J.L. MORGAN (eds.). *Syntax and Semantics: Speech Acts*, vol. 3. New York: Academic Press, p. 41-58.
- HABERMAS, J. (1992). *The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.
- LEWIN, K. (1958). Group Decision and Social Change. In: E.E. MACCOBY et al. (eds.). *Readings in Social Psychology*, 3rd edn. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- MERTON, R. & KENDALL, P. (1946). The Focused Interview, *American Journal of Sociology*, 1: 541-57.
- MORGAN, D.L. (1996). Focus Groups, *Annual Review of Sociology*, 22: 129-52.
- TUCKMAN, B. (1965). Developmental Sequence in Small Groups, *Psychological Bulletin*, 63: 384-99.