

Capítulo 10 Entrevista qualitativa: instrumento
de pesquisa e evento dialógico

Christiane Kleinibing Godoi
Pedro Lincoln C. L. de Mattos

■ Introdução

A entrevista é uma prática de pesquisa que mostra claramente a crise metodológica desenvolvida nas ciências humanas e sociais a partir de seu afastamento do paradigma moderno do empirismo e do *subjetivismo moderno*¹. O espaço privilegiado ocupado pela entrevista na discussão epistemológica pode ser atribuído, como sugerem Fontana e Frey (2000, p. 647), ao fato de os cientistas sociais costumarem reconhecer as entrevistas como encontros interacionais e que a dinâmica social da entrevista pode determinar a natureza do conhecimento gerado.

A vida humana é concebida pelo paradigma hermenêutico como um horizonte de possibilidades não decididas, restaurando a *dificalidade da vida* – alusão à expressão de Gadamer, *abertura da experiência*. Essa *insurgência*, observam Grün e Costa (2002, p. 96), pode ser considerada quase a antítese do método como *corretor*. Gadamer (2003) opera um deslocamento radical que vai da autoconsciência do sujeito à linguística do ser humano, instituindo o caráter ontológico do *acontecimento linguístico*. A *ontologia gadameriana do evento da*

¹ Designação de Heidegger, na qual o estatuto do mundo se fundamenta na subjetividade humana e a filosofia passa a central-se na consciência.

Compreensão renuncia definitivamente às pretensões de objetividade da ciência. Considerando o ato de objetivar um ato de poder excessivo, a hermenêutica de Gadamer recupera o caráter dinâmico do *compreender*, perdido ou suprimido tanto pela tradição empirista quanto pela metafísica ideacional ocidental. A expressão *evento* torna-se fundamental no interior do paradigma hermenêutico, uma vez que as experiências de verdade não são fatos puros – como creê o empirismo – nem experiências conceituais – na visão da metafísica. As verdades *acontecem* como *momento estético* ou *evento linguístico*.

Não chegamos, certamente, ao fim da crise epistemológica e, por isso, nosso tratamento do assunto se move em um terreno de formalismo, hibridismo e inovação. Não é possível sair da crise sem um duplo esforço: primeiro, o de analisar reflexivamente o formalismo técnico-instrumental da entrevista – entendendo-se aqui esse formalismo como a fixação excessiva da pesquisa na forma convencional de operar um processo sistemático de coletar informações – e o hibridismo ou incongruência de termos sobre essa prática; e segundo, o de ensaiar passos supostamente fora do paradigma de trabalho dominante, para recitar significados internos dessa ação comunicativa de pesquisa, mesmo que tais ensaios corrijam em sua usadia. No meio desse duplo esforço, será possível entrever um ou outro pressuposto paradigmático próprio das ciências humanas e sociais, esperando que, na continuidade, novas práticas de pesquisa apareçam mais consistentes, distintas, claras, livres do débito histórico, embora em nada pretendendo substituir as práticas próprias da pesquisa empírica.

A intenção deste capítulo é, primeiro, identificar o discurso formal sobre a entrevista, como técnica e instrumento, alertando para o perigo de esvaziamento do significado e recaída na prática investigatória do formalismo – que se definiria, em geral, como uma forma simbólica que se desgarrou de seu significado original e sobrevive da rotina da prática. No tratamento prioritário da dimensão formal e em sua fixação auto-suficiente nos manuais, se esconde um risco de esvaziamento da entrevista. O texto encontra, no entanto, sua intenção principal, quando reelabora para a entrevista um significado radical do na comunicação humana – a *entrevista como evento de intercâmbio dialógico* – que pode promover reformulação metodológica capaz de enriquecer a prática de pesquisa e construir novas situações de conhecimento. A afirmação

da legitimidade metodológica desse significado é precedida de referência à concepção de ciência subjacente à crise por que passa a prática da entrevista qualitativa nas ciências sociais.

O argumento central é que o tratamento da entrevista como técnica tem um risco empobrecedor permanente – em que pese a necessidade de certas rotinas de prática a serem seguidas, especialmente por iniciantes na arte – e que é preciso, talvez por isso mesmo, chamar sempre a atenção dos pesquisadores para outras dimensões humanas da interação típica da entrevista, distanciando-se dessa forma de certo paradigma de trabalho acadêmico – hoje francamente em crise – em que as ciências sociais imitam as naturais. Um significado dialógico para a entrevista, contudo, não garante com certeza resultados diferenciados, pois não se trata de nova técnica em substituição às anteriores. Abre caminho novo, apenas. Nele, as perspectivas promissoras são grandes e os riscos de degradação também, tudo a depender do pesquisador. Entre a concepção e a prática, a arte da entrevista deve avançar de forma sempre aberta e imponderável. Nisso, aliás, consiste o saber da ciência.

Este capítulo analisa, primeiro, alguns dos elementos procedimentais inerentes à entrevista qualitativa; em seguida, discute a sua constituição como entrevista em profundidade; por fim, questiona os parâmetros de cientificidade tradicionalmente cobrados dos resultados de entrevistas, situando-as como *eventos discursivos complexos* sujeitos a critérios diferenciados de prática e validação.

10.1 Entrevista qualitativa: tentativas (e riscos) de definição formal

É na década de 1930 que a entrevista começa a ser utilizada amplamente pelas ciências sociais nas tarefas de investigação (Cáceres, 1998, p. 270). A entrevista, formalmente reconhecida como tal, *diferencia-se de algumas conversações da vida cotidiana, explanadas por Valles (1997, p. 180):*

a) na entrevista, a participação do entrevistado e do entrevistador conta com expectativas explícitas: um de falar e o outro de escutar;

- b) o entrevistador anima constantemente o entrevistado a falar, sem contradições (as resistências encontradas correntemente na conversação espontânea suprimem-se);
- c) aos olhos do entrevistado, o encarregado de organizar e manter a conversação é o entrevistador (isso cria em geral uma ilusão de fácil comunicação que faz parecer breves as sessões prolongadas).

Na prática, há três modalidades principais de *entrevista qualitativa*:

- a) a entrevista conversacional livre em torno de um tema, caracterizada pelo surgimento das perguntas nos contextos e no curso naturais à interação, sem que haja uma revisão de perguntas nem de reações a elas;
- b) a entrevista baseada em roteiro, caracterizada pela preparação desse roteiro e por dar ao entrevistador flexibilidade para ordenar e formular as perguntas durante a entrevista;
- c) a entrevista padronizada aberta, caracterizada pelo emprego de uma lista de perguntas ordenadas e redigidas por igual para todos os entrevistados, porém de resposta aberta (Patton, 1999).

Eslareceremos nossa posição a partir de uma análise de outro autor. Sierra (1998, p. 74) catalogou, nas diversas tradições das ciências sociais, sete tipos de entrevista em geral, construídos em função do grau de abertura e da diretividade das intervenções do entrevistador: a sessão clínica (psicanalítica ou psicológica); a entrevista não diretiva; a entrevista focalizada sobre temas precisos; a entrevista com respostas provocadas, porém livres em sua formulação; a entrevista com perguntas abertas, porém seguindo uma ordem precisa; a entrevista com perguntas listadas, mas sem ordem específica; e a entrevista com perguntas fechadas.

Esse mesmo autor se refere à variedade de designações utilizadas para termos afins (Sierra, 1998, p. 300): entrevista aberta, focalizada, intensiva, dentre outras, e diz que a expressão "entrevista em profundidade" chega, para alguns, a corresponder à "entrevista qualitativa", incluindo a entrevista focalizada e outras variantes. Ele, no entanto (1998, p. 299), considera a entrevista em profundidade como um tipo de entrevista qualitativa (ou aberta), distinguindo a entrevista focalizada como o outro tipo possível de entrevista qualitativa.

Para Sierra, a entrevista em profundidade é um tipo de entrevista no qual o objeto de investigação está constituído pela vida - experiências, idéias, valores e estrutura simbólica do entrevistado. Na entrevista focalizada, ao contrário, existe um tema ou foco de interesse predeterminado que orienta a conversação e atua como parâmetro na seleção dos entrevistados. Enquanto a entrevista focalizada pretende responder a questões muito concretas (tais como fatores mais influentes, efeitos mais percebidos, diferença de percepção entre os sujeitos), a entrevista em profundidade tende a construir um quadro geral e dinâmico da configuração vivencial e cognitiva do sujeito, independentemente de sua participação como ator (Sierra, 1998, p. 229).

Parece-nos que, na prática da investigação, o mais relevante não reside na nomenclatura associada à entrevista qualitativa, inclusive porque não há uma só, mas variações instrumentais, características de modos específicos de praticar a situação interativa.

Note-se que a condução do entrevistado por certas trilhas não implica a previsibilidade da conversação. O conteúdo conversacional permanece imprevisível e submetido às regras não fixadas de formação do sentido e da interpretação, mesmo que o movimento da conversação seja repetitivo e até redundante.

O centramento da entrevista sobre um tema específico, sobre o objeto da investigação, não nos parece incompatível com o aprofundamento acerca das experiências de vida, atitudes e valores dos sujeitos. A investigação centralizada sobre um tema, categorias e fatores, aliada à exigência de aprofundamento da manifestação dos fatores, de seu alcance para o mundo da vida do sujeito, caracteriza um acontecimento freqüente na pesquisa social e humana de caráter qualitativo. No campo dos estudos organizacionais, especificamente, tematização e profundidade precisam estar juntas. Portanto, torna-se, por vezes, imprecisa a opção por uma dessas tipologias de entrevista.

Face à idéia básica de entrevista-conversação para fins de pesquisa, três condições nos parecem essenciais à entrevista qualitativa: que o entrevistado possa expressar-se a seu modo face ao estímulo do entrevistador, que a fragmentação e ordem de perguntas não sejam tais que prejudiquem essa expressão livre, e que fique também aberta ao entrevistador a possibilidade de inserir outras perguntas ou participações no diálogo, conforme o contexto e as oportunidades, tendo sempre em vista o objetivo geral da entrevista.

Assim, a entrevista em profundidade ficará fora do alcance do formalismo técnico.

Supostas sempre essas características, tomaremos neste capítulo a expressão "entrevista aberta" como sinônimo de "entrevista em profundidade", ou simplesmente "entrevista qualitativa", todas elas como *forma de realização de conversações com fins de pesquisa*.

Proseguimos com outras referências à natureza da entrevista qualitativa na literatura.

O estilo especialmente aberto desta prática de investigação permite a obtenção de uma grande riqueza informativa; proporciona ao investigador a oportunidade de clarificação e seguimento de perguntas e respostas em uma interação direta e flexível. Além disso, tem a vantagem de gerar, na fase inicial de um estudo, pontos de vista, enfoques, hipóteses e outras orientações úteis para o desenvolvimento do projeto (Valles, 1997, p. 196). A prática da entrevista aberta se destina à obtenção de informações de caráter pragmático, de como os sujeitos diversos atuam e reconstruem o sistema de representações sociais e suas práticas individuais (Alonso, 1999, p. 73).

O fator tempo aparece como o inconveniente mais citado dessa prática (Valles, 1997, p. 196). As demais listas de vantagens, não são, na realidade, limitações ou deficiências inerentes à prática da entrevista aberta, mas sim à costumeira agregação comparativa de desvantagens, ou seja, referências indiretas às vantagens das demais técnicas, um jogo lógico que nada acrescenta ao significado dessa forma de conversação. Com essa ressalva, seguem-se as "desvantagens" reunidas por Valles (1997, p. 196): à falta ou o excesso de *rappport* (mais do que da técnica, essa característica é dependente do investigador); a excessiva diretividade (advertida ou não) do entrevistador (da mesma forma, os excessos são pessoais, não intrínsecos à técnica); a falta de observação direta ou participada nos cenários naturais em que se desenvolve a ação (aquí é colocada como desvantagem uma característica pertencente a outra técnica); o fato de que a entrevista em profundidade não produz o tipo de informação de grupo (novamente uma característica que a técnica de entrevista nunca pretendeu atingir, mas que pertence às práticas de grupo de discussão). Os demais tipos de limitação citados sobre a entrevista aberta referem-se a aspectos da técnica que afetariam as condições de validação, por exemplo, à dependência

da informação em relação à situação da entrevista, às características e à atuação do entrevistador e do entrevistado.

A criação de quadros comparativos de "vantagens e desvantagens", com base em características constitutivas de cada tipo de entrevista, a desvantagem de um sendo obtida diretamente da característica (e ao mesmo tempo vantagem) do outro, é uma prática comum à abordagem técnico-instrumental. A ausência de parâmetros lógicos na formulação dessas prescrições põe em dúvida o rigor de determinados procedimentos da investigação qualitativa.

A questão da confiabilidade é a mesma discutida em outras práticas metodológicas discursivas. A entrevista aberta é um construto comunicativo, uma forma de produção e interpretação da informação através da análise dos discursos, e não um simples registro do que falam os sujeitos. Os resultados da entrevista qualitativa somente poderiam ser avaliados e validados na análise *enquanto* produções discursivas. A confiabilidade dos resultados da entrevista é definida como o grau no qual o achado é independente das circunstâncias ocasionais da pesquisa (Peräkylä, 1997, p. 203). Porém, em uma situação social em que o conhecimento é construído, em que o imprevisível e o insuspeito fazem parte do método, a dimensão central da validade envolve não o ocasional, mas a correspondência entre as produções geradas pela entrevista e o modelo teórico da pesquisa.

10.2 Revendo alguns procedimentos metodológicos de praxe na entrevista qualitativa

A definição dos procedimentos metodológicos da investigação precisa ser feita, em parte, durante o planejamento do estudo, em parte, durante a própria execução do trabalho de campo. Uma vez presentes, de alguma forma, em todas as etapas da pesquisa, esses elementos encontram-se profundamente vinculados aos elementos metodológicos, nos quais buscam suporte de fundamentação e decisão. Também aqui não se trata de uma escolha livre e arbitrária do pesquisador dentre um conjunto de procedimentos disponíveis. As condições procedimentais estão amarradas ao quadro teórico que define o objeto de estudo e à metodologia da pesquisa, e, portanto, à sua base epistêmica. Os

procedimentos constituem a construção última do delineamento da pesquisa, mas cujas características paradigmáticas já estão esboçadas desde o princípio.

10.2.1 Quantas e quais pessoas entrevistar?

Uma das decisões metodológicas inevitáveis e, por vezes, incômoda no trabalho de investigação qualitativa e da entrevista é a decisão sobre quem, quantos e quantas vezes entrevistar. São interrogações associadas à seleção dos entrevistados, que não podem ser respondidas com fórmulas universais ou simples receitas, antecipa Valles (1997, p. 210). Não há, à disposição do pesquisador, no âmbito qualitativo, as habituais fórmulas matemáticas de cálculo do tamanho amostral para universos grandes ou pequenos, níveis de confiança, erro amostral ou cálculos de variância (Valles, 1997, p. 92).

A seleção dos entrevistados não se ajusta aos critérios da amostragem sociodemográfica, segundo a lógica de proporcionalidade e representatividade estatística, explica Sierra (1998, p. 312). As técnicas quantitativas fixam a priori o desenho amostral da pesquisa, enquanto na realidade da visão qualitativa o investigador está impedido de determinar previamente o número de entrevistas necessárias à sua investigação. "As amostras nos estudos qualitativos não estão geralmente pré-especificadas, senão que podem evoluir uma vez começado o trabalho de campo" (Valles, 1997, p. 93).

A definição dos participantes durante o processo de estudo, sem a preocupação da representatividade estatística, atribui ao pesquisador a flexibilidade de, tomando como base o desenvolvimento teórico do trabalho, voltar ao campo e ampliar o número ou aprofundar a conversação com os participantes. A evolução da compreensão analítica que dá consistência ao tema de investigação é, em última análise, o critério que orienta o trabalho de campo.

Alguns investigadores seguem o critério de entrevistar o maior número possível de pessoas relacionadas com o tema objeto de estudo a fim de cobrir ao máximo a diversidade (Sierra, 1998, p. 312), ou fazê-lo por aleatoriedade, práticas que parecem demonstrar um resquício do método amostral quantitativo. A ausência de parâmetros de avaliação não garante, nesses casos, a associação entre pessoas selecionadas e possibilidade de consecução dos objetivos da pesquisa, que passam pela compreensão das categorias teóricas.

Outra estratégia habitual para a definição da amostra teórica é o princípio de "saturação" ou de "redundância" definidos por Glaser e Strauss (1967, p. 61). Na visão desses autores, o pesquisador teria que julgar inclusive quantos grupos deveria amostrar para cada ponto teórico. O critério de julgamento para o encerramento da amostra de um grupo relacionado a uma categoria do estudo seria a saturação teórica da categoria. Saturação significa que, à medida que vá vivenciando casos similares, o investigador adquire confiança empírica de que não mais se encontram dados adicionais que possam contribuir para o desenvolvimento de propriedades da categoria. Quando uma categoria está saturada, o pesquisador sai de seu caminho para buscar grupos que revelem a diversidade dos dados tanto como seja possível, a fim de assegurar-se de que a saturação se embasa no conjunto mais amplo dos dados sobre a categoria (Glaser e Strauss, 1967, p. 61).

O critério de saturação teórica de Glaser e Strauss (1967, p. 61) impinge rigor ao processo de amostragem qualitativa, indiferente à aleatoriedade representativa da amostra estatística. A noção de redundância centra a amostra teórica, ou amostra discursiva, como chama Sierra (1998, 312), no espaço do confronto sistemático entre o campo e o desenvolvimento teórico. O processo de amostra teórica consiste em uma etapa da investigação que marca o constante movimento de aproximação e retorno entre a teoria e o campo realizado pelo pesquisador em direção à construção do objeto.

A partir da definição dos critérios de formação da investigação centrada na teoria (que responde aos questionamentos "a quem, quantos, quantas vezes"), há que se preocupar o pesquisador com a organização do processo de seleção, com a questão: como ter acesso aos selecionados? Sierra (1988, p. 312-313) sugere que o acesso aos entrevistados deve organizar-se através de uma técnica denominada "bola de neve" pelas redes sociais naturais. A captura de sujeitos participantes da amostra se dá por meio de amigos, parentes, contatos pessoais e conhecidos. Visando evitar uma ruptura entre os momentos da vida cotidiana e a elaboração dos discursos na entrevista, o convite aos entrevistados deve ser precedido por um contato realizado através dos canais naturais nos quais o sujeito desenvolve sua atividade.

Considerando as características da metodologia inerente à pesquisa social, nos parece difícil supor em que espaço inseri-se-ia o pesquisador, na

busca de entrevistados, que fosse completamente exterior ao mundo da vida e às redes sociais dos sujeitos. A não ser que os entrevistadores fossem captados de maneira aleatória, através de algum veículo de recrutamento da mídia, o que, além de parecer absurdo, descaracterizaria a não-aleatoriedade da amostra teórica, torna-se praticamente impossível ao pesquisador fugir ao ambiente social do entrevistado, configurando como imprecisa e vaga a técnica da *bola de neve*.

A amostragem baseada na teoria, além do critério de saturação ou redundância, precisa levar em consideração, na seleção dos contextos, os aspectos ligados à acessibilidade e aos recursos disponíveis (Valles, 1997, p. 91). Note-se que critérios de acessibilidade já implicam que, ao planejar o processo de seleção dos sujeitos, o entrevistador precisa levar em conta as condições de aplicação da entrevista, que são preparadas pelo pesquisador antes do momento da entrevista, ou seja, durante a seleção dos participantes e o julgamento de sua viabilidade. Identificamos algumas precauções a serem tomadas visando a acessibilidade aos entrevistados e a continuidade das entrevistas: a viabilização do acesso ao espaço onde se encontram os sujeitos em potencial; a minimização do impacto da presença do pesquisador como sujeito externo ao ambiente social dos entrevistados; a redução da interferência do pesquisador no processo de atividades dos sujeitos; e a preparação de uma sistemática de continuidade da presença dos sujeitos à situação de entrevista.

O que Sierra (1998, p. 313) designou como "bola de neve" não caracteriza, exatamente a técnica de seleção de entrevistados, nem de viabilização do acesso. O que pode funcionar com o efeito de bola de neve reside antes e depois da técnica. A indicação de amigos, parentes, contatos pessoais pode funcionar como uma facilitação de abertura ao pesquisador ao espaço onde se encontram os sujeitos, o que, logicamente, não o livra da necessidade de preparação das condições de entrada no cenário social e aproximação dos participantes. Após a concretização das condições de aplicação da entrevista, instaurada a técnica de seleção de entrevistados e iniciadas as conversações, volta possivelmente a ter efeito o processo de bola de neve, uma vez que a relação de intersubjetividades presente nas entrevistas iniciais pode produzir a motivação e o interesse pelo processo por parte de sujeitos vinculados ao grupo social dos entrevistados, dentro dos limites geográficos da investigação.

10.2.2 O relacionamento entrevistador-intervistado: facilitação ou inibição

Sierra (1998, p. 313) acredita que a busca dos entrevistados nas redes sociais que configuram seu contexto de ação garantiria *a priori* uma disponibilidade para a interação conversacional. Através desse procedimento, o entrevistado mostraria uma vontade cooperativa. Além do equívoco de considerar a possibilidade de existência viável de um trabalho de entrevista que fosse exterior às redes sociais do entrevistado, o comentário ignora os reais inibidores da disposição dos entrevistados, que podem limitar a informação concedida ou, inclusive, impedir a entrevista.

Duas ordens de fatores inibidores são descritas por Valles (1997, p. 214).

Os primeiros estão associados à própria falta de vontade, ou disponibilidade de comportamental ou emocional: falta de tempo; a ameaça do *eu* (o temor de que a informação transcenda ou se volte contra si); a etiqueta (ou autocensura psicossocial); o trauma (ou sentimento desagradável que se revive ao rememorar algumas experiências). O termo "trauma" está sendo tratado pelo autor no sentido comum e genérico, desprovido da pretensão da conceitualização freudiana do termo. Note-se que, com exceção do fator denominado trauma, os demais estão associados diretamente ao ambiente social do sujeito, de tal forma que a presença da situação de entrevista no interior das redes sociais dos entrevistados estaria atuando como um potencializador dos fatores de inibição (principalmente os denominados ameaça ao *eu* e etiqueta) e não garantindo uma disponibilidade *a priori*. Não se trata, por certo, de tecer uma crítica à realização da entrevista dentro do contexto de ação dos entrevistados, mas sim de enxergar tanto este cenário de conversação, quanto a presença natural de inibidores de diversas ordens, como a única forma possível de entrevistá-los.

A outra ordem de fatores inibidores, relatada por Valles (1997, p. 214), é associada não a fatores comportamentais ou emocionais, mas à incapacidade relativa do entrevistado para comunicar a informação. São problemas relacionados com o esquecimento, a confusão cronológica, excesso de generalidade ou falta de realismo no relato. Sem dúvida que os inibidores de ambas as ordens descritas por Valles (1997) devem ser levados em conta, na medida do possível, no momento de escolher os entrevistados. Contudo, quando se trata

do planejamento de um cenário essencialmente formado pelo discurso e seus efeitos, teriam então que ser previstos os atravessamentos da ordem: do desejo inconsciente; das determinações sociais; da constituição falha da linguagem; da incompletude da noção de sujeito; da amplitude do contexto discursivo; da cadeia de significantes que se deslocam; da produção de sentidos não fixados; da comunicação distorcida entre entrevistador e entrevistado; da influência da memória discursiva e da intertextualidade; da interpretação como construção. E não se esgotariam as variedades capazes de agravar a *insegurança* e a incerteza constitutivas de um processo de conversação.

A suposta minimização de inibidores em busca de uma disponibilidade eficiente precisa tomar cuidado para não esbarrar na própria noção de sujeito incompleto que fundamenta a visão qualitativa e não contradizer – através dos mecanismos prescritivos da técnica – os fundamentos metodológico-epistêmicos da linguagem e do discurso.

A função intersubjetiva da entrevista coloca o entrevistador como participante e construtor das produções discursivas na conversação. De tal forma que o êxito da entrevista (a qualidade e a quantidade da informação acessível à análise) não se fundamenta no desenho da investigação, senão na destreza e habilidade do entrevistador e da relação que mantenha com o entrevistado (Sierra, 1998; Holstein e Gubrium, 1997, p. 217). Por outro lado, o destaque da importância das características e habilidades comunicativas do entrevistador não gera a possibilidade de prescindir do desenho da investigação, sem o qual o entrevistador iniciante estaria perdido e sem um mapa de orientação.

10.2.3 Acordo inicial, roteiro e outros aspectos procedimentais

Ressaltada a função essencial do entrevistador, no sentido que pretende Sierra (1998, p. 317), ou seja, de transmissor de interesse, confiança, familiaridade, motivação e garantia de identificação ao seu interlocutor, há nos aspectos procedimentais da montagem do cenário da análise sociológica dos discursos detalhes ainda mais instrumentais e operacionais a serem levados em conta. Apesar de parecerem extremamente secundários, elementares e demasiadamente prescritivos, esses aspectos instrucionais fazem parte da constituição formal da entrevista e não podem ser ignorados pelo pesquisador iniciante.

Há na situação de entrevista uma espécie de acordo inicial, de “contrato”, em que o entrevistador deve comprometer-se, desde o primeiro contato com o entrevistado, nos seguintes pontos: os motivos e as intenções da investigação; o anonimato, a logística, a devolução da informação (Sierra, 1998, p. 314).

Não há acordo entre os autores sobre a utilização, por parte do entrevistador, de um guia de entrevistas, como ferramenta reflexiva auxiliar, contendo a ordenação dos temas possíveis que podem aparecer na conversação. Sierra (1998, p. 316) e Holstein e Gubrium (1997, p. 203) prescrevem o uso do guia não como um protocolo estruturado de perguntas, e sim como uma lista de tópicos temáticos e áreas gerais. A elaboração deste guia teria a função de apoiar o entrevistador na recordação dos principais assuntos que devem ser questionados frente ao interlocutor.

Alonso (1998, p. 80) apresenta uma crítica ambígua em relação ao uso de guias de entrevistas e defende que a conversação se transforme em um sistema com equilíbrio instável, contrabalçada por seqüências comunicativas que reflitam uma relação potencialmente conflitiva. Primeiro, o autor está de acordo que, na entrevista aberta, não basta a proposta pontual inicial, pois a informação inicial transmitida pelo entrevistador, uma espécie de regra geral da entrevista, cataliza um processo que, em seguida, se esgota e retorna ao equilíbrio. O entrevistador tem que atuar, através de movimentos discursivos sutis, para provocar o entrevistado a falar, evitando canalizar ou conduzir sua fala. Neste sentido, diz Alonso, “qualquer desenho prévio de suas intervenções – qualquer questionário ou guia – provocará o corte, e a fala do entrevistado se derramará no discurso do entrevistador”.

Trata-se de uma defesa da entrevista em sua acepção realmente aberta, não referente às tipologias envolvidas com o grau de estruturação e abertura, tomando como base exclusivamente a presença ou ausência do roteiro. A habilidade do entrevistador reside em conduzir a fala, omitindo-se ao máximo em conduzir o sujeito, em emitir opiniões independentes do uso auxiliar de roteiros e guias. A técnica não prescreve, é prescrita. Mas uma vez, quem determina inclusive o modo de operacionalização da técnica é o objeto de estudo e a complexidade das suas categorias conceituais. O grau de subdivisão das categorias conceituais e sua manifestação na situação da entrevista, associado à capacidade de memorização, organização e habilidade

do entrevistador são, em última instância, o determinante da necessidade de roteiros.

Além do roteiro, fazem parte da parafênalia instrumental do entrevistador as gravações e as transcrições, que pretendem eliminar as imprecisões das anotações de campo e ampliar a possibilidade de acesso público dos resultados, com elevado detalhamento.

As gravações podem representar, como ressalva Sierra (1998, p. 320), um perigo na prática dos entrevistadores, em função de que a presença de um registro automático do falado pode tranquilizar excessivamente o entrevistador, no sentido de fazê-lo perder involuntariamente o interesse e a capacidade de atenção sobre o que diz o informante.

Só imaginariamente o entrevistado guia e organiza o *devenir* de seus atos de fala, porém, em nenhum momento conhece as possíveis perguntas nem o objetivo final do entrevistador. Por sua vez, o entrevistador não sabe, antecipadamente, que perguntas resultam as mais adequadas e quais as possíveis reações do sujeito investigado às intervenções (Sierra, 1998, p. 307). Apesar de conhecer e manipular a tecnologia da entrevista, o investigador não tem controle sobre o desenvolvimento da conversação.

■ 10.3 Superando o formalismo: a entrevista como evento dialógico

Duas perspectivas usuais de entrevista em ciências sociais são analisadas por Alasutari (1995): a perspectiva por ele designada como *fatal* – que estabelece uma divisão clara entre mundo/realidade externa, por um lado e, por outro, as afirmações que se possam fazer sobre ambos; e a perspectiva da *interação*.

A perspectiva fatal – cujos traços podem ser identificados nas recomendações e prescrições tradicionais sobre realização de entrevistas, apresentadas inclusive neste capítulo – envolve um método de *coleta de dados* que é olhado como um dos meios de gerar informação sobre o objeto de estudo. No entanto, a situação de interação – inseparável da própria entrevista – é definida como uma fonte potencial de *erro*, alerta Silveira (2002, p. 124).

Podemos estabelecer uma analogia entre as duas perspectivas de entrevista descritas por Alasutari (1995) e duas tradicionais abordagens da entrevista, analisadas por Holstein e Gubrium (1995, p. 16). Estes observam que nós temos focalizado sobre *o que* da entrevista, os achados substantivos, e está na hora de prestarmos atenção ao *como*, aos contextos, às situações particulares, às nuances, aos comportamentos, ao envolvimento das pessoas e outros aspectos sobre os quais as interações da entrevista têm lugar. Há uma equivalência entre a abordagem formal do *o que* e a perspectiva *fatal*, da mesma forma, a abordagem do *como* coincide com a perspectiva *interativa*.

As recomendações prescritivas e aquelas mais amplas pertencentes ao contexto da investigação – entrevistar as mesmas pessoas mais de uma vez, entrevistar várias pessoas sobre o mesmo fato – inserem-se na busca incessante de *limpar* a conversa dos traços da subjetividade, de *tirar a poeira* das hesitações dos mal-entendidos, das repetições, das fugas aos tópicos, dos subterfúgios discursivos, dos desentendimentos conversacionais, como se, retirado o indesejável invólucro de papel pardo da circunstância, chegássemos, enfim, à verdade. Na análise de Silveira (2002, p. 124), veracidade, honestidade do informante, engano, testemunho, informatividade são questões tradicionalmente implicadas nessa perspectiva. Tal positividade da entrevista em profundidade elimina justamente o que a ela interessa.

No que denomina de perspectiva da interação, Alasutari (1995) concebe outra função da entrevista, afirmando que, em vez de nos concentrarmos na fala do respondente como fonte de informação, de *dados*, tomemos a situação de interação, por inteiro, como objeto de análise. Nesse sentido, tal perspectiva vai alguns passos além, perguntando como entrevistador e entrevistado coproduzem a entrevista em profundidade, ou seja, como sua interpretação ou sua adaptação ao contexto particular são visíveis nas estruturas de interação, nos conceitos que eles usam. Silveira (2002) salienta que esta perspectiva enfrenta as ilusões de objetividade, formalismo e atemporalidade dos discursos, deixando existir apenas uma fala situada que alguém pode usar como dado (fênonemo), quando se tenta atribuir sentido aos fenômenos sociais e culturais, ou seja, sujeitos culturalmente constituídos, circunstancialmente situados, por como entrevistadores, quer como entrevistados. A partir dessas reflexões, poderíamos nos dedicar a refletir sobre outras questões que não a fidelidade,

a imparcialidade, a exatidão e a autenticidade. Poderíamos pensar em outros critérios como jogos de linguagem, reciprocidade, intimidade, poder e redes de representações (Silveira, 2002, p. 125).

Através da imprevisibilidade de uma conversação e da criatividade relativamente indeterminada da fala, a virtude da entrevista qualitativa reside em abrir as portas da vida cotidiana ao estranhamento subjetivo e promover o questionamento das manifestações latentes no nível do verbalmente manifesto.

Nenhum enunciado pode ser entendido num vácuo discursivo. O cenário da entrevista qualitativa viabiliza a livre manifestação dos interesses, crenças, expectativas, lembranças, desejos e motivações dos sujeitos entrevistados em relação às informações temáticas que circulam.

A função metodológica básica deste tipo de entrevista no contexto de uma investigação sociológica se limita – em nossa opinião – à reprodução do discurso motivacional consciente e inconsciente [...]. (Ortí 1986, p. 178-179.)

O objetivo mais interessante da entrevista qualitativa é a busca da produção de discursos motivacionais inconscientes (Sierra, 1998, p. 306).

A possibilidade de manifestação das *formações do inconsciente* no discurso tangencia a confusão entre uma situação de entrevista, como forma investigação, e uma sessão psicanalítica, extrapolando o papel do entrevistador para levá-lo além da atenção às manifestações discursivas espontâneas. Valles (1997, p. 183) vai buscar os antecedentes da entrevista aberta, justamente na sessão individual de psicanálise. “Através de recursos como o silêncio, o estímulo ou a clarificação retrospectiva, o entrevistador conduz o entrevistado a expressar o que sente, não apenas o que pensa e recorda (Sierra, 1998, p. 310)”. Essa passagem, descrita por Sierra, do nível lógico-racional ao nível “sub-consciente” (*sic*), carece de fundamentos da teoria e da técnica psicanalítica, acerca da interrupção e manifestação das *formações do inconsciente*. Não é exatamente no campo da técnica instrumental que reside a articulação entre a psicanálise e a investigação social.²

² A discussão sobre as possibilidades de aproximação entre a psicanálise e a investigação social será aprofundada no Capítulo 13.

A inacessibilidade da informação no caso de pessoas, fato marginalizado pelo paradigma cientificista da investigação distributiva, obrigou a investigação social a adotar técnicas de interação verbal já utilizadas com êxito pela prática psicanalítica e a psicologia de grupo (Cáceres, 1998, p. 297). Isso, como comenta Ibañes (1996), ao preço de ser necessário inverter a relação entre meios e fins, já que na cura psicanalítica o discurso é um meio, e na investigação social o discurso é um fim.

A entrevista qualitativa é comparada também à situação de confissão religiosa (Alonso, 1998, p. 85; Valles, 1997, p. 183), na qual o sujeito entrevistado é convidado à confidência, a participar de um ritual de descobrimento de si próprio e de análise do mundo social, reavaliando o espaço inconsciente de sua vida cotidiana. A analogia com a confissão praticada pela Igreja Católica e os deslizes por entre a técnica desenvolvida pela clínica psicanalítica sugerem que o estatuto da entrevista qualitativa não está suficientemente delimitado a ponto de garantir a vinculação consistente entre a prática de conversação e o espectro metodológico subjacente.

Alonso (1998) caracteriza a entrevista, na investigação social, como um processo comunicativo pelo qual um investigador obtém uma informação de uma pessoa – o informante –, termo emprestado do vocabulário básico da antropologia cultural. A linguagem silenciosa da entrevista, no dizer de Cáceres (1998, p. 287) – em geral, os códigos presenciais – são os elementos mais decisivos para que o entrevistador controle a comunicação. Assim, inferimos a natureza da relação afetiva a partir dos sinais, tais como a expressão facial, o olhar, a postura do corpo e os gestos. A entrevista serve para revelar emoções, sentimentos e subjetividades. A comunicação não consiste somente em um mero intercâmbio informativo. A arte de perguntar e escutar afeta, em diversos níveis, as necessidades psicológicas dos indivíduos.

A pesquisa qualitativa, observa Demo (2000), corre o risco de encaixar-se em contextos subjetivistas ou manipulativos, ao aproximar-se da tentativa de dizer ou fazer qualquer coisa. Para que a fala de alguém se transforme em argumento, faz-se necessário um suporte metodológico. Depoimentos fortuitos, eventuais, superficiais ou soltos nada acrescentam, se a vida e a produção do discurso do entrevistado não puderem ser expostas em sua complexidade. Além disso, interessam depoimentos que atinjam em cheio a problemática em

questão e cuja pertinência seja clara, e que sejam bem formulados do ponto de vista da consistência lógica.

O envolvimento do pesquisador, afirma Demo (2000), é fundamental na prática da entrevista. Nos métodos qualitativos, o pesquisador é necessariamente envolvido na vida dos sujeitos, visto que seus procedimentos de pesquisa baseiam-se em conversar, ouvir, permitir a expressão livre dos interlocutores. Tais procedimentos acabam por resultar num certo clima de informalidade, e o simples fato de os sujeitos poderem falar livremente a respeito de um tema colabora para diminuir o distanciamento entre pesquisador e pesquisados.

Alonso (1998) observa que a entrevista não é um simples registro, mas é a *arte do vínculo*: do vínculo bio-cognitivo (que une experiência e narração) e do vínculo comunicativo (que une o entrevistador e entrevistado). Para o autor, a entrevista é um jogo de estratégias comunicativas, uma invenção dialógica, um gênero discursivo, que antes de se submeter às regras da linguagem, submete-se aos usos, ao contexto e aos sujeitos como atores sociais.

A entrevista como forma de investigação, por sua constituição, é refratária a qualquer critério científico de definição da ferramenta metodológica, uma vez que:

- a) não existe nenhuma regra fixa, nem sobre a forma de realizar a entrevista nem sobre a conduta do entrevistador;
- b) toda entrevista é produto de um processo interlocutório que não se pode reduzir a uma constatação de hipóteses e ao critério de falsabilidade;
- c) os resultados da entrevista por si mesmos não retêm a possibilidade de generalização indiscriminada nem tampouco de universalização (Alonso, 1998, p. 77).

A partir da visão crítica acerca da redução da entrevista aos seus elementos formais, e da consciência da técnica como ilusória, passamos a conceber a prática da entrevista como *evento comunicativo pleno, evento dialógico*, ou ainda, *evento discursivo complexo*, e a analisar as implicações dessa concepção.

Ao invés de prescrever o uso de entrevistas como método de obtenção de dados de pesquisa, Silveira (2002) propõe-se, baseado em Artfuch, a levar o leitor a olhar as entrevistas como *eventos discursivos complexos*, regidos pelo

intercâmbio dialógico, seus participantes, sua vizinhança com a conversa cotidiana, o uso da linguagem e suas infrações. Trata-se de ir além da escuta do *vel tem esse jogo intersubjetivo da verdade* – do coloquial ao formal, do diste, do mal-entendido, da ironia ou da agressão.

O movimento do formalismo à prática discursiva na entrevista foi também vivenciado por Fontana e Frey (2000), ao examinarem as entrevistas, de diálogo estruturado a texto negociado, *evento negociado*. Pesquisadores qualitativos estão entendendo que as entrevistas não são instrumentos neutros de obtenção de dados, mas interações ativas entre dias ou mais pessoas, visando a negociação. O foco da entrevista é direcionado a conhecer *como as pessoas vivem* (o trabalho construtivo envolvido na produção do cotidiano) (Fontana e Frey, 2000, p. 646).

Holstein e Gubrium (1995) olham a entrevista como uma narrativa, vista como uma produção prática usada pelos membros da sociedade para realizar coerência em seus relatos. Podemos dizer, juntamente com Holstein e Gubrium (1995), Silverman (1993), Seidman (1991), Fontana e Frey (2000), que a entrevista é um *drama interpersonal* com um enredo desenvolvido. Essa afirmação é parte de uma ampla perspectiva de que a realidade é uma construção, uma realização interpretativa, que caracteriza a *abordagem reflexiva da entrevista*.

Não há ingenuidade na situação de entrevista. Não se pode esperar que haja *encontros angelicais* entre dois sujeitos absolutamente divorciados de referências de hierarquia, de poder, de persuasão, ainda que posições de domínio, direção e supremacia sejam objeto constante de disputa (Silveira, 2002, p. 125). Tampouco podemos esperar, tal como em uma entrevista de história oral, que um desconhecido prostre-se diante nós e em trinta minutos nos conte as partes mais significativas de sua vida. É nesse terreno movediço entre o esperado e o inesperado, entre a repetição e a inovação, que *enveredam* os caminhos insuspeitados das entrevistas. “O encontro tem uma boa dose de acaso, nunca é de todo previsível” (Artfuchs *apud* Silveira, 2002, p. 127).

O acordo prévio que permite o encontro não se mantém necessariamente no curso da conversa. Esta pode se tornar, como todos já observamos alguma vez, e Grice (*apud* Silveira, 2002, p. 127) denomina, um campo de batalha. Campo de batalha ou não, seguramente o que o entrevistador mais

teme são os silêncios, as fugas ao assunto, os subterfúgios, e eles acontecem tanto quanto os desvios de rota, o questionamento dos pressupostos das prioridades perguntadas.

Se as entrevistadas não nos revelam as *verdades* que tanto buscamos, “o que fazemos com elas?”, interroga-se Silveira (2002, p. 134). Buscamos no texto as distinções culturais que ele pressupõe, não como unidades estruturais ou essenciais, como codificações prévias da realidade, mas como formas em que as entrevistas concebem e constroem determinados fenômenos (Alasutari, 1995).

A situação de entrevista constitui um jogo de interlocução em que um entrevistador *quer saber algo*, e propõe ao entrevistado um exercício de lacunas a serem preenchidas. Para esse preenchimento, supõe o entrevistador que os entrevistados saberão ou tentarão se reinventar como personagens – não personagens sem autor, mas personagens cujo autor coletivo são as experiências culturais, cotidianas, os discursos que atravessam e ressoam, em suas vozes. Para completar essa *arena de significados*, Silveira (2002, p. 134) anuncia a abertura do espaço para mais um personagem: o próprio entrevistador, que – fazendo falar de novo tais discursos – os releirá e os reconstruirá, a eles trazendo outros sentidos.

Na visão de entrevistista como *evento negociado*, Fontana e Frey (2000) alertam que está na hora de considerar a entrevista como uma produção prática, e analisar o significado que é construído a partir da interseção da interação do entrevistador e do respondente. Precisamos olhar a concepção substantiva dos membros da sociedade, examinando as atividades construídas para produzir sentido à vida cotidiana e permanecer *reflexivos* sobre *como* as entrevistas são realizadas.

10.4 Considerações finais

As visões mais tradicionais de entrevista como instrumento de pesquisa são permeadas por recomendações metodológicas que oscilam entre a preocupação com um clima propício à *abertura da alma* do entrevistado e a preocupação com a obtenção de dados relevantes, confiáveis, ricos para a pesquisa e o entrevistador. Assim, alinhavam-se as pistas de ação: seja empático, não sugira

respostas, respeite o entrevistado, não o interrompa, não o intimide, estabeleça um clima de confiança, utilize uma linguagem próxima à dele eliminando palavras técnicas, eruditas ou, por outro lado, as de baixo calão, seja flexível, minimize a presença do gravador, procure falar menos do que ele, mas insista no que quer – tudo sob a égide de uma maior eficiência do partear da palavra alheia e do direcionamento dessa palavra para os objetivos de captação de *dados faldignos* (Silveira, 2002, p. 123).

Bogdan e Biklen (*apud* Silveira, 2002, p. 123) sintetizam a visão formalista: as pessoas que são entrevistadas tendem a oferecer uma retrospectiva dos acontecimentos. Podem, no entanto, ser ensinadas a responder de forma a satisfazer os interesses do entrevistador em relação a pormenores. Precisam ser encorajadas a elaborar. Ventriloquos da *própria alma*, da *própria memória*. Uma das questões epistemológicas a que somos conduzidos é: devem os entrevistados ser ensinados a buscar em seu repertório – efetivamente, (re)construir – o que os entrevistadores querem encontrar?

Entendemos, neste capítulo, as noções de *dialogicidade* e *reflexividade* – inerentes à concepção da entrevista como *evento negociado* – dentro dos princípios interligados do pensamento complexo de Morin (2001):

- dialogicidade*: princípio que permite manter a dualidade no seio da unidade; associa ao mesmo tempo termos complementares e antagônicos, tais como a ordem e a desordem. O diálogo na situação de entrevista não se caracteriza como necessariamente harmônico, linear, desprovido de conflito e *distorção sistemática da linguagem*,
- recursividade*: representa a ruptura com a ideia linear de causa e efeito, de produto/produzidor, de estrutura/superestrutura, uma vez que tudo o que é produzido retorna sobre aquilo que o produziu, formando um ciclo autoconstitutivo, auto-organizador e autoproduzidor. Na prática conversacional da entrevista, entrevistador e entrevistado *falam e são falados*, produzem-se e são produzidos como sujeitos, através dos efeitos performativos da linguagem. A ênfase não recai sobre a consciência do entrevistador nem sobre o entrevistado, mas sobre o *texto produzido*;
- princípio hologramático*: representado pela ideia de que não apenas a parte está no todo, mas o todo está na parte; *imobiliza o espírito linear*, pois o

movimento produtor do conhecimento se enriquece através do conhecimento das partes pelo todo e do todo pelas partes. Os resultados gerados pelo evento dialógico da entrevista são construídos pelo entrevistador e pelo entrevistado, de tal forma que a vida cotidiana do entrevistado está presente na entrevista, assim como o evento da entrevista passa a constituir um elemento de ressignificação da vida do entrevistado.

Todos os encontros e interações humanos compõem-se de três elementos básicos: as pessoas, as situações e as regras de interação (Valles, 1997, p. 178). O pesquisador realiza a entrevista conforme sua cultura, sensibilidade, conhecimento do tema e contexto espacial, temporal e social no qual está inserida a pesquisa.

A questão residual que surge da concepção da entrevista como *evento discursivo complexo* é sintetizada por Holstein e Gubrium (1997): "Para onde iremos a partir daqui?" Fontana e Frey (2000) compartilham com esses autores a concepção de que enquanto permanecemos comprometidos com a descrição empírica do cotidiano, estamos também observando os novos horizontes do pós-modernismo. A maioria dos métodos que usamos para estudar a complexidade do ser humano e sua vida sempre em mudança, na melhor das possibilidades, permite obter alguma compreensão de *como* eles constroem sua vida e as histórias que nos contam sobre ela. Concordamos com Silverman (1997), Fontana e Frey (2000), que precisamos parar de nos iludir de que o nosso método particular, seja ele qual for, é o que nos dá a chave para a compreensão.

Referências

- ALASUTARI, P. *Researching culture: Qualitative method and cultural studies*. London: Sage, 1995.
- ALONSO, L. H. *La mirada cualitativa en Sociología*. Madrid: Fundamentos, 1998.
- DEMO, Pedro. *Metodologia do conhecimento científico*. São Paulo: Atlas, 2000.
- FONTANA, A. e FREY, J. H. The interview: from structured questions to negotiated text. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications, 2000.
- GADAMER, H.-G. *Verdade e método*. Vol. 1. Petrópolis: Vozes, 2003.
- GLASER, B. G. e STRAUSS, A. L. *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine, 1967.

- GRÜN, M. e COSTA, M. V. A aventura de retornar a conversação: hermenêutica e pesquisa social. In: COSTA, M. V. (Org.). *Caminhos investigativos I: novos olhares na pesquisa em educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HOLSTEIN, J. A. e GUBRIUM, J. F. Active interviewing. In: SILVERMAN, D. (Ed.). *Qualitative research: theory, method and practice*. London: Sage, 1997, Cap. 8.
- IBÁÑES et al. (Org.). *El análisis del realidad social*. Métodos y técnicas de investigación social. Madrid: Alianza, 1986.
- MORIN, E. *O Método 1: a natureza da natureza*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- ORTÍ, A. La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta y la discusión de grupo. In: IBÁÑES et al. (Org.). *El análisis del realidad social*. Métodos y técnicas de investigación social. Madrid: Alianza, 1986.
- PERÄKKYLÄ, A. Reliability and validity in research based on tapes and transcripts. In: SILVERMAN, D. (Ed.). *Qualitative research: theory, method and practice*. London: Sage, 1997, Cap. 13.
- SEIDMAN, I. E. *Interviewing as qualitative research*. New York: Teachers College Press, 1999.
- SIERRA, F. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. In: CÁCERES, L. J. G. (Coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Prentice Hall, 1998.
- SILVEIRA, R. M. H. A entrevista na pesquisa em educação: uma arena de significados. In: COSTA, M. V. *Caminhos investigativos II: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- SILVERMAN, D. (Ed.). *Qualitative research: theory, method and practice*. London: Sage, 1997.
- VALLÉS, M. S. *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis, 1997.

Capítulo 11 **Focus group: instrumentalizando o seu planejamento**¹

Henrique Freitas
Mirian Oliveira

■ **Introdução**

Como as pessoas consideram uma experiência, uma ideia ou um evento? A resposta a essa pergunta exige do pesquisador a aplicação de alguma técnica ou algum método que se aproxime da realidade de cada pessoa, o que pode ser feito mais adequadamente reunindo-as em grupos, criando condições ambientais de manifestação mais espontânea de cada uma e propiciando a interação de todas. Tal situação aponta o *focus group* (FG) como um a ser privilegiado na busca de resposta a essa questão.

A origem do *focus group* está na sociologia, mas hoje é amplamente utilizado no marketing e também tem crescido em popularidade em outras áreas. Dentro da ciência social, foi Robert Merton quem publicou o primeiro trabalho usando o *focus group*; mais tarde, Paul Lazarsfeld e outros introduziram esta técnica na área de marketing (Morgan, 1988).

O *focus group* é um tipo de entrevista em profundidade realizada em grupo, cujas reuniões têm características definidas quanto à proposta, ao tamanho,

¹ Este capítulo é uma versão atualizada do artigo publicado em Oliveira, Mirian; Freitas, Henrique. Focus

group, pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentalizando o seu planejamento. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 33, n. 3, p. 83-91, 1998.

à composição e aos procedimentos de condução. O foco ou o objeto de análise é a interação dentro do grupo. Os participantes influenciam uns aos outros pelas respostas às ideias e colocações durante a discussão, estimulados por comentários ou questões fornecidos pelo moderador (pesquisador ou outra pessoa). Os dados fundamentais produzidos por essa técnica são transcritos das discussões do grupo, acrescidos das anotações e reflexões do moderador e de outro(s) observador(es), caso exista(m).

As características gerais do *focus group* são (Krueger, 1994): envolvimento de pessoas; reuniões em série; homogeneidade dos participantes quanto aos aspectos de interesse da pesquisa; geração de dados; natureza qualitativa; e discussão focada em um tópico, que é determinado pelo propósito da pesquisa.

O *focus group* é recomendado para orientar e dar referencial à investigação ou à ação em novos campos; gerar hipóteses baseadas na percepção dos informantes; avaliar diferentes situações de pesquisa ou populações de estudo; desenvolver planos de entrevistas e questionários; fornecer interpretações dos resultados dos participantes a partir de estudos iniciais; e gerar informações adicionais a um estudo em larga escala.

Em algumas situações, o uso do *focus group* como técnica de coleta de dados não é recomendável, por exemplo, quando o assunto é constrangedor para os participantes; quando o pesquisador não tem controle sobre quais são os aspectos críticos do estudo; quando são necessárias projeções estatísticas; quando outra técnica pode produzir resultados com melhor qualidade ou mais economicamente; ou quando o pesquisador não pode garantir a confidencialidade da informação.

Segundo Morgan (1988), um teste para verificar a adequação de seu uso consiste em perguntar quão ativa e facilmente os participantes discutiriam o tópico de interesse da pesquisa. O uso do *focus group* é particularmente apropriado quando o objetivo é explicar como as pessoas consideram uma experiência, uma ideia ou um evento, visto que a discussão durante as reuniões é efetiva em fornecer informações sobre o que as pessoas pensam ou sentem ou, ainda, sobre a forma como agem.

O objetivo neste capítulo é descrever os potenciais usos do *focus group*, as suas vantagens e desvantagens, assim como discutir os aspectos relevantes para a condução de uma pesquisa com a sua utilização. Primeiro, serão abordadas as

vantagens e desvantagens do *focus group*. No tópico seguinte, será discutido o seu uso associado a outros métodos de pesquisa. Em seguida, serão apresentadas as etapas para a realização do *focus group* e algumas considerações finais.

11.1 Focus group: vantagens e desvantagens

Na pesquisa em gestão, especialmente em marketing, o *focus group* e outras técnicas qualitativas de coleta de dados são consideradas, com frequência, como utilizáveis preliminarmente ou como ferramenta exploratória, devendo seus resultados ser verificados por meio de um trabalho quantitativo, em uma amostra representativa. Do ponto de vista da ciência social, ele é utilizável pelo seu próprio conteúdo e como um complemento para métodos tanto qualitativos quanto quantitativos.

Atualmente, para a ciência social, as duas principais técnicas de coleta de dados qualitativos são a entrevista individual e a observação participante em grupos. O *focus group*, como uma entrevista em grupo, combina elementos dessas duas abordagens.

A aplicação da técnica *focus group*, neste caso, permite coletar dados em curto espaço de tempo e em quantidade adequada, embora não se possa argumentar com plena convicção sobre a espontaneidade das colocações emitidas pelos participantes. Apesar disso, algumas das informações registradas via *focus group* serão potencialmente de grande valia, visto que dificilmente seriam coletadas através de simples observação da realidade.

O *focus group* propicia riqueza e flexibilidade na coleta de dados, em geral, não disponíveis quando se aplica um instrumento individualmente. Por outro lado, não disponibilidade pela interação entre os participantes. Por outro lado, exige maior preparação do local, assim como resulta em menor quantidade de dados (por pessoa) do que se fosse utilizada a entrevista individual.

No Quadro 11.1 são apresentadas vantagens e desvantagens do *focus group*, de forma geral, em relação às demais técnicas de coleta de dados.

Apesar das desvantagens enumeradas (especialmente quanto à espontaneidade e à dificuldade de reunião, assim como ao razoável esforço de preparação e de planejamento), a aplicação do *focus group* possibilita a coleta de dados

interessantes, os quais aportam uma convicção ao pesquisador ou analista e lhe fornecem subsídios para a elaboração de hipóteses ou a construção de instrumentos ou mesmo de referenciais ou *frameworks* que permitirão avançar as investigações.

Quadro 11.1 Vantagens e desvantagens do *focus group*

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Comparativamente, é fácil de conduzir. • Habilidade em explorar tópicos e gerar hipótese. • Oportunidade de coletar dados a partir da interação do grupo, o qual se concentra no tópico de interesse do pesquisador. • Alta validade dos dados (<i>face validity</i>), ou seja, além de o procedimento medir efetivamente o que se deseja, tem-se plena legitimidade e convicção ou crença nos dados coletados. • Baixo custo em relação a outros métodos. • Rapidez no fornecimento dos resultados (em termos de evidência da reunião do grupo). • Permite ao pesquisador aumentar o tamanho da amostra dos estudos qualitativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não é baseado em um ambiente natural. • Pesquisador tem menor controle sobre os dados gerados (no caso de existir um grupo de questões predefinidas ou uma forte necessidade de manter comparação entre as entrevistas). • Não é possível saber se a interação em grupo se reflete ou não no comportamento individual. • Os dados são mais difíceis de analisar. A interação do grupo forma um ambiente social e os comentários devem ser interpretados nesse contexto. • Exige entrevistadores treinados cuidadosamente. • É difícil de reunir os grupos. • A discussão deve ser conduzida em ambiente que propicie o diálogo qualitativo.

Fonte: Elaborado a partir de Krueger (1994) e Morgan (1988).

11.2 Usos do *focus group* no desenho da pesquisa

O objetivo do *focus group* é obter o entendimento dos participantes sobre o tópico de interesse da pesquisa, não importando se é utilizado sozinho ou em conjunto com outras técnicas de coleta de dados, nem mesmo se busca

questões ou respostas. O *focus group* pode ser considerado um método de pesquisa com conteúdo próprio ou uma técnica de coleta de dados que pode ser usada em conjunto com outros métodos.

Como um método com conteúdo próprio, o *focus group* pode ser usado para explorar novas áreas de pesquisa e examinar questões de pesquisa bem conhecidas a partir da perspectiva dos participantes. Já em conjunto com outros métodos, ele também pode ser usado como uma pesquisa preliminar, para preparar questões específicas em um grande projeto ou como uma pesquisa para esclarecer resultados de outros estudos.

Cada vez mais os pesquisadores reconhecem as vantagens de associar métodos qualitativos e quantitativos (Freitas, Cunha Jr e Moscarola, 1996; Stumpf e Freitas, 1996), resultando em misturas metodológicas que fortalecem o desenho da pesquisa. Nesse contexto, o *focus group* pode (Morgan, 1988; Krueger, 1994; Greenbaum, 1993):

- preceder um método quantitativo – auxilia o pesquisador a aprender o vocabulário e descobrir o pensamento do público-alvo, além de fornecer indícios de problemas especiais que podem ocorrer na fase quantitativa. Os estudos quantitativos que sucedem o *focus group* capacitam o pesquisador a fazer inferências bem focadas sobre determinada população;
- ser utilizado ao mesmo tempo que procedimentos quantitativo – quando o objetivo é a triangulação, ou seja, o uso de duas ou mais técnicas diferentes – de forma complementar – para uma mesma questão de pesquisa;
- suceder um método quantitativo – nesse caso, o *focus group* pode explorar ou esclarecer questões que tenham emergido na análise dos resultados do método quantitativo.

Enfim, pode-se afirmar que o posicionamento do *focus group* no desenho da pesquisa é definido pelo objetivo da sua aplicação. Merce, pois, ser precedido de reflexão sobre o papel que desempenhará no contexto de estudo e sobre a expectativa de uso dos seus resultados. Com base na abordagem de Morgan (1988), são apresentados alguns dos motivos que podem levar à associação do *focus group* com a entrevista individual e observação participante, a *surveys* e o experimento.

O *focus group* pode contribuir para um projeto construído em torno de entrevista individual, especialmente na fase de planejamento do roteiro dessa entrevista. A ideia é usar um pequeno número de grupos exploratórios em estágio inicial da pesquisa para, mais tarde, orientar a construção das questões da entrevista. Essa situação apresenta maior utilidade quando o tópico ou a população não foram extensivamente estudados no passado, ou o pesquisador é novo na área.

Pode-se, também, utilizar a vantagem de tempo do *focus group* em relação à entrevista individual para comparar diferentes grupos de participantes. Uma rodada preliminar com *focus group* fornecerá a base da seleção dos grupos para as entrevistas mais detalhadas.

Outra forma de associar o *focus group* com a entrevista individual é conduzir os grupos como um adicional para as entrevistas. Tal atitude permitirá ao pesquisador explorar questões surgidas na análise das entrevistas visando esclarecer áreas que ainda apresentam pontos de vista obscuros.

O principal auxílio oferecido pelo *focus group* para um projeto baseado em observação participante é a percepção do pensamento dos membros do grupo concentrado sobre o tópico objeto da investigação, em tempo bem menor. Isso pode ser especialmente útil no início de um novo projeto, por fornecer experiências típicas da área e perspectivas do que será observado.

Quando o *focus group* for utilizado precedendo a observação participante, seu objetivo será auxiliar na decisão entre situações alternativas para a realização dessa observação. Por ser útil como um meio de implementar um método de comparação e facilitar a escolha ou a decisão do pesquisador quanto à forma de trabalho a ser seguida.

No caso da utilização do *focus group* depois da realização de certa quantidade de observações participantes, seu objetivo será auxiliar na comparação das observações já registradas. Nesse caso, as reuniões devem ser feitas com os envolvidos em cada uma dessas situações de observação.

Na literatura especializada é recomendado o uso de *focus group* para auxiliar na concepção de questionários. Ele pode ajudar na construção desses questionários, fornecendo evidências de como os respondentes se posicionam quanto ao tópico em questão. No entanto, seu uso mais importante em relação a uma *survey* é quando a antecede visando garantir, dentro do possível, que o pesquisador tenha um quadro completo do pensamento dos participantes.

O *focus group* pode também ser aproveitado em outras fases da pesquisa *survey*, além das fases preliminar e exploratória. Deve-se, nesse caso, ampliar o pré-teste necessário para avaliar o instrumento da pesquisa. Se os pesquisadores não estiverem familiarizados com o tópico objeto da investigação ou se a linguagem das questões for um problema, será então aconselhável montar um grupo para discussão dos itens cruciais do questionário antes do pré-teste em campo. A facilidade em detectar se os participantes entenderam a questão como o pesquisador a entende é uma das vantagens do uso do *focus group* para o pré-teste. O pré-teste com *focus group* não só possibilita identificar os problemas, mas também permite explorar, imediatamente, como resolvê-los.

Nos estágios mais avançados da *survey*, quando os dados já estiverem coletados e a análise tiver iniciado, o *focus group* poderá servir como uma forma adicional de coleta de dados, buscando explorar aspectos da análise. Isso pode ser especialmente importante quando os resultados constituem um quebra-cabeça para o pesquisador.

Embora praticamente inexistente reconhecimento do potencial valor do *focus group* na pesquisa experimental, de fato constitui uma das aplicações-chave das pesquisas experimentais de Merton (*opud* Morgan, 1988). De forma análoga à associação com a pesquisa tipo *survey* no desenvolvimento das questões do instrumento, o *focus group* pode ser usado preliminarmente para definir manipulações da variável independente e medir as variáveis dependentes quando associado a um experimento.

O *focus group* também pode servir para fornecer efetivo substituto para a especulação, na tentativa de explicar resultados anormais. Outra vantagem de combinar o *focus group* com os experimentos realmente operam, é como os efeitos induzidos de maneira experimental realmente operam. Como ocorre na combinação com outros métodos, o objetivo é comparar as interpretações do pesquisador e dos participantes sobre o evento.

11.3 Etapas para a realização do focus group

Neste tópico, serão abordadas questões do tipo como realizar o *focus group* e o que fazer com os dados produzidos por ele.

Pode-se dividir o *focus group* em três etapas: planejamento, condução das entrevistas e análise dos dados. O planejamento é crítico para o sucesso do *focus group*, pois nessa fase o pesquisador considera a intenção do estudo e os usuários da informação, além de desenvolver um plano que guiará o restante do processo da pesquisa, incluindo a elaboração das questões e a seleção dos participantes. A fase de condução consiste na moderação das reuniões. Após essas sessões, na fase de análise, são realizadas as transcrições, o tratamento dos dados e a elaboração do relatório.

11.3.1 Planejamento para a realização do *focus group*

Cuidados com o planejamento da atividade não garantem bons resultados, mas uma abordagem desatenciosa para o desenho e a execução muito provavelmente produzirá resultados inadequados. Os dois fatores mais comuns que afetam a habilidade de planejar o *focus group* são o orçamento e as restrições de tempo, mas existem outros menos óbvios (Morgan, 1988).

O planejamento começa pela reflexão sobre o propósito das reuniões e é seguido pela organização desses pensamentos de maneira lógica e seqüencial. Nessa reflexão devem ser respondidas perguntas como:

- Por que tal estudo deveria ser conduzido? Que tipos de informações serão produzidos? Que tipos de informações são de particular importância para a pesquisa? Como essas informações serão utilizadas?
- Quem deseja essas informações? (Krueger, 1994.)

A partir da definição do propósito do *focus group*, passa-se ao detalhamento de aspectos relacionados com a sua realização:

- Como localizar os participantes? Considerar as pessoas em categoria única ou em diferentes categorias? Se optar por categoria única, imaginar como elas se sentirão: que cuidados devem ser tomados? São necessários incentivos? Quais? Onde seria o melhor local para a discussão? Quais seriam boas questões para serem feitas? Que tipo de pessoa deveria moderar as sessões? (Krueger, 1994.)

No planejamento do *focus group* deve-se desenvolver um plano como lógico, incluindo as atividades de desenvolvimento das questões, identificação das características dos participantes, obtenção da lista dos potenciais participantes, recrutamento dos participantes, realização das reuniões, *feedback* do planejamento, transcrição, análise e redação do relatório.

A seguir são abordados, com maior detalhe, aspectos relacionados ao planejamento do *focus group*: o número e o tamanho dos grupos, quem serão os participantes, nível de envolvimento do moderador, conteúdo da entrevista, seleção do local e coleta dos dados.

a) Quantidade e tamanho dos grupos

A quantidade de grupos é uma das primeiras questões do planejamento a ser discutida, por ser necessário pensar no grupo como a principal unidade de análise na pesquisa *focus group*. Isso é verdadeiro no sentido estatístico e, também, em termos de praticabilidade. Nas pesquisas da área de marketing, o número de grupos varia em função das reuniões estarem ou não produzindo novas idéias. Se o moderador pode antecipar com clareza o que será dito no próximo grupo, então a pesquisa está encerrada, o que normalmente ocorre após o terceiro ou quarto grupo ou sessão (Krueger, 1994; Morgan, 1988; Greenbaum, 1993).

É recomendável que os grupos tenham tamanho médio, isto é, sejam constituídos por seis a dez pessoas. Na definição do tamanho do grupo, deve-se ponderar que ele seja pequeno o suficiente para todos terem a oportunidade de partilhar suas percepções e grande o bastante para fornecer diversidade de percepções. Quando o número de integrantes exceder doze pessoas, é aconselhável dividir o grupo. Em grupos pequenos o pesquisador pode identificar o pensamento de cada participante sobre o tópico da pesquisa, embora corra o risco de ser menos produtivo e ter mais gastos. A dificuldade de gerenciamento mais do grupo aumenta quando ele é maior, normalmente exigindo envolvimento mais intenso do moderador que deve ter maior experiência para manter a disciplina, e, principalmente, impedir o surgimento de conversas paralelas (Oppenheim, 1993; Morgan, 1988; Krueger, 1994; Mattar, 1994; Tull e Hawkins, 1993).

Pode-se dizer, em função desses argumentos, que os limites extremos para a quantidade de participantes por grupo seriam de quatro, no mínimo, e doze, no máximo. É adequado convocar cerca de 20% de pessoas a mais para haver

garantia do número mínimo. Esse percentual pode variar dependendo de onde os grupos são conduzidos, quem são os participantes e quão vital é o tamanho do grupo para o desenho da pesquisa. Caso todas as pessoas convidadas para a sessão compareçam, considerando o recrutamento de número maior de participantes que o necessário, pode-se pedir a algumas (as excedentes) que respondam por escrito às questões do roteiro, em outra sala. Isso desconsiderando o caso de se dispor de condições para a realização de sessões em paralelo, seja por falta de infra-estrutura, seja por falta de moderador preparado para tal, seja ainda porque o grupo não seria formado adequadamente com aqueles excedentes.

b) Participantes

A escolha de quem participará do estudo deve ser feita conforme o propósito da pesquisa. Além disso, deve ser considerada a necessidade de segmentar os participantes em categorias, por fatores como, por exemplo, localização geográfica, idade, tamanho da família, *status*, sexo, dentre outros. Uma alternativa para a obtenção da resposta à questão de misturar ou não as categorias é a utilização de um grupo misto para pré-teste: se os participantes não diferirem significativamente, existirão então poucos argumentos para separar os grupos. O conselho mais apropriado a respeito de tal aspecto é: cada participante deve ter algo a dizer sobre o tópico da pesquisa e sentir-se confortável para falar com os outros. Contudo, isso não significa que os participantes devam ter a mesma perspectiva, o que tornaria a discussão improdutiva.

Na seleção dos participantes salienta-se o viés da amostra, que não será generalizável. Morgan (1988) aconselha o pesquisador a "concentrar-se naqueles segmentos da população capazes de fornecer informações mais significativas". Dessa forma, o pesquisador deve ter o cuidado de não interpretar os resultados obtidos como sendo representativos do universo. Outra decisão a tomar é sobre a utilização de pessoas estranhas ou conhecidas em um mesmo grupo. A regra geral diz ser melhor trabalhar com estranhos. Normalmente, as pessoas que se conhecem, socialmente ou do trabalho, apresentam dificuldades em se concentrar imediatamente no tópico da pesquisa e essa condição pode, também, inibir ou restringir suas percepções (comentários).

O recrutamento dos participantes pode consumir bastante tempo quando forem usadas populações especializadas ou desenhos experimentais. Deve

ser desenvolvido um questionário para o recrutamento dos participantes. Esse instrumento deve ter de quatro a seis questões de caráter eliminatório, ou seja, que identifiquem se a pessoa convidada possui ou não as características indispensáveis para participar das sessões.

c) Nível de envolvimento do moderador

O nível de envolvimento do moderador é sempre tratado como um *continuum*. Em um dos extremos ele é baixo, desempenhando o moderador pequeno papel, fazendo a discussão do grupo progredir e observando para que seus comentários, na medida do possível, sejam não diretivos; e no outro é alto, quando o moderador controla os tópicos discutidos e a dinâmica da discussão.

Os pesquisadores devem identificar o que querem obter com o material das entrevistas e, então, decidir sobre o envolvimento do moderador segundo esses objetivos. O baixo envolvimento é importante quando os objetivos enfatizam a pesquisa exploratória e também quando incluem a análise de conteúdo. Alternativamente, os altos níveis de envolvimento são mais apropriados quando existe forte agenda a ser cumprida, como comparar o pensamento de novos grupos participantes com o que tem sido encontrado em sessões prévias. Se os objetivos da pesquisa não forem uma resposta definitiva, a atenção deverá ser direcionada para os prós e contras de cada intensidade de envolvimento (Morgan, 1988).

O problema mais comum do alto envolvimento é que o viés do moderador produzirá dados que reproduzirão esse viés. Um ponto a favor do alto envolvimento é a facilidade de interrupção das discussões não produtivas, movendo a discussão do tópico de maior interesse do pesquisador. O alto envolvimento também tem a característica de assegurar que alguns tópicos desejados sejam abordados. Finalmente, permite ajustes na discussão, dependendo do nível de homogeneidade dos participantes.

Quanto ao baixo envolvimento do moderador, a maior vantagem é a facilidade para a avaliação do interesse dos próprios participantes, mostrando se eles organizam naturalmente suas discussões em torno das mesmas coisas relevantes para o pesquisador. A maior desvantagem do baixo envolvimento é que esses grupos, por serem relativamente desorganizados em seu conteúdo, são mais difíceis de analisar, o que é ainda mais evidente em grandes grupos.

Implícito em toda essa discussão está o uso de um ou mais moderadores para conduzir as sessões. Embora seja preferível, com o propósito de comparação, a utilização de um único moderador, isso não é possível nem desejável em grandes projetos. Nesse caso, é aconselhável que a primeira ou as duas primeiras sessões sejam conduzidas por um moderador sênior e assistida pelos demais, e que esse moderador sênior assista à primeira sessão dos demais moderadores (Krueger, 1994).

O pesquisador deve refletir sobre o grau de envolvimento do moderador, pois se estiver pensando em um formato altamente estruturado deve optar por entrevistados individuais; e se o formato for altamente não estruturado a escolha deve ser por observação participante.

d) Conteúdo da entrevista

Merton (*apud* Morgan, 1988) apresenta quatro aspectos a serem observados na entrevista de *focus group*: abordar o máximo de tópicos relevantes; fornecer dados tão específicos quanto possível; promover interação que explore os sentimentos dos participantes em alguma profundidade; e levar em conta o contexto pessoal usado pelos participantes para gerar suas respostas.

Os tópicos da discussão devem ser cuidadosamente predeterminados e seqüenciados, com base na análise da situação. O objetivo aqui é construir uma entrevista que cubra o tópico particular, enquanto fornece observações que satisfaçam a ampla demanda de um efetivo *focus group*. A restrição mais evidente ao conteúdo da entrevista é a duração da sessão: entre uma e duas horas. Seria interessante planejá-la para uma hora e trinta minutos, mas dizer aos participantes que durará duas horas.

Para a condução das sessões pode ser elaborado um guia de tópicos ou um roteiro de questões. No guia de tópicos devem ser listados aspectos ou questões formados apenas por palavras ou frases que lembrem ao moderador o tópico de interesse. Essa forma parece mais espontânea para os participantes, bem como mais adequada quando o moderador for o mesmo para todas as sessões (pois as formas diferenciadas de abordagem podem causar vieses nos resultados). O roteiro de questões deve apresentar uma seqüência das mesmas (frases completas), para que se possa obter o conteúdo desejado, o que permite análise mais eficiente por eliminar

diferenças de linguagem; é mais apropriado quando forem vários os moderadores das sessões.

Para o *focus group* com alto envolvimento do moderador seria útil organizar os tópicos da discussão em um roteiro que ele deverá seguir em ordem similar para todos os grupos, como em uma entrevista individual. A estrutura imposta pelo roteiro de discussão é valiosa para a análise da interação do grupo e para as comparações entre os grupos na fase de análise da pesquisa. Um bom roteiro cria uma progressão natural entre os tópicos, com alguma sobreposição entre os mesmos – uma divisão artificial da discussão frustraria o propósito de usar a sessão em grupo. Um valor adicional do roteiro seria assegurar consenso entre os vários membros do time de pesquisa com relação aos tópicos a serem cobertos e ao nível de detalhe.

O roteiro deverá ser preparado a partir de uma lista de questões a serem respondidas, as quais deverão ser organizadas em grupos de tópicos e ordenadas em uma seqüência lógica. O moderador deverá tomar cuidado para não seguir de modo rígido a ordem predeterminada dos tópicos no roteiro, pois isso seria uma abordagem imprópria para o *focus group*.

Durante a introdução, o moderador deverá fazer uma breve apresentação dos tópicos de discussão e colocar algumas regras básicas, como, por exemplo: uma pessoa falará por vez, não deverão existir conversas laterais, todos deverão ser encorajados a falar, dentre outros. O grupo deverá ser comunicado que a sessão será gravada ou filmada. A discussão deverá começar com a autoapresentação de cada participante, o que também servirá como quebra-gelo. Os retardatários poderão causar problemas, por isso uma regra simples é não incluir os que chegarem após o término das apresentações.

A etapa seguinte será a discussão propriamente dita. A transição das apresentações para as discussões dependerá do nível de envolvimento do moderador (Morgan, 1988):

- baixo envolvimento do moderador – ele deverá apresentar o primeiro tópico, que será seguido por discussão não estruturada até a introdução do segundo tópico, e assim sucessivamente;
- alto envolvimento do moderador – nesse caso, o roteiro torna-se muito importante. O tópico inicial introduzido pelo moderador será fundamental

para o início da discussão e deverá ser de cunho geral. A partir da discussão dos participantes, o moderador terá condições de criar situações para a introdução dos demais tópicos estabelecidos no roteiro.

O encerramento da sessão também diferirá conforme o nível de envolvimento do moderador:

- baixo nível de envolvimento do moderador – o simples fato de o moderador retornar à discussão dará a idéia de fechamento;
- alto nível de envolvimento do moderador – uma das formas poderá ser o pedido para que cada participante faça uma declaração final.

A qualidade das respostas estará diretamente relacionada com a qualidade das questões. As perguntas são a essência da entrevista do *focus group*. Elas deverão parecer espontâneas para os participantes, apesar de terem sido cuidadosamente selecionadas e elaboradas tendo em vista a informação esperada. Uma entrevista típica de *focus group* incluirá aproximadamente doze questões, as quais poderão ser de vários tipos, cada uma com um propósito próprio. Tais questões podem ser classificadas nas seguintes categorias (Krueger, 1994):

- questões abertas – a primeira rodada de perguntas da sessão poderá ser feita a todos, de forma a permitir uma resposta rápida (10 a 20 segundos), e permitirá identificar as características que os participantes têm em comum;
 - questões introdutórias – introduzem o tópico geral da discussão e fornecem aos participantes oportunidades para refletir sobre experiências anteriores;
 - questões de transição – essas questões movem a conversação para as questões-chave que norteiam o estudo;
 - questões-chave – direcionam o estudo e, normalmente, sua quantidade varia entre duas e cinco questões. São as que requerem maior atenção e análise;
 - questões finais – fecham a discussão, considerando tudo o que foi dito até então. Permitem aos participantes considerar todos os comentários importantes.
- Exemplo: “De todas as necessidades que nós discutimos, qual a mais importante para vocês?”;

- questões-resumo – o moderador deverá fazer um resumo, em dois ou três minutos, das questões-chave e boas idéias que emergiram da discussão. Depois disso, deverá perguntar aos participantes: “Esse foi um resumo adequado?”;
- questão final – questão padronizada perguntada ao final do *focus group*. Em seguida à questão-resumo, o moderador deverá fazer uma breve explanação sobre o propósito do estudo e, então, colocar: “Nós esquecemos algo?” e “Que conselho vocês teriam para nós?” (essa finalização tem particular importância nas primeiras de uma série de sessões).

O uso prévio de *brainstorming* com colegas e usuários da informação poderá ser útil para a obtenção de questões e as variações no vocabulário. O teste-piloto do roteiro do *focus group* deverá ocorrer da seguinte forma:

- especialistas deverão revisar o questionário (lógica e seqüência para a obtenção da informação desejada);
- algumas pessoas do público-alvo deverão comentar as questões. Tais pessoas não poderão participar das sessões posteriormente;
- a primeira sessão poderá servir como teste piloto – caso não sejam feitas alterações significativas, ela poderá ser considerada na análise;
- a pergunta final de cada sessão “Nós esquecemos algo?” também poderá auxiliar nesse sentido, principalmente nas primeiras sessões.

e) Seleção do local e coleta dos dados

O *focus group* tem sido conduzido com sucesso em vários locais, como restaurantes, salas de hotéis, prédios públicos, dentre outros. Contudo, alguns aspectos deverão ser observados para a escolha do local ser de fácil localização pelos participantes; não propiciar distrações externas ou internas (grandes janelas envidraçadas, música, dentre outros); facilitar a adequada disposição dos participantes; e possuir sistema de áudio ou vídeo.

Os participantes deverão ser acomodados ao redor de uma mesa, dispostos na forma de “U”, com o moderador deverá ficar visível para os demais. Para todos. O nome de cada participante deverá estar atrás do moderador. A gravação da sessão for filmada, a câmera deverá estar atrás do moderador, pois não pode ser considerada a principal forma para a obtenção dos dados.

isso é fundamental assegurar a sua qualidade. A utilização de vídeo apresenta vantagens e desvantagens, mas seu principal propósito é a identificação de quem está falando e para quem (Krueger, 1994; Morgan, 1988; Greenbaum, 1993).

O moderador e o assistente do moderador (observador) deverão fazer suas anotações durante a sessão, assim como gravar suas impressões logo após ela tiver terminado. Esse material, apesar de não fazer parte dos dados da sessão, auxiliará a interpretação do pesquisador. A discriminação entre o que interessa aos participantes e o que de fato eles acham importante é um dos aspectos a ser considerado pelo pesquisador. Segundo Morgan (1988), "o comprometimento na discussão de um tópico é uma boa indicação de que os participantes acham isso interessante, mas não necessariamente que eles pensam que isso é importante".

11.3.2 Condução das sessões do focus group

Para a condução das sessões são necessárias poucas horas, duas por dia ou cinco por semana; mais do que isso é desaconselhado. Muitas pessoas têm a ilusão de que entrevistar é tarefa simples, mas requer disciplina mental, preparação e habilidade para a interação em grupo. Muito do sucesso do *focus group* depende das boas questões formuladas aos respondentes escolhidos adequadamente.

Outro ingrediente essencial é a habilidade do moderador (entrevistador) com a função de moderar ou guiar a discussão, razão pela qual recebe esse nome (Krueger, 1994). A efetiva liderança é essencial para que o grupo atinja o objetivo proposto. O moderador deverá ter a necessária habilidade para guiar o processo de grupo, não sendo suficiente estar em harmonia com a proposta da pesquisa.

Poderá ser utilizado um moderador assistente (observador), que terá mais condições de fazer as anotações do que o moderador. Sua função será observar e registrar a discussão sem intervir, a não ser quando solicitado pelo moderador. O moderador deverá colocar as questões do roteiro e, ao mesmo tempo, memorizar o ponto de vista de cada participante, aspecto fundamental para a condução da reunião e para o seu fechamento.

O moderador não poderá assumir uma posição de poder ou influenciar na verdade, deverá encorajar todos os tipos de comentários – positivos e negativos. O entrevistador (moderador) não poderá fazer julgamentos sobre as respostas, devendo tomar cuidado com a linguagem para não comunicar aprovação ou reprovação. Não é tarefa fácil.

O objetivo do *focus group* poderá ser a sugestão de idéias, o esclarecimento de opções potenciais, a recomendação do curso de uma ação, entre outros. Surgirão dificuldades na condução do *focus group* quando existir ambiguidade em torno de seu objetivo. A falta de clareza na definição da proposta do grupo poderá resultar em confusão, frustração, equívocos, perda de tempo e resultados inadequados.

A introdução da discussão, incluindo as boas-vindas aos participantes, a visão geral do tópico, as regras da reunião e a primeira questão deverão seguir padrão idêntico nas diversas sessões. Na fase de convite ou no início da sessão, os participantes deverão ser informados sobre o porquê daquela sessão estar ocorrendo, como a informação será usada e quem está interessado nela.

A sessão do *focus group* é mais facilmente conduzida quando os participantes apresentam homogeneidade em certos aspectos, como nível cultural, faixa etária, dentre outros. Segundo Krueger (1994), a existência de homogeneidade entre os participantes deve ser reforçada pelo moderador na introdução da discussão em grupo. Uma frase que poderá ser utilizada na introdução, para evidenciar esse aspecto, é a seguinte:

Nós convidamos pessoas com experiências similares para partilhar suas percepções e idéias sobre este tópico. Vocês foram selecionados porque possuem certos aspectos em comum, os quais são de particular interesse para nós. (Krueger, 1994.)

Raramente o termo *focus group* é utilizado nas sessões ou durante o recrutamento dos participantes, uma vez que pode inibir a espontaneidade. Os participantes poderão informar seus dados sociodemográficos ao se apresentarem para a sessão. Um coquetel antes das sessões do *focus group* poderá auxiliar na sua condução, propiciando a descontração dos participantes e dando início à sua integração.

11.3.3 Análise dos dados obtidos com o *focus group*

As transcrições e a análise são trabalhos lentos. Dependendo do número de grupos, da disponibilidade dos participantes e do tipo de análise pretendida para as transcrições, esse período poderá ser longo. Essa tarefa é dificultada ainda mais quando a discussão em grupo é conduzida várias vezes – normalmente um mínimo de três – com tipos específicos de participantes, para a identificação de tendências e padrões na percepção dos mesmos. Cuidadosa e sistemática análise das discussões fornece sinais e percepções de como um produto, um serviço ou uma oportunidade é percebido.

A análise deverá ser sistemática, verificável e focada no tópico de interesse e com nível de interpretação apropriado. Cada sessão produz aproximadamente de 50 a 70 páginas de transcrições e mais 10 a 15 páginas de notas de campo. Na análise, deve-se considerar as palavras e os seus significados; o contexto em que foram colocadas as idéias; a consistência interna, a frequência e a extensão dos comentários; a especificidade das respostas; e a importância de identificar as grandes idéias.

Os resultados obtidos com o *focus group* serão válidos se o método tiver sido usado para um problema adequado à investigação. Tipicamente, o *focus group* tem alta *face validity* (mede o que se propõe a medir e há convicção ou crença nos dados coletados), as pessoas colocam suas percepções sobre o tópico, o que pode não ser tão facilmente conseguido em uma entrevista individual ou em outra forma de coleta de dados (Krueger, 1994).

Os pesquisadores descrevem os resultados do *focus group* como exploratórios e não adequados à projeção para a população. São duas as formas básicas de análise dos dados do *focus group*: qualitativa ou resumo etnográfico e sistemática codificação através da análise de conteúdo.

Na abordagem etnográfica são relevantes as citações diretas da discussão do grupo, enquanto na análise de conteúdo é valorizada a descrição numérica dos dados. Salienta-se que essas duas formas de análise não são conflitantes, mas complementares, ainda que maior ênfase seja dada à análise de conteúdo. Durante a análise não se deverá ter em mente que a unidade de análise é o grupo. Duas estratégias poderão ser adotadas para a análise: inicialmente, procede-se à análise de um ou dois grupos detalhadamente, desenvolvendo hipóteses e esquemas de

codificação que serão aplicados aos dados dos demais grupos; ou um pesquisador examina o grupo e outro se concentra na diferença entre as discussões.

O processo cíclico de desenvolver hipóteses e esquemas de codificação é maior em *focus group* não estruturados. Nesse caso, os tópicos não serão previamente determinados na forma de um roteiro e, conseqüentemente, a discussão poderá ser conduzida para qualquer outro tópico ou para certo tópico (que poderá ser abordado em qualquer ponto da transcrição).

No relatório da pesquisa torna-se mais evidente a semelhança do *focus group* com outras técnicas de coleta de dados qualitativas, em virtude da inexistência de regras rígidas para a sua confecção. O relatório é composto, normalmente, por um conjunto de citações, resumos das discussões e tabelas e mapas ou esquemas, os quais contêm as informações básicas obtidas em cada um dos grandes tópicos da discussão.

11.4 Considerações finais

O *focus group* é uma ferramenta da pesquisa qualitativa cuja aplicação é útil principalmente nas ciências sociais. Tem sido usado em áreas como gestão, marketing, decisão e sistemas de informação, entre outras. Como suas características gerais podem ser destacadas: a integração de pessoas; a seqüência de sessões; a obtenção de dados qualitativos; e o foco em um tópico.

Esta técnica de coleta de dados pode ser utilizada isoladamente ou associada a outros métodos, o que permite reforçar um desenho de pesquisa. As três fases em que normalmente se divide são o planejamento, a condução e a análise, destacando-se como de fundamental importância o cuidadoso planejamento. Deve-se considerar a possibilidade de não utilização do pesquisador como moderador das sessões, em virtude da experiência e, principalmente, das habilidades requeridas para tal atividade.

Neste capítulo, procurou-se enfatizar principal e detalhadamente a fase de planejamento do *focus group*, de forma a instrumentalizar os pesquisadores que desejarem aplicar essa técnica de coleta de dados qualitativa em seus estudos. Uma experiência de aplicação do *focus group* em área multidisciplinar envolvendo gestão, sistemas de informação, decisão, saúde, promotores dos

pacientes de um hospital e gestão da prescrição e da assistência médica foi relatada por Stumpf e Freitas (1996).

Elaborou-se uma lista de recomendações que devem ser especialmente consideradas quando da etapa de planejamento para a etapa de condução de *focus group*, resumidas no Quadro 11.2.

O planejamento envolve todas as etapas, mas é imprescindível na etapa de condução das sessões. Contudo, como já dito anteriormente, somente isso não é suficiente para o sucesso da pesquisa. A etapa de condução exige um grande esforço para operacionalizar o planejamento e finalmente obter os dados desejados para posterior análise.

Quadro 11.2 Recomendações para a etapa de planejamento do *focus group*

Aspectos	Recomendações
Equipe	<ul style="list-style-type: none"> Na condução das sessões é necessário que, além do moderador, outra pessoa esteja presente para auxiliar e observar.
Cronograma	<ul style="list-style-type: none"> Considere uma folga que permita redistribuir as atividades no tempo, em função de imprevistos.
Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> Tenha presente que este valor é uma previsão que pode sofrer alterações, para mais ou para menos, quando as atividades efetivamente comecem a ocorrer.
Moderador	<ul style="list-style-type: none"> Se for possível, faça uma simulação com o moderador; claro que isso demanda tempo e recursos, mas a possibilidade de perder uma reunião poderá significar maior prejuízo. Refleta sobre quais são os reflexos em sua pesquisa, caso o moderador necessite ser substituído, e que providências podem ser tomadas para evitar problemas.
Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Tenha em mente qual a importância da composição do grupo para sua pesquisa e o que pode ser feito para assegurar a presença do número necessário de pessoas. Considere que o telefonema na véspera auxilia a obter a presença na reunião, mas não garante que isso ocorra.

(continua)

(continuação)

Aspectos	Recomendações
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> Considere qual o critério de seleção dos participantes; não esquecendo que um ponto indispensável é o interesse do participante em contribuir; não basta ele comparecer na reunião, é preciso que tenha algo a partilhar e ainda queira partilhar. A validação do roteiro da entrevista é vital para o sucesso da reunião, tanto na forma que ele atinge o propósito da pesquisa, quanto no vocabulário e na estrutura das colocações por parte do moderador. Validar o roteiro na primeira reunião significa a possibilidade de perder a primeira reunião.
Seleção do local e coleta dos dados	<ul style="list-style-type: none"> As condições apropriadas do local para realização das reuniões são indispensáveis. O equipamento para coleta dos dados é um ponto crucial; economia neste aspecto pode significar uma grande perda nos dados a serem obtidos. Todo o cuidado neste aspecto não será excessivo. A ficha sociodemográfica (dados gerais) pode ser de grande ajuda para a análise e não demanda grande esforço. Mas é claro que depende sempre do objetivo da pesquisa.
Convite	<ul style="list-style-type: none"> Elabore uma lista dos possíveis participantes. O protocolo de convite auxilia, mas questões podem surgir por parte dos potenciais participantes: Nesta tarefa, utilize pessoas que possam responder às dúvidas dos potenciais participantes sobre a pesquisa. Não conte com aqueles participantes que ficaram de dar retorno, nem sempre eles o farão. Mostre porque o potencial participante deveria estar interessado em sua pesquisa, participar e não somente porque você está interessado em sua pesquisa.

Referências

- FREITAS, H. M. R.; CUNHA JR.; M. V. M. e MOSCAROLA, J. Pelo resgate de alguns princípios da análise de conteúdo: aplicação prática qualiativa em marketing. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, 1996. Anais... Angra dos Reis: Anpad, set. 1996.
- GREENBAUM, T. L. *The handbook for focus group research*. New York: Lexington Books, 1993.

- KRUEGER, R. A. *Focus group: a practical guide for applied research*. 2nd. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.
- MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. Vol 1. São Paulo: Atlas, 1994.
- MORGAN, D. L. *Focus groups as qualitative research*. Beverly Hills: SAGE Publications, 1988.
- OPENHEIM, K. N. *Questionnaire design, interviewing and attitude measurement*. New York: St. Martin's Press, 1992.
- STUMPF, M. K. e FREITAS, H. M. R. A gestão da informação em um hospital universitário: em busca da definição do *patient core record* do Hospital de Clínicas de Porto Alegre. Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, 1996. Anais... Angra dos Reis: Anpad, set. 1996.
- TULL, D. S. e HAWKINS, D. I. *Marketing research: measurement & method*. New York: Macmillan Publishing, 1993.

Capítulo 12

Análise de entrevistas não estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem¹

Pedro Lincoln C. L. de Mattos

■ Introdução

A entrevista não estruturada – aquela em que se deixa ao entrevistado a decisão pela forma de construir a resposta (Laville; Dione, 1999, p. 188-190) – tem sido cada vez mais utilizada na pesquisa de administração, ainda que o velho e bom questionário, uma entrevista (completamente) estruturada, continue firme no ranking dos métodos... Mas certa preferência por aquele tipo de entrevista, quer guiada por um roteiro de perguntas, quer não, não deve ser entendida como sinal de inadequação da metodologia quantitativa à área. É possível que isso se explique, segundo vários autores, pelo fato de que muitos problemas e fenômenos das relações que permeiam as organizações escapam ao pesquisador quando expressos em números e estatísticas. Outra causa pode ser vista também na chegada, à academia de administração, de métodos como a etnografia (antropologia) e etnometodologia (sociologia), ligados a áreas mais experientes em trabalhos com processos não quantitativos.

Pode ser que o caminho tenha sido este: como que um afastamento do paradigma metodológico dominante na área. Nisso, contudo, pode haver

¹Texto anteriormente publicado, com ligeiras alterações, na *Revista de Administração Pública - RAP* (SBAP/FGV Rio de Janeiro), v. 39, n. 4, jul.-ago. 2005, p. 823-847, sob o título: "A entrevista não estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise".