

4

Pesquisa de campo: objetivo e opções metodológicas

Os procedimentos da pesquisa de campo, os quais apresentarei passo-a-passo a seguir, foram tomados com base no Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS), desenvolvido por Nicolaci-da-Costa (1994, 2007, 2009) e empregado em diversas pesquisas (Ramalho, 2005; Romão-Dias, 2006; Matos-Silva, 2011).

4.1. Objetivo

As entrevistas tiveram como objetivo conhecer a fundo como é o trabalho de designers em projetos de inclusão social e desenvolvimento sustentável. Especificamente, procurei compreender como os designers caracterizam sua atuação, a fim de saber se fazem alguma associação à sustentabilidade.

4.2. Sujeitos

Esta pesquisa apresenta os resultados de entrevistas feitas com onze designers³³, sendo dois homens e nove mulheres. Dois deles foram entrevistados ao mesmo tempo, portanto, trata-se de dez entrevistas. Essas pessoas foram selecionadas de acordo com certos critérios que estabeleci e que serão apresentados adiante. Neste estudo, além de selecionar os entrevistados segundo alguma característica individual (no caso, sua profissão), foi preciso selecioná-los de acordo com sua experiência de trabalho. Ou seja, de acordo com os projetos

³³ Além desses onze designers, foram feitas mais algumas entrevistas, que, infelizmente, não puderam ser incluídas neste trabalho, seja por problemas na gravação, seja por que foi percebido que a atuação dos entrevistados não se enquadrava exatamente aos critérios de recrutamento dos participantes, o que impossibilitaria sua comparação com as demais entrevistas e, portanto, sua análise.

dos quais eles participam atualmente ou participaram no passado. Isto porque grande parte das perguntas seria feita a respeito de tais projetos.

Portanto, apresentarei a seguir os critérios de seleção tanto dos sujeitos como dos projetos, farei considerações a respeito de seu anonimato e mostrarei como cheguei aos participantes.

4.2.1.

Critérios de seleção dos entrevistados e dos projetos

A seleção dos participantes em pesquisas qualitativas pode ser feita com base nos princípios de homogeneidade ou de heterogeneidade. No caso do MEDS, normalmente se procura manter a homogeneidade das características dos participantes, uma vez que o método é bastante utilizado para investigar o comportamento de um grupo com características específicas.

A homogeneidade pode ser ampla ou fundamental. Na primeira se combina uma série de características que os entrevistados precisam ter em comum, como faixa etária, profissão, gênero, bairro onde mora etc. Na segunda, escolhe-se uma ou poucas características em comum, como uma determinada experiência profissional ou algum hábito pessoal, que os entrevistados precisam ter.

Nesta pesquisa, escolhi trabalhar com uma amostra com homogeneidade fundamental, pois considerei mais relevante determinar os critérios de escolha dos projetos do que as características pessoais dos designers. Ainda assim, tentei flexibilizar também a escolha dos projetos, de forma que diferentes tipos de atuação pudessem ser objeto de investigação.

No que diz respeito aos entrevistados, estabeleci que eles deveriam ser profissionais de design que trabalhassem em instituições (ONGs, empresas, institutos, universidades etc.) ou em pesquisas, nas quais realizassem projetos de cunho social. As restrições de gênero, idade e tempo de atividade profissional foram consideradas irrelevantes.

Esses projetos deveriam ter ocorrido no Brasil e precisariam ter as seguintes características:

(a) ser um projeto de design que vise à melhoria da qualidade de vida ou ao aumento de renda de alguma comunidade ou grupo de pessoas (ex: grupo de mulheres ou de jovens de baixo poder aquisitivo, grupo de costureiras, grupo de

artesãos, grupo de pequenos agricultores, grupo de seringueiros, comunidade indígena etc.).

(b) demonstrar algum tipo de preocupação ambiental, como uso de matérias-primas locais, análises de ciclo de vida dos produtos, adoção de selos ecológicos etc.

(c) ter sido associado de alguma forma à sustentabilidade, seja em artigos e livros, em premiações de que tenha participado ou em seus materiais de divulgação.

O número de entrevistados não foi previamente estabelecido. Como é comum em pesquisas que fazem uso do MEDS, optei por me basear no chamado “ponto de saturação”, que é o momento em que os novos entrevistados passam a fornecer informações muito semelhantes às dadas pelos outros participantes. Ou seja, o momento em que as entrevistas param de fornecer novos dados. Neste estudo, cheguei ao ponto de saturação na 10ª entrevista.

4.2.2.

Considerações sobre o anonimato dos participantes

Em pesquisas científicas, é comum que se adote um procedimento ético a fim de não revelar as identidades dos participantes. Tal procedimento pode ser feito de diferentes formas. Uma das mais usuais é a troca de nomes verdadeiros por nomes fictícios, inventados pelo pesquisador. Outra é a omissão de alguns trechos dos depoimentos que sejam muito pessoais e possam revelar ao leitor a identidade do entrevistado. São reveladas, contudo, determinadas informações importantes como idade, gênero, ocupação, etc.

Nesta pesquisa, tomei algumas dessas precauções para conservar o anonimato dos entrevistados. A primeira foi que os nomes verdadeiros – de pessoas, projetos e algumas instituições – que aqui aparecem são fictícios. A lista com os nomes fictícios encontra-se na parte pré-textual da dissertação.

Como um dos passos da pesquisa era apresentar os projetos, de forma a mostrar os contextos em que aconteceram, as metodologias adotadas e as relações interpessoais, e também falar sobre a motivação dos designers que participam deste tipo de trabalho – o que os levava a contar sobre sua experiência profissional e pessoal – percebi que não bastaria apenas trocar os nomes para preservar seu

anonimato. Portanto, procurei omitir alguns trechos dos depoimentos que poderiam facilitar a identificação dos sujeitos.

4.2.3. Como cheguei aos entrevistados

Depois de ter estabelecido os critérios de seleção do grupo, precisei levantar nomes de pessoas para entrevistar. O levantamento foi feito de diferentes maneiras. Uma delas foi escolher nomes encontrados nos livros e artigos pesquisados durante a revisão bibliográfica. Outra maneira foi seguir indicações fornecidas durante as entrevistas-piloto ou durante as próprias entrevistas oficiais da pesquisa.

De posse de cada nome, passei à pesquisa na internet para verificar se os sujeitos se encaixavam no perfil procurado e se participaram de projetos sobre os quais eu poderia perguntar. Tais informações foram coletadas em *sites* dos próprios entrevistados, em *sites* de universidades ou instituições onde eles trabalham, em páginas de divulgação dos projetos ou nos currículos *lattes* dos participantes.

Ao selecionar os nomes de possíveis entrevistados, entrei em contato com cada um deles, geralmente por *e-mail*. Nos *e-mails*, fazia uma rápida apresentação do motivo do contato e os convidava para que fizessem parte da pesquisa. Um dos *e-mails* enviados está transcrito abaixo, a título de exemplo:

Prezada [nome da pessoa], sou aluna de mestrado na PUC-Rio, com orientação do professor Alfredo Jefferson. Minha pesquisa trata de design e sustentabilidade e estou fazendo entrevistas com alguns profissionais e pesquisadores de design. Se você estiver disponível para participar, eu gostaria muito de entrevistá-la. Obrigada, Mônica

Caso o convite fosse aceito, passava à marcação da entrevista, sobre a qual falarei mais adiante. Agora que já apresentei o objetivo e as características do grupo que seria entrevistado, precisarei voltar algumas etapas do processo para explicar melhor como foram os primeiros passos da pesquisa de campo: as entrevistas-piloto, a construção do roteiro e a escolha do ambiente das entrevistas.

4.3. Entrevistas piloto e construção do roteiro

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um roteiro de entrevistas semiestruturado, o qual construí de acordo com os princípios descritos por Nicolaci-da-Costa (2007). Em um primeiro momento, conversei com diversas pessoas até elaborar um roteiro piloto, o qual continha poucas questões. Este foi então testado e reelaborado durante três entrevistas piloto, realizadas com estudantes de pós-graduação de design (um rapaz e duas moças) com idades entre 25 e 30 anos e cujas pesquisas tratam sobre design e sustentabilidade.

As entrevistas-piloto servem para construir e testar o roteiro e para inserir, retirar ou mudar a forma das perguntas. Além disso, elas também servem para que o entrevistador se acostume com o método, conheça o roteiro e escolha o melhor ambiente (presencial ou *on-line*) para coletar os depoimentos.

A terceira entrevista piloto foi feita com uma estudante que tinha experiência em projetos de design com foco social e perguntei sobre os trabalhos que ela realizou. A entrevista fluiu melhor do que com os outros entrevistados, aos quais havia feito perguntas mais abstratas a respeito de suas opiniões sobre o assunto. Assim, decidi que a pesquisa seria realizada apenas com designers que tivessem experiência prática com projetos dessa natureza. Tal escolha permitiu que as perguntas do roteiro se concentrassem na atuação profissional dos entrevistados. Ao falarem sobre seu trabalho, os entrevistados iriam colocar sua opinião sobre os assuntos que eu gostaria de investigar e eu poderia fazer uma análise dos discursos subjacentes.

Portanto, a partir das entrevistas piloto, foi possível construir o roteiro definitivo, mostrado na Tabela 1 a seguir.

Como pode ser percebido, o roteiro está dividido em duas partes. A primeira é composta por três perguntas bem delimitadas sobre dados de identificação, ao passo em que a segunda possui os itens que deveriam ser abordados durante cada entrevista.

Os itens do roteiro não estão em formato de interrogação, como seria comum em um questionário. Com isso, em cada entrevista formulei as perguntas de uma maneira diferente. O objetivo de manter itens no lugar de perguntas pré-

definidas é o de facilitar a interação com o sujeito, fazer com que as perguntas não soassem artificiais e manter a espontaneidade e naturalidade da conversa.

Tabela 1 – Roteiro das entrevistas

1	Nome
2	Idade
3	Ocupação
4	Experiência de trabalho
5	Descrição do(s) projeto(s)
6	Listar pessoas com quem lidou durante o(s) projeto(s)
7	Equipe: se a equipe tem profissionais com outras formações e quais
8	Tipo de financiamento
9	Remuneração das pessoas envolvidas
10	Motivação para se envolver em um projeto deste tipo
11	Impactos sociais gerados pelo(s) projeto(s)
12	Opinião sobre a expressão “design sustentável”
13	Se usa essa expressão

Outra estratégia para gerar a naturalidade almejada é não permanecer preso à ordem dos itens no roteiro. Assim, as perguntas foram feitas de acordo com o fluxo da conversa, respeitando, na medida do possível, a linha de raciocínio do entrevistado.

As perguntas deveriam ser abertas, para que os entrevistados pudessem falar sobre o que considerassem mais relevante. Apesar da aparente informalidade, não houve liberdade para perguntar sobre assuntos diferentes a cada entrevistado. Os itens do roteiro precisam ser os mesmos a fim de permitir a comparação dos depoimentos, como será explicado mais a diante, na parte sobre análise do material. No entanto, o método permite que sejam feitas perguntas de aprofundamento. Esta é outra diferença em relação um questionário, o qual geralmente possui perguntas fechadas e não permite aprofundamento.

Há duas perguntas do roteiro que se referem explicitamente ao termo “design sustentável”. Elas tiveram como objetivo investigar a opinião dos entrevistados acerca desta expressão e se a usam com frequência. Propositalmente, este item foi colocado na parte final do roteiro. O motivo para tal

foi deixar os entrevistados falarem livremente sobre seu trabalho na parte inicial e observar se eles mencionariam algumas das expressões – design sustentável, design para sustentabilidade, ecodesign, design social etc. Pensei que, caso este item viesse no início da conversa, eu estaria incluindo um vocabulário novo que poderia ser repetido de forma não natural. Dito de outra maneira, caso o entrevistado repetisse a expressão depois que eu tivesse feito as perguntas, eu não poderia saber se ele costuma usar tal termo, ou se o fazia por eu já tê-lo mencionado.

4.4.

Escolha do ambiente: entrevistas face-a-face presenciais e pela internet

As pesquisas que utilizam o MEDS já foram realizadas tanto por meio de entrevistas presenciais face-a-face quanto de entrevistas *on-line*. Cada uma das formas possui suas características, além de vantagens e desvantagens próprias. Em ambos os casos, elas se assemelham a bate-papos, aos olhos dos entrevistados.

As entrevistas presenciais devem ser gravadas e posteriormente transcritas para que a análise seja feita. O local escolhido deve ser, preferencialmente, familiar ou confortável ao entrevistado, de forma que ele se sinta à vontade. É preciso tomar o cuidado de evitar ambientes com muito ruído, o que pode atrapalhar a gravação.

As entrevistas *on-line* são geralmente feitas por meio de programas que permitem a troca de mensagens escritas instantâneas como MSN Messenger, o ICQ, o Google Talk e congêneres. Uma das vantagens desse tipo de ambiente para coleta de dados é que o registro das conversas já está em formato de texto no final da entrevista, ou seja, não é preciso passar pela etapa da transcrição.

Segundo Nicolaci-da-Costa et al (2009, p. 38-39), as entrevistas *on-line* são adequadas quando tanto o entrevistador quanto os entrevistados estejam familiarizados com os ambientes em que a conversa será conduzida, elas são apropriadas quando os estudos tratam sobre temáticas diretamente ligadas à internet e elas são necessárias quando são o único meio de se alcançar o entrevistado.

Escolhi fazer entrevistas presenciais, pois acreditei que os entrevistados teriam mais disponibilidade de conversar presencialmente do que com o auxílio

do computador. No entanto, como procurei entrevistar designers de diferentes regiões do país, foi preciso realizar duas entrevistas por meio de um programa de computador chamado Skype, já que, nesses casos, não foi possível viajar para encontrá-los. O Skype difere dos programas comumente usados em pesquisas do MEDS, já que ele transmite voz e imagem. Como é possível ver o rosto e as expressões faciais do interlocutor e escutar sua voz, considere que uma conversa por Skype se assemelha mais a uma conversa presencial do que às conversas *on-line* por troca de mensagens escritas.

Desta forma, podemos dizer que todas as dez entrevistas realizadas durante esta pesquisa foram face a face, porém, oito foram presenciais e duas foram feitas pela internet.

Os locais onde as entrevistas presenciais foram realizadas variaram bastante: quatro dentro de universidades, duas em cafés ou lanchonetes, uma dentro de uma livraria e uma na residência do entrevistado. A multiplicidade de ambientes se deu pelo fato de que os entrevistados poderiam escolher o local.

4.4.1.

Considerações sobre as entrevistas pela internet com transmissão de voz e imagem

Apesar de enxergar as semelhanças que existem entre conversas presenciais e conversas por meio de programas que transmitem imagem e voz em tempo real, percebi que elas possuem algumas diferenças. Uma delas é que, mesmo que cada um dos interlocutores possa ouvir o som e ver a face e os gestos do outro em tempo real, a conversa não é feita com “olho no olho”. Isso por que as pessoas falam olhando para a tela do computador e não para a câmera. Não importa se as câmeras de vídeo utilizadas sejam acopladas ou não ao computador. Sendo assim, a imagem que se vê normalmente é a de uma pessoa que não olha de volta.

Tal fato teve um efeito na pesquisa. Nas entrevistas presenciais eu era capaz de fazer expressões com o rosto que indicavam quando eu não compreendia algo na fala do entrevistado e ele próprio tentava então se explicar melhor. No Skype, por outro lado, minhas expressões faciais não foram tão percebidas. Assim, precisei fazer mais perguntas de aprofundamento.

Outra questão que pude notar é que um dos entrevistados por Skype ficou mais disperso do que o outro, provavelmente por que outras pessoas falaram com

ele durante a entrevista, mas não pude vê-las. A dispersão é uma característica que também foi mencionada em outras pesquisas³⁴ que utilizaram o MEDS e que fizeram uso de entrevistas *on-line*. Uma dispersão desse tipo não foi notada nas entrevistas presenciais, provavelmente por que os entrevistados se dispuseram a dedicar aquele tempo exclusivamente à pesquisa.

4.5. Coleta de dados

Como expliquei anteriormente, a coleta de dados se deu por meio de entrevistas individuais face a face com roteiro semiestruturado. Apenas uma entrevista foi feita com dois entrevistados ao mesmo tempo, a pedido deles. Considerei que não haveria problema em atender à requisição, pois eles trabalham juntos e eu iria perguntar sobre os mesmos projetos. A aplicação do roteiro foi flexível, de forma que as entrevistas se assemelhassem a conversas informais.

No MEDS, é dada grande importância à informalidade do contexto e à fluidez da conversa durante a entrevista, para que os entrevistados se sintam relaxados e seus discursos fluam com espontaneidade. Assim, acredita-se que eles possam ser mais espontâneos e, assim, revelem até mesmo ideias que considerem “politicamente incorretas”, o que dificilmente ocorreria em contextos mais formais. Nestes, seria possível que o entrevistado se autocensurasse ou, ainda, respondesse de determinada maneira apenas “por educação” (MATOS-SILVA, 2011, p. 95-96), sem que sua fala correspondesse realmente ao que ele pensa.

³⁴ Segundo Nicolaci-da-Costa et al: “Acontece que, numa conversa on-line por escrito (o tipo preferido por praticamente todos os usuários), sempre há um intervalo de tempo entre o envio de uma mensagem e o recebimento da resposta à mesma. Esse intervalo, ou lag (Crystal, 2006), ao qual os usuários dos programas de conversação na rede já se habituaram, faz com que nenhuma conversa seja foco exclusivo da atenção dos interlocutores, que quase sempre executam outras tarefas (como checar seu e-mail, continuar trabalhando em um texto do Word, ler mensagens do Orkut, ou se engajar em outras conversas). De modo a dar à entrevista on-line o mesmo clima desse tipo de conversa, esse comportamento dos entrevistados deve ser respeitado pelo entrevistador” (2009, p. 41).

4.5.1. Marcação, registro e transcrição das entrevistas

Quando um convite era aceito, passava-se para a marcação da entrevista, o que, em alguns casos, chegou a levar algumas semanas até que fosse possível conciliar as agendas, já que muitos entrevistados moram em outros estados do país.

As entrevistas foram gravadas com o auxílio de aparelhos eletrônicos no formato mp3. No caso das entrevistas feitas pela internet, foi usado um programa chamado CallGraph que grava as conversas do Skype no formato de mp3.

De posse das gravações, foram feitas suas transcrições, tomando-se o cuidado para manter as frases exatamente como foram enunciadas pelos entrevistados. Portanto, os eventuais erros gramaticais e de concordância não deveriam ser corrigidos, e não se poderia completar as frases inacabadas. Desta forma, evita-se que os depoimentos sofram alterações.

4.6. Análise do material

A análise dos depoimentos coletados em todas as entrevistas foi feita em duas etapas: (a) a *análise inter-participantes*, na qual foram consideradas as respostas de todos os participantes, e (b) a *análise intra-participantes*, em que os depoimentos de cada um foram analisados individualmente.

Na primeira etapa, as respostas de todo o grupo foram sistematicamente comparadas com o intuito de se buscar recorrências. Isto foi possível pelo fato de que todos os itens do roteiro deveriam ser obrigatoriamente abordados por cada participante. Esta etapa permitiu que se tivesse uma visão geral dos depoimentos e indicou a dimensão social da questão. Aqui emergiram categorias êmicas³⁵ as quais foram usadas para se chegar aos valores do grupo social pesquisado.

³⁵ As categorias “êmicas” são aquelas que emergem das falas dos entrevistados. Outro tipo de categoria é composto pelas “éticas”, as quais são oriundas das teorias que servem de base à pesquisa. “Todos os métodos selecionados para servir de contextualização ao MEDS e o próprio MEDS têm como objetivo a interpretação dos depoimentos coletados e não a verificação de hipóteses. Mesmo assim, essa interpretação pode ser realizada de dois modos diferentes: (a) a partir de categorias que emergem das falas dos entrevistados, o que caracteriza a abordagem êmica; e (b) a partir de categorias prévias oriundas das teorias que servem de base à pesquisa, o

Na segunda etapa, fez-se uma análise sistemática dentro de cada um dos depoimentos, ou seja, cada entrevistado teve suas respostas comparadas em busca de inconsistências, contradições, novos conceitos e novos usos de linguagem. Além de indicar a dimensão pessoal, tal análise é considerada imprescindível, pois se acredita que as contradições dos depoimentos podem dar acesso ao discurso subjacente do indivíduo.

Uma das formas de identificar as contradições que aparecem nos depoimentos é contrastar informações concretas e respostas abstratas que são dadas pelos entrevistados. Porém, é preciso levar em conta que há a possibilidade de que tal comparação não resulte em nenhuma inconsistência. Outra forma é procurar pelo uso de neologismos ou pelo emprego de palavras antigas com novos significados, os quais podem indicar conflitos psicológicos decorrentes de processos de transformações social.

Agora que os objetivos da pesquisa de campo e os procedimentos metodológicos adotados foram descritos, podemos passar para a apresentação dos entrevistados e dos principais resultados da pesquisa.

que caracteriza a abordagem ética (Taylor, 2001b; Turato, 2003). Embora algumas dos pesquisadores mencionados recorram à abordagem ética (Maxwell, 2005; Rubin & Rubin, 2005; Weiss, 1994), todas as propostas selecionadas e também o MEDS privilegiam a abordagem ética.” (NICOLACI-DA-COSTA, 2007, p. 70).