3

Metodologia

O objetivo deste capítulo é tratar das questões metodológicas da pesquisa, quanto a sua definição, motivações e limitações, apresentando uma exposição detalhada dos passos seguidos e os procedimentos adotados para a condução do estudo: coleta, tratamento e análise dos dados. Desta forma, permitir ao leitor uma melhor compreensão e entendimento do trabalho em questão.

3.1

Tipo de Pesquisa

3.1.1

Conceituação

Para o desenvolvimento deste estudo foi utilizada a metodologia de pesquisa exploratória e, como tal, não envolveu a elaboração e/ou verificação de hipóteses previamente estabelecidas e sim a exploração de um problema oferecendo como resultado a compreensão da situação analisada.

A pesquisa qualitativa costuma ser direcionada e não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise dos dados; seu foco de interesse é amplo e dela faz parte a obtenção de dados descritivos mediante contato direto e interativo do pesquisador com a situação objeto de estudo. Nas pesquisas qualitativas, é freqüente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí situe sua interpretação dos fenômenos estudados.

Os métodos qualitativos são apropriados quando o fenômeno em estudo é complexo e de natureza social. Normalmente, são usados quando o entendimento do contexto social e cultural é um elemento importante para a pesquisa. Uma característica marcante dos métodos qualitativos é o envolvimento profundo do pesquisador no contexto que está sendo analisado. Neste tipo de metodologia, o pesquisador é um interpretador da realidade [Bradley, 1993].

A pesquisa qualitativa é indutiva, isto é, o pesquisador desenvolve conceitos, idéias e entendimentos a partir de padrões encontrados nos dados, ao invés de coletar dados para comprovar teorias, hipóteses e modelos preconcebidos [Reneker, 1993].

Embora exista uma diversidade entre os trabalhos qualitativos, há um conjunto de características essenciais capazes de identificar uma pesquisa deste tipo (Godoy, 1995: 62):

1. Ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental.
2. Caráter descritivo.
3. Significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida como preocupação do investigador.
4. Enfoque indutivo.

Considerando o que foi exposto, esta metodologia tornou-se interessante para o presente estudo uma vez que todas as questões que permeiam a realidade das mães na escolha do lazer de seus filhos, as restrições que enfrentam em seu dia-dia (sejam elas intrapessoais, interpessoais ou estruturais) e todos os aspectos envolvendo o relacionamento mãe-filho - que por si só já é algo bastante complexo - fazem parte deste trabalho e estão diretamente inseridos no contexto acima mencionado.

3.1.2

Ferramentas Qualitativas Utilizadas no Estudo

As ferramentas utilizadas para a realização da pesquisa exploratória foram a entrevista em profundidade e o grupo de foco.

A pesquisa individual em profundidade é realizada por um entrevistador que tem como objetivo extrair do entrevistado suas idéias, opiniões e argumentações que sustentem suas declarações.

Para este tipo de pesquisa o entrevistador utiliza um roteiro semi-estruturado que permite investigar o assunto de maneira livre, e possibilita o

aprofundamento dos temas previamente determinados e dos temas identificados no desenrolar da entrevista.

O grupo de foco envolve uma discussão que através de um moderador (que pode ser o pesquisador ou outra pessoa), que se utiliza de um roteiro, introduz um tópico a um grupo de respondentes e direciona sua discussão sobre o tema, de uma maneira não-estruturada e natural. Os participantes influenciam uns aos outros pelas respostas às idéias e colocações durante a discussão, estimulados por comentários ou questões fornecidos pelo moderador. Os dados produzidos por essa técnica são transcritos, acrescidos das anotações feitas pelo pesquisador e reflexões do moderador e de outros observadores, caso existam.

O uso do grupo de foco é particularmente apropriado quando o objetivo é explicar como as pessoas consideram uma experiência, uma idéia 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.

3.2

Desenvolvimento do Trabalho de Campo

3.2.1

Etapas do Trabalho de Campo

A idéia inicial era conduzir a pesquisa somente através de entrevistas em profundidade. Pensou-se em entrevistar cerca de 20 a 30 mães, pertencentes a diversas gerações, contemplando aquelas que trabalham (ou trabalhavam na época que seus filhos eram crianças) e que não trabalham.

Foi elaborado um roteiro semi-estruturado e as entrevistas foram realizadas tanto pessoalmente como por telefone, de acordo com a disponibilidade das participantes. O roteiro utilizado está disponível no capítulo 6.

No decorrer do trabalho de campo, sentiu-se necessidade de mudar a metodologia escolhida e complementar o trabalho com a utilização da metodologia de grupos de foco. Embora estivesse obtendo resultados interessantes na condução das entrevistas individuais, julgou-se que seria mais proveitoso mudar a metodologia dado que o grupo de foco possui uma série de vantagens que no caso deste trabalho faziam sentido de serem consideradas.

A principal vantagem do grupo de foco é permitir uma sinergia tal entre os entrevistados, que faz com que os resultados obtidos através da participação de todos em conjunto sejam mais ricos do que se cada um deles fosse entrevistado separadamente. Além disso, após a realização do primeiro grupo, percebeu-se que a espontaneidade e naturalidade das colocações dos entrevistados acabaram sendo bem maiores do que nas entrevistas anteriormente realizadas.

Ao decidir mudar a ferramenta de coleta dos dados, a pesquisadora inicialmente optou por fazer um grupo de foco e analisar seu resultado para, depois, avaliar como se daria a continuidade do estudo. E após a finalização do primeiro grupo, ficou claro que era esse o caminho a seguir.

Através das discussões que aconteceram durante a realização do primeiro grupo, pode-se perceber que a flexibilidade proporcionada por este método de pesquisa permitiu ao moderador abordar determinados assuntos pertinentes ao tema que não haviam sido colocados no roteiro original. Isso gerou um enriquecimento bastante significativo para o estudo. Aliado a isso, a profundidade alcançada na condução do grupo também foi bem mais satisfatória do que nas entrevistas individuais.

Usualmente, o tamanho de um grupo de foco varia entre 8 e 12 participantes. Muitas vezes grupos menores do que isso podem ser menos dinâmicos e cresce a possibilidade de que apenas alguns participantes dominem a reunião, o que exige um trabalho ainda mais direcionado do moderador que está na condução do grupo.

No entanto, o roteiro foi desenvolvido levando em consideração as necessidades de informação que o estudo exigia e isso se traduziu em ter momentos de participação quase que individual dos entrevistados. Em função disso, optou-se por fazer grupos de 5 participantes.

3.2.2

Seleção dos Sujeitos

A fim de tornar o processo de coleta de dados mais produtivo, os indivíduos escolhidos para participar da pesquisa foram selecionados por conveniência ou acessibilidade (facilidade de acesso aos entrevistados) e se deu através da rede de relacionamentos da pesquisadora com a indicação de amigos e

parentes. A pesquisadora fez uso de seu julgamento pessoal e decidiu arbitrariamente ou de forma consciente a escolha desses indivíduos.

Foram selecionadas 21 mães com idades entre 30 a 68 anos residentes, em sua maioria, na cidade do Rio de Janeiro¹ (divididas em 7 entrevistas individuais e 3 grupos de foco). Com relação aos grupos de foco, após a confirmação das pessoas que estariam dispostas a participar, optou-se por dividir as entrevistadas em duas faixas etárias onde considerou-se como fator diferenciador em primeiro lugar a idade dos filhos e secundariamente a idade das mães. Formou-se então dois grupos que foram denominados “mães mais novas” e “mães mais velhas”. Para o grupo das mães mais novas, optou-se ainda por dividi-las entre as que trabalham e as que não trabalham por questões metodológicas ligadas a condução do roteiro em cada grupo. A composição final ficou a seguinte:

- Grupo 1: mães mais novas que trabalham (5 pessoas)
- Grupo 2: mães mais novas que não trabalham ou que trabalham em casa. (5 pessoas)
- Grupo 3: mães mais velhas que trabalhavam na época em que seus filhos eram crianças. (4 pessoas)

Os resultados deste trabalho de campo são apresentados no capítulo 4, tópico que trata da Análise dos Resultados.

¹A amostra conta duas entrevistadas que residem fora da cidade do Rio de Janeiro, uma reside na cidade de São Paulo e outra na cidade de Vila Velha. Após a análise dos resultados essas duas pessoas foram mantidas na amostra por não terem sido encontradas diferenças em virtude das cidades onde residem.

3.2.2.1

Perfil das Entrevistadas

Método	Mês	Idade	Nº Filhos	Idade	Sexo	Trabalho	Ocupação/área	Estado Civil
Entrevista	Lígia	32	1	2	F	Sim	Seguradora AIG - MKT	Casada
Entrevista	Carolina	33	1	1	M	Não		Casada
Entrevista	Adriana F.	42	2	15 e 11	F	Sim	Telemar - Vendas	Casada
Entrevista	Teresa	55	3	33, 28 e 25	2F 1M	Não		Casada
Entrevista	Sylvia	55	1	25	F	Sim	Club Med - Vendas	Casada
Entrevista	Maria	57	3	33, 28 e 26	2F 1M	Não		Viuva
Entrevista	Nice	65	2	35 e 33	F	Não		Casada
Grupo	Elizabeth	33	1	1	F	Sim	COB - MKT	Casada
Grupo	Sheila	33	1	1	F	Não		Casada
Grupo	Isabela	34	1	1	M	Não		Casada
Grupo	Renata	36	2	6 7M	F M	Não*	Convites/Cartões	Casada
Grupo	Fernanda	36	2	2 2M	F F	Não**	Publicidade	Casada
Grupo	Adriana C.	37	2	8 e 5	F e M	Sim	Intelig - MKT	Casada
Grupo	Daniela	37	2	5 1	F F	Não		Casada
Grupo	Geórgia	40	1	6	F	Sim	Boticário - MKT	Casada
Grupo	Fátima	42	1	10	F	Sim	Intelig - Produtos	Separada
Grupo	Maria José	48	2	15 9	F F	Sim	Intelig - Produtos	Casada
Grupo	Beatriz	48	1	20	M	Sim	Joalheira	Casada
Grupo	Eponina	63	2	36 e 32	F e M	Sim	Médica - Gastro	Casada
Grupo	Dulce	65	2	37 e 33	F	Sim	Galeria de Arte	Casada
Grupo	Bernadete	67	2	37 e 33	F	Sim	Jornalista/Advogada	Separada

* Trabalha em casa fazendo itens de festinhas infantis e cartões de visita.

** Trabalha com publicidade em casa e escolhe os clientes para não se sobrecarregar.

Obs.: Na coluna da idade dos filhos, os números acompanhados de M ao lado significam meses.

Na seleção das entrevistadas, houve a preocupação de contemplar mães que trabalham (ou trabalharam na época que seus filhos eram crianças) e que não trabalham. Da mesma forma, pensou-se em proceder com relação a idade das mães, contemplando diferentes idades para que fosse possível uma melhor identificação das diferenças existentes entre as diversas gerações. No entanto, no decorrer da pesquisa, percebeu-se que era mais importante para a formação do perfil pesquisado a idade do filho do que da mãe. Portanto, na realização da pesquisa ao fazer a escolha das entrevistadas teve-se o cuidado de adequar a idade das mães contemplando também a idade dos filhos.

3.2.3

Coleta de Dados

Conforme mencionado anteriormente, utilizou-se de mais de um método de pesquisa qualitativa para a realização deste estudo.

Para a coleta dos dados, este estudo contou com a utilização de um roteiro semi-estruturado, tanto para as entrevistas individuais quanto para o grupo de foco. No caso do grupo, o roteiro é menos “amarrado”, permitindo a flexibilidade da movimentação dos assuntos pelas participantes ao longo da discussão. Ou seja, a moderadora apenas conduz as entrevistadas para uma direção e atua sempre que necessário para mantê-las no contexto e nos temas propostos. Ambos os roteiros estão disponíveis no capítulo 6.

A coleta de dados nas entrevistas pessoais em profundidade foram conduzidas no local de maior conveniência para a respondente. Mediante a consentimento das entrevistadas optou-se pela utilização do recurso de gravação, desta forma todas as informações foram captadas sem que houvesse perda de conteúdo. Além disso, possibilitou a realização da análise de todo o material sendo o mais fiel possível ao que foi relatado pelas respondentes.

A pesquisa por telefone se deu de acordo com o horário agendado marcado pela entrevistada. Neste caso, optou-se pela utilização de uma metodologia de captura das informações diferenciada e que teve como objetivo garantir a qualidade das mesmas: as entrevistas foram gravadas através da repetição, pela pesquisadora, do que as entrevistadas mencionavam ao telefone e transcritas diretamente no computador no momento da entrevista. Posteriormente a transcrição foi enviada por meio eletrônico para a entrevistada e uma segunda conversa foi feita a fim de dirimir quaisquer dúvidas que pudessem ter surgido.

A realização dos grupos de foco se deu na residência da pesquisadora em horário acordado com as participantes. Teve-se o cuidado de convidar um número maior de pessoas para que o número final de participantes desejado fosse atingido.

Para a condução do grupo, optou-se por contratar uma profissional de pesquisa qualitativa como moderadora do grupo e também uma pessoa para fazer a transcrição de todas as informações apuradas em cada um dos grupos. Esta decisão foi tomada por várias razões:

- Parte das entrevistadas eram pessoas conhecidas da pesquisadora, o que poderia tornar difícil a abordagem de determinadas questões e o grupo poderia não ter a dinâmica desejada;
- Houve a preocupação da pesquisadora de conseguir manter o foco no roteiro. Poderia ser complicado trazer o grupo de volta para o contexto através da condução de uma pessoa familiar às participantes;
- Isentar a pesquisa de qualquer viés que uma pessoa que está muito envolvida com o estudo pode imprimir durante os questionamentos;
- Permitir a pesquisadora a prerrogativa de assistir ao grupo “de fora”, observando comportamentos, gestos, formas de verbalização de alguns comportamentos, etc.

3.2.4

Tratamento dos Dados

A análise dos dados consistiu em três atividades interativas e contínuas [Miles & Huberman, 1984]:

- Redução dos dados: processo contínuo de seleção, simplificação, abstração e transformação dos dados originais provenientes das observações de campo.
- Apresentação dos dados: organização dos dados de tal forma que seja possível tirar conclusões a partir dos dados (textos narrativos, matrizes, gráficos, esquemas etc.);
- Delineamento e verificação da conclusão - identificação de padrões, possíveis explicações, configurações e fluxos de causa e efeito, seguida de verificação, retornando às anotações de campo e à literatura, ou ainda replicando o achado em outro conjunto de dados.

3.2.5

Limitações do Método

A utilização da seleção de sujeitos como forma de composição da amostra exige cautela nas generalizações, reconhecendo a possibilidade de algumas generalizações de natureza conceitual.

Segundo Goldenberg (2000), é necessário apontar que a natureza qualitativa deste estudo traz como resultado informações que não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los. Goldenberg alerta, ainda, para o fato de que o simples ato de seleção do objeto a ser avaliado através de análise qualitativa já está impregnado de juízo de valor e há que se ter em mente que o contexto da pesquisa, a orientação teórica, o momento sócio-histórico, a personalidade do pesquisador, influenciam o resultado da mesma.