

### **3**

## **Método**

Este capítulo tem como propósito descrever as etapas do método.

### **3.1.**

#### **Descrição e adaptação do método**

A metodologia utilizada na pesquisa foi a técnica de previsão Delfos. A confirmação da escolha dessa metodologia em confronto com outros métodos de previsão se deu em função das características do estudo, que são: “a carência de dados históricos, a necessidade de uma abordagem interdisciplinar e as perspectivas de mudanças estruturais no setor (Wright & Giovinazzo, 2000).”

A Técnica Delfos pode ser caracterizada como um método para estruturar um processo de comunicação em grupo para que esse processo seja efetivo em permitir que um grupo de indivíduos, como um todo, lide com um problema complexo (Turoff & Linstone, 1975).

No primeiro momento a pesquisadora realiza investigação sobre o tema a partir da literatura especializada e entrevistas com técnicos da área.

Os resultados da pesquisa qualitativa mostraram muitas dúvidas sobre o futuro da veiculação de vídeos na Internet e a opção pelo método Delfos ficou clara a partir das entrevistas. Segundo Wright & Giovinazzo (2000) “o Delphi poderá se mostrar muito útil quando se quiser realizar uma análise qualitativa do mercado, permitindo que se projetem tendências futuras em face de discontinuidades tecnológicas e mudanças sócio-econômicas”.

Turoff & Linstone (1975) sugerem uma lista de questões que leva à necessidade de empregar a técnica Delfos. Os autores consideram que se a pesquisa tiver uma ou mais dessas questões então geralmente é recomendado o uso do método Delfos. De acordo com a análise das entrevistas listo as questões que se adaptam ao estudo em questão:

- O problema não se adéqua a técnicas analíticas precisas mas se favorece de julgamentos em uma base coletiva.
- A necessidade individual de contribuir para a análise de um problema complexo e amplo que não possua dados históricos e que podem representar conhecimentos diferentes no que diz respeito a experiência ou opinião.

O procedimento de execução do método, de forma geral, é simples pois trata-se de um questionário interativo que circula repetidas vezes por especialistas. A heterogenidade dos participantes deve ser preservada para garantir a validade dos resultados, não havendo assim dominação pela quantidade de participantes ou até mesmo pela personalidade forte (Turoff & Linstone ,1975).

### **3.2. História do método**

O método Delfos ou “Projeto Delfos” foi desenvolvido nos Estados Unidos pela *Rand Corporation* com patrocínio da Força Aérea Americana no principio dos anos 1950. O uso da metodologia tem se proliferado nos Estados Unidos e no exterior desde sua invenção com a finalidade de estimar os prováveis efeitos de um bombardeio atômico nos Estados Unidos, e sua posterior aplicação em meados dos anos sessenta a previsão tecnológica (Turoff & Lisntone, 1975).

O nome Delfos foi inspirado no Oráculo de Delfos que ficava na Grécia. Era um templo dedicado ao deus Apolo onde as sacerdotisas faziam profecias para o futuro e as conclusões eram interpretadas e poderiam ser consideradas como verdade absoluta.

Segundo Turoff & Linstone (1975) o conceito do método pode ser visto como um subproduto da pesquisa de defesa. Entretanto o estudo Delfos chamou a atenção de outros indivíduos fora da comunidade de defesa. A técnica e sua aplicação estão em um processo de evolução, tanto na questão de como é realizada e também no que é aplicado. Do ponto de vista da filosofia, quando alguma coisa atinge o ponto da explicação definitiva então o progresso acabou.

### **3.3.**

#### **Etapas do método**

##### **1ª ETAPA: Entrevistas qualitativas com profissionais do mercado audiovisual para definir questões relacionadas ao tema da pesquisa**

Na primeira etapa da pesquisa foram realizadas 15 entrevistas qualitativas durante os meses de setembro e outubro de 2010 com profissionais ligados ao mercado audiovisual como produtores de televisão e vídeo, jornalistas, atores, músicos, empreendedores da web, produtores de conteúdo, publicitários, profissionais de comunicação, estudantes de marketing e cinema.

O recrutamento dos participantes foi realizado através de telefonemas e e-mails. Neste primeiro momento a pesquisa tinha como propósito definir questões relativas ao futuro da empresa YouTube. Uma única pergunta foi realizada no início da entrevista: “Como você imagina o futuro YouTube em 5 anos?”

Durante o processo das entrevistas foi utilizado um gravador digital que registrou um total de 4 horas e 15 minutos de dados. Na primeira fase de tratamento do material, os dados foram transcritos pela pesquisadora no computador de todas as informações compreendidas do áudio gravado, deixando assim alguns espaços em branco para uma segunda análise, totalizando 35 páginas de texto. Na segunda fase foi feita uma nova audição do material para comparar e preencher os espaços em branco. Na terceira fase foi redigido um texto compreensível, com pontuação e a eliminação de partes desnecessárias.

## **2ª ETAPA: Análise de conteúdo das entrevistas**

Foram analisadas as 15 entrevistas qualitativas e organizadas em nove categorias. Essas categorias estão descritas no capítulo 4 onde se encontram os resultados da pesquisa.

A análise demonstrou um cenário inédito onde o histórico da indústria audiovisual não é consistente. A partir dessa constatação foi feita a opção pela aplicação do método Delfos e o foco da pesquisa passou para o futuro da veiculação de vídeos na Internet. Segundo Wright & Giovinazzo (2000) um outro aspecto importante é a definição do objetivo do estudo, deve ser especificado o horizonte do tempo e o ano definido foi de 2021.

## **3ª ETAPA: Preparação e teste do primeiro questionário**

Com base nos dados foi desenvolvido um questionário contendo as nove categorias somando 23 perguntas.

Um teste foi realizado e o procedimento feito pessoalmente. Todos os dados foram gravados e depois transcritos.

A partir do teste, duas perguntas foram retiradas e o questionário reestruturado para que os participantes tivessem uma percepção mais clara das questões apresentadas.

Segundo Wright & Giovinazzo (2000) o pesquisador deve tornar o questionário simples de ser respondido, evitando colocações ambíguas.

## **4ª ETAPA: Aplicação do primeiro questionário**

Foram contatadas vinte pessoas pelo telefone ou e-mail e todas resolveram participar do projeto de pesquisa. Os respondentes estavam localizados nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Como houve demora na devolução dos questionários a amostra contou com onze especialistas. Dos onze participantes, oito questionários foram gravados com um gravador digital. Desses oito questionários, cinco foram respondidos pessoalmente na presença do pesquisador, dois realizados pelo telefone e um via skype. Os outros três foram respondidos e enviados por e-mail.

Em relação aos questionários gravados, o áudio totalizou cento e noventa e três minutos e foram transcritos pela pesquisadora. Esse processo foi lento pois a pesquisadora não utiliza ferramentas como softwares para transcrição de áudio para texto.

#### **5ª e 6ª ETAPA: Análise das respostas do primeiro questionário e adaptação de algumas perguntas para a segunda rodada do questionário.**

A análise das respostas do primeiro questionário foi demorado pois alguns respondentes se estenderam na explicação de suas respostas. Por exemplo, certos especialistas não responderam diretamente as questões, deram sua opinião sobre o tema mas não tiveram objetividade em algumas questões simples. Entretanto, a maioria dos participantes respondeu corretamente as perguntas e sua a opinião foi satisfatória para a análise e adaptação da segunda rodada do questionário.

Duas questões foram retiradas pois houve dúvida por parte dos participantes e houve convergência de nove perguntas na primeira rodada do questionário. Quatro novas perguntas foram exploradas por incompatibilidade entre as tendências previstas.

O segundo questionário da segunda rodada contou com cinco temas e oito perguntas. Nessa nova fase não foi necessário responder com justificativa; as perguntas eram objetivas.

#### **7ª ETAPA: Aplicação do segundo questionário**

A segunda rodada do questionário foi realizada com um total de 10 participantes pois durante a primeira rodada um dos especialistas preferiu não responder algumas perguntas e a pesquisadora decidiu então não chamá-lo na segunda fase.

O processo com os 10 especialistas aconteceu da forma em que três especialistas responderam pelo telefone e sete realizaram por e-mail. Nessa fase não houve a necessidade de gravação do processo.

Nessa fase os respondentes confirmaram ou modificaram suas respostas do primeiro questionário. Foram apresentadas as respostas dos outros participantes.

Foi realizado um pré teste mas não houve modificação para a aplicação final do questionário. Nessa etapa houve demora no retorno das respostas dos participantes. O tempo de resposta esperado era de 10 dias mas as respostas só foram todas recebidas depois de 20 dias.

#### **8ª ETAPA: Análise das respostas do segundo questionário.**

Após a análise das respostas da segunda rodada ficou constatado a não convergência de três perguntas. Entretanto foi atingido um grau satisfatório de convergência e uma terceira rodada foi descartada.

O tratamento realizado foi uma tabulação dos dados das respostas e a mediana calculada pois houve uma grande liberdade de opções.

#### **9ª ETAPA: Elaboração de um relatório com a análise dos questionários.**

A elaboração de um relatório com a análise dos questionários foi realizada com base em todas as informações de todos os resultados obtidos. Essa última etapa da aplicação do método contou com considerações finais realizadas pela pesquisadora através dos resultados obtidos e de leitura especializada.

### **3.4. Limitações do método**

A técnica Delfos é um método de pesquisa poderoso mas existem algumas limitações que podem ser apontadas. Por exemplo, uma má aplicação do método pode prejudicar o resultado final do trabalho.

A escolha do painel de especialistas é sempre subjetiva, um outro pesquisador poderia escolher um grupo diferente e isso provavelmente acarretaria um outro resultado.

Alguns especialistas podem ter opiniões diferentes do pesquisador e esse fator pode gerar dúvidas quanto a análise dos resultados.

Segundo Powell (2003), o método Delfos é reconhecido por ser eficiente na formatação de uma comunicação e a busca de um consenso dentro de um grupo de especialistas. Entretanto, a falta de clareza quanto aos meios pelos quais um consenso pode ser definido e a interpretação dos resultados sugere uma fraqueza no método.

A conclusão de um método Delfos representa a opinião de especialistas ao invés de uma verdade absoluta. Uma investigação adicional para validar os resultados pode ser importante (Powell, 2003).