

3 Método

Neste capítulo é apresentado o método escolhido para a condução deste estudo. O capítulo foi dividido em cinco partes: tipo de pesquisa, seleção dos participantes, coleta de dados, análise dos dados, limitações do método.

3.1. Tipo de pesquisa

“In the social sciences, there is only interpretation. Nothing speaks for itself“.
(DENZIN, 1994)

Todo trabalho de pesquisa tem como ponto de partida a visão e os pressupostos do pesquisador em relação à forma como o conhecimento é construído e a natureza dos fenômenos sociais. Dentro da área de comportamento do consumidor a presente pesquisa não está em busca de regras gerais, mas sim de compreender motivos, significados, razões e experiências subjetivas, dentro de seu tempo e contexto.

Como o presente estudo busca entender o significado de luxo para consumidores de baixa renda, optou-se pela construção do entendimento da realidade a partir da narrativa dos entrevistados, quando a abordagem hermenêutica é apropriada (THOMPSON, 1997).

O método hermenêutico surgiu com a tradução da Bíblia judaica para a língua grega, no início do século I, e por muito tempo foi associado à leitura do Velho Testamento, sendo a Hermenêutica o estudo dos diferentes sentidos das Escrituras Sagradas. Neste sentido, a palavra se confunde com a noção de “leitura” ou interpretação. Porém, há uma distinção e uma simetria entre os termos: *“A Hermenêutica é a teoria científica da arte de interpretar”* (MAXIMILIANO, 1997, p.13). Não se deve, portanto, tomar a Hermenêutica como sinônimo de interpretação, uma vez

que a primeira descobre e fixa os princípios que norteiam a segunda. Uma é ciência; a outra, uma forma de arte.

A abordagem hermenêutica, abrigada pelo interpretativismo, entende que a construção do conhecimento ocorre a partir da combinação das perspectivas dos indivíduos sobre determinado tema, onde a realidade é socialmente elaborada, múltipla, holística e contextual, visando à descrição e interpretação de fenômenos sociais (LINCOLN, GUBA, 1985).

Para o interpretativismo, não se pode estabelecer leis gerais ou alcançar previsibilidade por meio da pesquisa, dada à singularidade e complexidade dos fenômenos sociais, mas sim descrever e interpretar a complexidade desses fenômenos (LINCOLN, GUBA, 1985). Assim, o paradigma interpretativista é adequado para compreender como o indivíduo interage e constrói significados com objetos externos, buscando traduzir a realidade construída pelos sujeitos (HIRSCHMAN, HOLBROOK, 1992).

A realidade social somente pode ser compreendida se for levada em conta não somente a natureza objetiva dos fenômenos sociais, mas também o sentido que esses fenômenos têm na vivência dos sujeitos que deles participam (GONÇALVES, 1995). A Hermenêutica está interessada, portanto, em compreender fenômenos sociais de maneira integrada, a partir dos significados que as pessoas a eles conferem, partindo das relações sociais que se estabelecem em seu interior (ARNOLD, FISHER, 1994).

Dessa forma, no centro da abordagem hermenêutica está a compreensão das narrativas, procurando entender a multiplicidade dos significados (RICOUER, 1995). Na hermenêutica, não existe uma realidade, mas sim uma interpretação da narrativa contada pelos indivíduos, sendo essas histórias o *locus* principal da descoberta (THOMPSON, 1997). O resultado do uso desse tipo de pesquisa tende a apresentar riqueza de informação, dada a capacidade de capturar nuances de maneira mais sutil e precisa (GERGEN, GERGEN, 2000).

3.2. Coleta de dados

Por razões de facilidade de acesso, optou-se por colher os dados em uma única comunidade, localizada na Zona Sul da cidade do Rio de Janeiro, a Vila Canoas, situada no bairro de São Conrado, com aproximadamente 3 mil moradores.

Tendo em vista que a entrevista em profundidade leva a maior e mais profunda compreensão do contexto social e das experiências das pessoas, optou-se por esse recurso metodológico, de forma a entender o significado de luxo para esses consumidores.

Foram conduzidas 13 entrevistas em profundidade, seguindo um roteiro previamente elaborado, que foi utilizado como guia em forma de tópicos-chaves, o que permitia captar percepções durante cada entrevista e conduzi-las para o alcance do objetivo proposto. Seidman (1998) considerou que a chave para uma boa entrevista em profundidade é deixar as perguntas fluírem a partir do que o entrevistado está dizendo. O objetivo não é forçar os fundamentos teóricos da pesquisa, mas dar liberdade na definição do rumo da conversa, permitindo que os entrevistados construíssem suas histórias a partir do tema. As narrativas geraram a compreensão dos significados das experiências vividas pelos informantes, de forma a permitir o entendimento do significado de luxo.

Um primeiro ensaio foi realizado e gravado para servir como treino para a pesquisadora que, após ouvir a gravação, teve a oportunidade de corrigir falhas e aprimorar a técnica.

O trabalho de campo estendeu-se por duas semanas, durante os meses de janeiro e fevereiro, com visitas frequentes à comunidade, em dias de semana e nos finais de semana. Em uma primeira visita foram selecionadas as pessoas que seriam entrevistadas. Buscava-se conseguir contatos e agendar visitas de acordo com a disponibilidade de cada morador. As entrevistas foram conduzidas em horários alternados e nas residências dos entrevistados. Em todas as visitas, a entrevistadora foi muito bem recebida pelos moradores. Foram realizadas no máximo duas entrevistas no mesmo dia, de forma a não haver limitações de tempo.

As entrevistas, com duração média de 42 minutos, foram integralmente gravadas e transcritas para análise, mantendo sempre a fala literal empregada pelos participantes. Ao final, foram reunidas mais de 9 horas de conversas gravadas e 246 páginas com transcrições.

Concomitantemente, foram realizadas observações e anotações com impressões e sensações obtidas durante as entrevistas, de forma a ajudar na posterior contextualização dos resultados. Vale ressaltar que antes de iniciar as entrevistas, fez-se menção a dois aspectos importantes e necessários:

- Gravação das entrevistas: explicou-se a necessidade de gravar para possibilitar maior atenção e interação por parte da pesquisadora, permitindo melhor análise posterior.
- Por uma questão de ética, firmamos o compromisso de usar nome fictício: informou-se que, se os entrevistados preferissem, poderia utilizar-se de nome fictício para preservarem o seu anonimato, de forma a deixá-los mais à vontade para se expressarem. No entanto, nenhum entrevistado fez questão de ter seu nome alterado. Assim, todos os nomes mencionados são reais.

Após a conclusão das entrevistas, foi entregue a cada entrevistado um pequeno presente, como agradecimento pelas informações, pela recepção em suas casas e pelo tempo disponibilizado.

3.3. Seleção dos participantes

O perfil do grupo estudado é de homens e mulheres residentes da comunidade, com idade acima de 18 anos. Supõe-se que entrevistados acima dessa faixa etária estão inseridos no mercado de trabalho e, conseqüentemente, são responsáveis por suas próprias decisões de compra.

A dificuldade para a seleção de informantes faz parte do processo de métodos qualitativos. Neste caso, em especial, houve um facilitador. As primeiras convidadas a participar das entrevistas eram pessoas conhecidas da comunidade, “informantes-chave” que exercem papéis de

liderança na vida comunitária, atuando ainda na Associação de Mulheres de Vila Canoas.

O roteiro exigia que as entrevistadas abrissem a sua intimidade, algo que talvez não fosse possível diante de um pesquisador estranho, sem referências pessoais anteriores. Assim, essas pessoas foram as responsáveis por ampliar os laços com outros membros, legitimando a presença da pesquisadora junto no local, tendo sido utilizado também o método “bola de neve” (SEIDMAN, 1998).

O número de entrevistas foi determinado pelo processo de saturação, onde se encerra a investigação quando a inclusão de novos entrevistados não parece acrescentar mais nada de novo à pesquisa (BAUER, AARTS, 2002).

3.4. Análise dos dados

Conforme cada entrevista era finalizada, a gravação era imediatamente enviada para transcrição. Após o encerramento das entrevistas, foi realizada uma compilação de todas as narrativas transcritas, somado com as anotações, impressões e percepções da pesquisadora.

Já no primeiro dia de entrevista foi possível perceber grande diferença dos entrevistados na forma de perceber e interpretar o luxo, baseada na história de vida dessas pessoas.

Após finalizadas, as entrevistas foram todas lidas novamente na íntegra. Paralelamente, anotações foram feitas à medida que a leitura evoluía, e, quando necessário, acessaram-se os arquivos das gravações para confirmar trechos importantes, bem como anotações oriundas da observação no campo.

Buscando responder da melhor forma à proposta do estudo, os principais trechos transcritos das narrativas eram grifados com diferentes cores para facilitar a posterior análise. Após essa marcação, procedeu-se um fichamento resumido de cada informante, de forma a facilitar a construção dos resultados, localizando semelhanças nas narrativas, aspectos importantes para o entendimento de luxo e evidenciando a

influência da história na forma de interpretar o que era luxo. Essa organização permitiu a posterior análise das narrativas de forma mais precisa e organizada.

3.5. Limitações do método

Parte das limitações são inerentes ao método escolhido: a primeira decorre do próprio discurso dos entrevistados, que podem selecionar o que dizem ao pesquisador, ocultando ou distorcendo informações. Esta limitação não pode ser eliminada, mas buscou-se atentar para contradições durante a análise das entrevistas.

Outra limitação está relacionada à subjetividade na análise e interpretação das informações coletadas. Na etapa da análise dos dados são feitos julgamentos sujeitos a vieses do pesquisador (MALHOTRA, 2001). No caso de estudos em que pesquisador e integrantes da amostra pertencem a distintos segmentos sociais, os erros de interpretação podem ocorrer devido às diferenças culturais e sociais (ROCHA, SILVA, 2009). Essa diferença de classe social entre os entrevistados e a pesquisadora pode ser considerada ainda fonte de desconfiança por parte de alguns entrevistados, podendo trazer vieses.

Além das limitações inerentes ao método, é importante considerar que a amostra contou com 13 entrevistados selecionados, entre homens e mulheres. Desta forma, os resultados obtidos e as conclusões deste estudo não podem ser generalizados, uma vez que não representam as percepções de luxo para todas as comunidades brasileiras de baixa renda. Assim, pela natureza qualitativa do estudo, os dados obtidos refletem apenas o comportamento da amostra pesquisada.