

“Se lhes dou esses detalhes sobre o asteróide B 612 e lhes confio o seu número, é por causa das pessoas grandes. As pessoas grandes adoram os números.”

Saint-Exupéry, em *O Pequeno Príncipe*

4. A construção da pesquisa: métodos e técnicas

A pesquisa realizada é de caráter descritivo, pois se ocupa em identificar e descrever a atual percepção de leitores adultos sobre livros ilustrados de ficção em prosa dirigidos a eles. Tem, também, caráter exploratório, uma vez que procura trazer à luz possíveis questões relacionadas à diminuta presença de imagens neste tipo de obra literária.

Segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva é aquela que tem como objetivo a descrição de determinado fenômeno e estabelecimento de relações entre variáveis. Também, segundo o mesmo autor, a pesquisa exploratória é aquela que objetiva dar mais familiaridade a um problema e construir hipóteses.

Jonas (2006, 2007, 2010) e Findelli (2008, 2012) estabelecem que uma pesquisa sobre o Design é aquela que contribui com informações para a prática do Design com conhecimentos do próprio campo. E a pesquisa para o Design como aquela que conduz o método científico a partir da maneira de compreender e de agir característicos do Design.

Desta forma, a presente dissertação se caracteriza como uma pesquisa *sobre* o Design, pois se debruça sobre um produto tradicional do design gráfico, o livro, e a percepção dos sujeitos sobre as informações visuais, assim como também é uma pesquisa *através* do Design, uma vez que procura compreender um fenômeno social (a percepção subjetiva dos leitores adultos sobre o livro ilustrado) por meio do pensamento e práticas próprias do Design, tais como pesquisas sobre o público-alvo, sobre o atual estado do mercado e a reflexão sobre o processo de elaboração que culmina na criação de um livro para adultos.

Com o intuito de alcançar tais objetivos, são adotados os seguintes métodos e técnicas, que serão melhor explicitados à frente neste mesmo capítulo: pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória sistemática em livraria e questionário auto aplicado com leitores adultos. As análises dos dados e informações adquiridos com estes dois últimos procedimentos serão demonstradas nos capítulos seguintes.

4.1. Pesquisa bibliográfica

Com objetivo de coletar, reunir, organizar e relatar dados e informações sobre a trajetória do objeto livro ilustrado (capítulo 2), sobre o público-alvo estudado e as pressões sociais que lhes cercam (capítulo 3), foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os temas. Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é aquela “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.”

Ao longo de todo o processo da realização da pesquisa foram consultadas obras de referência, dissertações, artigos científicos, periódicos e livros de literatura corrente. Também foram examinados meios virtuais, tais como sites de notícias, sites de profissionais e acadêmicos e redes sociais relacionadas à leitura.

As fontes e informações utilizadas, assim como a sua organização comentada de acordo com o enfoque da dissertação, podem ser encontradas no capítulo 2 e no capítulo 3.

4.2. Pesquisa sistemática exploratória em livraria

A fim de verificar a incidência atual de ilustrações nos livros oferecidos ao público leitor adulto, foi realizada uma pesquisa sistemática exploratória nos dias 8 e 9 de abril de 2014, na Livraria Cultura do Centro da cidade do Rio de Janeiro (ver figura 4.1). Este local foi escolhido por ser uma loja de uma grande cadeia de livrarias, localizada em um dos pontos mais democráticos da cidade, tanto em acesso quanto em diversidade de pessoas. O propósito da escolha foi o de procurar ter a experiência de oferta e compra mais cotidiana e comum possível, sem ser em uma loja dirigida para nichos específicos ou em lugares que pudessem afastar algum tipo de consumidor.

A escolha do *corpus* da pesquisa deu-se da seguinte maneira: foram analisados todos os livros presentes em duas seções da mesma livraria, o estande de lançamentos e o de mais vendidos.

O primeiro se localiza no espaço mais próximo da entrada da loja e que faz às vezes de vitrine, a mesa dos lançamentos e dos livros de ocasião (vinculados a datas



Figura 4.1: Fachada da Livraria Cultura. Fonte: Imagem da internet, autor desconhecido.

comemorativas). Esse é um lugar estratégico no qual os livreiros tentam posicionar os produtos que eles consideram que mais tenham chances de chamar atenção dos consumidores e passantes e, ao mesmo tempo, apresentar a eles os novos produtos .

Enquanto o estande dos lançamentos se concentra especialmente em literatura, o de mais vendidos apresenta os livros mais comprados de diversas seções daquela unidade específica. Embora este estande tenha menos visibilidade por seu posicionamento menos próximo à entrada da loja, ele se encontra na passagem para os demais ambientes então ainda há muita circulação de pessoas (ver figura 4.3).

Com as devidas proporções, seria lógico afirmar que os livros do primeiro estande, o de lançamentos, representam a expectativa e as apostas dos livreiros e editores sobre o que vai atrair os consumidores, enquanto que os do segundo estande, o de mais vendidos, forneceram uma visão sobre o desejo e as efetivas aquisições dos próprios leitores. Alguns possíveis tópicos de questionamento seriam que, mesmo que a expectativa dos livreiros e editores fosse exatamente coincidente com o desejo dos leitores, a loja não colocaria exemplares “repetidos” em espaços tão próximos e também o fato conhecido de que as editoras pagam pelo espaço de exibição em algumas livrarias, assim como se dá em supermercados. No entanto, a pesquisa prossegue com esta visão para simplificar os fins de análise.

Este *corpus* deu à pesquisa a oportunidade de analisar livros de diversos gêneros e editoras e, por meio de comparações, avaliar a expectativa dos agentes produtores (editoras e livreiros) e o desejo dos consumidores.

A escolha do *corpus* da pesquisa deu-se da seguinte maneira:

Quanto à coleta de informações: para cada livro que havia nos estandes, foram recolhidos os seguintes dados:

- Título;
- Autor;
- Editora;
- Gênero literário informado pela editora;
- Gênero literário informado pela livraria;
- Projeto gráfico circunscrito à ilustração (capa e miolo).

Ao total, foram analisados 233 livros. Posteriormente, foi feita uma catalogação desses dados (ver figura 4.2), que pode ser vista no site do Laboratório Linguagem, Interação & Construção de Sentidos (LINC).

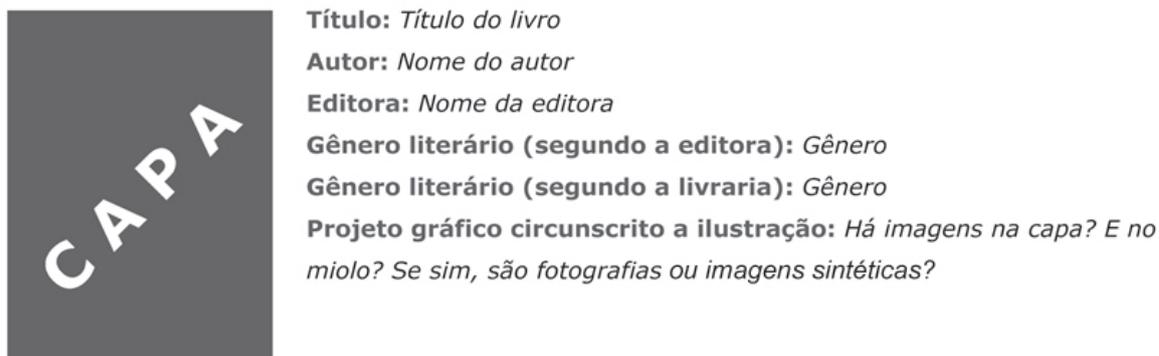


Figura 4.2 – Modelo seguido para a catalogação dos dados adquiridos. Fonte: Elaborado pela autora.

Grande parte da coleta de informações para a catalogação deu-se no próprio local, consultando-se a ficha catalográfica de cada obra (ver figura 4.3), com a exceção do gênero dado pela livraria.

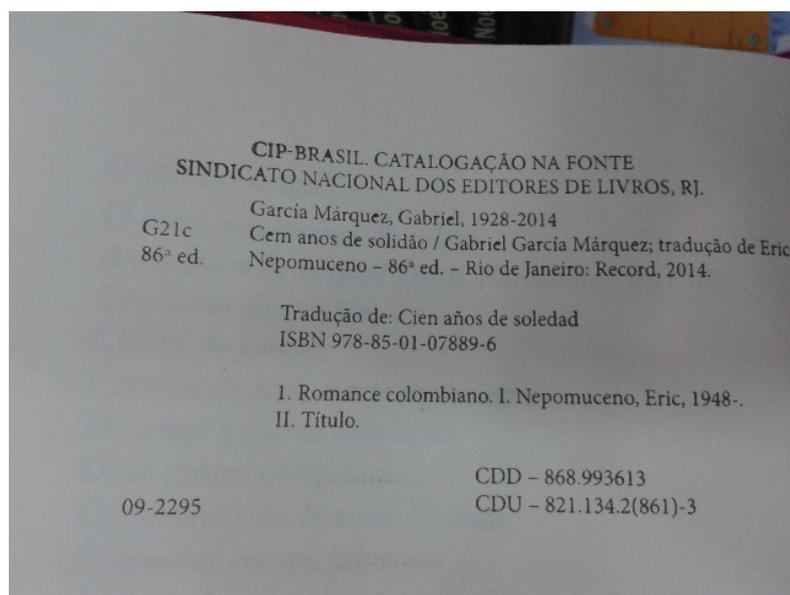


Figura 4.3 – Ficha catalográfica do livro Cem anos de solidão. Fonte: Editora Record.

Quanto as categorias de gênero literário, segundo as editoras: muitas vezes foi difícil obter a definição de gênero de acordo com a editora pois a informação descrita na ficha catalográfica se afastava muito do gêneros “tradicionais” apresentados pela academia. Quando deu-se este tipo de caso, recorreram-se ao site da editora do livro para procurar referências ao gênero no catálogo, em *press releases* e afins. Dessa maneira a informação dos gêneros indicada pela editora está descrita

conforme foi encontrada nos ditos lugares.

Quanto às categorias de gênero literário, segundo a livraria: as informações foram retiradas posteriormente do site da Livraria Cultura.

Essas duas informações foram selecionadas para dar a pesquisa a oportunidade de identificar em quais tipos de obras literárias as imagens são, ou não, usadas. As visões tanto dos agentes produtores (editoras) quanto dos agentes mediadores (livraria) em questão foram necessárias para verificar de que maneira o objeto livro ilustrado é dirigido e ofertado ao público. Por exemplo: se um mesmo livro ilustrado é definido pela editora como pertencendo ao gênero literário *romance* e pela livraria como *infantil*, isto significa que cada um dos agentes tem perspectivas diferentes sobre o público a quem esta obra seria destinada.

Quanto às categorias do projeto gráfico circunscrito à ilustração, foram avaliados os seguintes aspectos: se a capa continha ou não ilustrações e se o miolo continha ou não ilustrações. Como visto na introdução, para este trabalho entende-se como ilustração a imagem que acompanha um texto alfabético, independentemente de sua técnica, mas que foge da ideia de simples enfeite.

Portanto, não foram consideradas como ilustradas as capas que apresentam composições exclusivamente tipográficas e padronagens com intensões não figurativas, tais como listras, retângulos ou manchas de tinta (ver figura 4.4), assim como também não foram considerados como sendo ilustrados livros que apresentam em seu miolo simples repetições de elementos gráficos da capa (seja para formar padronagens ou para vinhetas), enfeites de cabeçalho e rodapé ou aqueles que apresentam somente gráficos matemáticos (ver figura 4.5).

A ilustração foi dividida em três categorias, segundo a técnica de produção adotada:

- Imagens fotográficas, cuja técnica é a fotografia e a fotomontagem, sejam elas analógicas ou digitais;
- Imagens sintéticas, cuja técnica pode variar entre desenho e



Figura 4.4 – A capa do livro *Eu me chamo Antônio* não foi considerada como pertencendo à categoria “capa com ilustração”. Fonte: Editora Intrínseca

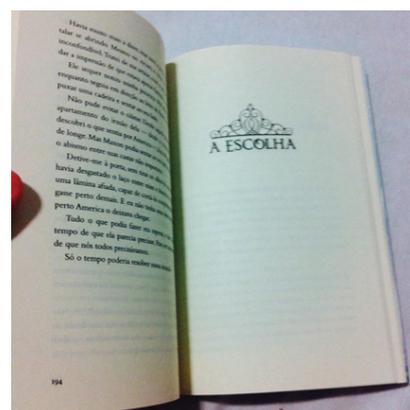


Figura 4.5 – Um enfeite recorrente de abertura de capítulo do livro *Contos da seleção*: o príncipe e o guarda que não foi considerado pela pesquisa como ilustração. Fonte: Editora Seguinte.

pintura, sejam eles elaborados por meios tradicionais;

- Imagens de conteúdo misto, que são aquelas que misturam as categorias anteriores.

A nomenclatura da categoria de imagem sintética foi baseada nos estudos do texto *El siglo de la imagen analógica*, de Pierre Sorlin (2003). O autor apresenta a expressão imagem sintética para tratar especialmente de pinturas e desenhos que, de acordo com ele, embora não tenham a pretensão de serem totalmente realistas (totalmente fidedignas aos modelos e acontecimentos na ordem cronológica, por exemplo) são fiéis à ideia do autor e que pressupõem uma aprendizagem prévia do leitor de um léxico dos elementos representados. Esta denominação foi necessária para que a categoria não ficasse associada à uma técnica figurativa específica, como *somente* desenho ou *somente* pintura, e, ainda assim ser facilmente diferenciável da categoria de imagem fotográfica.

Essas categorias foram criadas para identificar possíveis tendências de técnica de ilustração, bem como propiciar uma compreensão dos objetivos com os quais cada uma é utilizada.

Após coletar e catalogar os dados dos livros foi feita uma análise quantitativa dos dados obtidos, a qual será apresentada no capítulo 5. Entende-se que a análise quantitativa é aquela que emprega métodos de quantificação na coleta e no processamento das informações e busca, por meio das estatísticas, obter um resultado mais imparcial e preciso (RICHARDSON, 1985).

4.2 - Questionário auto-aplicado com leitores adultos

O procedimento técnico adotado para, efetivamente, se chegar às percepções e opiniões de fato do público pesquisado foi o de levantamento por meio de questionário, isto é, a interrogação direta às pessoas cujos comportamentos e opiniões se deseja conhecer em relação ao problema e, posteriormente, feita a análise quantitativa e qualitativa das respostas dadas, de modo a obterem-se conclusões correspondentes ao resultado (GIL, 2002).

O questionário foi realizado com os seguintes intuitos:

- Procurar saber as impressões da população leitora adulta sobre livros ilustrados de ficção, como um todo, e os que são dirigidos ao público adulto, especificamente;
- Levantar o perfil do adulto leitor de imagens;
- Coletar informações sobre as preferências do público pesquisado;
- Identificar possíveis barreiras para a apreciação de imagens por parte dos leitores adultos;
- Identificar a atual penetração dos livros ilustrados de ficção em prosa, dirigidos

para adultos ou não;

- Verificar uma possível demanda ou nicho de mercado.

A pesquisa foi realizada entre os dias 25 de maio e 31 de maio de 2015, por meio de questionário virtual auto-aplicado (ver figura fig. 4.6), isto é, o próprio respondente, sozinho em seu computador ou plataforma *mobile*, lia as perguntas, escolhia e escrevia suas respostas, sem intervenção ou explicação da pesquisadora. Este foi divulgado na internet por meio da rede social *Facebook*, por ser uma rede de amplo acesso, em grupos de discussão de literatura e com foco em design gráfico, procurando atender aos objetivos da dissertação.

A plataforma escolhida para a feitura e resposta do questionário foi o site *Survey-monkey*¹, devido à confiabilidade do seu armazenamento de respostas, suas ferramentas de produção de porcentagens e gráficos de análise e pelo suporte do site aos pesquisadores.

Fig 4.6 - Imagem utilizada para a divulgação do questionário na rede social *Facebook*. Fonte: Elaborado pela autora.

1 <https://www.surveymonkey.com/>

Gosta de ler e tem mais de 18 anos?

Clique no link e responda um questionário para ajudar uma pesquisa de mestrado. Só demora 10 minutos!
Queremos muito saber sua opinião!



Fotografia: Reprodução da internet. Autor desconhecido.

A amostragem da pesquisa contou com 436 respondentes. O público alvo foi de pessoas de ambos os sexos, maiores de 18 anos, brasileiros ou falantes da língua portuguesa, de variadas classes sociais, que declarassem gostar de ler. O grupo de respondentes foi composto por pessoas integrantes da rede social *Facebook* inscritas em grupos de discussão de literatura e/ou com foco em design gráfico, tais como “*PUC Rio Design*”, “*Ficção Científica e Fantasia*” e “*Leitores Viciados*”.

4.2.1 Pré-testes

As perguntas foram formuladas de modo a estimular os respondentes a falar sobre seus hábitos de consumo de livros, suas preferências e seus julgamentos de valor, especialmente no que tange aos livros ilustrados de literatura de ficção em prosa dirigidos ao público adulto. As questões buscam verificar a hipótese de que a percepção dos leitores adultos sobre estes livros teria marcas de hierarquização entre linguagem visual e linguagem verbal e sinais de valoração que ligassem obras ilustradas a aspectos infantis ou de falta de habilidade de leitura, entre outros objetivos específicos de cada questão (ver item 4.2.2).

Foram feitos dois pré-testes do questionário, nos quais foram testadas:

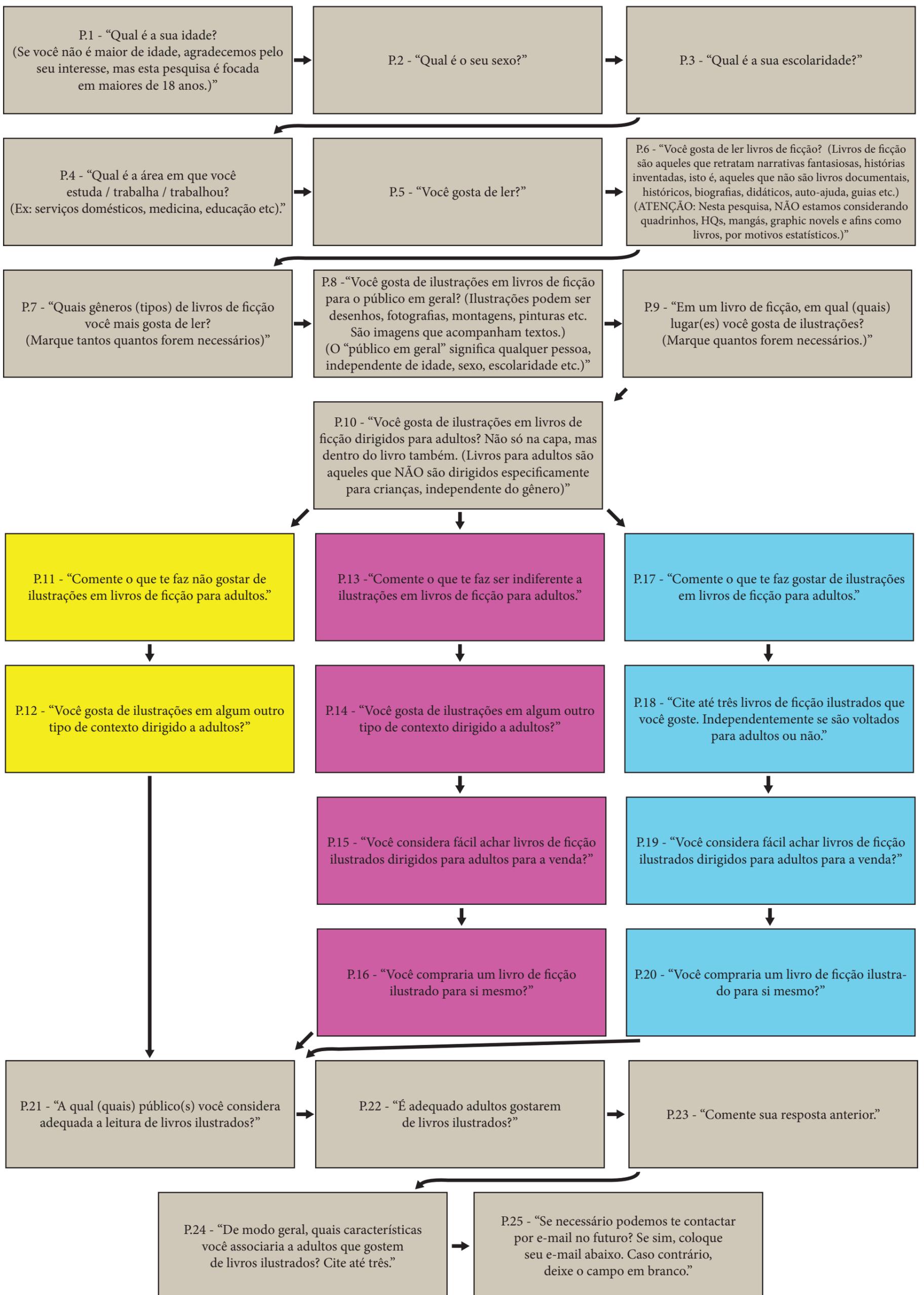
-A apresentação das questões para os respondentes, considerando especificamente o nível de formalidade/tecnicidade da linguagem e a redundância de

perguntas;

- O tempo demandado para a resposta integral do questionário;
- A plataforma;
- A relevância das respostas adquiridas para o objetivo e a hipótese da pesquisa.

Com estes pré-testes pôde-se apreender que a linguagem utilizada para as perguntas deveria ser simples e objetiva, que quaisquer tipos de jargões ou nomenclaturas específicas deveriam ser explicados na própria pergunta (como, por exemplo, o que é um livro de ficção ou que fotografia também é considerada ilustração), que deve-se atentar a imparcialidade para não influenciar os respondentes e que o tempo de resposta máximo do questionário ao qual às pessoas se sentiam motivadas a contribuir era em torno de 10 minutos.

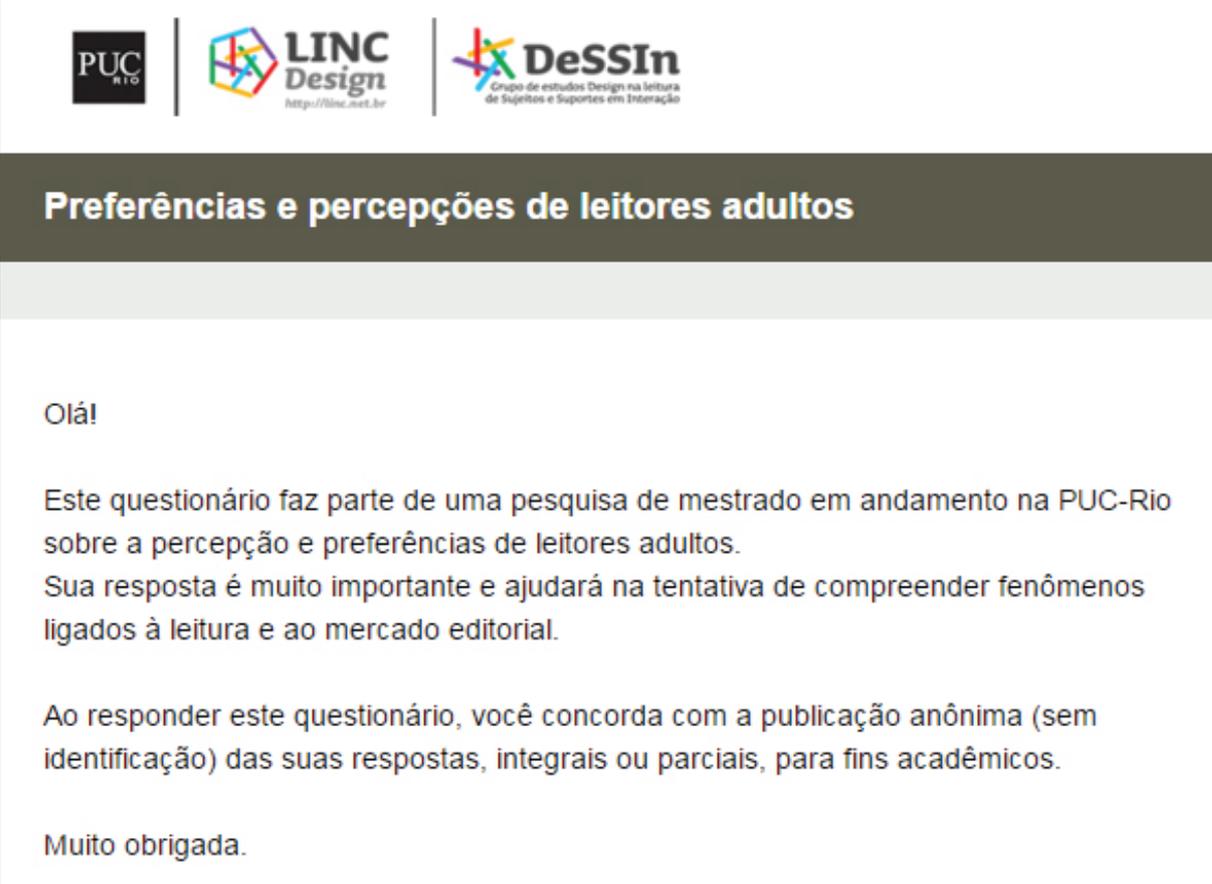
Como exemplo das mudanças realizadas pelas contribuições dos pré-teste, queria-se saber se a presença de ilustrações em um livro influenciaria positivamente a decisão



de compra do respondente. Primeiramente, foi redigida uma pergunta, que deveria ser respondida em escala de Likert, com um “tom” excessivamente formal que se provou confuso para os integrantes do grupo de teste: “*Em relação especificamente à ilustração, o quanto a sua existência em um livro de ficção ilustrado ajudaria na sua decisão de compra (da referida publicação) para si mesmo?*”. O mesmo intuito objetivado com esta questão é alcançado pela sua reformulação em uma linguagem mais coloquial e próxima do cotidiano: “*Você compraria um livro de ficção ilustrado para si mesmo?*”.

Por este motivo, o questionário procura privilegiar a facilidade de compreensão das perguntas, a fluidez e rapidez das respostas. Dessa maneira, algumas perguntas que poderiam revelar dados interessantes, como por exemplo a renda do respondente, foram deixadas de lado na tentativa de maximizar o número de respondentes e de respostas completas ao questionário.

Outra questão percebida durante os pré-testes foi a redundância das perguntas. Perguntas parecidas demais, para leigos, poderiam gerar confusão e diminuir a motivação dos respondentes. A mesma pergunta usada como exemplo anteriormente vinha seguida do questionamento do “*porque?*”. Os integrantes do grupo teste



 |  | 

Preferências e percepções de leitores adultos

Olá!

Este questionário faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento na PUC-Rio sobre a percepção e preferências de leitores adultos. Sua resposta é muito importante e ajudará na tentativa de compreender fenômenos ligados à leitura e ao mercado editorial.

Ao responder este questionário, você concorda com a publicação anônima (sem identificação) das suas respostas, integrais ou parciais, para fins acadêmicos.

Muito obrigada.

Figura 4.7: Primeira tela do questionário. Fonte: Elaborado pela autora.

simplesmente repetiam o que já haviam falado anteriormente na pergunta “*porque você gosta/não gosta de ilustrações em livros de ficção dirigidos ao público adulto?*”, acrescentando poucas informações novas, ou aqueles que não gostavam tendiam simplesmente a responder “*porque não gosto*”. Desta maneira, esta e outras perguntas são feitas somente para determinados “grupos” de respondentes, que se formam por ramificações no questionário (ver diagrama 4.1).

4.2.2 Questionário final

Na primeira tela, antes do início do questionário, logo abaixo dos logotipos da PUC-Rio, do LINC Design e do DeSSIn e do título do questionário, uma mensagem sobre os objetivos do questionário em geral (sem, ainda, expor o objeto específico de estudo, em uma tentativa de não influenciar as respostas) e um aviso sobre o uso das respostas para fins acadêmicos é apresentada ao respondente (ver figura 4.7):

“Olá!

Este questionário faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento na PUC-Rio sobre a percepção e preferências de leitores adultos.

Sua resposta é muito importante e ajudará na tentativa de compreender fenômenos ligados à leitura e ao mercado editorial.

Ao responder este questionário, você concorda com a publicação anônima (sem identificação) das suas respostas, integrais ou parciais, para fins acadêmicos.

Muito obrigada.”

A seguir são apresentadas as questões finais do questionário, seus objetivos e explicações necessárias:

4.2.2.1 – “Qual é a sua idade? (Se você não é maior de idade, agradecemos pelo seu interesse, mas esta pesquisa é focada em maiores de 18 anos.)”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas de faixas etárias:

- **Menor de 17 anos;**

Legalmente considerado menor de idade e, por isso, “não adulto” e, consequentemente, fora do espectro de interesse da dissertação. O marco legal da maioridade foi escolhido por ser um parâmetro bem estabelecido e reconhecido da passagem para “o mundo adulto”, subjetividades à parte do que significa ser adulto,

como visto no capítulo 3.

- De 18 a 35 anos

Faixa correspondente aos consumidores identificados como “jovens adultos”. Esta é uma faixa etária que ainda não tem sua extensão claramente demarcada e, no entanto, já é formadora de um nicho de mercado editorial, um gênero de literatura, estabelecido mundialmente, a literatura para jovens adultos, em inglês *young-adult fiction*, ou simplesmente YA.

Como dito no capítulo 3, embora algumas instituições² marquem uma equivalência ao público dos livros juvenis, ou seja crianças de 14 aos 18 anos de idade, outras fontes, como a teoria do desenvolvimento psicossocial de Erik Erikson (1998), sugerem que o período de vida que define o jovem adulto vai até aos 40 anos. A falta de um consenso geral e preciso, levou à decisão arbitrária da faixa como sendo a apresentada, pois foi considerada um meio-termo socialmente aceitável deste segmento de população.

- De 36 a 59 anos:

Faixa etária definida, pela pesquisa, como a de “**adultos**”, por se encontrar entre a dos jovens adultos e a dos idosos.

- Maior de 60 anos

Faixa etária definida como a de “**idosos**”, segundo o estatuto do idoso (2007).

Esta pergunta tem como objetivos restringir o acesso de menores de 18 anos ao questionário, uma vez que estes estariam fora do grupo de interesse da pesquisa, e tomar conhecimento da faixa etária de cada respondente. Esta questão foi elaborada com o intuito de revelar possíveis tendências de consumo, comportamento e opinião de acordo com a idade do respondente.

4.2.2.2 – “Qual é o seu sexo?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas:

- Feminino

Pessoas que se identificam como sendo do sexo feminino.

- Masculino

Pessoas que se identificam como sendo do sexo masculino.

Esta pergunta procura saber o sexo com o qual o respondente se identifica.

² <http://www.ala.org/yalsa/aboutyalsa>

Esta pergunta é relevante para observar possíveis tendências de consumo, comportamento e opinião de acordo com o sexo do respondente.

4.2.2.3 – “Qual é a sua escolaridade?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas:

- **Fundamental completo**
- **Fundamental incompleto**
- **Médio completo**
- **Médio incompleto**
- **Superior completo**
- **Superior incompleto**
- **Pós-graduação**
- **Outro (especifique)**

Esta pergunta procura saber o nível de instrução formal acadêmica do respondente. Ela é relevante para observar possíveis tendências de consumo, comportamento e opinião de acordo com a escolaridade do indivíduo.

4.2.2.4 – “Qual é a área em que você estuda / trabalha / trabalhou? (Ex: serviços domésticos, medicina, educação etc).”

Pergunta aberta que procura saber em qual área formal do conhecimento na qual o respondente teve sua formação e/ou atuação profissional. Esta pergunta é relevante para observar possíveis tendências de consumo, comportamento e opinião de acordo com a formação/atuação profissional do indivíduo.

Posteriormente, na etapa de análise (ver capítulo 6) as respostas foram enquadradas na mais atual proposta de organização das áreas do conhecimento do CNPq (2005): Ciências Matemáticas e Naturais; Engenharias e Computação; Ciências Biológicas; Ciências Médicas e da Saúde; Ciências Agrônomicas e Veterinárias; Ciências Humanas; Ciências Socialmente Aplicáveis e Linguagens e Artes. Além destas categorias, foi adicionada a seguinte: comércio, prestação de serviço e outros, para englobar pessoas que trabalham no varejo, em indústrias, serviços domésticos, estudantes sem graduação ou aposentados que não declarassem sua área de atuação anterior.

4.2.2.5 – “Você gosta de ler?”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do interesse e gosto do respondente pela leitura e sua auto-identificação com o perfil desejado para a pesquisa: leitores.

4.2.2.6 – “Você gosta de ler livros de ficção? (Livros de ficção são aqueles que retratam narrativas fantasiosas, histórias inventadas, isto é, aqueles que não são livros documentais, históricos, biografias, didáticos, auto-ajuda, guias etc.) (ATENÇÃO: Nesta pesquisa, NÃO estamos considerando quadrinhos, HQs, mangás, graphic novels e afins como livros, por motivos estatísticos.)”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do interesse e gosto do respondente pela leitura de ficção, afinando mais a sua auto-identificação com o perfil desejado para a pesquisa: leitores que consomem livros de ficção.

4.2.2.7 – “Quais gêneros (tipos) de livros de ficção você mais gosta de ler? (Marque tantos quantos forem necessários)”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas, apresentadas em ordem alfabética: **comédia, drama, erótico, fantasia, ficção científica, ficção histórica, infantil/infanto-juvenil, juvenil, mistério, poesia, policial, romance, terror e outro (especifique).**

Esta questão procura coletar informações sobre hábitos de consumo, especificamente verificar se existe um consumo por parte do público por obras que não sejam direcionadas especificamente para sua faixa etária (infantil e infanto-juvenil) e se os respondentes já consomem gêneros que usualmente têm ilustração (infantil, infanto-juvenil e poesia, como será verificado no Capítulo 5).

4.2.2.8 – “Você gosta de ilustrações em livros de ficção para o público em geral? (Ilustrações podem ser desenhos, fotografias, montagens, pinturas etc. São imagens que acompanham textos.) (O “público em geral” significa qualquer pessoa, independente de idade, sexo, escolaridade etc.)”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do interesse e gosto do respondente por ilustrações em geral, sem ser especificamente voltado para adultos num primeiro momento.

4.2.2.9 – “Em um livro de ficção, em qual (quais) lugar(es) você gosta de ilustrações? Marque quantos forem necessários.”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas, em ordem alfabética: “na capa”, “em elementos decorativos do livro (por exemplo, páginas com estampas, flores ao lado do título do capítulo etc.)”, “nos materiais promocionais (anúncios, posters, displays etc.)”, “ao longo da história”, “em partes específicas da história”, “em mapas, árvores genealógicas, infográficos e afins”, “em qualquer lugar”, “não gosto de ilustrações em livros de ficção” e “outro (especifique)”.

Pergunta que procura informações sobre em quais partes do livro, ainda sem um público determinado especificado, e materiais a ele relacionados que o respondente está habituado e tem gosto pela presença de ilustração.

4.2.2.10 – “Você gosta de ilustrações em livros de ficção dirigidos para adultos? Não só na capa, mas dentro do livro também. (Livros para adultos são aqueles que NÃO são dirigidos especificamente para crianças, independente do gênero)”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do interesse e gosto do respondente por ilustrações em obras nomeadamente dirigidas ao público adulto, inquirindo especificamente sobre a percepção dos respondentes a respeito do objeto de estudo.

Como visto no diagrama 4.1, as perguntas de números 11 e 12 foram vistas e respondidas exclusivamente para aqueles respondentes que escolheram as opções 1 e 2 (respectivamente “não gosto nada de ilustrações em livros de ficção para adultos” e “não gosto muito de ilustrações em livros de ficção para adultos”), de agora em diante denominados como “contrários”.

4.2.2.11 – “Comente o que te faz não gostar de ilustrações em livros de ficção para adultos.”

Pergunta aberta na qual o respondente pode usar suas próprias palavras para descrever sua opinião/seu desgosto pelo objeto de pesquisa.

4.2.2.12 – “Você gosta de ilustrações em algum outro tipo de contexto

dirigido a adultos?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas de outras opções de mídias cotidianas que veiculam histórias (ficcionais ou não) com ilustrações e/ou imagens: “livros de não-ficção (livros de culinária, guias turísticos, biografias, livros didáticos etc)”, “jornais”, “revistas” “redes sociais”, “propagandas”, “histórias em quadrinhos (HQs, mangás e graphic novels etc)”, “charges”, “cinema”, “animação”, “todos acima”, “não gosto de ilustrações em nenhum tipo de contexto dirigido a adultos” e “outro (especifique)”.

Aqui pode-se ver se o desgosto é pela ilustração/imagem *per se* ou se o desgosto é especificamente pela sua presença em livros dirigidos para adultos.

Como visto no diagrama 4.1, as perguntas de números 13, 14, 15 e 16 foram vistas e respondidas exclusivamente para aqueles respondentes que escolheram a opção 3 (“sou indiferente a ilustrações em livros de ficção para adultos”), de agora em diante denominados como “indiferentes”.

4.2.2.13 – “Comente o que te faz ser indiferente a ilustrações em livros de ficção para adultos.”

Pergunta aberta. Aqui o respondente pode falar com suas próprias palavras sobre opinião sobre livros ilustrados dirigidos ao público adulto.

4.2.2.14 – “Você gosta de ilustrações em algum outro tipo de contexto dirigido a adultos?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas de outras opções de mídias cotidianas que veiculam histórias (ficcionais ou não) com ilustrações e/ou imagens: “livros de não-ficção (livros de culinária, guias turísticos, biografias, livros didáticos etc)”, “jornais”, “revistas” “redes sociais”, “propagandas”, “histórias em quadrinhos (HQs, mangás e graphic novels etc)”, “charges”, “cinema”, “animação”, “todos acima”, “não gosto de ilustrações em nenhum tipo de contexto dirigido a adultos” e “outro (especifique)”.

Aqui pode-se ver se a indiferença é pela ilustração/imagem *per se* ou se o desgosto é especificamente pela sua presença em livros dirigidos para adultos.

4.2.2.15 – “Você considera fácil achar livros de ficção ilustrados dirigidos para adultos para a venda?”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade da abundância/escassez percebida pelo respondente na oferta atual do mercado deste tipo de obra.

4.2.2.16 – “Você compraria um livro de ficção ilustrado para si mesmo?”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do possível interesse (ou falta dele) declarada pelo respondente, revelando uma possível tendência de demanda.

Como visto no diagrama 4.1, as perguntas de números 17, 18, 19 e 20 foram vistas e respondidas exclusivamente para aqueles respondentes que escolheram a opção 4 e 5 (respectivamente, “gosto moderadamente de ilustrações em livros de ficção para adultos” e “gosto muito de ilustrações em livros de ficção para adultos”), de agora em diante denominados como “simpatizantes”.

4.2.2.17 – “Comente o que te faz gostar de ilustrações em livros de ficção para adultos.”

Pergunta aberta na qual o respondente pode usar suas próprias palavras para descrever sua opinião/seu seu gosto pelo objeto de pesquisa.

4.2.2.18 – “Cite até três livros de ficção ilustrados que você goste. Independentemente se são voltados para adultos ou não.”

Pergunta aberta. Aqui pode-se ver quais são as obras (e gêneros) que o público simpatizante do objeto considera exemplares, mais memoráveis ou mais queridas.

4.2.2.19 – “Você considera fácil achar livros de ficção ilustrados dirigidos para adultos para a venda?”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade da abundância/escassez percebida pelo respondente na oferta atual do mercado deste tipo de obra.

4.2.2.20 – “Você compraria um livro de ficção ilustrado para si mesmo?”

Pergunta em escala de likert que procura saber a intensidade do possível interesse declarada pelo respondente, revelando uma possível tendência de demanda.

Como visto no diagrama 4.1, todos os respondentes voltam a visualizar e responder as mesmas questões.

4.2.2.21 – “A qual (quais) público(s) você considera adequada a leitura de livros ilustrados?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas de público: “crianças”, “jovens”, “adultos”, “idosos”, “todos”, “nenhum”, “outro (especifique)”.

Nesta pergunta, procura-se observar quais são os consumidores que o respondente considera ideais/adequados ao consumo do objeto, independente do seu gosto pessoal por ele.

4.2.2.22 – “É adequado adultos gostarem de livros ilustrados?”

Pergunta objetiva com as seguintes possíveis respostas: “não”, “depende” e “sim”.

Esta pergunta procura respostas especificamente sobre o público que consome o objeto pesquisado, os adultos.

4.2.2.23 – “Comente sua resposta anterior.”

Pergunta aberta na qual o respondente pode falar, com suas próprias palavras, sobre sua percepção do consumo, especificamente por leitores adultos, do objeto de estudo.

4.2.2.24 – “De modo geral, quais características você associaria a adultos que gostem de livros ilustrados? Cite até três.”

Pergunta aberta. De acordo com Bardin (2002), a técnica de associação de palavras pode ser utilizada “a fim de serem estudados os estereótipos sociais espontaneamente partilhados pelos membros de um grupo” (p. 51).

4.2.2.25 – “Se necessário podemos te contactar por e-mail no futuro? Se sim, coloque seu e-mail abaixo. Caso contrário, deixe o campo em branco.”

Pergunta aberta e opcional. O respondente, caso tivesse interesse, poderia deixar seu contato para possíveis futuras perguntas.

PUC-Rio - Certificação Digital N° 14122333/CA

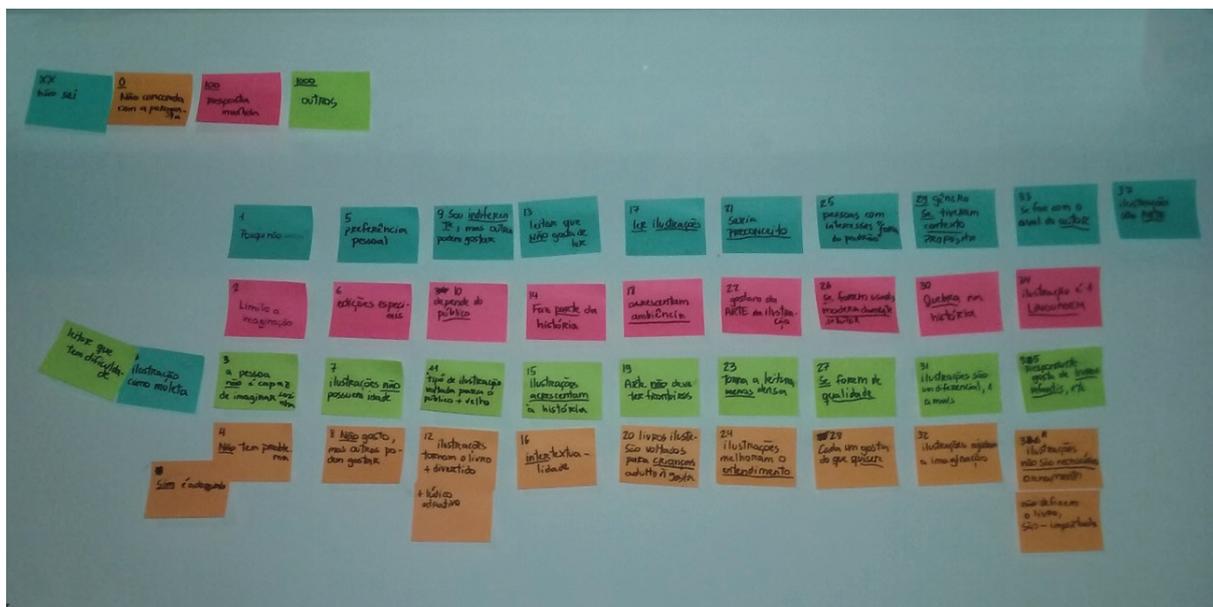


Figura 4.8 – Primeira catalogação das respostas à pergunta 23 em grupos de afinidade. Fonte: Elaborado pela autora.

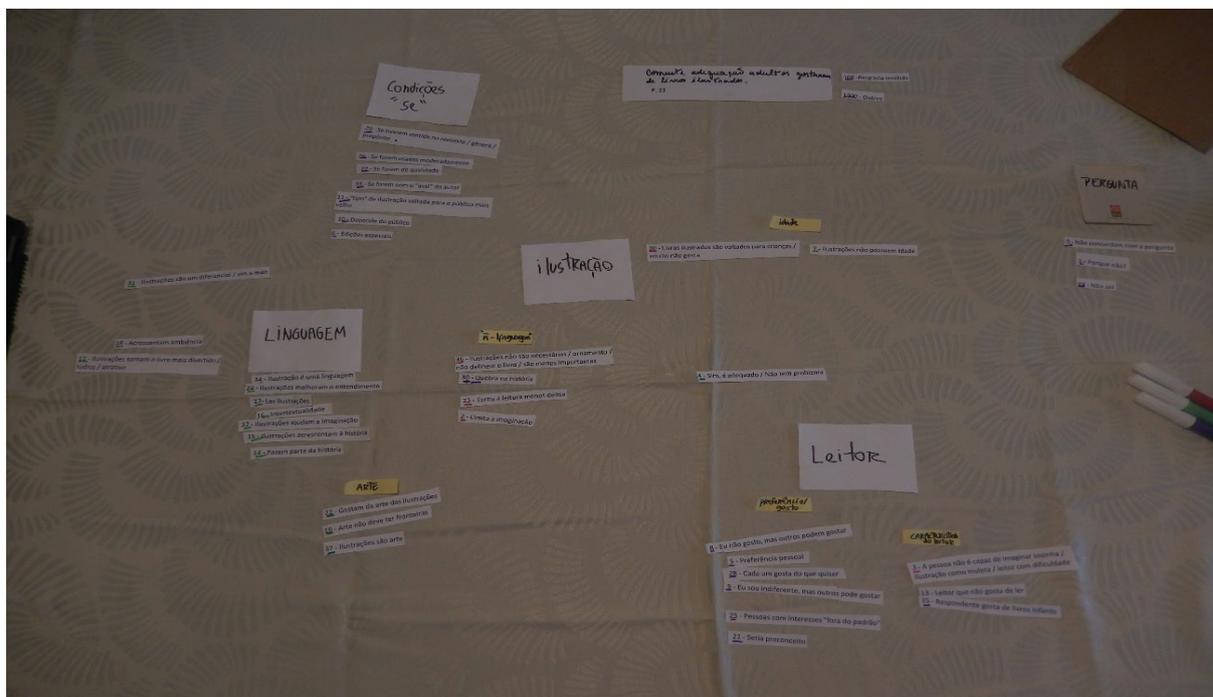


Figura 4.9 – Segunda catalogação das respostas à pergunta 23 em grupos de afinidade. Fonte: Elaborado pela autora

4.3 – Pré-análise

Durante esta etapa e na de análise, foram seguidas as teorias e técnicas de análise de conteúdo de Laurence Bardin (2002). Foram analisadas todas as respostas completas ao questionário, seguindo a regra da exaustividade. Foram consideradas completas todas as entradas que chegaram até o último item da pesquisa.

Primeiramente, foi feita uma leitura flutuante das respostas coletadas com o objetivo de familiarização com o material coletado (as respostas completas podem ser vistas no anexo). Nessa passagem inicial foram reunidas primeiras impressões sobre as respostas e traçadas as estratégias de análise do material.

Para as perguntas objetivas e em escala de Likert, a contabilização das respostas foi o suficiente para transformá-las em estatísticas e gráficos.

Para as perguntas abertas, foram criados grupos de afinidade, aproximando elementos similares pela presença de indicadores textuais (ver figura 4.8), caracterizados por “menção explícita de um tema numa mensagem” (*ibid*). Estes grupos foram a base de criação para categorias de respostas que, após diversas leituras, foram, por vezes, fundidas ou até mesmo divididas entre outras categorias (ver figura 4.9).

Como exemplo, demonstra-se o processo aplicado para uma das respostas dadas para a pergunta 23: “*Comente sua resposta anterior.*” em relação à questão 22: “É adequado adultos gostarem de livros ilustrados?”. As 436 respostas individuais foram lidas e, para cada uma, repetiu-se o mesmo processo: o parágrafo de resposta é lido, um ou mais indicadores textuais são marcados e agrupados em grupos de afinidade.

Na frase: “*Eu acho perfeitamente normal que adultos gostem de livros ilustrados, mas eu, como leitora, acho que muitas ilustrações podem tirar o foco da história, já que leitores adultos não necessitam de tanto apoio visual quanto crianças. Porém, há pessoas cuja imaginação não trabalha tão ativamente para compor os cenários e situações presentes nos livros e, nesse caso, acho extremamente válido livros ilustrados.*”, foram reconhecidos quatro identificadores textuais:

- “*Eu acho perfeitamente normal que adultos gostem de livros ilustrados ...*”

Este tipo de ideia e afins foram aglutinadas no grupo: “Sim, é adequado / Não há problema”

- “... mas eu, como leitora, acho que muitas ilustrações podem tirar o foco da história ...”

Este tipo de conceito e outros como ele formaram a categoria: “tornam a lei-

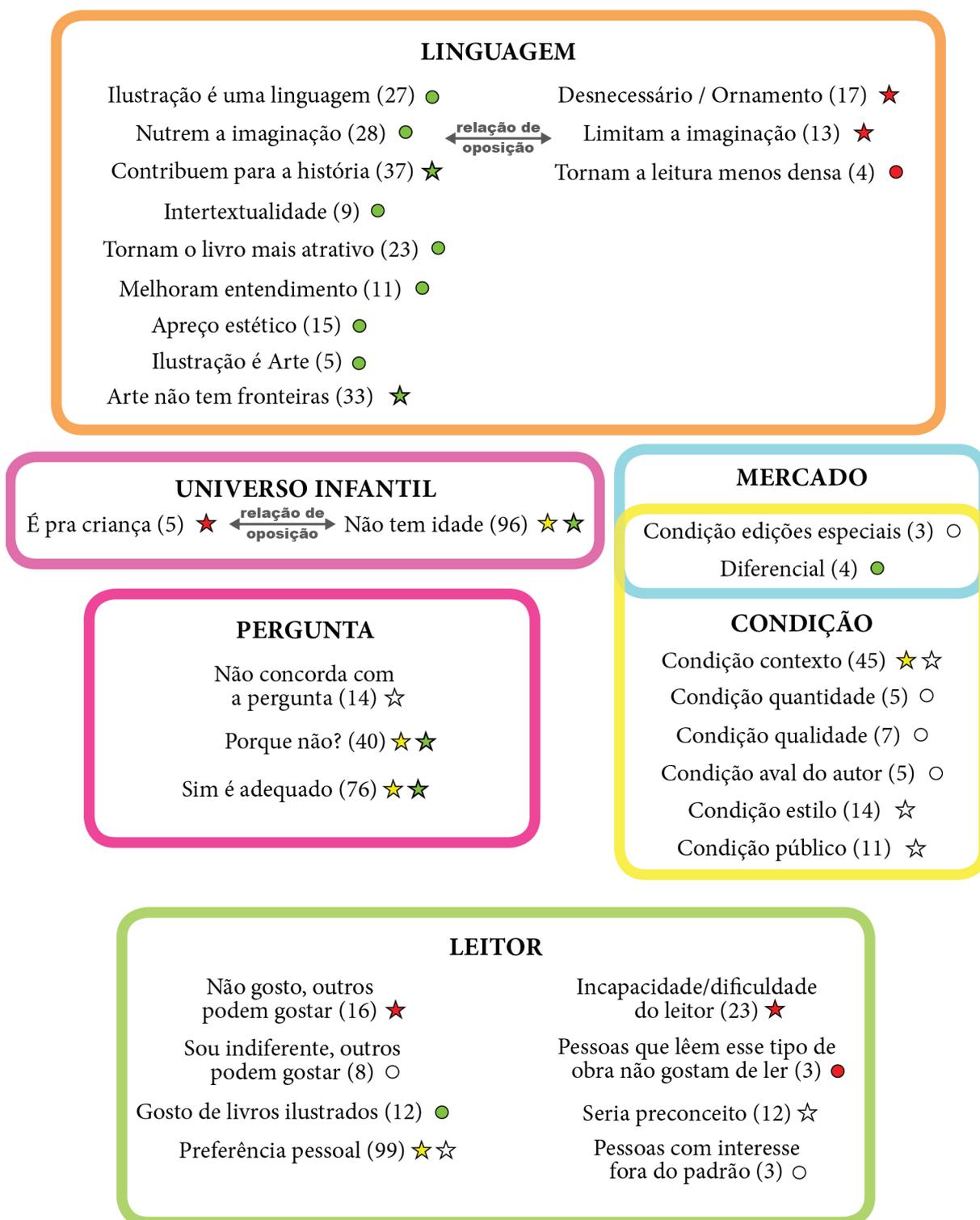


Figura 4.10 – Terceira catalogação das respostas à pergunta 23 em grupos de afinidade maiores e com medição de valores de atitude. Fonte: Elaborado pela autora.

tura menos densa”

- “... leitores adultos não necessitam de tanto apoio visual quanto crianças. ...”

Esta parte de frase e outras análogas à ela estão agrupadas na categoria: “É para criança”

- "...pessoas cuja imaginação não trabalha tão ativamente para compor os cenários e situações presentes nos livros e, nesse caso, acho extremamente válido livros ilustrados."

Este conceito e outros similares formam o grupo: "Incapacidade / Dificuldade do leitor"

Cada grupo de afinidade tornou-se uma categoria e estas foram organizadas, novamente, em grupos maiores de afinidade pela proximidade de temas percebidos nelas. Cada categoria teve sua atitude em relação à presença de ilustração em livros dirigidos para adultos medida como positiva, neutra ou negativa.

Para melhor visualização do grupo total de respostas de cada pergunta aberta, foram feitos gráficos nos quais figuram todas as categorias com três ou mais respostas, seu número de menções, a valoração de atitude em relação à ilustração e suas disposições nos grupos maiores de afinidade (ver figura 4.10).

É importante e necessário que se ateste que toda esta catalogação e atribuição de valores é feita por um processo extremamente subjetivo, que poderia ser feito ou arranjado de maneiras diferentes por diferentes pesquisadores. Também, que cada resposta é rica de significados e subjetividades próprias. A imposição de categorias traz necessariamente grandes perdas para essa subjetividade, e questionamentos inevitáveis sobre a validade das afirmações feitas com base nestas reduções - reduções feitas por uma pessoa que é parcial e passível de erros de interpretação, de contagem etc.

No entanto, seria impossível chegar a qualquer tipo de informação geral sobre as percepções e crenças do grupo analisado sem esta categorização e suas inerentes limitações. Todas estas escolhas são discutíveis e arbitrárias, mas tiveram de ser feitas para que a cacofonia da coleção de respostas individuais se tornasse um conjunto inteligível. De acordo com Bardin (2002) o processo de análise de conteúdo tem como um de seus objetivos a "ultrapassagem da incerteza", que seria justamente a tentativa de organizar o conteúdo coletado de maneira sistemática na procura por minimizar parcialidades e tornar as ideias reunidas partilháveis a outros, assim como enriquecer a leitura individual das respostas com um olhar mais atento e criterioso.

Os grupos de afinidade definidos em cada questão aberta e suas relações estão descritos no capítulo 6, assim como os resultados e análise do questionário como um todo.