

3 O percurso da pesquisa

3.1. Escolha e descrição dos cursos

Foram definidos alguns pré-requisitos para a escolha dos cursos a partir dos quais se chegaria aos alunos. Deveriam ser cursos realizados totalmente on-line, ou seja, estavam excluídos aqueles que tinham momentos presenciais para quaisquer finalidades. O conteúdo também deveria estar totalmente disponível através da Internet. Excluía-se, portanto, todos aqueles realizados a distância com o apoio da Internet, mas cujo material didático fosse enviado por correio, seja em suporte material, seja em suporte digital. Cumpre ressaltar que essas ressalvas não trazem nenhum julgamento de valor a respeito da melhor metodologia a ser utilizada em um curso virtual. O que se buscava ao estudar cursos exclusivamente on-line era garantir que o contato entre os estudantes do curso fosse predominantemente mediado pela Internet (predominantemente, porque como apontam estudiosos do tema como Martín-Barbero (1994), Orozco Gómez (1993), Silverstone (2002), e ficou evidenciado também ao longo desse estudo, é impossível reduzir a mediação com a mídia à situação restrita do momento de sua visualização – *viewing community*). A fim de tornar mais proveitoso um estudo de recepção de Internet, entendeu-se, portanto, procedente afastar os casos onde os alunos sistematicamente utilizam outras mídias no curso ou se encontram com os seus pares e tutores para socializar ou aprofundar o conteúdo.

Por fim, uma última condição era a de se excluir também os cursos de caráter corporativo, concebidos com a finalidade de atender a uma determinada empresa especificamente, uma vez que se partiu da suposição de que o fato de o aluno estar fazendo o curso por demanda da empresa na qual trabalha poderia interferir nos resultados da pesquisa. Assume-se que, eventualmente, alguns alunos dos cursos nos quais se buscou os informantes desta pesquisa podem ter sido financiados por seus respectivos empregadores, mas esta situação difere-se sutilmente daquela onde uma empresa forma uma turma de funcionários seus para

tratar de assuntos afetos às funções que os funcionários exercem naquela empresa, remetidos a uma realidade exclusiva e portanto, diferentes do estudante virtual “padrão” de quem pretendia-se aproximar.

O processo de obtenção das listagens de alunos inscritos em cursos virtuais ou egressos destes há pouco tempo não foi trivial. Entrou-se em contato com diferentes instituições de ensino que oferecem cursos on-line. Como se sabe, as instituições não têm como rotina a liberação do endereço de seus alunos. Qualquer procedimento fora de rotina, portanto, demanda um processo mais ou menos complicado de autorização por superiores ou de diferentes instâncias decisórias que, de um modo geral, acabava sempre a exigir mais tempo do que se havia inicialmente projetado. A inserção profissional da pesquisadora na área facilitou a identificação dos responsáveis pela autorização e a própria liberação das listagens. Apesar disso, algumas instituições jamais liberaram as suas listagens e algumas somente o fizeram parcialmente. O baixo índice de respostas, nos primeiros quinze dias a partir do envio das primeiras remessas de e-mails, gerou certo receio e enquanto já se recebia de volta alguns questionários preenchidos, ainda se tentava buscar outras instituições que pudessem disponibilizar os endereços eletrônicos de seus alunos. Coletou-se nomes de estudantes, com seus respectivos endereços de e-mails em diferentes instituições de ensino.

Na sua imensa maioria, os alunos que responderam o questionário eram egressos de cursos oferecidos pela Puc-Rio, Senai-São Paulo, Senac-Rio e Fundação Getúlio Vargas. A seguir, uma pequena descrição dos mesmos.

Os cursos da Puc-Rio a partir dos quais se chegou aos alunos foram *Ética*, *Meio Ambiente & Desenvolvimento Sustentável* e *Data Warehouse*. Todos eram cursos de extensão, sendo que os dois primeiros tinham uma carga-horária de 60 horas e o último de 81 horas. *Ética* tinha como pré-requisito ensino médio completo, para *Data Warehouse* o pré-requisito era possuir conhecimentos básicos de banco de dados e *Meio Ambiente & Desenvolvimento Sustentável* não tinha pré-requisito.

Os cursos do Senai tinham como pré-requisito o ensino médio completo e em alguns casos, alguma experiência profissional. Eram eles: *Programa de Prevenção de Riscos em Prensas e Similares*, da área de *Segurança*, com carga horária de 40 horas ao longo de 30 dias e *Robótica Industrial* e de *Automação*

Industrial, esses dois últimos na área de *Mecatrônica*, com duração de 70 horas de carga horária ao longo de 60 dias, em nível de qualificação.

Os cursos da Fundação Getúlio Vargas eram da área de *Gestão* e de *Direito*. No primeiro grupo encontravam-se os seguintes títulos: *Gestão de Tecnologia da Informação*, *Gestão de Pessoas*, *Gestão de Recursos Humanos*, *Contabilidade Financeira*, *Finanças Empresariais*, *Negociação*, *Balanced Scorecard*, *Estratégia de Empresas* e *Marketing de Serviços*. Todos eles foram estruturados para serem realizados em 30 horas-aula, ao longo de aproximadamente dois meses e meio de duração. Dentre os cursos da área de *Direito* estavam *Direito da Tecnologia da Informação*, *Contratos no Novo Código Civil* e *Direito Bancário*. Nestes, a carga-horária prevista era de 30 horas, a serem cursadas ao longo de dois meses. Todos eram de pós-graduação lato sensu, considerados como cursos de extensão ou de atualização.

O Senac-Rio tornou disponíveis as listagens de alunos dos seguintes cursos on-line: *Qualidade na Prestação de Serviços*, *Educação Ambiental* e *Gestão Sustentável do Ecoturismo*. Os dois primeiros tinham como requisito de acesso o ensino médio, enquanto para o último, em nível de aperfeiçoamento, era necessário ensino superior concluído. Os três cursos previam carga-horária aproximada de 60 horas, a serem realizadas ao longo de dois meses.

Todos os cursos contavam com um ambiente virtual de aprendizagem, acessível através da Internet, onde se dispunha de mecanismos de comunicação para contato entre estudantes e professores, incluindo o fórum.

3.2.

A Internet como campo de estudo e a hospedagem do questionário

Parece importante esclarecer a razão pela qual os questionários foram enviados pela Internet. Partia-se do princípio de que era a Internet o campo da presente pesquisa. Se o objetivo, além de traçar um perfil dos estudantes de cursos on-line, era compreender o papel desempenhado pelas fontes de mediação na apreensão dos conteúdos desses cursos, a primeira questão que se colocava era a necessidade de se considerar a Internet como campo de estudo. Para trabalhar com estudantes de cursos on-line, assumiu-se que seria pela Internet que seria realizada

a comunicação com eles, sendo averiguado, também, em que medida esse espaço poderia funcionar como espaço de pesquisa.

Ao invés de enviar o questionário, julgou-se mais eficiente mandar um convite de participação por e-mail, no qual estaria contido um link a partir do qual o internauta teria acesso a uma página web, com o questionário. Isso porque imaginava-se que um e-mail que viesse com um documento anexado e cujo remetente fosse desconhecido teria mais chances de ser eliminado da caixa de correio do usuário sem nem mesmo ter sido lido. Por outro lado, a interface e a facilidade de preenchimento de um formulário construído em *html* poderia resultar em um número maior de sujeitos disponíveis a participar.

Quando o questionário estava já totalmente esboçado, começaram a ser tomadas as providências para colocá-lo em algum servidor de páginas web. Enquanto pesquisava-se o custo de hospedagem de um arquivo em um servidor e averiguavam-se as vantagens e desvantagens da hospedagem gratuita, teve-se a idéia de colocar o questionário no servidor da Puc. Idéia que parece óbvia agora, mas que naquele momento, em que o grupo de pesquisa do qual a pesquisadora pertence ainda não tinha um *site*, não havia sido considerada. Para hospedar o questionário no servidor da Universidade, foi preciso, inicialmente, criar uma página web do grupo de pesquisa, pois aí, o questionário poderia ser colocado na Internet, subordinado a ele. Aproximadamente três semanas depois, o *site* do GRUPEM estava no ar e o questionário da presente pesquisa pôde ser hospedado em um diretório nesse endereço.

Não havendo verba para contratação de um *web designer*, um profissional conhecido programou o questionário nas horas vagas do seu trabalho. O número de horas gasto na construção do questionário não foi grande e entre esboço, construção e ajustes, o processo levou cerca de 8 horas, distribuídas ao longo de aproximadamente, um mês.

Questionário concluído, hospedado e aparentemente pronto para ser acessado. O envio do formulário não funcionava. Mais algum tempo foi gasto para detectar a origem do problema. Era a primeira vez que um arquivo desse tipo era hospedado no servidor da Universidade e fazer a operação funcionar demandava providências e tempo por parte da equipe técnica do RDC-Puc.

Relata-se aqui com alguns detalhes esse percurso, enfatizando algumas adversidades, não porque se queira supervalorizar a trabalhosa trajetória

empreendida, mas porque observou-se com ela que, de alguma maneira, tende-se sempre a minimizar as providências operacionais do processo de pesquisa. “Colocar o bloco na rua”, como se diz, parece sempre mais fácil do que verdadeiramente é, talvez porque, em uma fase de planejamento, o interesse esteja muito mais próximo da teoria e dos resultados a que se objetiva chegar, do que do próprio processo através do qual esses resultados se viabilizam. Com esta experiência - que com certeza não é única - percebe-se que os pesquisadores com menos histórico na condução de pesquisas são surpreendidos sempre que algo não acontece no tempo em que se tinha originalmente imaginado. Na verdade, toda vez que alguma providência não depende do próprio pesquisador, o que acontece muitas vezes, observou-se que o processo de pesquisa sofre uma desaceleração. Cada desaceleração impacta no tempo da pesquisa e sugere-se a todos os pesquisadores de primeira viagem que dêem alguma atenção a esse tema.

3.3.

A aplicação do questionário e o tratamento dos dados

No início de agosto, foi remetida a primeira leva de e-mails, e a última foi enviada no final do mesmo mês.

De modo geral, o tempo entre o envio do e-mail e o retorno do questionário foi de um a dois dias. Ou seja, ou o questionário era respondido nas 48 horas que se seguiam à remessa do e-mail ou ele não o era. No princípio, o índice de respostas foi de aproximadamente 10%. No que se refere aos estudantes das primeiras turmas, independentemente da instituição na qual estavam ou tinham recentemente realizado um curso on-line, este era um percentual padrão. Entendendo-se muito baixo esse percentual de resposta, além de proceder a remessa do e-mail, passou-se também a buscar um contato telefônico com os estudantes. A apresentação telefônica, por alguma razão, parecia ter o efeito de dar um tom de maior seriedade à pesquisa e com essa medida, o número de respostas cresceu razoavelmente, mas o trabalho de telefonar para toda a lista demandava muito tempo e mostrou-se pouco produtivo. A estratégia aplicada que pareceu garantir melhor resultado no sentido de ampliar o número de respostas ao questionário foi a de mandar, previamente ao envio do convite para participação na investigação, uma mensagem da orientadora, onde esta se apresentava,

ênfatizava a importância de pesquisas dessa natureza e, por fim, solicitava resposta ao questionário, cujo link de acesso ao formulário da pesquisa estaria sendo enviado a seguir, em uma nova mensagem, pela pesquisadora.

Foram recebidos 187 questionários respondidos até o momento em que se iniciou o tratamento dos dados. Após a data, chegaram mais algumas respostas que não puderam ser consideradas devido ao estágio da pesquisa.

Os dados foram tratados operacionalmente pelo software estatístico SPSS, com a orientação do prof. Creso Franco e de sua equipe de pesquisa.

3.4. Referenciais teóricos norteadores do questionário

A decisão de estudar recepção na Web e as relações que participantes de cursos on-line mantêm com ela, a partir de um questionário, não foi ingênua. Mesmo sabendo que o processo de produção de sentido é de difícil apreensão e que as mediações que informam a recepção são intangíveis, acredita-se que suas fontes podem ser empiricamente observáveis. Do início: acredita-se que as práticas de recepção sejam estruturadas de alguma forma e que esta forma é condicionada por mediações. As mediações, conforme propôs Martín-Barbero em *Dos meios às Mediações* (2003), são instâncias a partir das quais a audiência produz e dá sentido àquilo que recebe através dos meios — instâncias, fundamental ressaltar, permeadas todas elas pela cultura. As mediações são um processo complexo e difuso, mas do qual podemos nos aproximar enquanto pesquisadores tomando como objeto de estudo as fontes que as informam.

Orozco Gómez (1993), partindo de outros estudos de recepção (Lull, 1991, Giddens, 1984, Jensen, 1987 e Martín-Barbero, 1986), buscou traçar um esquema em que, a partir de uma perspectiva ampla e geral acerca do papel das mediações múltiplas, pudesse observar como as audiências estruturam a sua forma de recepção dos produtos midiáticos. Este esquema, tradução metodológica do modelo das mediações de Martín-Barbero, busca conhecer as fontes que originam as mediações. É assim que o autor esquematiza as mediações em quatro grupos distintos, cada uma delas informada por um grande número de fontes. A saber:

- Mediação individual - aqui são consideradas as mediações que dizem respeito exclusivamente ao sujeito, considerado na sua individualidade ou como agente de uma sociedade com

especificidades. Entram aqui questões relativas a gênero, idade, consumo cultural, desenvolvimento cognitivo e emocional, assim como os elementos significativos da cultura da qual o receptor faz parte.

- Mediação situacional - leva em conta os cenários em que se produzem as negociações e apropriações de significado, ou seja, as situações na quais se processam as relações entre a mídia e seu receptor.
- Mediação tecnológica - trata-se dos mecanismos exclusivos da mídia em questão, isto é, linguagem e características técnicas que influenciam a recepção. No caso específico da Internet, a interatividade, a forma de estruturação do texto, a comunicação fora do tempo real, etc...
- Mediação institucional - diz respeito às instituições e organizações sociais das quais o indivíduo participa simultaneamente: Estado, família, escola, grupos, etc. Cada instituição tem uma esfera diferente de significados: acumula poder e autoridade, legitima ou valoriza certos conteúdos em detrimento de outros, transmite valores, crenças e práticas próprias do grupo social a que o sujeito pertence etc⁸.

Estes foram, em síntese, alguns dos pressupostos teóricos que orientaram a elaboração do questionário, que foi estruturado em três partes:

- a) Perfil dos estudantes on-line.
- b) Hábitos e práticas de uso do espaço virtual.
- c) Características da aprendizagem on-line.

Apresenta-se, a seguir, cada uma delas:

- a) Perfil dos estudantes on-line

⁸ Para fins deste estudo, decidiu-se não incluir a busca de materiais empíricos que permitissem avaliar a influência das instituições na recepção do curso pelos alunos. Inferir que instituições têm significado no cotidiano do estudante on-line pareceu mais um exercício de aposta do que de suposição. Entendendo a mediação institucional muito ampla, e ao mesmo tempo, inapreensível em um estudo a ser realizado por Internet, a opção metodológica foi de deixá-la de fora e assumir a limitação.

Com o objetivo de descrever o receptor de cursos on-line ou, em outras palavras, saber quem é o chamado “estudante virtual”, partiu-se para o estudo daquilo que o caracteriza enquanto indivíduo e suas relações de pertencimento: gênero, idade, escolaridade, ocupação, hábitos de lazer e consumo cultural. Optou-se por averiguar em maior profundidade a bagagem cultural do sujeito, em detrimento de uma classificação de seu perfil sociodemográfico, uma vez que considerou-se essa caracterização como a mais indicada para captar perfis distintos, com repercussões mais significativas no processo de significação, dentro do nosso grupo de interesse.

b) Hábitos e práticas de uso do espaço virtual

Buscando entender o papel que determinadas práticas podem desempenhar na recepção, optou-se por estudá-las, primordialmente, a partir de quatro categorias: tempo, sentido, finalidade e motivação.

- Tempo (questões 15, 16 e 17) – este item do questionário tem por objetivo verificar há quanto tempo o estudante é usuário da Internet, bem como o tempo e a frequência em que fica conectado.
- Sentido (questões 19 e 20) – aqui, o objetivo é verificar o sentido que a tecnologia e a mídia Internet têm para o sujeito: captar indícios da relação que eles têm ou imaginam ter com a tecnologia em geral, e com a Internet, de forma mais específica.
- Finalidade (questões 21 e 28) - este item pretende conhecer e quantificar as finalidades para as quais o sujeito acessa a rede.
- Motivação (questão 30) – trata-se de observar o que leva o estudante a acessar a Internet.

Além dessas questões, buscou-se estudar também as fontes que informam circunstâncias da mediação situacional: lugar e horário em que se processa a recepção da Internet no cotidiano dos sujeitos. Procurou-se mapear, de forma bastante esquemática, algumas circunstâncias dessa situação, como o fato de o estudante ter um computador para uso exclusivo ou ser ele de uso compartilhado.

c) Características da aprendizagem on-line

Por fim, como se trata de recepção de um produto educativo, a recepção aqui é entendida também como ato de aprendizagem e, como tal, sujeita a

estratégias particulares de cada sujeito ou pactuadas pelos grupos de pares. Buscou-se conhecer algumas características e gostos de navegação dos internautas no contexto de realização do curso e, com maior ênfase, mapear os principais intervenientes na produção de sentido.

Ainda integrando o mapeamento das características da aprendizagem on-line, pretendeu-se captar o(s) cenário(s) específicos em que se produziram as negociações e apropriações de significado do curso, ou seja, as situações na quais se processam as relações entre a mídia e seu receptor⁹.

3.5. Pré-teste e validação do questionário

Uma vez elaborado o questionário, ele foi submetido à prof^a. Alicia Bonamino (Puc-Rio) para uma avaliação metodológica. Posteriormente foi validado por três outros professores, com experiência em áreas afins da pesquisa: prof^a. Rosa Maria Cardoso Dalla Costa (UFPR – Faculdade de Educação), prof^a. Denise Cogo (UNISINOS – Faculdade de Comunicação) e prof. Pier Cesare Rivoltella (Universidade Católica de Milão – Faculdade de Ciências da Educação). Algumas sugestões foram feitas (ver anexo) e os ajustes foram realizados.

Passada essa etapa, foi aplicado um pré-teste presencial com três estudantes que realizavam um curso on-line. A questão relativa à relação que o sujeito estabelece com a Internet levantou dúvidas e somente com relação a ela procedeu-se novo teste, desta vez realizado a distância e respondido por cerca de dez usuários de Internet.

⁹ Embora a recepção seja um processo, no qual o momento de interação não se restringe apenas a aquele no qual acontece o contato direto sujeito - mídia, mas se perpetua em todos aqueles onde o sujeito interage e constrói significados, será necessário limitar-se, para efeitos desse estudo, à análise daquela situação primeira na qual o sujeito recebe o produto e constrói algum entendimento a respeito dele.