

3

Método

Este capítulo descreve os métodos aplicados neste estudo

3.1.

Tipo de pesquisa

O presente estudo é classificado segundo a tipologia proposta por VERGARA (1990) que adota dois critérios básicos de classificação para os tipos de pesquisa: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, o estudo é classificado como descritivo, na medida que investiga o relacionamento entre variáveis de um fenômeno sem, no entanto, assumir o compromisso de explicar relações causais. Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo que envolveu a realização de entrevistas preliminares e a realização de grupos de foco para coleta de dados.

3.2.

Universo e amostra

O Universo compreendeu homens e mulheres, habitantes da área metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, com idades que variaram de 19 a 38 anos de idade. Não foi entrevistado, nem fez parte de nenhum grupo, menores de 18 anos, uma vez que, no Brasil é ilegal o consumo de bebidas alcoólicas por pessoas com menos de 18 anos

3.3.

Coleta de dados

Optou-se pela utilização de Grupos de Foco para facilitar a discussão sobre o assunto de uma maneira um pouco mais informal,

visando com isso a extração de um maior número de informações. A citação de uma experiência vivida por um entrevistado auxilia outros na lembrança de suas próprias experiências, enriquecendo assim o debate.

De acordo com o objetivo proposto e seguindo as recomendações apresentadas por KRUEGER e CASEY (2000, p. 42-43) e anteriormente descritas, foi elaborado um pré-questionário, inicialmente com 34 perguntas, que foram acrescentadas de outras 5 após a aplicação de entrevistas preliminares.

3.3.1.

Entrevistas

Como preconizado por GLITZ (1998), foram realizadas entrevistas preliminares para testar um pré-questionário que serviu para orientar as discussões dos Grupos de Foco, bem como para identificar os possíveis hábitos de consumo de vinho que tivessem sido negligenciados como pouco importantes ou simplesmente não considerados.

Foram realizadas quatro entrevistas, de aproximadamente 60 minutos cada, sendo duas com mulheres e duas com homens. As mulheres entrevistadas foram uma estudante de Administração de 19 anos e uma Dentista de 34 anos. Os homens entrevistados foram um estudante de Economia de 20 anos e um Engenheiro Elétrico de 35 anos. Todos moradores da cidade do Rio de Janeiro. Embora a escolha das pessoas a serem previamente entrevistadas tenha sido feita conforme a conveniência do pesquisador, a procura por pessoas destas faixas etárias seguiu um critério lógico, por serem as mesmas faixas de idade utilizadas posteriormente na composição dos Grupos de Discussão. Cabe ressaltar que nenhuma das pessoas previamente entrevistadas participou dos grupos de discussão.

As entrevistas foram realizadas seguindo os itens do questionário previamente estabelecido, e serviram para refinar o questionário final (Anexo I) que seria utilizado posteriormente nos Grupos de Foco.

As modificações realizadas no questionário final foram as seguintes:

- Foram substituídas as palavras “espumante e/ou champagne” por simplesmente “champagne” na pergunta nº 7, uma vez que os entrevistados demonstraram desconhecer ou mesmo não considerar as diferenças entre as duas bebidas, se referindo a ambas apenas como “champagne”
- Na mesma pergunta de nº 7 foi incluída a bebida Whisky como sugestão, que antes não existia, mas que foi citada por todos os 4 entrevistados
- Foi incluída a pergunta de nº 9 para melhor explorar o assunto, pois ficou claro que os entrevistados associavam essas quatro bebidas (cerveja, vinho, whisky e champagne) a lugares e ocasiões específicas.
- Foi introduzida a pergunta de nº 17, uma vez que durante as entrevistas preliminares pareceu que as mulheres normalmente não costumavam comprar as bebidas que consumiam.
- Foi introduzida a pergunta de nº 19 para melhor explorar o assunto, uma vez que a relação entre o maitre ou sommelier nos restaurantes foi citada em três das quatro entrevistas como sendo problemática.
- Foi introduzida a pergunta de nº 25 para melhor explorar o assunto, uma vez que o efeito saudável do vinho foi citado em todas as quatro entrevistas.
- Foi introduzido o uso do *Flip Chart* na pergunta de nº 27, pois muitos entrevistados se confundiam com as marcas que já haviam citado, repetindo-as. Num grupo com mais pessoas essa confusão tenderia a ser maior ainda, pois uma pessoa poderia repetir a marca já citada por outras.
- Foi introduzida a pergunta de nº 28 para melhor explorar o assunto, uma vez que os entrevistados indicaram existir uma distância muito grande de qualidade entre as marcas nacionais e importadas, embora citassem muitas marcas nacionais quando perguntados sobre as marcas mais conhecidas.

3.3.2.

Formação dos grupos

A maioria dos autores pesquisados como MORGAN (1988) e KRUEGER e CASEY (2000) sugerem que sejam elaborados entre três e quatro grupos para que se comparem e obtenham resultados de acordo com o objetivo da pesquisa. Por esse motivo foram formados 04 (quatro) grupos de foco: 01 Masculino, 01 Feminino e 02 Mistos.

Cada grupo foi constituído por 7 pessoas, seguindo a orientação de MORGAN (1988/1996) que afirma que grupos com seis a oito integrantes são recomendados para pesquisas que envolvam emoções, permitindo que os participantes tenham mais tempo para fazer suas exposições. Visando uma maior homogeneidade, os grupos Masculino e Feminino foram formados exclusivamente por jovens entre 19 e 25 anos. Já os grupos Mistos foram constituídos por pessoas com mais idade (entre 25 e 38 anos). Essa diferenciação foi feita de forma proposital, visando a análise de possíveis diferenças entre as duas faixas etárias.

A escolha de pessoas até no máximo 40 anos foi proposital, pois a intenção do trabalho é, entre outras, investigar o momento em que as pessoas mais jovens começam a se interessar pelo consumo de vinho, e de que maneira ocorre esse processo, visando com isso entender melhor o mercado da indústria vinícola no Brasil.

Embora não tenha sido uma exigência ou mesmo sugestão, ocorreu de todos os participantes terem um curso superior concluído ou em fase de conclusão, o que pode ter gerado um viés no resultado. Não foi feita nenhuma procura prévia ou restrição a qualquer tipo de formação ou profissão exercida pelos entrevistados. Essas só eram reveladas no momento anterior ao início da discussão, quando cada participante era solicitado a se apresentar ao grupo, dizendo seu nome e sua profissão (ou curso). Nesse estudo foram consideradas as profissões informadas pelos próprios participantes nessa apresentação. A idade de cada participante foi a única informação solicitada com antecedência, no momento do convite.

As reuniões foram realizadas nos meses de Julho e Agosto de 2006. Os grupos Mistos também foram constituídos por 7 pessoas cada, sendo ambos igualmente compostos por 3 mulheres e 4 homens cada um.

Os grupos foram formados de maneira aleatória, tendo como única restrição de escolha o sexo e a idade. Foram selecionadas pessoas que tinham algum conhecimento prévio com o pesquisador, na sua maioria amigos, parentes e filhos de amigos. Essas pessoas poderiam indicar outras pessoas para participar do grupo juntamente com ela, o que só aconteceu em dois casos (uma pessoa no grupo Masculino e outra no grupo Feminino). Não foi constatada nenhuma abstenção em nenhum grupo. As pessoas foram convidadas com uma semana de antecedência, e solicitadas a confirmarem a presença por e-mail ou telefone. Na véspera da data marcada o orientador reconfirmou pessoalmente com cada um dos convidados, possibilitando assim que alguma alteração fosse feita no caso de impossibilidade de comparecimento.

Embora não tenha sido imposto nenhum horário de término para as discussões dos grupos, os de número 1, 2 e 3 tiveram uma duração aproximada de uma hora e 40 minutos cada, com exceção do Grupo 4 (Misto - Mulheres e Homens de 25 a 38 anos), que teve a duração de duas horas e 10 minutos, excedendo um pouco o limite máximo de duas horas proposto por MORGAN (1996). Este grupo se alongou um pouco mais nas discussões, pois foi o único grupo em que algumas pessoas já se conheciam, o que tornou o ambiente um pouco mais informal, propiciando, as vezes, um afastamento do assunto tema da discussão, que precisou ser “corrigida” pelo moderador, que solicitava o retorno da discussão para a pergunta em questão no momento. Nos outros grupos a discussão ocorreu de maneira similar, com os participantes mais “tímidos” nos primeiros 20 minutos, ficando mais a vontade para emitir sua opinião a medida que o tempo passava.

Todos os quatro grupos tiveram a presença de um mesmo orientador, que exerceu a função de moderador em todos os quatro grupos.

3.3.3.

Composição dos grupos

Os 4 grupos formados tinham a seguinte composição:

Grupo 1 (Homens de 19 a 25 anos) - Duração 1:38 min

- a) Fernando - Estudante de Informática - 23 anos - Solteiro
- b) Nicolau - Advogado - 25 anos - Solteiro
- c) Mauro - Estudante de Engenharia Elétrica - 20 anos - Solteiro
- d) Ricardo - Estudante de Engenharia Civil - 19 anos - Solteiro
- e) Sérgio - Vendedor - 25 anos - Solteiro
- f) Márcio - Consultor - 25 anos - Solteiro
- g) Luis Felipe - Administrador - 24 anos - Solteiro

Grupo 2 (Mulheres de 19 a 25 anos) - Duração 1:45 min

- a) Ana Paula - Analista de Sistemas - 22 anos - Solteira
- b) Denyse - Assistente de Marketing - 25 anos - Solteira
- c) Manoela - Estudante de Economia - 19 anos - Solteira
- d) Valéria - Estudante de Administração - 20 anos - Solteira
- e) Fernanda - Economista - 24 anos - Solteira
- f) Juliana - Trainee de Marketing - 22 anos - Solteira
- g) Maria Fernanda - Engenheira - 24 anos - Solteira

Grupo 3 (Misto - Mulheres e Homens de 25 a 38 anos) - Duração 1:40 min

- a) Bianca - Advogada - 35 anos - Solteira
- b) Andréa - Economista - 34 anos - Solteira
- c) Ana Paula - Engenheira - 34 anos - Casada
- d) Jayme - Vendedor - 35 anos - Divorciado
- e) Paulo - Publicitário - 25 anos - Solteiro
- f) Luis Paulo - Contador - 29 anos - Solteiro
- g) Hélio - Gerente de Vendas - 34 anos - Casado

Grupo 4 (Misto - Mulheres e Homens de 25 a 38 anos) - Duração

2:10 min

- a) Camila - Professora (Formada em Letras) - 30 anos - Casada
- b) Mariana - Formada em Comunicação - 27 anos - Solteira
- c) Ana Raquel - Professora - 38 anos - Solteira
- d) Eduardo - Administrador - 25 anos - Solteiro
- e) Guilherme - Administrador - 33 anos - Casado
- f) Fábio - Engenheiro de Computação - 26 anos - Separado
- g) Affonso - Publicitário - 38 anos - Solteiro

3.3.4.

Limitações do estudo

O universo particular coberto pela pesquisa não permite generalizações dos resultados a serem obtidos para outras populações, uma vez que o aspecto da regionalização dos hábitos de consumo de bebidas no País é muito forte.

Em outras regiões do Brasil como Minas Gerais, ou nos estados do Nordeste, um estudo similar pode apresentar resultados muito diferentes no que diz respeito aos hábitos de consumo de vinho.

A necessidade da apresentação desta dissertação dentro do prazo estabelecido atuou também como limitador, impedindo estudos mais aprofundados.