



Pesquisa de audiência por entrevistas qualitativas: relato de experiência com uma família de classe C¹

Lilian Juliana Martins
Vivianne Lindsay Cardoso²

RESUMO:

O relato de experiência apresentado é resultado no trabalho de fechamento da disciplina "Como pesquisar a audiência transmídia de TV e móveis", ministrada pelo professor Joseph Straubhaar, da Universidade do Texas, em setembro de 2014, na Unesp de Bauru. Convidado pelo programa Pós-graduação em Comunicação para apresentar seu método de pesquisa aos alunos, Joseph empreendeu com os seus alunos a condução de entrevistas com indivíduos de diferentes idades que pudessem ser categorizados pelo perfil da nova classe C. O objetivo das entrevistas e da análise sobre elas foi perceber como se configura a relação de diferentes gerações com as mídias e tecnologias de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: entrevista qualitativa; audiência transmídia; classe C.

INTRODUÇÃO

A entrevista qualitativa, apresentada pelo professor visitante pelo professor Joseph Straubhaar, da Universidade do Texas, aos alunos da Pós-graduação em Comunicação da Unesp de Bauru, consiste, ao nosso ver, essencialmente, em cinco etapas: a primeira reside na elaboração cuidadosa de um questionário-base a ser aplicado nos indivíduos escolhidos para a entrevista; a segunda está na escolha da família que se adeque ao foco da pesquisa; a terceira é marcada pela aplicação das entrevistas; em seguida está a transcrição das respostas e, finalmente, a análise do material captado.

Para a elaboração das entrevistas escolhemos a família de Lilian Juliana Martins, uma das pesquisadoras deste trabalho. Os entrevistados escolhidos foram: Cecília Martins de Lima, de 75 anos, Luiz Antônio Martins, de 56 anos, e Lucas Basseto Martins, de 18 anos, respectivamente, avó, pai e irmão de Lilian. Cecília mora no bairro Jardim Santa Bárbara com uma filha. Os dois outros entrevistados moram juntos com Terezinha, esposa de Luiz e mãe

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Alunas do curso de Doutorado do programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) - Unesp de Bauru. A experiência relatada foi orientada Joseph Straubhaar, professor visitante da Universidade do Texas, EUA, convidado pelo programa de Pós-Graduação da FAAC para ministrar a disciplina "Como pesquisar a audiência transmídia de TV e móveis", da qual as autoras foram alunas.



de Lucas, no bairro Parque São Rafael. Os dois bairros estão localizados na Zona Leste de São Paulo e são identificados como bairros de periferia.

A escolha pela família entrevistada foi norteada pelo perfil da nova classe C. Definida pela Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE)³, em meados de 2012, a nova classe C identifica a família que tem a renda per capita entre R\$ 300 e R\$ 1 mil. Faixa de renda que ultrapassa os 54% da população brasileira.

Escolhida a família, iniciamos o diálogo com os entrevistados conforme descrição do método abaixo.

DESCRIÇÃO DO MÉTODO

Como mencionado, grande parte do trabalho dedicado a entrevistas qualitativas está na elaboração do questionário que será a base para o diálogo com cada entrevistado. As primeiras perguntas são chamadas "quebra-gelos", perguntas sobre o bairro onde mora e sobre alguma celebração familiar lembrada pelo entrevistado ajudam a iniciar a conversa. Em seguida, está o grupo de perguntas chamado "Grand-tour", perguntas que remetem à história de vida da pessoa em foco. As perguntas que seguem, participantes do "Mini-tour", apresentam pessoas e situações familiares que influenciaram a vida do entrevistado. Ainda existem as perguntas sobre a formação profissional e educacional, sobre migração e movimentos familiares, além de perguntas sobre identidade e geração. Todos esses temas fazem parte da primeira parte da entrevista. A segunda parte apresenta as perguntas sobre mídia, como se dá a relação do entrevistado com a TV, com o rádio, com os computadores, videogames, smartphones e internet. No total, cerca de cem perguntas compõem o questionário-guia para a entrevista qualitativa.

Uma observação sublinhada pelo professor Joseph Straubhaar é a de entender o método por uma perspectiva dialógica. De acordo com a direção que as entrevistas tomarem, novas perguntas podem e devem ser realizadas. Da mesma forma, pontos que o entrevistador considerar importantes devem ser retomados na conversa para colocar luz sobre algum momento da vida do entrevistado que pode ser determinante para o entendimento de sua relação com determinada mídia.

³ Site SAE. Disponível em: < <http://www.sae.gov.br/vozesdaclassemedia/> >



É interessante observar que tal entendimento sobre a entrevista dialoga com o método destacado por Cremilda Medina em seu livro "Entrevista. O Diálogo possível":

A entrevista pode ser apenas uma eficaz técnica para obter respostas pré-pautadas por um questionário. Mas certamente não será um braço da comunicação humana, se encarada como simples técnica. Esta - fria nas relações entrevistado-entrevistador - não atinge os limites possíveis da inter-relação, ou em outras palavras, do *diálogo*. (MEDINA, 1986, p. 6).

Pela mesma perspectiva, Straubhaar acrescenta como método de sua entrevista qualitativa a observação atenta ao local e ao contexto que envolve entrevistado e entrevistador. Os objetos que envolvem o entrevistado e suas reações às suas próprias memórias são importantes indicativos para o entendimento de sua identidade. Esses aspectos podem servir como novos e importantes ganchos para extensões das respostas dadas inicialmente.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Seguindo todas as orientações passadas pelo professor Straubhaar, as entrevistas foram feitas. Para entender como a aplicabilidade do método se configura, sobretudo quanto à importância de conduzir a entrevista como diálogos, é importante registrar o tempo que cada entrevista durou. A entrevista com Cecília, a avó da família, durou cerca de 45 minutos. Luiz, o pai, conversou com a entrevistadora por cerca de uma hora. Já Lucas, o adolescente, levou mais de uma hora e meia para responder todas as perguntas.

Ao nosso ver, a naturalidade com que Lucas fala sobre assuntos relacionados à internet e à cultura digital, ainda muito incipientes para Cecília e Luiz, estendeu o diálogo na sua entrevista.

Entrevistas realizadas, foi a vez de transcrevê-las. O tempo a ser dedicado para essa etapa é grande. Cerca de 6 horas para cada entrevista. Apesar de ser a parte mais exaustiva do método, é fundamental para a análise do material.

A primeira constatação de nossa análise recai sobre a percepção de que as três gerações da mesma família, transitando entre as idades de 75, 56 e 18 anos, possuem um perfil de similaridade quanto ao apego pela família, à simpatia pela vida em cidades mais interioranas e



uma relação de uso das mídias e tecnologias de comunicação como ferramentas de informações e entretenimento.

Por outro lado, percebe-se claramente que há uma relação de ampliação e afinidade com o uso das tecnologias de uma geração para outra, o que resulta em entrevistas que vão, gradativamente, tendo a mídia com um elemento mais presente e relevante na vida do entrevistado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a pesquisa de audiência transmídia, a entrevista qualitativa mostrou-se um método eficiente. A partir da aplicação de tal método alcançamos as seguintes percepções finais sobre como as três gerações em foco se relacionam com a mídia: enquanto a primeira geração, identificada por Cecília, tem a mídia como elemento secundário em suas prioridades, com indivíduos que atuam como seres passivos no processo de comunicação e com pouca conexão com as novas tecnologias, a segunda, representada por Luiz, tem a mídia como um parceiro que pode ser um aliado quando preciso, a mídia é percebida como uma ferramenta de comunicação para busca de informação e entretenimento. A relação dos indivíduos dessa segunda geração com a mídia ainda é uma relação passiva no processo comunicacional.

Enquanto isso, na terceira geração, da qual Lucas faz parte, a comunicação muda suas plataformas e interesses. Os participantes dessa geração passam a ver a mídia como ferramenta vital para o ser humano e tendem a ser elemento ativo no processo comunicacional, escolhendo, intervindo, produzindo e organizando conteúdos comunicacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERT AUX, Daniel; BERTAUX-WIAME, Isabelle. **Heritage and its Lineage: A Case History of Transmission and Social Mobility over Five Generations.** In: *French in Life Stories. Récits de vie*, Colchester, England, 5, 8-25, 1988.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista. Diálogo possível.** São Paulo: Editora Ática, 1986.

BOURDIEU, Pierre. **"O mercado de bens simbólicos"**. In: *A economia das trocas simbólicas*. SP: Perspectiva. Introd., org. e sel: Sergio Miceli, 1974.