

Estudo comparativo do consumo midiático de diferentes classes sociais: um olhar metodológico¹

Estudio comparativo del consumo de medios de diferentes clases sociales: una mirada metodológica

Lírian Sifuentes
PUCRS (Brasil)
lisifuentes@yahoo.com.br

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar uma discussão metodológica relacionada com um estudo do consumo de mídia de três classes sociais brasileiras - baixa, média baixa e média. A pesquisa foi realizada por 10 meses e os instrumentos utilizados forma entrevista semiestruturada, formulário e observação etnográfica. A pesquisa de campo e a análise de dados incluiu o estudo de estilos de vida individuais e de classe; mapeamento do consumo de mídia individual e de classe; e exploração dos significados relacionados às representações de classe e de gênero, individual e classe. Em seguida, fez-se uma análise comparativa das três classes em cada um dos três eixos. O grupo de estudo foi constituído por 12 mulheres, quatro de cada classe social, vivendo em Porto Alegre e região, Rio Grande do Sul, com idades entre 27 e 37 anos. Entre os principais desafios aqui apresentados está a pesquisa de campo que tem como objeto o consumo de mídia, e o estudo comparativo. O método comparativo foi de grande validade, e tornou possível capturar características importantes de cada grupo social investigado em relação aos seus modos de viver e entender a mídia.

Resúmen

Este artículo tiene como objetivo presentar una discusión metodológica relacionada con un estudio de consumo de medios de tres clases sociales brasileñas - baja, media baja e media. La investigación se llevó a cabo durante 10 meses y empleó los instrumentos: entrevista semi-estructurada, cuestionario y observación etnográfica. La ruta de investigación en campo y el análisis incluyó el estudio de los estilos de vida individuales y de clase; mapeo del consumo de medios individuales y de clase; y la exploración de los significados relacionados a las representaciones clase y género, individuales y de clase. Después, fue realizado un examen comparativo de las tres clases en cada uno de los tres ejes. El grupo de estudio consistió en 12 mujeres, cuatro de cada clase social, que viven en Porto Alegre y región, Rio Grande do Sul, con edades comprendidas entre 27 y 37 años. Entre los principales retos que se presentan aquí está la investigación de campo que tiene como objeto el consumo de medios de comunicación y el desarrollo de un estudio comparativo. El método comparativo fue de gran validez, y hizo posible capturar características importantes de cada grupo social investigado en relación con sus formas de vivir y entender los medios de comunicación.

1 Considerações iniciais

Em toda a pesquisa, a reflexão metodológica responde por parte fundamental do fazer científico. De acordo com Lopes (2005, p. 89-90), a “metodologia², em uma ciência, constitui

¹ Trabalho apresentado à Mesa 36/ *La invención de lo cotidiano*. Consumos, prácticas y experiencias en torno a las culturas populares y masivas.

o espaço por excelência da reflexão de um campo de conhecimento sobre si mesmo, enquanto prática teórica”. Para um campo ainda em amadurecimento, como o da Comunicação no Brasil, a reflexão sobre si mesmo assume um papel ainda mais importante.

Esse artigo tem o objetivo principal de ser um exercício reflexivo acerca das escolhas feitas, com destaque àquelas que envolveram a pesquisa de campo, em um estudo sobre as apropriações da mídia nas culturas vividas por três classes sociais distintas: classe média, média-baixa e baixa. Entende-se que nem sempre são as escolhas ideais, mas as possíveis e, se possível, as melhores, em dado contexto. “Trata-se de controlar o controlável e ter consciência dos desvios necessários de qualquer ‘ação investigativa’”. (BARROS FILHO; MARTINO, 2003, p. 25)

Na avaliação de Barros Filho e Martino (2003, p. 25), Bourdieu

[...] destaca que as boas intenções dos pesquisadores não bastam como garantia metodológica. Afinal, todo tipo de distorção se encontra inscrito na própria estrutura da relação de entrevista. É preciso, segundo Bourdieu, conhecê-los e dominá-los na execução de uma prática que pode ser refletida e metódica, sem ser a aplicação de um método ou a elaboração de uma reflexão teórica.

Entendemos que essas ponderações são especialmente válidas para o campo da Comunicação. Em estudo de Jacks, Menezes e Piedras (2008), realizado a partir da análise de teses e dissertações sobre a pesquisa de audiência nos anos 1990, fica explícito, em primeiro lugar, a falta de preocupação com as estratégias metodológicas, uma vez que as discussões nesse sentido estão ausentes dos relatos. As autoras indicam que “não há menções de todos os procedimentos e técnicas empregados nos trabalhos, e, quando há, não é sempre que elas vêm acompanhadas de maiores esclarecimentos e reflexões sobre suas filiações e implicações na construção e análise dos dados” (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008, p. 250). Os resultados são semelhantes aos encontrados por McAnany e La Pastina (1994) mais de uma década antes, em um estudo acerca da pesquisa latino-americana sobre telenovela.

Dentro do campo da Comunicação, situamo-nos na área dos estudos da audiência/consumo, que requerem, certamente, uma metodologia específica. Desde o início da década de 1990, acentuam-se investigações acerca do papel e do contexto de consumo midiático. Para Jensen (1990 apud ALASUUTARI, 1999, p. 7), “o objeto central de análise das pesquisas de comunicação de massa se encontra fora da mídia, nas culturas e comunidades de que a mídia e as audiências são constituintes”. O foco, assim, dirige-se à

² Simplificadamente, método alude às diferentes técnicas que os pesquisadores fazem uso na coleta de dados, constituindo uma das instâncias da prática metodológica (LOPES, 2005). Metodologia, para Gray (2003), trata da abordagem epistemológica global adotada pelo estudo.

compreensão do espaço da mídia nas culturas contemporâneas, objetivo do trabalho que origina a reflexão aqui apresentada.

Para tanto, fazemos uso do método comparativo, com vistas a entender as semelhanças e as diferenças no consumo de mídia por mulheres das classes referidas. Segundo Lakatos (1981, p. 32), o método, que tem “a finalidade de verificar similitudes e explicar divergências”, contribui para uma melhor compreensão de elementos da cultura e do comportamento dos indivíduos sociais. A ideia é entender cada classe em relação com as demais, de modo que seja possível perceber melhor as características específicas de cada uma, assim como as consonâncias.

Para o estudo de cada uma das classes, parte-se de uma pesquisa de campo com quatro membros de cada grupo, em que foi feito uso das técnicas da entrevista em profundidade, do formulário e da observação. Fonseca (2004, p. 213) avalia que é preciso ter ciência da “contribuição insubstituível dos estudos de campo que, privilegiando a ‘visão de mundo’ de pessoas de carne e osso, fornecem uma perspectiva molecular ‘de baixo’, por assim dizer, dos acontecimentos”. Desse modo, o que se fez foi, como recomenda Bourdieu (2008, p. 468), “sujar as mãos na cozinha da empiria”, adentrando em cada um dos universos, para depois compará-los no que concerne a seus modos de vida e suas relações com a mídia.

Como instrumentos de coleta de dados, fazemos uso de entrevista semiestruturada, formulário e observação. Todos eles foram aplicados com as 12 entrevistadas, quatro pertencentes a cada grupo. Elas têm entre 27 e 37 anos e residem em Porto Alegre ou região metropolitana. As mulheres pertencentes à classe média são: assistente social, fisioterapeuta, tradutora e publicitária. As de classe média-baixa são: técnica em gestão, manicure, assistente administrativa e vendedora por telemarketing. Já as de classe baixa são: em dois casos, diarista, em um, auxiliar de serviços gerais e, em outro, desempregada. Foram, no mínimo, três encontros com cada uma das informantes.

2 Grupo estudado

O grupo estudado está composto por 12 mulheres (Tabela 1), quatro de classe média – Camila³, Cíntia, Gaia e Milena –, quatro de classe média-baixa – Diná, Lidiane, Rafaela e Ruth – e quatro de classe baixa – Adriele, Fátima, Mirela e Xaiane.

³ Aqui são usados pseudônimos para as entrevistas.

Tabela 1 – Entrevistadas – dados pessoais

	Idade	Profissão	Escolaridade	Filhos	Onde mora
Camila	28	Funcionária pública Ensino superior Assistente social	Superior completo Mestrado Doutorado andamento	-	Porto Alegre – Cidade Baixa
Cíntia	29	Funcionária pública Ensino superior Fisioterapeuta	Superior completo Superior andamento Especialização	-	Porto Alegre – Bom Fim
Gaia	27	Tradutora	Superior completo Superior andamento	-	Porto Alegre – Petrópolis
Milena	29	Funcionária pública Ensino superior Publicitária	Superior completo Especialização	-	Porto Alegre – Ipanema
Diná	27	Funcionária pública Ensino médio Técnica em Gestão	Superior completo	-	Guafba
Lidiane	29	Manicure	Médio incompleto	-	Viamão
Rafaela	32	Assistente administrativa	Superior andamento	-	Gravataí
Ruth	35	Vendedora Telemarketing	Superior incompleto	2	Porto Alegre - Vila Nova
Adriele	33	Serviços gerais	Fundamental completo	1	Porto Alegre - Rubem Berta
Fátima	37	Diarista	Fundamental incompleto	2	Porto Alegre - Restinga
Mirela	33	Faxineira	Fundamental incompleto	4	Viamão
Xaiane	28	Desempregada	Médio incompleto	2	Porto Alegre - Jardim Carvalho

Em relação ao número de entrevistadas, estamos de acordo com Gaskell (2002, p. 71), que defende que em uma pesquisa qualitativa em profundidade “é essencial quase que viver e sonhar as entrevistas – ser capaz de lembrar cada ambiente”. Para isso, o autor salienta, o número⁴ de pesquisados não pode se estender.

Lindlof e Taylor (2011) destacam que, em uma pesquisa qualitativa, o pesquisador geralmente inicia sua investigação com algumas pessoas que se encaixam aos interesses do estudo. Depois, se preciso, outros membros vão sendo incluídos para complementar e aprofundar os dados, até que os novos informantes não acrescentem novas informações.

Tomando ambas as orientações, sabíamos que o número de pesquisadas seria pequeno, para que fosse possível aprofundar o estudo com os três grupos, e, ao mesmo

⁴ Para Souza (2009, p. 434), “o inimigo de qualquer pesquisa empírica crítica que reflete sobre seus pressupostos é o ‘fetiche do número’. Reflexo inequívoco de uma sociedade da cultura de massas que transforma toda ‘qualidade’ em ‘quantidade’, como diria Georg Simmel [...] a ‘quantidade’ de pessoas entrevistadas se transforma, por debaixo do pano, no único critério de ‘cientificidade’ de pesquisas empíricas numa sociedade da informação sem reflexão”.

tempo, deveria ser suficiente para podermos vislumbrar as características expressivas de cada grupo. Assim, em um primeiro momento, que poderíamos entender como uma fase de experiência, foram entrevistadas duas mulheres de classe média e duas de classe média-baixa. Na fase seguinte, (re)iniciamos a pesquisa de campo com a ideia de entrevistarmos três mulheres de cada uma das três classes. Mantivemos uma informante da classe média e uma de classe média-baixa da primeira fase. Logo, sentimos a necessidade de acrescentar ao menos uma informante de classe média-baixa, grupo de mais difícil compreensão. Para mantermos a uniformidade, também incluimos mais uma mulher de classe média e mais uma de classe baixa, completando o grupo de 12. Há uma significativa consonância nos modos de viver e nas opiniões das entrevistadas em cada grupo, o que nos fez entender que quatro seria um bom número de representantes por grupo.

Além disso, entendemos que o conhecimento originado no convívio diário – especialmente no que diz respeito à classe média –, assim como em investigações anteriores – uma vez que classe baixa e média-baixa já foram meus objetos de pesquisa⁵ –, não é descartado no momento de se levar a cabo uma investigação científica. Como coloca Alasuutari (1999, p. 8), especialmente quando se estuda culturas urbanas e mídia, “a ‘pesquisa de campo’ iniciou anos antes”.

No que tange ao aspecto geracional, as mulheres entrevistadas estão compreendidas em uma faixa etária de 10 anos, possuindo entre 27 e 37 anos. Nos contatos feitos, busquei⁶ mulheres com idade entre 25 e 40 anos, e os casos específicos reduziram o intervalo de 15 para 10 anos. Essas idades se devem ao objetivo de estudar mulheres adultas – o IBGE considera jovens as pessoas com até 24 anos e idosos aqueles com idade a partir de 60 anos –, sem, no entanto, ampliar o intervalo de idade, de modo que a variável geração não fosse significativa.

Acerca da separação por classes, partindo de Quadros, Gimenez e Antunes (2013), as mulheres que compõem esta pesquisa podem ser classificadas como pertencentes à média classe média, à baixa classe média e à massa trabalhadora (classe baixa). Aqui, dividimos as entrevistadas em classe média, média-baixa e baixa. Entre aquelas da classe baixa, duas são diaristas, uma é auxiliar de serviços gerais e uma está desempregada. As mulheres apresentadas como classe média-baixa trabalham como vendedora em telemarketing,

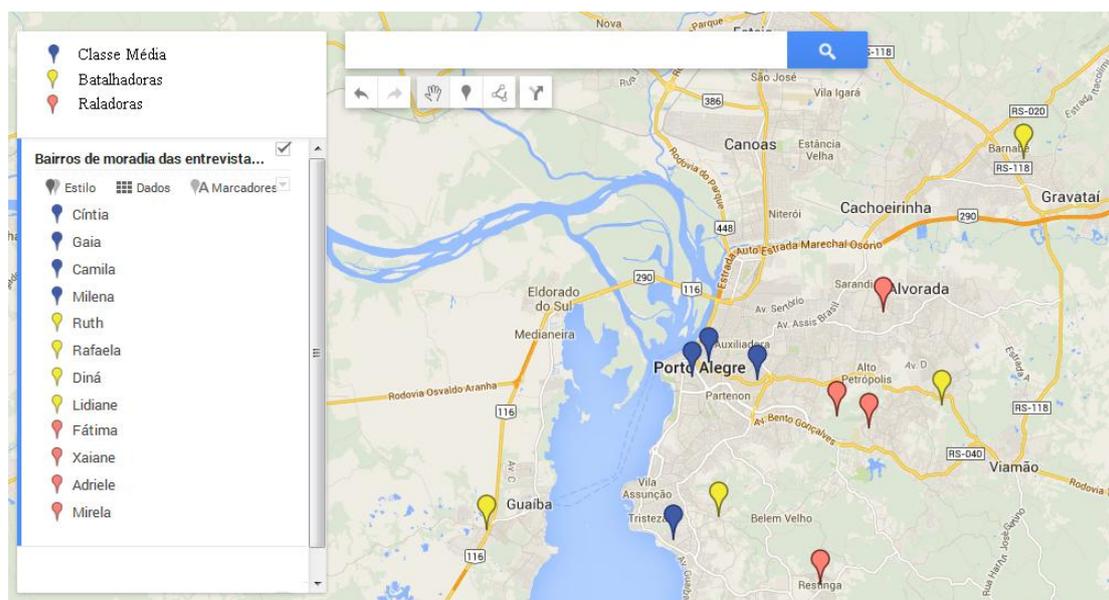
⁵ Venho estudando as classes populares desde a graduação. Entretanto, não havia ainda realizado um estudo com viés comparativo.

⁶ O contato com as entrevistadas foi possível através da indicação de conhecidos da pesquisadora. Em nenhum dos casos, uma entrevistada foi indicada por outra.

assistente administrativa, técnica em gestão e manicure/depiladora. Já as entrevistadas da classe média são tradutora, fisioterapeuta, publicitária e assistente social.

As mulheres da classe média vivem nos bairros Petrópolis, Bom Fim, Ipanema e Cidade Baixa. As de classe média-baixa residem no bairro porto-alegrense Vila Nova e nas cidades da região metropolitana, Guaíba, Gravataí e Viamão. Por sua vez, as de classe baixa moram nos bairros porto-alegrenses Restinga, Rubem Berta e Jardim Carvalho e na cidade de Viamão. Como se pode verificar no mapa abaixo (Figura 1), as entrevistadas de classe média-baixa são as que vivem nos locais mais distantes da região central de Porto Alegre – em que se lê a palavra “Porto Alegre”, no mapa – , onde todas trabalham. O que se identifica é que elas optam por regiões com custo de vida mais baixo, mas que não são vistos como violentos, por exemplo.

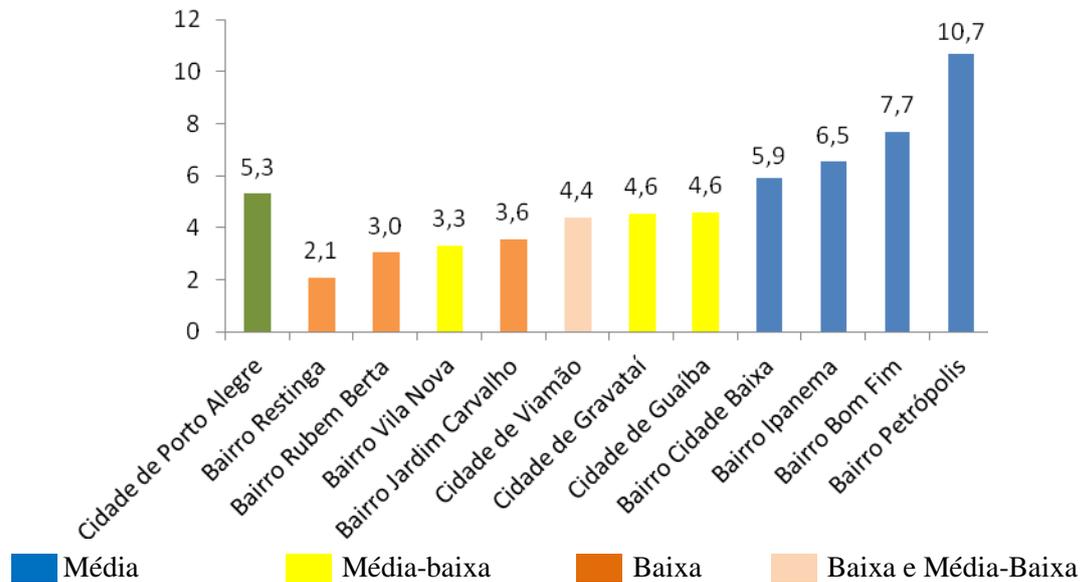
Figura 1 – Mapa de localização da moradia das entrevistadas - Grande Porto Alegre



Fonte: Sifuentes (2014) a partir de dados do mapa 2014 © Google

O gráfico (Gráfico 1) a seguir mostra o rendimento médio por domicílio nos bairros de Porto Alegre e nas cidades da região metropolitana em que as entrevistadas residem. O rendimento vai ao encontro da separação de classes que usamos, excetuando-se, apenas, o caso da entrevistada de classe média-baixa Ruth, que vive no bairro Vila Nova, na zona sul de Porto Alegre, com renda média menor do que a cidade de Viamão, onde uma entrevistada de classe média-baixa e uma de classe baixa moram, e que o bairro Jardim Carvalho, onde reside uma entrevistada de classe baixa.

Gráfico 1 – Rendimento médio por domicílio, em salários mínimos, nos bairros/cidades de moradia das entrevistadas



Fonte: Sifuentes (2014) com base em dados do IBGE – Censo 2010 e Procempa/ Porto Alegre

Por fim, sobre o grupo estudado, destaca-se que um primeiro encontro foi realizado com outras seis possíveis informantes. Essas mulheres contatadas, que não compõem o grupo aqui estudado, responderam ao menos a um instrumento. Por diversos motivos, a pesquisa com elas não prosseguiu. Em dois casos, a interrupção foi determinada pelas informantes. Em um desses, uma entrevistada de classe baixa, após a primeira entrevista, sobre sua vida, não aceitou realizar outros encontros. Uma segunda entrevista chegou a ser agendada no mesmo local da primeira entrevista, a casa de uma patroa, mas, apesar de estar na casa, não atendeu ao interfone ou ao telefone. Logo em seguida, ela também deixou de ir trabalhar na casa dessa cliente, sem dar satisfações. Depois, descobriu-se que ela estava com problemas com o filho, envolvido com tráfico de drogas. Em outro caso, o marido não permitiu que uma entrevistada de classe média-baixa participasse da pesquisa. Nos outros casos, a não continuidade partiu da pesquisadora, pois entendi que as mulheres não estavam dentro do perfil – por exemplo, foram contatadas para compor o grupo de classe baixa, mas seriam melhor classificadas como classe média-baixa, grupo que já estava completo.

3 Instrumentos de coleta de dados

É consenso entre os metodólogos que, em uma pesquisa científica, os métodos não são simples ferramentas que podem ser escolhidas aleatoriamente ou, ainda, burocraticamente.

Essa concepção linear de metodologia e de pesquisa, oposta à que endossamos, converte a metodologia numa tecnologia, num receituário de “como fazer” a pesquisa e baseia-se numa visão “burocrática” do projeto, o qual, fixado no início da pesquisa, é convertido numa verdadeira camisa-de-força que transforma o processo de pesquisa num ritual de operações rotineiras. (LOPES, 2005, p. 98).

As técnicas usadas e os modos de empregá-las devem responder aos objetivos de cada pesquisa, e precisam ser acompanhadas de reflexão permanente. Assim, no decorrer desta investigação diversas escolhas foram feitas, entre elas, a dos instrumentos de coleta de dados, conjunto fundamental para que se chegue aos pesquisados e se produza conteúdo para análise posterior. A seguir, apresentamos e discutimos essas técnicas usadas: entrevista, formulário e observação.

3.1 Entrevista

A entrevista semiestruturada, neste estudo, é o instrumento principal de acesso às ideias e aos modos de ser e viver das mulheres pesquisadas. Para Morley (1996, p. 261), a entrevista, além de permitir “que o investigador tenha acesso às opiniões e declarações conscientes das pessoas entrevistadas”, também propicia o “acesso a termos e a categorias linguísticas [...] em virtude dos quais as pessoas entrevistadas constroem seus mundos e a própria compreensão de suas atividades”.

Do mesmo modo, Sierra (1998, p. 227) acredita que a entrevista “proporciona um excelente instrumento heurístico para combinar os enfoques práticos, analíticos e interpretativos implícitos em todo processo de comunicar”. Ele aponta três barreiras como as principais na comunicação pessoal e, por consequência, em uma entrevista: diferenças semânticas, clima psicológico e contexto.

Acerca do aspecto semântico, destaca que é definido pelo âmbito sociocultural de entrevistado e entrevistador. Dependendo desses âmbitos, pode haver códigos distintos, que dificultarão a comunicação, sendo necessário que o entrevistador, o principal interessado nessa troca, realize uma “ressemantização”. Nas entrevistas, a semântica, de modo geral, e a linguagem, de forma específica, não foram empecilhos. Como entrevistadora, foi preciso, em alguns momentos, um cuidado extra para me fazer entender. O que percebi, algumas vezes,

era uma insegurança por parte das entrevistadas de classe baixa, que ficavam em dúvida sobre o que responder, momentos em que costumavam pedir esclarecimentos: “L: Tu se considera bem sucedida?; A: “Tem como me dar um exemplo?” (Adriele). Outros problemas de linguagem também foram percebidos, como no caso de Xaiane, em que o sentido da pergunta foi desviado.

L: Tu nota diferença entre as novelas de acordo com os autores?

X: Autor de novela?

L: É, o escritor.

X: Escritor eu nem sei quem são. Mas autor de novela... eu acho legal aquele, o *Petruchio* [Eduardo Moscovis, *O cravo e a rosa*], não tô ligada no nome dele. Aquela mulher que é, como é que é o nome dela? Que é ex-mulher desse *Cesar* aí. Aquela...

L: Susana Vieira.

X: Aquela Susana, ela é legal, acho tri, as novela que ela faz. (Xaiane)

Contudo, não se pode dizer que a comunicação foi afetada, pois, de forma geral, todas compreendiam as questões e mostravam desenvoltura para falar. Em nenhum caso obtive respostas monossilábicas ou lacônicas. Isso, de certo modo, surpreendeu-me, pois imaginava que as mulheres de classe baixa teriam alguma dificuldade para responder a entrevista. Pensava assim porque, em minha pesquisa de mestrado, as mulheres – basicamente dessa mesma classe e um pouco mais novas, com idade entre 18 e 24 anos – tinham, frequentemente, dificuldades e vergonha. Por exemplo:

Li: Qual é a causa da pobreza no Brasil?

Le: Eu não sei.

Li: Mas por que tu acha que tem tanto pobre?

Le: Não sei. Sou meio ruim de pergunta. (Letícia) (SIFUENTES, 2010)

Em relação ao clima psicológico, Sierra (1998) afirma que sempre há um contrato implícito de comunicação, em que são postas expectativas, resistências e agendas ocultas, de onde podem surgir barreiras, bloqueando o acesso à opinião do entrevistado. O contexto refere-se às características do espaço e do momento em que se realiza a entrevista, que também pode trazer problemas para um acesso pleno ao pesquisado. Por isso, o autor faz recomendações: escolher espaços acolhedores, silenciosos, minimamente íntimos e, até certo ponto, familiares para o entrevistado, para estabelecer um clima de confiança que favoreça sua expressão. Logo em seguida, porém, suas sugestões ganham tom determinista: “Não obstante, caberia apontar que em nenhum caso o espaço deve ser o espaço produtivo nem tampouco território de domínio particular do investigador” (SIERRA, 1998, p. 315).

A partir dessa “recomendação”, refletimos acerca dos locais em que as entrevistas foram realizadas. É importante assinalar que, ao mesmo tempo em que se repete à exaustão

que metodologia não é uma receita de bolo, ainda parece que, “lá no fundo”, alguns a entendem assim. Assim, acreditar que essa não será a configuração ideal, e, portanto, advertir que deva ser evitada, parece mais sensato que indicar a impossibilidade completa.

Para sustentar seu ponto de vista, Sierra argumenta que entrevistas não devem ser realizadas no ambiente produtivo porque nesse espaço o investigado não permitirá acesso à sua vida pessoal e, por não estar relaxado, não haverá prazer para a conversa, que o faria falar e com mais ânimo. Além disso, ele poderá ser continuamente interrompido por afazeres do trabalho.

Seis, das 36 entrevistas (três com cada uma das 12 pesquisadas) realizadas para este estudo, ocorreram em ambiente de trabalho. Em apenas um caso julgo que a entrevista tenha sido prejudicada pelo local. Primeiramente, não houve interrupções em nenhum caso, mesmo entre aquelas que estavam em horário de expediente, metade dos casos. Nessa situação, o envolvimento do investigado com a conversa provavelmente ficaria comprometido, visto que poderia haver quebras em momentos importantes da narrativa, assim como atenção dispersa.

Em todos os casos, pude comparar o comportamento da entrevistada no ambiente de trabalho e doméstico, e não percebi diferenças. No caso de Adriele, a entrevista foi feita na cozinha do local de trabalho, ambiente isolado do resto do prédio. Apesar de estar em horário de expediente, o momento era calmo, pois sua rotina no trabalho incluía uma dedicação à limpeza das salas de aula pela manhã, e a tarde ficava reservada apenas para manutenção. Já a primeira entrevista com Fátima foi na casa de uma de suas patroas, após concluir a faxina. A conversa levou quase duas horas, ela não resumiu respostas e não poupou os assuntos mais delicados. Lidiane foi entrevistada no salão de beleza, na sala de depilação, e permite contrariar a ideia de Sierra (1998, p. 315) de que “todo indivíduo se reconhece idealmente como sujeito unicamente no tempo que dispõe para si”. Lidiane talvez seja a entrevistada que mais se identifica com sua profissão. Ela passa quase 12 horas por dia no trabalho, e, embora a relação não seja de lazer, pode ser de prazer, de entendimento do espaço como lugar que possibilita a realização de seus sonhos. Certamente, se estivesse em um horário movimentado do salão ou em meio a requisições, a conversa seria dificultada. Conhecendo a rotina de funcionamento, ela indicou uma manhã, no início da semana, como a melhor oportunidade. Ao chegar ao trabalho no dia marcado, ela ligou confirmando que não tinha nenhuma cliente marcada e que me aguardava.

O caso em que julgo que a entrevista foi prejudicada se refere à primeira entrevista com Milena, da classe média, feita em seu local de trabalho após o fim do expediente. Achei que ela falava baixo, cuidava a linguagem em demasia, julgava suas respostas – “bem clichê

isso”; “ clichê de novo, mas, enfim”; “é meio preconceituosa a resposta”. Ao final da entrevista, ela comentou: “Ai, que vergonha. Tem alguém será? Tá ouvindo tudo que eu tô falando...” Entendi que seu comportamento estava relacionado a essa inquietação. Na entrevista seguinte, em sua casa, estávamos sozinhas, em espaço aconchegante e conforme todas as recomendações de Sierra, entretanto, ela permaneceu cuidando o tom de voz, a forma e o conteúdo das respostas. Entendi que ela é assim, ao menos com pessoas com quem não tem intimidade. Reservada, polida, provavelmente um traço de seu pertencimento de classe e de sua criação. Vive em um condomínio fechado na zona sul de Porto Alegre, em uma grande e bonita casa, relativamente isolada dos vizinhos. Entendo que a primeira entrevista foi prejudicada pelo espaço pelo fato de ela estar preocupada se estava sendo ouvida. Ao mesmo tempo, depois fiquei com a impressão de que estar sendo ouvida por mim já não lhe agradava.

Isso não quer dizer que não reconhecemos que o lar é, por excelência, o ambiente natural e mais íntimo das pessoas. Entendo, porém, que a complementariedade é bem vinda e que a rigidez nas definições é prejudicial à pesquisa, fora de propósito quando se trata de investigação com pessoas.

Entendo que a qualidade da entrevista tem a ver com muitos fatores para além do espaço. De todo modo, o entrevistado precisa estar à vontade e confiante. Isso, muitas vezes, dá-se mais pela postura do entrevistador do que por outros elementos. Vejo a entrevista como o momento em que o investigador precisa “entrar” na história do entrevistado, mesmo que discorde de suas ideias. É preciso entender seu ponto de vista e seus motivos. Ouvi, por exemplo, muitas opiniões sobre homossexualidade ou sobre comportamento feminino com as quais não concordo, mas fiz um exercício constante de compreensão, não de julgamento. Da mesma forma, quando algumas entrevistadas diziam exatamente o que eu pensava sobre um tema, não podia externar um “bravo!”.

Enfim, fui, em diversos momentos, surpreendida pelas respostas das entrevistadas, não somente quando achava a resposta “inteligente”, mas muito quando a entendia como a mais verdadeira possível. Isso ocorreu, principalmente, com Rafaela, que foi o mais transparente e profunda que pôde, além de ter uma memória sobre novela que, imagino, impressionaria até o mais experiente dos pesquisadores sobre o tema.

3.2 Formulário

Formulário é um instrumento que permite ter acesso a dados mais objetivos sobre aspectos da vida do grupo estudado. O formulário construído para a investigação apresenta

questões sobre elementos educacionais, econômicos e midiáticos. Foi um instrumento complementar que permitiu coletar informações de forma sistemática e simples. O conteúdo dos formulários colaborou de forma efetiva para a construção dos perfis e do mapeamento de consumo de mídia. Entendemos que informações tão específicas seriam mais difíceis de serem recolhidas com uma técnica como a entrevista, em que facilmente algum aspecto ficaria de fora da resposta.

Além disso, o caráter “objetivo” do formulário permitiu, por exemplo, verificar um dado como a renda familiar e pessoal de forma menos constrangedora para ambas as partes, uma vez que se sabe que muitas pessoas não gostam de revelar seus salários. Entre todas as entrevistadas, percebemos um embaraço, na revelação dos rendimentos, apenas por parte de Cíntia, que, junto com Milena, possui a maior renda familiar – de R\$ 15 mil, descontados os seus salários.

Na maioria dos casos, o formulário foi aplicado no segundo encontro, logo após a realização da entrevista acerca do consumo midiático. Em outros, ele foi o primeiro instrumento utilizado, especialmente quando a informante não teria tempo para responder a primeira entrevista – caso de Adriele e Mirela –, ou quando não havia certeza de que a respondente comporia o grupo estudado, servindo, assim, como sondagem. Foram os casos de duas trabalhadoras de uma fábrica de papel, as quais foram contatadas como possíveis componentes do grupo da classe baixa. No entanto, embora não recebessem mais que um salário mínimo, ficou claro que aquele era um emprego circunstancial. Em um dos casos, a jovem havia acabado de concluir o ensino médio e queria ganhar seu próprio dinheiro, mas tinha ensino médio completo, assim como seus pais, renda familiar superior a R\$ 4 mil, consumia TV fechada, assinava revistas, etc. No segundo caso, decidi incluir a informante no grupo de classe média-baixa, já que, paralelamente a esse emprego, ela trabalhava como cabeleireira e seu marido era motorista. No entanto, ele não permitiu que ela participasse da pesquisa e tivemos que desmarcar o encontro e abortar sua participação no estudo.

3.3 Observação e diário de campo

Segundo Gil (2008), em uma observação, o mais usual é que se observe sujeitos, cenários e comportamentos. O foco da observação realizada durante a assistência de novela foi basicamente esses elementos: as reações das informantes – “o que as fazem rir, chorar e se enfurecer” (LINDLOF; TAYLOR, 2011, p. 135) –, a relação delas com os demais (pesquisadora e/ou familiares) e o ambiente doméstico.

Em uma experiência desse tipo realizada por Skeggs, Thumim e Wood (2008, p. 12), as autoras salientam que a técnica permitiu “capturar a interação dinâmica entre telespectador e programa televisivo como um evento acontecendo num momento particular, mais do que a pesquisa tradicional de recepção em que o dado é captado somente após a assistência”. No estudo, uma lista de diferentes episódios de *reality shows* é apresentada às entrevistadas, que escolhem um e assistem na companhia da pesquisadora, com gravação contínua em áudio. Na análise acerca do método, ressaltam que ele não torna os dados “naturais”, pois a presença da pesquisadora e do gravador não permitem, mas serve para observar alguns aspectos invisíveis nas entrevistas, especialmente no grupo de classe popular, que ficou mais à vontade do que na interação face-a-face. Além disso, frequentemente o envolvimento com o programa tira o foco da estranheza gerada pela situação de entrevista.

Como assinalam Skeggs, Thumim e Wood (2008), o momento mais dinâmico de relação com o produto estudado possibilita o acesso a dados distintos. Todavia, o design da técnica aplicada nesta pesquisa distingue-se do estudo relatado em dois aspectos: o gravador não foi usado e o programa foi assistido em seu tempo real de exibição. Sobre o primeiro, entendo que mesmo que se perca em precisão, ganha-se em naturalidade, tornando o encontro mais informal sem o gravador. Acerca do segundo, as informantes escolhiam o programa previamente, apontando, entre as novelas no ar, qual a preferida e se aquele seria o melhor horário para a observação.

Apesar de entender que a técnica permite, de fato, o acesso a dados diversificados, considero o conteúdo produzido pelas entrevistas bastante superior ao das observações para os objetivos da pesquisa, diferentemente do que avaliam Skeggs, Thumim e Woods (2008), para quem, em muitos casos, a técnica de assistência conjunta foi mais enriquecedora que as conversas. Entendo que isso se deu por dificuldades específicas vividas pelas investigadoras – elas relatam, por exemplo, o caso de uma entrevistada que praticamente não falava inglês e, assim, foi mais produtivo observar suas reações do que conversar com ela. Na verdade, vejo que o aspecto mais rico da observação da assistência da novela foi a possibilidade de conversar sobre diversos assuntos, entre eles, a novela, de forma mais aberta do que na entrevista. A observação propriamente das reações à novela foi aspecto secundário. Tanto que, em muitos casos, a novela já havia acabado e ficávamos conversando ainda meia hora ou mais. Assim, diria que a técnica serviu como uma boa “desculpa” para esse contato mais íntimo.

Uma observação de outro caráter, não estruturada ou planejada, foi realizada por meio do Facebook. Sou “amiga” de oito, das dez entrevistadas que possuem conta no site de rede

social – Adrielle e Fátima, que nunca usaram a internet, não possuem, e Lidiane e Mirela, que dizem usar a rede, não encontrei. Com algumas, inclusive, o primeiro contato e o agendamento se deu pelo Facebook – Camila, Gaia, Milena e Diná. Também ocorreu de, em mais de um caso – Cíntia e Milena –, enviarem pela rede uma ou duas respostas que não souberam dar durante a entrevista – questões sobre “típica mulher brasileira” e “personagem de que mais gostaram/se identificaram”. De modo geral, ainda, o Facebook me permitiu saber sobre o que “andam fazendo”. Soube, por exemplo: que Gaia fez um cruzeiro recentemente; como foi a viagem de Camila para Nova York; como foi o casamento da irmã de Cíntia; que Rafaela está noiva; que Diná foi a funcionária perfilada do informativo de sua empresa no mês de agosto, uma semana antes de nos conhecermos pessoalmente; que Diná está cada vez mais envolvida com a igreja evangélica, visto que suas postagens têm somente apresentado salmos; que o pai do filho mais novo de Xaiane não tem visitado o filho e não foi vê-lo no aniversário. Enfim, são exemplos para ilustrar o tipo de informação possibilitado pelo Facebook, importantes no que se refere ao pertencimento de classe.

Assim, a observação da rede foi complementar, e possibilitou que eu permanecesse em contato, direto (conversando via chat) ou indireto (acompanhando as postagens), com as informantes, após o fim dos encontros. Vale apontar que essa “amizade”, sendo uma via de mão dupla, também permitiu que elas soubessem mais sobre mim. Muito em função disso, durante a pesquisa de campo, minha participação no Facebook foi discreta. Entretanto, não considero que esse contato seja prejudicial. As construções sobre o pesquisador por parte do pesquisado são efetuadas de qualquer maneira, como em qualquer relação interpessoal.

Ainda no que se refere à observação, o diário de campo tem papel relevante. O diário de campo serve para documentar e tecer comentários acerca das observações feitas na pesquisa de campo, encaminhando, se possível, alguns elementos da análise. Se, de um lado, seu relevo para esse tipo de estudo é ponto pacífico, de outro, não há consenso sobre o modo como o diário de campo deve ser produzido. Conforme um estudo referido por Lindlof e Taylor (2011), antropólogos ouvidos diferem, por exemplo, sobre quando escrever, que forma deve ter e o que deve ser registrado em um diário de campo.

Nesta investigação, o diário de campo serviu para registrar as impressões após cada encontro com as entrevistadas. Embora grande parte deles tenha sido gravado, mesmo nesses, há expressões que não são gravadas em áudio e há impressões do “calor da hora” que valem o registro. Mesmo aquilo que se pode perceber nas gravações, como silêncios e entonações, é mais dificilmente observado ao se ouvir a entrevista posteriormente. Ademais, há uma parcela importante do contato com as mulheres que não compõe as gravações. É o primeiro

encontro, a explicação sobre do que se trata a pesquisa, o aviso de que a entrevista será gravada, as conversas após a aplicação do instrumento, a despedida. Isso sem falar da observação da assistência da novela, em que, algumas vezes, pouco é dito e muito é observado. Na maioria das vezes, contudo, como foi destacado, muito é dito, mais do que “assistido”, no horário da novela.

Lindlof e Taylor (2011) discutem sobre quando é o melhor momento para fazer os registros de campo, e indicam que o período ideal é até 24 horas após o encontro, mas quanto antes, melhor. Na pesquisa, optei por fazer os registros no dia seguinte. Logo após a entrevista, sentia-me perdida sobre o tanto a escrever, e as anotações eram muito confusas. No dia seguinte, as memórias ainda estavam frescas, mas as ideias já estavam mais organizadas. Em muitos estudos etnográficos, o pesquisador busca registrar as falas da forma mais precisa para usá-las depois. Não tinha essa preocupação. A ideia principal era registrar impressões sobre os modos de falar, as casas, os familiares, as reações, a aparência, etc., visto serem elementos importantes para a compreensão de cada uma das classes. Os diários não servem, aqui, para nenhuma análise específica. Sua contribuição está na rememoração do percurso de pesquisa e das características de cada mulher.

Considerações finais

Ao todo, foram 10 meses de pesquisa de campo, em que entrei na vida de 12 mulheres. A pesquisa empírica com pessoas, em meu ponto de vista, cria um vínculo especial com a própria pesquisa que se está desenvolvendo. Para além de todas as teorias, métodos, objetos e análises que envolvem qualquer pesquisador em seu estudo, nesses casos o trabalho é construído a partir de vidas, de histórias, temores, sonhos. Para entendermos o consumo de um produto midiático que um grupo, ou alguns grupos, fazem, é preciso conhecer um pouco essas vidas.

Vale apontar que a opção por desenvolver um estudo comparativo se deveu ao entendimento de que esse método permite colocar em evidência, através das diferenças entre os grupos sociais, características centrais de cada um. “É lançando mão de um tipo de raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e discontinuidades, semelhanças e diferenças” (SCHNEIDER; SCHIMITT, 1998, p. 49), tornando possível, assim, o entendimento de aspectos que regem os fenômenos sociais. Para os autores, o método comparativo também fornece maior objetividade científica, pois a comparação permitiria formular leis capazes de explicar o social.

Acerca do método comparativo de análise, avaliamo-lo como realmente profícuo para um estudo de classe social. Entendemos que, em diversos momentos, comparar permitiu enxergar, ver, através das diferenças, características de cada grupo, especialmente tendo em conta que nossos objetivos estavam no âmbito das similitudes e singularidade dos modos de viver e dos modos de ver a mídia.

Aqui, nossa opção foi iluminar o objeto com a lanterna da análise de classe. Ao fim desse estudo, avaliamos que o objeto, em relação aos nossos objetivos, esteve suficientemente iluminado. Nesse estudo sobre consumo, enfocamos nos modos de viver e de ver a mídia. Antes de tudo, precisávamos conhecer a história, o presente e os projetos de futuro dessas pessoas. Também julgamos que, principalmente por se tratar de um estudo comparativo de classe, seria importante mapear o consumo de mídia dos três grupos. Por último, cabia examinar a esfera das leituras e apropriações da mídia. Em um estudo comparativo, embora possa ser mais difícil aprofundar e conhecer os meandros de cada um dos grupos, ganhamos, por outro lado, com os contrastes permitidos.

Referências

ALASUUTARI, Pertti. Three Phases of Reception Studies. In: ALASUUTARI, Pertti (Ed.). **Rethinking the media audience**. The New Agenda. London: SAGE Publications, 1999. p. 1-21

BARROS FILHO, Clóvis; MARTINO, Luís Mauro Sá. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

FONSECA, Claudia. **Família, fofoca e honra**. Etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 64-89

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRAY, Ann. **Research Practices for Cultural Studies**. London: Sage, 2003.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências**. A emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia geral**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1981.

LINDLOF, Thomas R.; TAYLOR, Bryan C. **Qualitative Communication Research Methods**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2011.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 8.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

McANANY, Emile G.; LA PASTINA, Antonio C. Telenovela Audiences: A Review and Methodological Critique of Latin America Research. **Communication Research**, p. 828-849, 1994.

MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

QUADROS, Waldir José de; GIMENEZ, Denis Maracci; ANTUNES, Davi José Nardy. Afinal, somos um país de classe média? Mercado de trabalho, renda e transformações sociais no Brasil dos anos 2000. In: BARTELT, Dawid Danilo (Org.). **A “nova classe média” no Brasil como conceito e projeto político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 32-42

SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Cláudia Job. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

SIERRA, Francisco. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. GALINDO CÁCERES, Jesús Luis. (Coord.). **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México: CNCA/Addison Wesley Longman, 1998. p. 277-345

SIFUENTES, Lírian. **Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Santa Maria-RS: Universidade Federal de Santa Maria, 2010.

_____. **“Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê”**: Estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes. Tese (Doutorado em Comunicação). Porto Alegre-RS: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2014.

SKEGGS, Beverly; THUMIM, Nancy; WOOD, Helen. ‘Oh goodness, I *am* watching reality TV’. How methods make class in audience research. **European Journal of Cultural Studies**, London, v. 11(1), p. 5-24, 2008.

SOUZA, Jessé. **A ralé brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.