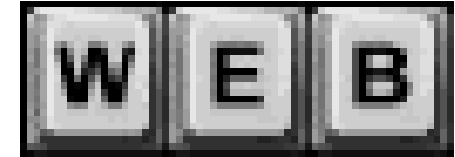


# @ QUALI ON LINE

**UMA QUESTÃO A SER  
DISCUTIDA**

Download  
Now



# Introdução

- ✓ **Por que o tema foi escolhido**
- ✓ **Como foi feito o trabalho**

# Pesquisa Qualitativa on line



- ✓ **Pesquisa via Internet em geral: grande discussão**
  - **Embora os mercados de Internet tenham encolhido, a importância e presença do meio é uma realidade**
  - **Surgimento de novas linguagens de comunicação**
  - **Proliferação das comunidades Cyber**
  - **Crescente importância da Internet enquanto locus de interação social - Web chat, ICQ, e-mail**
  - **Existência de manuais/guidelines específicos**
    - **ESOMAR, MRA, ANEP**
  - **Criação em 2001 de associação de profissionais ligados à pesquisa via internet - IMRO**

# Pesquisa Qualitativa on line

## ✓ Quali on line: preocupação e interesse crescentes

- divulgação na mídia (especializada ou não)
- presença em papers internacionais
  - cases, aplicações e experimentos
  - demos de fornecedores de software



## ✓ Área de investigação: Força Tarefa QRCA

- publicações, enquetes (membros, clientes)
- objetivo: conhecer e normatizar/guidelines

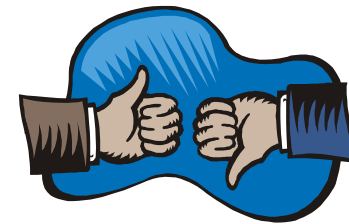
## ✓ Momento de reflexão → parece necessário:

- avaliar criticamente a metodologia
- situar mercado brasileiro neste universo

# Objetivos



- ✓ **Apresentar o tema Pesquisa Qualitativa via Internet → mais especificamente Grupos on line:**
  - status atual no Brasil
  - modelos de funcionamento
  - expectativas, dúvidas e questionamentos dos profissionais de pesquisa
  
- ✓ **Incitar à discussão crítica sobre o tema**
  - apresentar prós e contras
  - potencialidade e limitações
  - aplicações possíveis
  
- ✓ **Sensibilizar grupos / parceiros na realização de experimentos e futura sistematização teórica**



# Metodologia e amostra



## Revisão de dados secundários



- ✓ **Artigos publicados em revistas e jornais especializados, congressos, conferências e seminários → 1995 - 2002**
- ✓ **Documento apresentado pelo grupo de trabalho da QRCA sobre Pesquisa Qualitativa on line**

# Metodologia e amostra



## Levantamento de dados primários



- ✓ Coleta de opiniões juntos aos profissionais de Pesquisa
    - ✓ enquete ANEP
    - ✓ entrevistas telefônicas
  - ✓ Entrevistas pessoais / telefônicas junto a fornecedores:
    - ✓ Área técnica
    - ✓ Institutos que têm realizado quali on line
- >  $\cong$  40 casos

# O que é Quali on line?

- ✓ **Principais características**
- ✓ **Visualização de uma sala de discussões em grupo virtual**



# Tipos de Quali on line

## ✓ Técnicas de grupo:

- Chat em grupo, em tempo real
  - diferentes “nomenclaturas”:
    - Focus Group on line
    - Discussão em Grupo on line
    - Grupo Virtual
- Bulletin Boards: fórum de duração mais longa (semanal, p.ex.)



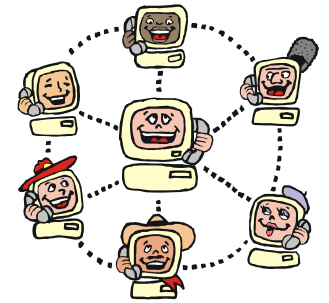
## ✓ Técnicas individuais:

- Entrevistas em profundidade - chat ou ICQ
- Pesquisa por e-mail



# Grupos on line

- ✓ **Serão focalizados aqui os grupos on line:**
  - **Grupo: maioria das pesquisas qualitativas**
  - **Maior clareza dos pontos diferenciais**
    - on line x off line



- ✓ **Influência direta do meio nas possibilidades de análise qualitativa dos dados:**
  - **Dinâmica do grupo**
    - regida de forma diversa
  - **Coleta de opiniões e implicações**
    - expressão verbal x não verbal

# (Pressupostos Pesquisa Qualitativa)

## Discussão em Grupo

*“Investigação não estruturada de um tema, usando-se pequenos grupos, com uma moderação basicamente não dirigida” (Pergentino Mendes de Almeida - Metodologia da D.G.)*



Funciona como demonstração ao vivo dos valores e cognições já consolidados em um grupo social dado → espécie de simulação do próprio grupo social em funcionamento

- Meios de expressão do grupo:
- opiniões individuais manifestas
  - atitudes não-verbais
  - fluxo dos debates
  - processos de bloqueio

Conteúdo obtido vai além das opiniões individuais, reflete a interação dos papéis desempenhados pelos participantes → **dinâmica é parte integrante da análise**

# Montagem dos Grupos on line

## ✓ **Recrutamento → procedimentos variados:**

- **Em geral, métodos on line e convencionais**
  - possibilidade: seleção por banco de dados
  - mas maioria checa e qualifica por fone



## ✓ **Desenvolvimento do grupo → similar aos chats:**

- **Moderador e participantes digitam as falas**
  - alguns softs → têm ícones de expressão
  - Alguns habituados a sinais usados em chats
    - ☺ ☹ :-) :o( GRITOS !!!!! \$\$\$ (rs)
- **Clientes podem acompanhar / observar**
  - comunicação com moderador varia:
    - diretamente no chat, por fone ou ICQ



# “Acomodações” on line

- ✓ Site / sala de grupo → em geral link em site de Instituto ou portal
- ✓ Salas → referência direta ao universo off line
  - Mesmos elementos físicos: forma de chat
    - sala de espera on line
    - sala de grupo on line
    - sala de observação (cliente) on line
  - Possibilidade de exibição de material
    - link para outros sites
    - exibição de imagens, vídeos, músicas
  - Registro automático: intervenções / texto



# Acesso às acomodações - log in

enter

Address: http://www.DGvirtual.com go

# DGvirtual.com

Pesquisa Qualitativa online

## Página de Discussão em Grupo Virtual

Para entrar digite os dados enviados em sua mensagem de confirmação:

usuário: \*

senha: \*

\* campo obrigatório

Internet zone



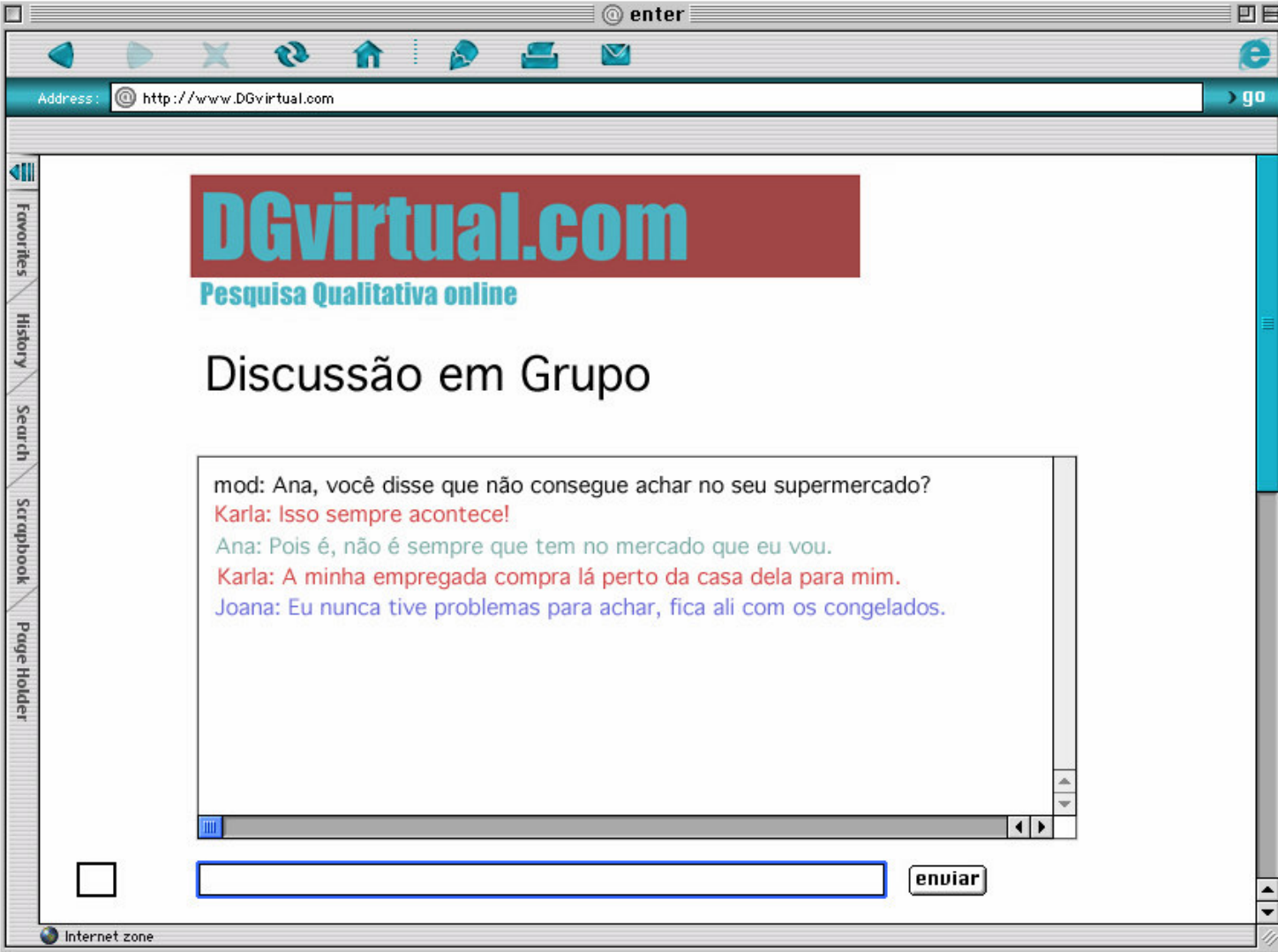
# Sala de espera virtual

The screenshot shows a web browser window with the address bar containing "http://www.DGvirtual.com". The page features a red header with the text "DGvirtual.com" and "Pesquisa Qualitativa online". Below this, the title "Sala de Espera" is displayed. A chat window contains the following text:

mod: Vamos começar assim que chegarem todos os convidados.  
mod: Se quiserem, vocês já podem ir conversando.  
Ana ENTRA NA SALA (14h05)  
Karla: Oi, Ana.  
Joana: Oi Ana!  
Ana: Oi.  
Karla: Vocês já participaram de uma pesquisa assim?  
Joana: Eu não, nunca.

At the bottom of the chat window, there is a text input field with the label "Mod" and a button labeled "enviar". The browser's status bar at the bottom left indicates "Internet zone".

# Sala de grupo virtual - participantes



The image shows a screenshot of a web browser window displaying a virtual group discussion page. The browser's address bar shows the URL <http://www.DGvirtual.com>. The page features a header with the logo "DGvirtual.com" and the text "Pesquisa Qualitativa online". Below the header, the main heading is "Discussão em Grupo". The discussion content is as follows:

mod: Ana, você disse que não consegue achar no seu supermercado?  
Karla: Isso sempre acontece!  
Ana: Pois é, não é sempre que tem no mercado que eu vou.  
Karla: A minha empregada compra lá perto da casa dela para mim.  
Joana: Eu nunca tive problemas para achar, fica ali com os congelados.

At the bottom of the page, there is a text input field and a button labeled "enviar". The browser's status bar at the bottom left indicates "Internet zone".



# Sala de grupo virtual - moderador

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "http://www.DGvirtual.com". The page content includes a large red banner with "DGvirtual.com" and "Pesquisa Qualitativa online". Below this, the text "Job 402/01 - GRUPO II - fem. classe A/B+" is visible. A navigation bar contains links: "ver DG", "Roteiro", "Convites", "Transcrição", and "Job". A central chat area shows a conversation between a moderator and participants. On the right, there is a list of participants under the heading "PARTICIPANTES". At the bottom, there is a text input field labeled "Mod" and an "enviar" button.

Address: <http://www.DGvirtual.com>

## DGvirtual.com

Pesquisa Qualitativa online

Job 402/01 - GRUPO II - fem. classe A/B+

[ver DG](#)   [Roteiro](#)   [Convites](#)   [Transcrição](#)   [Job](#)

mod: Ana, você disse que não consegue achar no seu supermercado?  
Karla: Isso sempre acontece!  
Ana: Pois é, não é sempre que tem no mercado que eu vou.  
Karla: A minha empregada compra lá perto da casa dela para mim.  
Joana: Eu nunca tive problemas para achar, fica ali com os congelados.

**PARTICIPANTES**

- Karla [info](#)
- Ana [info](#)
- Joana [info](#)
- Gabriela [info](#)
- Mariana [info](#)
- Carol [info](#)
- Sabrina [info](#)
- Débora [info](#)

Mod

Internet zone

# Sala de observação virtual - cliente

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying `http://www.DGvirtual.com`. The page content includes a header for **DGvirtual.com** with the tagline "Pesquisa Qualitativa online". The main heading is "Discussão em Grupo". A chat log shows a conversation between participants: a moderator (mod) asks Ana if she can't find something in her supermarket; Karla responds that it always happens; Ana explains it's not always the case; Karla mentions a nearby store; and Joana shares her own experience. On the right, a "PARTICIPANTES" list includes Karla, Ana, Joana, Gabriela, Mariana, Carol, Sabrina, and Débora, each with an "info" link. A "ver TRANSCRIÇÃO" link is also present. At the bottom, there is a text input field with "com." and an "enviar" button. The browser's sidebar on the left shows navigation options like Favorites, History, Search, Scrapbook, and Page Holder.

enter

Address: `http://www.DGvirtual.com` go

## DGvirtual.com

Pesquisa Qualitativa online

### Discussão em Grupo

mod: Ana, você disse que não consegue achar no seu supermercado?  
Karla: Isso sempre acontece!  
Ana: Pois é, não é sempre que tem no mercado que eu vou.  
Karla: A minha empregada compra lá perto da casa dela para mim.  
Joana: Eu nunca tive problemas para achar, fica ali com os congelados.

ver [TRANSCRIÇÃO](#)

#### PARTICIPANTES

- Karla [info](#)
- Ana [info](#)
- Joana [info](#)
- Gabriela [info](#)
- Mariana [info](#)
- Carol [info](#)
- Sabrina [info](#)
- Débora [info](#)

com.

Internet zone

# Transcrição do grupo/texto

**NelsonM - ÓTIMO! ENTÃO VAMOS COMEÇAR**

felipe19 - De que iremos conversar?

NelsonM - VAMOS VER SE VCS SÃO BONS DE PALPITE OU SEXTO SENTIDO... SOBRE QUE ASSUNTO VC ACHA QUE NOS VAMOS CONVERSAR?

eliane24 - Não, podemos começar então.

felipe19 - Algo sobre informática?

eduardo19 - Que pergunta... Política?

murilo21 - jogos virtuais?

luciana25 - serviços

luis18 - Algo relacionado a comércio eletrônico?

felipe19 - Shampoo contra caspa?

eliane24 - Algo sobre informação?

NelsonM - QUENTE, FRIO, QUENTE... O NOSSO ASSUNTO É QUALIDADE DE VIDA

NelsonM - QUAIS AS PRIMEIRAS ASSOCIAÇÕES QUE VC FEZ A ESSE TEMA? TC PALAVRAS SOLTAS MESMO...

felipe19 - Televisão inteligente!

eduardo19 - dinheiro, humor, ar puro

felipe19 - conforto, felicidade, facilidades...

NelsonM - QUE MAIS?

luis18 - Lazer, no-stress, saúde, companheirismo...

murilo21 - tranquilidade, mínimo stress, saúde, amizades, diversão...

eduardo19 - nda de stress, árvores, inteligência, esquilos

NelsonM - LUCIANA, MURILO E LUCIANA, CADÊ VCS?

felipe19 - boa alimentação

eliane24 - Voltado a que enfoque?

luciana25 - estou aqui

eduardo19 - tecnologia que funcione decentemente

NelsonM - DIGO ELIANE, CADÊ VC?

murilo21 - estou aki

luis18 - internet

eliane24 - Estou cm problemas na conexão, mas estou aqui

NelsonM - CADÊ LUCIANA? PERDIDA NO CYBERESPAÇO?...

NelsonM - PRIMEIRA PERGUNTA, PESSOAL: O QUE É QUALIDADE DE VIDA PRA VC?

luciana25 - estou aqui... Toc toc

# Opinião dos Profissionais



- ✓ **Enquete ANEP**
- ✓ **Entrevistas**

# Uso da pesquisa quali on line no Brasil

- ◆ **Baixa familiaridade / conhecimento**
- ◆ **Número muito reduzido de experiências concretas**
- ◆ **Realização de experimentos isolados → iniciativas independentes**



**Certo distanciamento dos profissionais de pesquisa**



**x**

- ◆ **Presença de empresas de software e pesquisa on line vem crescendo no mercado brasileiro**
  - **soluções e ferramentais direcionados à área qualitativa**

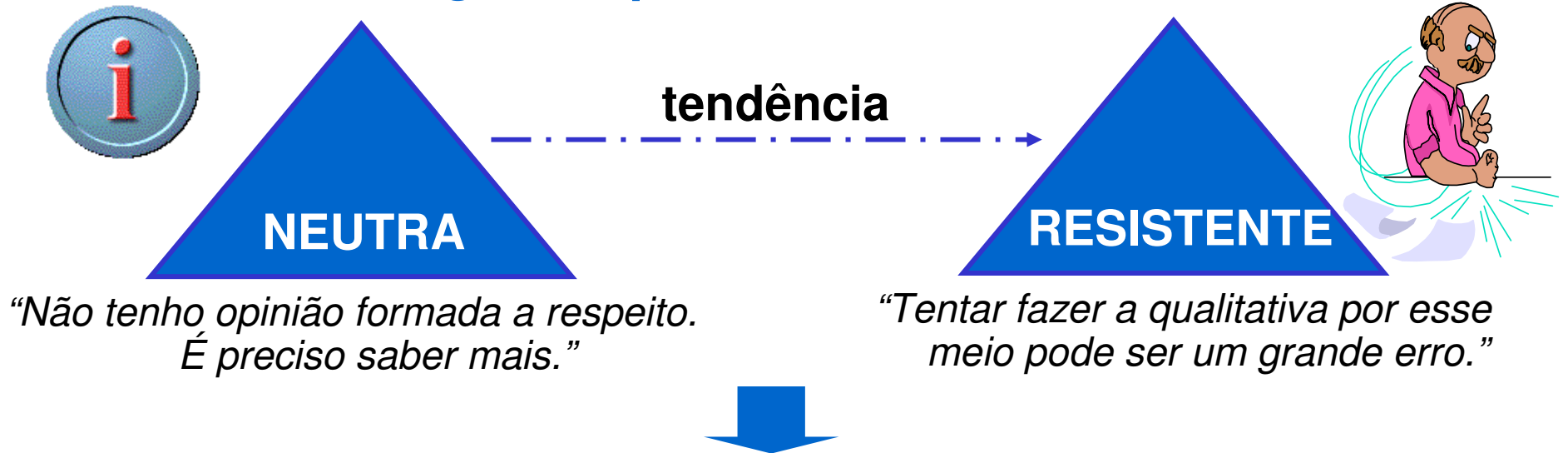


**Diferentes opções de infraestrutura disponíveis**



# O que pensam os não usuários

## Algumas posturas atitudinais:



## Ainda assim, quase todos concordam:

- Parece ser uma tendência futura inevitável
- Sugere redução de custos e prazos
- Mas, sem dúvida: apresenta limitações e restrições claras: *"Deve ser usada com parcimônia"*  
*"Pode ser interessante em alguns casos"*

# O que pensam os não usuários

## Questionamentos:

- 1 Comprometimento da qualidade e profundidade da informação coletada – ou seja, do objetivo básico e inerente à pesquisa qualitativa:



- Impossibilidade de percepção e decodificação da linguagem não-verbal e intensidade da fala
- Tendência a um discurso + racional, objetivo e direto → perda da riqueza e subjetividade próprias da abordagem qualitativa
- Desaparecimento de sutilezas e nuances



# O que pensam os não usuários

2 Especificamente no caso dos Grupos on line:



- Menor interação e discussão entre os participantes
- Dinâmica linear e dirigida → diferente daquela estabelecida com a Discussão em Grupo, que considera os movimentos do grupo como parte integrante do resultado (pausas, silêncio, tumulto, liderança, divisão ...)
- Tendência a se assemelhar mais ao conceito de Focus Group que Discussão em Grupo → entrevista grupal dirigida e mais estruturada



# O que pensam os não usuários

## 3 Perda do controle sobre quem participa:



- **Maior dificuldade em controlar e assegurar a identidade do participante**
- **Maior dificuldade em garantir seu comprometimento e veracidade das informações (situação de anonimato e “cultura dos chats” propiciariam o descompromisso ou exercício de fantasias pessoais)**



# O que pensam os não usuários

## 4 Abordagem limitada a perfis específicos:



- Penetração da Internet no Brasil ainda restrita a determinados segmentos, principalmente de classe sócio-econômica
- Meio requer habilidade e domínio de linguagem escrita via teclado, além de familiaridade com a rede e chats em geral



# Questionamentos

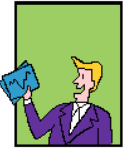
## FAQ



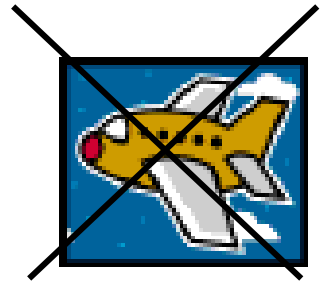
### Respostas segundo:

- ✓ **O que tem sido publicado/papers**
- ✓ **O que dizem empresas e profissionais que oferecem serviços em Quali on line**

# Quais são os diferenciais de grupos on line? segundo o que se vende



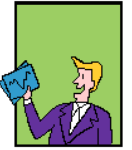
- ✓ **Acesso a entrevistados/targets que não seriam bem alcançados de outra forma para trabalho em grupo**
- ✓ **Respondentes anônimos --> temas delicados**
  - **diminuição de constrangimento**
- ✓ **Possibilita dispersão geográfica - até internacional**
  - **da amostra/participantes dos grupos**
  - **dos envolvidos: instituto, moderador, cliente**



## Observações:

- *pesquisa internacional: limitações de idioma e fuso horário*
- *dispersão geográfica da amostra: e a busca da homogeneidade do grupo?*

# Quais as outras vantagens de grupos on line? segundo o que se vende



- ✓ **Ausência de monopólio de expressão**
  - menor influência e liderança de um participante
- ✓ **Igual oportunidade para todos se expressarem**
  - preconceitos atenuados
  - participação mais homogênea - “horizontalidade”
    - mais intensa, mesmo entre os mais tímidos
- ✓ **Conteúdo das colocações → mais breve e essencial**
  - maior densidade, informação mais relevante



## Observações:

- *a questão da liderança é contestada por alguns profissionais do mercado*
  - *faria parte da dinâmica de grupo e dos resultados quali em si*
- *a qualidade/conteúdo da informação ponto polêmico / restritivo*
  - *inclusive entre alguns dos fornecedores e os que já usaram*

# ***E quais as desvantagens/limitações? ?***

***segundo o que se vende***



- ✓ **A maioria reconhece restrições físicas do meio**
  - **Atinge só público que é familiarizado com:**
    - **computadores, Internet, digitação e até chats**
    - **linguagem escrita/comunicação verbal**
  - **perdas na comunicação não verbal/gestual**



- ✓ **Alguns apontam limitações de conteúdo/qualidade**
  - **menor possibilidade de aprofundar informações**
  - **aplica-se melhor a problemas menos complexos**

## **Observações:**

- *há uma clara tendência de popularização de computadores e Internet*
- *para muitos profissionais: limitações de conteúdo e meio comprometem seriamente os resultados e afetam a essência da pesquisa qualitativa*

# Como fica a interação do grupo? segundo o que se vende



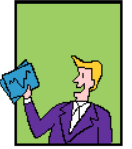
- ✓ **A interação entre o grupo é de natureza diferenciada**
  - **mas todos colocam que ocorre interação grupal**
  
- ✓ **Há mecanismos/regras para a comunicação**
  - **podem ler colocações/respostas dos demais**
  - **podem fazer perguntas para os outros**
  - **alguns softs: comunicação direta e privada**
    - **entre moderador x participantes**
    - **entre participantes (mas moderador pode ler)**



## Observações:

- *a definição do que seria interação grupal é fundamental neste caso*
- *para alguns profissionais, a essência da interação estaria comprometida*

# Como fica o controle dos respondentes? segundo o que se vende



- ✓ **Recrutamento e identificação do respondente**
  - todos fornecedores declaram meios de controle
    - RG, CIC, documentos com fotos
    - cadastro: consistência entre os quesitos
  
- ✓ **Maioria usa checagem por telefone e cuidados**
  - antes, durante e depois do grupo on line
  - consultar e inscrever entrevistados - ANEP/CRQ

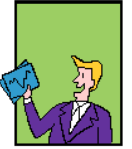


## Observações:

- *identidade do respondente: um dos pontos cruciais on line*
  - *necessidade de ter controles específicos e eficientes*
- *fornecedores: dificuldades de recrutamento similares às das DGs off line*
- *problema adicional: maioria das empresas e profissionais de recrutamento não está hoje familiarizada com informática e Internet*



# ***O moderador off line modera bem on line ?*** ***segundo o que se vende***



- ✓ **Para maioria dos fornecedores, nem sempre:**
  - **experiência off line e habilidades específicas**
    - **digitação rápida, familiaridade com Internet**
    - **controle: tela, fluxo de pensamento do grupo**
  - **mas todos reconhecem que uma pessoa que não modere off line não terá bons resultados on line**
  
- ✓ **alguns mantêm cursos e treinamento (mais nos USA)**



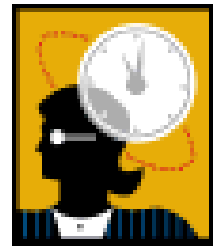
## **Observações:**

- *este ponto é de crucial importância para a categoria de pesquisadores*
  - *as “habilidades” em informática não bastam, obviamente*
  - *mas risco de “pseudo moderadores” hábeis em informática é alto*

# Como é a moderação e a análise? segundo o que se vende



- ✓ alguns artigos citam 6 respondentes como ideal
  - melhor controle e aproveitamento
- ✓ o roteiro tem que ser mais fechado/programado
  - em geral, digita-se previamente
    - roteiro/perguntas e falas facilitadoras
  - softs permitem acessar rapidamente este script
- ✓ fornecedores divulgam que a análise é mais rápida



## Observações:

- *o roteiro é um ponto bastante criticado por muitos pesquisadores*
  - *sua maleabilidade, muito importante em quali, seria comprometida*
  - *o acompanhamento do fluxo do grupo também se tornaria difícil*
- *em termos de prazo, somente se “economiza” o tempo de transcrição*
- *roteiro estruturado → entrevista em grupo mais do que D.G.*

# Os grupos on line são mais baratos?

## segundo o que se vende



- ✓ **Preço mais baixo/economia: conceito inerente**
  - propalado pelos fornecedores como vantagem
  - justificativa de adoção em muitos artigos



- ✓ **Sempre → alta expectativa do mercado em geral**
  - para muitos, condição de viabilidade/adoção



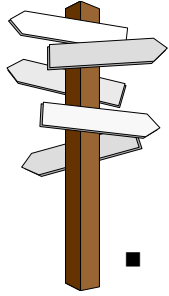
### Observações:

- *na verdade, as menções a custo referem-se a um conceito mais amplo:*
  - *economia de verba para o cliente → gastos mais globais, orçamento*
    - *viagens, locomoção até a sala de DG, até tempo planejando viagens*
- *não se está falando tanto de um preço mais baixo pago ao instituto*
  - *No entanto, expectativa também presente → chega a ser exigência*
- *custos de uso dos softs pesa muito atualmente na composição do custo*
  - *que acaba excedendo o das DGs off line*
  - *volume pequeno → na realidade, o momento é de investimento!!*

# Palavras finais

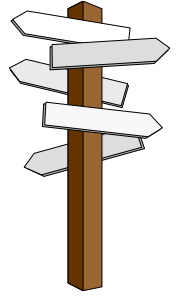
✓ **Perspectivas**

# Perspectivas



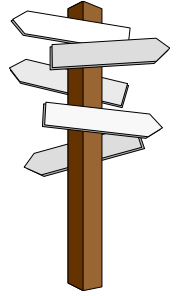
- **A julgar pelas definições e conceitos básicos da metodologia qualitativa e principalmente da técnica de DG, parece haver em princípio certa “incompatibilidade de gênios” na pesquisa qualitativa on line**
- **Ao mesmo tempo, não se pode ignorar os avanços da Internet e as novas linguagem de interação e representação das relações sociais**
- **Até que ponto tal incompatibilidade inviabilizaria a utilização do meio é o que se deve discutir mais profundamente**

# Perspectivas



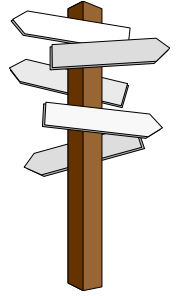
- De qualquer maneira, há um consenso entre os profissionais usuários e não usuários:
  - Deve ser vista como uma técnica adicional, complementar e não substituta das D.Gs ou F.Gs, que produz uma dinâmica de grupo própria e eminentemente nova
  - Deve ser mais uma técnica entre outras, que se propõe a solucionar alguns problemas de pesquisa e não todos

# Perspectivas



- **A partir do material levantado algumas aplicações podem ser discutidas e consideradas:**
  - **Grupos com targets de difícil acesso através da via off line (executivos, médicos, autoridades)**
  - **Grupos “institucionais” (público interno de empresas)**
  - **Grupos sobre temas delicados (questões socialmente difíceis)**
  - **Grupos / entrevistas de assuntos relacionados à tecnologia e Internet**

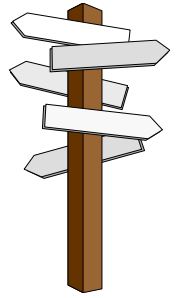
# Perspectivas



- **Aplicações ...**
  - **Grupos que procuram respostas mais objetivas e pontuais (ex. *disaster check* entre 2 embalagens)**
  - **Complementação de pesquisa qualitativa off line :**
    - **Outras regiões geográficas**
    - **Com targets diferentes**
    - **Após uso de produto**



# Perspectivas



- **O momento pede que o profissional de pesquisa tenha uma atitude investigativa:**
  - **De modo a compreender como esse mercado está se constituindo**
  - **Construir argumentos consistentes para a formação de massa crítica**
  - **Para ser o responsável pela implantação e validação das possíveis condições de uso desse novo instrumento**
- **Caso ele se exima dessa responsabilidade corre o risco de ficar à margem de um processo já em andamento**
- **O próximo passo seria uma discussão mais aprofundada entre a comunidade de pesquisa, com a realização de experimentos investigativos práticos.**

# Agradecimentos

- ✓ GMI
- ✓ QualiBest
- ✓ Diga-me
- ✓ Itracks
- ✓ BitTime
- ✓ Colegas:
  - que participaram da Enquete ANEP
  - que concederam entrevistas pessoais e telefônicas
  - agradecimentos especiais:
    - Carolina Barreira
    - Marcelo Coutinho
    - Silvia Cervellini
    - Nelson Raul Saraiva

