

ORGANIZANDO-SE PARA O MESTRADO

UM “GUIA” DE TÉCNICAS DE ORGANIZAÇÃO PARA COLETA
DADOS, LEITURA E ESCRITA BASEADOS NA EXPERIÊNCIA
PESSOAL E CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA QUALITATIVA

Sílvia Assumpção do Amaral Tomanari – ECA USP

amaral@rocketmail.com

Artigo publicado na Revista Administração On Line (ISSN 1517-7912)

Volume 1 – Número 3 (julho/agosto/setembro – 2000)

FECAP – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado

http://www.fecap.br/adm_online/art13/silvia.htm

INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo auxiliar ingressantes de mestrado na organização, coleta de dados (baseada em pesquisa bibliográfica) e escrita de textos científicos como artigos, *papers* e a própria dissertação de mestrado, através de experiência pessoal e técnicas baseadas em características da pesquisa qualitativa (como Fenomenologia e *Grounded Theory* - Teoria Fundada).

As “técnicas” propostas visam a organização do autor. Não têm pretensão de esgotar o assunto e nem serem tomadas como as melhores (afinal, o que pode ser útil para um, pode não o ser para outro). Cabem aqui meras sugestões que podem - e devem - ser adaptadas ao tipo de trabalho escolhido e até mesmo às características do próprio escritor.

A idéia de escrever este texto veio, justamente, da sala de aula do curso de pós-graduação. Os ingressantes no mestrado (e eu me incluo neste grupo) não tinham noções básicas sobre o processo todo que envolve a pesquisa e sua dissertação. Eu, por exemplo, achava que fazer fichamentos dos textos lidos era realizar um resumo dos mesmos; percebi que não era bem assim. Outros nem resumo faziam; liam os textos e esperavam que no final, quando fossem escrever a dissertação, lembrariam de tudo. Ingenuidade a nossa. Veremos, no decorrer do texto, o porquê.

O propósito deste estudo, além de dicas baseadas em experiência pessoal, é mostrar como algumas características da pesquisa qualitativa podem ajudar no processo de coleta de dados e escrita de um artigo, dissertação, ou texto científico. A fim de deixar o tema mais didático proponho a divisão do assunto em seis etapas:

- 1) Definição do tema
- 2) Pesquisa bibliográfica e seleção dos textos
- 3) Organização dos textos para leitura
- 4) Leitura
- 5) Fichamentos
- 6) Escrita

ETAPAS

1) DEFINIÇÃO DO TEMA

É óbvio que a primeira coisa que se tem que fazer, ao iniciar uma pesquisa é a definição do tema e objetivo da mesma. A partir dessas premissas básicas inicia-se a pesquisa bibliográfica a fim de coletar o maior número de informações pertinentes ao assunto selecionado. Evidentemente, um artigo (ou texto, ou dissertação) pode não se basear somente na pesquisa bibliográfica; geralmente ela é acompanhada de outros meios de coleta de dados como entrevistas, observações, experimentos. Este texto tem como objetivo focar tão somente a pesquisa bibliográfica (mas lembre-se que as “técnicas” sugeridas aqui podem ser, também, adaptadas a outros tipos de coleta de dados - principalmente a pesquisa qualitativa, de onde foi tirada a base para esta “metodologia de leitura e escrita”).

Uma definição clara do tema e, conseqüentemente o objetivo da pesquisa, é fator fundamental para a realização de uma pesquisa bibliográfica eficiente (que não desperdice o tempo do pesquisador e que contenha o número “ideal” de textos específicos sobre o assunto desejado).

2) PESQUISA BIBLIOGRÁFICA E SELEÇÃO DOS TEXTOS

Segundo Saint-Georges (1997), a pesquisa documental é aquela que recorre essencialmente a documentos escritos (livros, artigos de revista, relatórios de investigação, etc.) cujos locais privilegiados são as bibliotecas, os centros de documentação ou os centros de investigação. A pesquisa documental pode recorrer, também, a documentos não escritos. A pesquisa bibliográfica é uma das técnicas particulares da pesquisa documental e se limita exclusivamente às fontes escritas. “Fala-se de pesquisa bibliográfica quando se trata de descobrir textos (livros, artigos, documentos) sem omitir uma referência essencial, mas sem se deixar submergir pelo que não tem interesse.” (Saint-Georges 1997: 32)

Saint-Georges propõe duas maneiras de realizar uma pesquisa bibliográfica:

- **Maneira Prática:**

Consultar primeiro um ou mais especialistas e questioná-los sobre as tendências recentes da investigação (estabelecer uma boa lista de pessoas a contactar - professores, colegas, profissionais da área).

As primeiras obras consultadas remeterão para outras formando uma “bola de neve”. É aconselhável dar preferência a autores e títulos mais frequentemente citados e nas obras mais recentes. Para separar o importante do acessório pode-se interrogar os especialistas novamente (que, no mínimo, poderão afastar de imediato o que se situa fora do assunto da investigação).

- Maneira Exaustiva:

Efetuamos um trabalho de análise aprofundada do problema formulado, o que nos permitirá formar uma idéia mais precisa dos domínios que o problema aflora e descobrir um certo número de temas que decompõem o assunto central e que irão orientar as primeiras diligências. O uso de dicionários e enciclopédias permite a estimulação da reflexão nesta fase. Permite-nos-ão ter em conta vários aspectos em que não tínhamos pensado inicialmente e eliminar as pistas inúteis.

Em seguida, nos dirigimos a várias bibliotecas científicas ou centros de documentação especializados para consultarmos seus catálogos. Realizamos uma primeira seleção centrando nos autores simultaneamente mais citados e mais recentes. Esta lógica exaustiva conduz a pensar que será necessário conhecer e ler tudo sobre a questão em estudo. Remete para o modelo de referência do cientista e do erudito.

Estas são apenas duas formas de se realizar pesquisa bibliográfica, e, ou meu ver, parecem suficientes. Atualmente, entretanto, temos o privilégio de poder utilizar a Internet como uma outra fonte de pesquisa para nossos estudos. Acredito que a Internet seja uma fonte preciosa de dados, mas em poucos casos fornece acesso ao texto integral; normalmente o que se obtêm são textos sem cunho científico, referências bibliográficas (o que, muitas vezes, é bem útil), *abstracts* e dados sobre o autor. Há, também, sites (geralmente pagos) que fornecem os textos na íntegra, como é o caso do PROQUEST (com milhares de artigos relacionados à marketing, administração, comunicação e economia). Essa utilidade, muitas vezes, é também um recurso de bibliotecas. A biblioteca da FEA, por exemplo, possui um computador para pesquisa e impressão de artigos do PROQUEST, onde a pesquisa é gratuita, mas a impressão dos artigos é um serviço pago à parte.

O uso do PROQUEST me forneceu acesso a textos que não encontrei em nenhuma biblioteca nacional (seria preciso uma visita ao estrangeiro para conseguir tais textos). A compra de livros estrangeiros por computador também facilita o processo. Ainda é mais barato, e rápido, pedir um livro via sites como AMAZON (que oferece a possibilidade de envio rápido) do que encomendá-los em livrarias - o que pode levar meses. Hoje em dia até livros fora de impressão são comprados em sebos cibernéticos. Temos que concordar,

portanto, que o computador e a Internet são instrumentos de muito valor na coleta de dados.

Pela minha experiência, que, sinceramente, não é muita, percebi que as referências bibliográficas dos artigos ainda é a melhor fonte bibliográfica sobre textos relacionados ao assunto escolhido. É, entretanto, quase impossível localizar todos os textos dessas referências, principalmente textos estrangeiros. O “efeito bola-de-neve” é realmente assustador. Com apenas uma dúzia de artigos a sua bibliografia “ideal” poderia chegar a centenas de textos! É a hora de peneirar tudo com a ajuda do orientador, profissional da área ou seu próprio bom senso (caso esteja estudando um assunto pouco conhecido no seu país, onde não haja profissionais que possam te ajudar nesta etapa).

Uma boa dica para quem está nesta última situação é ler os *abstracts* dos artigos ou dar uma “passadinha de olho” por todo o texto a fim de detectar conceitos de interesse. Checar a bibliografia utilizada no artigo também é uma boa dica para ver se o mesmo trata dos assuntos que você procura (se nas referências bibliográficas não aparecer nenhum texto com título referente ao seu objeto de estudo, é muito provável que o texto não acrescente nada de útil para sua investigação). Estas dicas parecem óbvias, mas muitas vezes nos esquecemos desses detalhes tão simples e acabamos por perder horas e horas do nosso precioso tempo.

Outra dica é descobrir os endereços eletrônicos (via Internet) dos principais estudiosos do assunto no mundo todo e escrever uma mensagem gentil pedindo qualquer tipo de orientação como dicas de sites, de livros, de bibliografias, conferências, seminários e até empresas que trabalhem na área. Dependendo da forma como você escrever a mensagem, o retorno pode ser muito agradável (desde emails com dados *attached*, até dicas de congressos e materiais enviados por correio para sua casa!). Esses primeiros contatos também podem ser de grande importância caso você pretenda fazer um doutorado no exterior; mas lembre-se: essas pessoas são MUITO ocupadas, tente resumir suas mensagens ao máximo, dê um breve histórico seu, ponha-se à disposição para troca de informações e sempre, sempre, sempre agradeça os retornos obtidos. Caso não haja retorno, não insista e anote em algum lugar para que você não torne a procurar a mesma pessoa novamente. Peça ajuda para, no máximo, uns 5 profissionais da área (pois, geralmente, os estudiosos de um mesmo assunto mantêm contato entre si e você, certamente, não gostaria de ficar conhecido como o “chato que manda mensagens para todo mundo”).

Uma outra observação a fazer é que os textos nem sempre falam somente do assunto que queremos estudar; é necessário, portanto, separar os assuntos pertinentes ao

estudo (até mesmo realizando uma leitura específica para encontrar esses assuntos dentro de um determinado texto) e os assuntos que podem vir a interessar em estudos futuros (ex: doutorado). Portanto, nunca descarte um texto que não parece ser útil no momento. Anote, em algum arquivo, a bibliografia do texto, onde encontrou e do que se trata. Este procedimento pode ser de grande utilidade, tanto no presente como no futuro. No presente porque, muitas vezes, lemos uma referência bibliográfica que remete a um texto supostamente interessante e vamos procurá-lo na biblioteca, por exemplo; o que não lembramos é que, as vezes, já fomos atrás desse mesmo texto e vimos que ele não tinha utilidade no momento. Por esta razão, é sempre bom anotar os textos que já foram procurados e não contribuiriam para o estudo no momento. Digo no momento, porque, muitas vezes este mesmo texto pode ser de grande utilidade no futuro, portanto sempre anote sobre o que se tratava o texto, assim, quando precisar saberá que o assunto X estava presente no artigo Y, que se encontra na biblioteca Z.

Cabe aqui mais uma pequena sugestão. Mantenha um arquivo com o nome “Textos não utilizados” ou coisa semelhante. Nele, coloque a bibliografia completa e uma pequena observação sobre o que se trata o mesmo. Desta forma, quando encontrar uma referência bibliográfica que parece interessante, cheque se já não a procurou antes; procure-a tanto no arquivo “Textos não utilizados” como na “Bibliografia” (veremos no item 3) porque, muitas vezes, você até já adquiriu o mesmo. Vale lembrar: estamos lidando com muito material; se a sua memória for como a minha, no final vai perceber que acabou procurando um mesmo texto (ou vários) duas ou três vezes e acaba por perceber que gastou dinheiro a mais com xerox e tempo demais à toa.

Aproveitando a deixa, abra um arquivo denominado “Bibliografia pendente” ou similar. Neste arquivo você coloca todos os textos e livros que parecem interessantes, mas que você ainda não adquiriu. Para facilitar a procura, organize a bibliografia por tipo de fonte (artigo, livro, teses, Internet, outros). Com relação aos artigos, organize pelo nome do periódico em que se encontra. Desta forma se perde menos tempo indo e voltando das prateleiras da biblioteca. Outra dica é colocar, no final, o local onde já procurou o artigo e não encontrou e aonde provavelmente encontrará. Veja a seguir:

ARTIGOS**ABN & SOC. PSYCHOL.**

VERMON, P. E., ALLPORT, G. W. A test for personal Values. *Abn. & Soc. Psychol.*v. 26. p. 233. 1931. (não tem no iPROQUEST) deveria ter IP, mas não achei.

ADMAP

BOWLES, T. Does Classifying people by lifestyle really help the advertisers?. *ADMAP.* p. 36-40. May 1987. (não tem no iPROQUEST)

ADVERTISING AGE ISSN 0001-8899

GRAHAM, Judith. New VALS 2 takes psychological route. *Advertising Age.* p.24, Feb. 13, 1989. (não procurei, deve ter na ECA) (não tem no iPROQUEST)

NELSON, Alan R. New Psychographics: Action-Creating Ideas, not Lifeless Statistics. *Advertising Age.* p. 1, 34. June 28, 1971. (não tem no iPROQUEST)

ADWEEK [Eastern Ed.] (ISSN: 0199-2864)

SCHARAGE, Michael. Ways and Memes. *Adweek.* v. 33, n. 34, p. 24. Aug. 24, 1992. (não tem no iPROQUEST)

LIVROS

- ALLPORT, G. W., VERMON, P. E., LINDSEY G. A. *A Study of Values.* Boston: Houghton-Mifflin, 1960.
- ARNDT, J. (ed.). *Insights into Consumer Behavior.* NY, Allyn and Bacon, 1968. (tem texto do Wells)
- BERRIGAN, John. *Marketing de Segmentação.* Atlas (indicação do Mitsuru)
- CROFT, Michael J.. *Market Segmentation: a step-by-step guide to profitable new business* (marketing for managers) Intl. Thomson Business Pr. (Shit Dsc) isbn 0415097363 (15,95)
- GREYSER, Stephen (ed). *Toward Scientific Marketing.* Chicago: American Marketing Association. 1963 (p. 140-151)
- ENGEL, James F., FIORILLI, Henry F., CAYLEY, Murray Y.. *Market Segmentation: Concepts and Applications.* New York Holt, Rinehat and Winstan, Inc. 1972 p. 196

TESES

TOLEDO, Geraldo Luciano. *Segmentação de mercado e estratégia de marketing.* Tese (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 1972. FEA t 658.8 t649s

CUNHA, Vera Lúcia B. M. C. da. *Segmentação de mercado e posicionamento estratégico.* Tese (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 1996. FEA t658.8 c 972s

GRISI, Celso Cláudio. *Contribuição ao estudo das técnicas de segmentação de mercado: uma análise de dados sobre apostadores da Loteria Federal.* Tese (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 1986. FEA t658.83 g869c

OUTROS

- VALS 2 : Your Marketing Edge for the 1990s. (Menlo Park, CA: SRI International, Values and Lifestyle [VALS] Program).
- Personal Communication from the VALS Program. Business Intelligence Center, SRI Consulting, Menlo Park, CA, February 1, 1996.
- CROCKER, Stephen. VALS Classification System User's Manual. Menlo Park, CA: SRI International. 1985.

A fim de facilitar o trabalho é interessante manter, também, um arquivo onde todos os periódicos de interesse venham seguidos de seu número de registro (ISSN) e bibliotecas que o possuem (e não) com seus respectivos códigos e anos disponíveis. Veja um exemplo abaixo:

PERIÓDICO	LOCAL	CÓDIGO	ANOS
Advances in Psychology (Amsterdan Holanda)	IP	Adv p	80-93
Advertising Age ISSN: 0001-8899	ECA	659.1	83-2000
Advertising and Consumer Psychology	não tem na ECA nem na FEA		
Business Periodical Index	FEA	P 016.658 B 979	61-2000
European Journal of Marketing ISSN: 0309-0566	FEA	p658.8 E658.89	76-91
	ECA	658.8	81-99
EUROPEAN JOURNAL OF SOCIAL PSYCHOLOGY (Inglaterra)	IP	EUR JPS	80-99
European Management Journal ISSN: 0263-2373	não tem FEA / ver ECA e GV		
Journal of Applied Psychology	IP	Jou ApP	1929, 1933-36, 39, 43, 45-64, 65-93, 94-99

O ideal é tirar um dia somente para ir às bibliotecas a fim de coletar os dados sobre os periódicos através dos catálogo ou próprio computador (periódicos de interesse, seu ISSN, os exemplares disponíveis - anos e volumes, e seu código da prateleira). Anote as informações e depois passe para o computador.

3) ORGANIZAÇÃO DOS TEXTOS

Mesmo tendo selecionado os textos mais pertinentes ao assunto a ser investigado, você, provavelmente, acabará por se defrontar com uma ou duas pilhas enormes de textos. E agora? O que fazer?

O primeiro passo é se organizar. O que eu recomendo é que se adquira uma pasta fichário grossa (ou duas, ou três - dependendo do número de textos coletados), plásticos em número correspondente (ou superior) ao número de textos escolhidos, etiquetas para impressão via computador, canetas coloridas, lápis, papel e um computador com impressora. É óbvio que o uso do computador auxilia muito o processo, mas caso não tenha acesso a nenhum, faça na mão ou máquina de escrever (dá muito mais trabalho, mas também funciona). Agora que você tem o material vamos iniciar o processo de organização:

Pegue todos os textos e tire uma cópia a mais (se não quiser “estragar” o original). No canto superior direito coloque a data do mesmo em vermelho e, a lápis, coloque o local onde encontrou o mesmo (ex: biblioteca da ECA, página da Internet, etc.). Coloque cada texto em um plástico e coloque na pasta em ordem cronológica (decrecente ou ascendente, não faz diferença). Este procedimento auxilia muito na hora de encontrar um texto específico.

Passe para o computador a bibliografia completa (seguindo as normas da ABNT ou da revista a que se vai enviar o artigo) de todos os artigos ou livros selecionados. O

ideal aqui é colocar em ordem alfabética pelo sobrenome dos autores; desta forma a bibliografia do seu texto final já fica praticamente pronta.

A fim de auxiliar no processo de organização uma outra sugestão é fazer a bibliografia seguindo o modelo abaixo. Neste caso você tem, num único arquivo (“Bibliografia”), várias informações sobre o processo da leitura (como local onde há o texto [se quiser pode colocar o código do periódico ao lado], se você já conseguiu obtê-lo [porque há vezes em que você sabe da existência de um texto que pode ser bem interessante, mas ainda não conseguiu obtê-lo], se já leu e quando leu, e se já fez o fichamento do mesmo - coloque o número do fichamento ou o nome do arquivo onde está).

BIBLIOGRAFIA	ENCONTRADA	ADQUIRIDA	LIDA	FICHA nº
AAKER, David A., FUSE, Yasuyoshi, REYNOLDS, Fred D. Is Life-Style Research Limited in its Usefulness to Japanese Advertisers?. <i>Journal of Advertising</i> , v.11, n. 1, p. 31-36, 48, 1982.	FEA (658.845s)	ok		
ALLPORT, G. W., VERMON, P. E., LINDZEY G. A. <i>A Study of Values</i> . Boston: Houghton-Mifflin, 1960.				
APPEL, David L.. Market Segmentation - A Response to Retail Innovation. <i>Journal of Marketing</i> , v. 34, n. 2, p. 64-67, Apr. 1970.	FEA	ok	27/5/00	70-1
ALPERT, Lewis, GATTY, Ronald. Product Positioning by Behavioral Life-styles. <i>Journal of Marketing</i> , v. 33, p.65-69, April 1969.	FEA	ok	30/5/00	69-2
BAINBRIDGE, Heather. Beyond Demographics. <i>Wireless Review</i> , v. 16, n. 11, p. 61-62, June 1, 1999.	iPROQUEST	ok		
BEATTY, Sharon E., HOMER, Pamela, KAHLE, Lynn R.. Problems with VALS in International Marketing Research: An Example from an Application of the Empirical Mirror Technique. <i>Advances in Consumer Research</i> , v. 15, p. 375-380, 1988.	Internet www.acrweb.org	ok		
BEATTY, Sharon E., KAHLE, Lynn R., HOMER, Pamela, MISRSA, Shekhar. Alternative Measurement approaches to Consumer Values - The List of Values and the Rokeach Value Survey. <i>Psychology & Marketing</i> , v. 2, p. 181-200, 1985.	MIT			
BECKER, Boris W.. Values in Advertising Research: A Methodological Caveat. <i>Journal of Advertising Research</i> , v. 38, n.4, p. 57-60, July/August 1998.	ECA	ok		
BELCH, George E., BELCH, Michael A.. <i>Introduction to Advertising and Promotion</i> : An Integrated Marketing Communications Perspective. 3.ed. San Diego State University : Irwin, 1995.	tenho o livro	ok		

Usando o sistema de copiar e colar, passe os dados dos textos que você já adquiriu para um outro arquivo e o denomine, por exemplo, como “Bibliografia Adesivos”. Imprima-os e os cole em cada plástico respectivo. Desta forma, você terá como saber se algum texto foi retirado do fichário e não retornou ao mesmo e, assim, manter controle sobre o seu material. Como sugestão é interessante colocar o ano em vermelho para facilitar a hora de colocar na pasta (uma vez que estará em ordem cronológica) e colocar o local onde encontrou o texto em azul (para facilitar se, no futuro, for necessário localizar o original do texto - muitas vezes porque o xerox cortou palavras, ou falta páginas, ou até se você perdeu o mesmo).

AAKER, David A., FUSE, Yasuyoshi, REYNOLDS, Fred D. Is Life-Style Research Limited in its Usefulness to Japanese Advertisers?. <i>Journal of Advertising</i> , v.11, n. 1, p. 31-36, 48, 1982. FEA	DABHOLKAR, Pratibha A. Review of books, software, and videos. The book Beyond Games: The Marketing Power of Psychographics by Rebecca Piirto is reviewed. <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> , v. 21, n. 3, p. 259-260, Summer 1993. FEA
APPEL, David L.. Market Segmentation - A Response to Retail Innovation. <i>Journal of Marketing</i> , v. 34, n. 2, p. 64-67, Apr. 1970. FEA	DANAHER, Peter J., RUST, Roland T. Linking Segmentation Studies. <i>Journal of Advertising Research</i> , v. 32, n. 3, p. 18-33, May/June 1992. FEA
AGARWAL, Manoj K., MUTHUKUMARAN, N. S., SHARMA, C. K.. A Psychographic Segmentation of the Indian Youth Market. <i>Journal of the Market Research Society</i> , v. 32, n. 2, p. 251-259, Apr. 1990 FEA	DEMBY, Emanuel H. Psychographics revisited: The Birth of a Technique. <i>Marketing Research</i> , v. 6, n. 2, pg 26-29, Spring 1994 iPROQUEST
AUKEN, Stuart Van.. General Versus Product-Specific Life Style Segmentations. <i>Journal of Advertising</i> , v. 7, n. 4, p. 31-35, Fall 1978. FEA	DUBOW, Joel S. Occasion-based vs. User-based Benefit Segmentation: A case study. <i>Journal of Advertising Research</i> , p. 11-18, March/April 1992. FEA
BEANE, T. P., ENNIS, D. M. Market Segmentation: A Review. <i>European Journal of Marketing</i> , v. 21, n. 5, p. 20-42. 1987. FEA	DUNN, Brian. Reversing a Trend. <i>Advertising Age</i> , v. 64, n. 49, p. SS14-SS15, Nov. 22, 1993. ECA

Obs.: deixe sempre um espaço em branco na etiqueta para poder fazer pequenas anotações a lápis na mesma como a data de leitura e data e nome do fichamento (como veremos a seguir).

4) LEITURA

Tudo organizado, podemos começar a leitura. Surgem, então, as questões: “Por onde começar? Qual texto devo ler primeiro? Devo seguir uma ordem cronológica? Devo ler todos de um mesmo autor e só então passar para outro?”

As respostas à estas questões são muito pessoais; vai depender do tipo de trabalho que se quer realizar. Se o objetivo do seu texto final for oferecer um histórico sobre tudo que foi escrito a respeito de um assunto, a leitura cronológica (do mais antigo para o mais recente) parece bastante pertinente. Entretanto, se este não for o seu caso, talvez a melhor forma de leitura seria iniciar com textos mais abrangentes, que forneçam dados gerais sobre o assunto e textos de autores já “consagrados”. Deixe para o final textos que falem sobre assuntos muito específicos; no início é mais importante assimilar de forma clara os conceitos gerais envolvidos no assunto a ser discutido. Para saber se o texto é geral ou específico leia o resumo ou *abstract*, pois ele sempre oferece as idéias gerais de um artigo. No caso de livro, pegue o índice e veja o que parece interessar mais, vá ao capítulo e leia a introdução do mesmo.

Eu recomendo tirar uma cópia do artigo, livro ou capítulo a ser lido, desta forma, realizar anotações na medida que a leitura vai sendo realizada, não danifica o original da obra. Não esqueça de colocar a bibliografia completa na primeira página do texto (xerox).

O ideal seria a realização de pelo menos **três leituras** do mesmo texto. A **primeira** seria sem compromisso, somente para entender os conceitos gerais, a **segunda**, já de lápis na mão, teria o objetivo de assinalar as partes mais importantes, e a **terceira** separar o texto de acordo com os assuntos (também conhecidos como: categorias, essências, classificações, classes temáticas, *codes*, *unit meanings* ou unidades significativas) que ele abrange. Estas três leituras têm origem nos estágios do método fenomenológico.

Segundo Giorgi (1985), o método fenomenológico é constituído por quatro estágios essenciais:

- 1) Leitura da descrição concreta que o sujeito relatou a fim de compreender as idéias gerais de todo o relato (senso do todo).

- 2) Uma vez que as idéias gerais foram compreendidas, o pesquisador lê novamente o relato a fim de discriminar as “unidades significativas” (*unit meanings*) através de uma perspectiva psicológica focalizada no fenômeno que está sendo pesquisado.
- 3) Depois de delineadas as unidades significativas, o pesquisador tenta encontrar, mais diretamente, os aspectos psicológicos contidos dentro dessas unidades (principalmente as que têm relação com o fenômeno estudado).
- 4) Finalmente, o pesquisador chega a um resultado, transformando todas as unidades significativas em colocações consistentes sobre a experiência do sujeito.

A fim de ilustrar melhor os estágios do método fenomenológico, seguem, abaixo, alguns esclarecimentos:

- 1) Senso do todo - simples leitura do texto e a habilidade de entender a linguagem do sujeito.
- 2) Discriminação das unidades significativas (*unit meanings*) - Uma vez que é impossível analisar um texto inteiro simultaneamente, é necessário separá-lo em unidades manejáveis. As unidades significativas são encontradas quando há uma mudança de significado da situação relatada pelo sujeito. É importante notar que as unidades significativas não são encontradas nos relatos como tais. Elas só existem em relação à atitude e posição do pesquisador; o que é destacado depende da perspectiva do pesquisador.
- 3) Transformação das expressões de linguagem do sujeito para linguagem psicológica com ênfase no fenômeno que está sendo investigado - A intenção do método aqui é de chegar a uma categoria geral partindo das expressões concretas. A transformação de linguagem é necessária porque os sujeitos expressam suas múltiplas realidades de forma enigmática e o pesquisador necessita elucidar profundamente os aspectos psicológicos a fim de entender os acontecimentos.
- 4) Resultado das unidades significativas transformadas em colocações consistentes sobre a estrutura da aprendizagem - O último passo de uma análise é sintetizar, integrar as descobertas das unidades significativas em uma descrição consistente da estrutura psicológica do acontecimento.

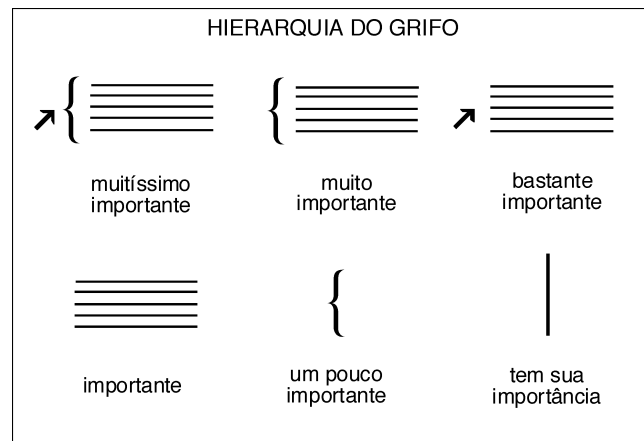
A **primeira leitura** equivale à primeira etapa de Giorgi. Uma leitura a fim de obter o senso do todo do texto. Nesta fase é interessante escrever suas impressões sobre o texto no verso da última folha do mesmo (já é uma forma de adiantar o primeiro tipo de fichamento - como veremos mais adiante).

A **segunda leitura** estaria entre a primeira e a segunda etapa de Giorgi. Ela tem o intuito de dar ênfase aos aspectos mais importantes do texto. Entretanto, essa leitura ainda não tem a preocupação de encontrar e destacar as categorias (*unit meanings*).

Grifar ainda parece ser a melhor forma de assinalar as partes importantes de um texto. Por outro lado, o ato de grifar não mede o grau de importância das diferentes afirmações do texto, afinal você pode grifar ou não grifar. O que está grifado é importante e o que não está não é. Certo? Errado! Muitas vezes grifamos o que é muito importante e

deixamos de grifar o que é menos importante, outras vezes grifamos o que parece ser um pouco importante e deixamos de grifar o que não é nada importante. Pronto; ao deparar com um texto parcialmente grifado ficamos com a dúvida: O que está grifado é muito importante ou um pouco importante? Para sanar essa dúvida eu criei, por instinto, o que chamo de “hierarquia do grifo”. Não é nada genial e provavelmente você mesmo já utiliza algo semelhante e da sua forma pessoal, mas vale aqui explorá-la um pouco (já que o objetivo do texto é dar dicas que possam auxiliar o leitor no processo de leitura e escrita de textos).

A “hierarquia do grifo” é muito simples e se resume ao quadro abaixo (que dispensa explicações):

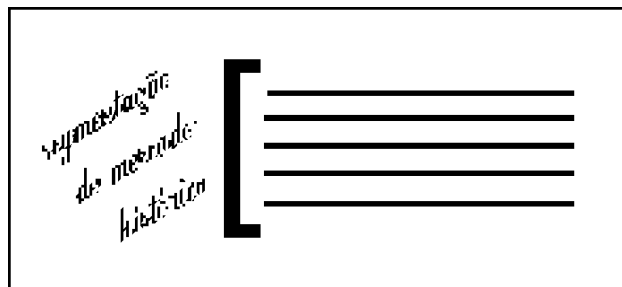


Obviamente, o grau de importância percebido no texto dependerá do assunto de interesse do leitor. Se você ler um texto preocupado com um determinado assunto, sua hierarquia do grifo certamente será diferente da hierarquia de outra pessoa (ou até você mesmo, em outra circunstância) que procura no texto assuntos diferentes.

Você provavelmente notará que grifará muita coisa dos primeiros textos lidos. Entretanto, após várias leituras, acaba percebendo que a quantidade de grifos vai diminuindo (isto se deve ao fato de que o assunto estudado já foi explorado da mesma forma em outros textos previamente lidos). Os últimos textos praticamente não contêm muitos grifos importantes, pois acabam não acrescentando muita coisa nova (só reforçam algumas idéias, colocações); é nesta fase que sua pesquisa bibliográfica parece ter esgotado. Segundo Chenitz e Swanson (1986), numa frase sobre *grounded theory*, mas que serve para esta nossa etapa, “a coleta de dados continua até que as categorias se tornem saturadas, ou seja, nenhum dado novo é adicionado na categoria.”

A **terceira leitura** equivale à segunda etapa proposta por Giorgi. Nesta leitura há uma preocupação em classificar cada afirmação dentro de uma categoria.

A segunda leitura já selecionou, no texto, o que pode ser de interesse para o estudo. Desta forma, esta terceira leitura se resume à leitura das partes grifadas ou assinaladas e a colocação da categoria na frente. A utilização do sinal { ou [é adotada para determinar o início e o término do texto referente à categoria em questão. Segue abaixo um modelo de caráter ilustrativo:



É na terceira leitura que o leitor compreende melhor o texto porque há a preocupação em dar nome (categorizar) as frases importantes. Desta forma os conceitos de cada afirmação devem ser apreendidos de forma clara a fim de ser possível uma categorização precisa da mesma. Esta etapa pode ser chamada também da etapa de pré-fichamento, pois não deixa de ser um primeiro fichamento dentro do próprio texto.

Provavelmente, na categorização dos primeiros textos, você encontrará certa dificuldade para “dar nome aos bois”, as definições das categorias podem não parecer corretas ou específicas o suficiente. Mas isto é normal, somente depois de realizar a categorização em diversos textos é que você conseguirá ter determinado os nomes “ideais” para cada categoria. Tudo sempre sujeito a modificações. Exemplificando: uma categoria abrangente acaba aparecendo detalhada em diferentes aspectos em textos diversos. A partir daí formam-se categorias específicas relacionadas aquele assunto (um artigo fala sobre vários aspectos da Segmentação de Mercado. Você seleciona um parágrafo e o classifica /categoriza como “Segmentação de Mercado - conceitos”, logo em seguida pega outros textos onde os conceitos são explicados de forma detalhada, surge então a necessidade de dividir a categorização inicial em categorias mais específicas como “Segmentação de Mercado - relação com comunicação” e “Segmentação de Mercado - relação com mídia”); nesta fase você, provavelmente, terá que voltar ao texto anterior, mudar o nome da categoria, ou dividi-la em várias outras.

A terceira e quarta etapa de Giorgi estariam ligadas à uma quarta leitura do texto. Esta “última” leitura estaria mais relacionada com a fase de fichamento dos textos, onde cada classificação/categoria/*unit meaning* seria compreendida por uma afirmação do autor e fichada conforme suas características. Veremos, no próximo item, mais detalhes dessa “última” leitura.

O verso dos textos lidos é a fonte principal para a realização dos fichamentos, pois, conforme a leitura, o verso vai sendo preenchido com as seguintes informações: as categorias que vão aparecendo no texto e suas respectivas páginas; as observações, sentimentos sobre o texto; as sugestões de estudo que você pensou ao ler o mesmo; as referências bibliográficas que parecem ser relevantes ao seu trabalho atual e futuro. Desta forma, nesta última folha, você tem, praticamente, os três tipos de fichamentos que serão propostos no próximo item.

As idéias que surgem durante a leitura e fichamento dos textos podem ser colocadas numa “folha lembrete” ou um arquivo chamado “Lembretes”. Essas idéias nada mais são que informações que você julga interessante colocar no seu texto; são lembretes mesmo, para serem lembrados na hora de escrever o texto final. Este assunto será abordado, novamente, no item 6 (Escrita).

Somente mais uma observação: As três leituras são meras sugestões com o intuito de organizar o processo, porém, se no final já estiver bem treinado ou tiver um dom natural para a leitura, você pode tentar realizar as três etapas em uma só (ler o texto e já ir grifando, definindo as categorias e colocando as categorias, observações e sugestões no verso da última folha); mas isto sempre resulta numa quebra da leitura (porque você necessita interromper o que está lendo para virar a página e escrever no verso; sugiro, então, que se realize pelo menos duas leituras: uma geral e uma grifando e anotando as classificações).

5) FICHAMENTOS

“Para obter um livro, uma revista, um artigo, é preciso conhecer as suas referências exatas e, uma vez consultado o documento em questão, é necessário conservar essas referências para poder voltar a utilizá-las ou para permitir que um leitor verifique as

informações na fonte. Isto revela uma preocupação de rigor e de profissionalismo.” (Saint-Georges, 1997: 38)

Para tanto, Saint-Georges propõe a execução de *fichas bibliográficas* que são cartões de identidade dos documentos utilizados. Para ele, cada ficha, se for bem feita, preparará o *anexo bibliográfico* da investigação. Assim, no final do processo, bastará copiar as fichas pela ordem alfabética adequada, sempre respeitando a forma num mesmo trabalho. Este procedimento equivale ao procedimento proposto no item “Organização dos textos” deste trabalho (criação do arquivo “Bibliografia”), mas também é importante para o tópico “fichamentos”.

Num segundo momento, o autor propõe que sejam feitas as *fichas de leitura*, cujo “objetivo consiste em conservarem as passagens de livros ou de revistas que captaram a nossa atenção e que contamos utilizar na redação do trabalho sob a forma de citações”. Ele ainda completa sugerindo que se deva “anotar cuidadosamente as referências exatas, incluindo a página, dos textos utilizados, sob pena de se tornar impossível mencioná-las posteriormente.” (Saint-Georges, 1997: 39-40)

King (1995), em seu texto sobre a entrevista na pesquisa qualitativa, afirma que o pesquisador, após transcrever todas as entrevistas, deve familiarizar-se com os dados. Isto implica em ler as transcrições e ouvir as gravações várias vezes, prestando atenção nas nuances de fala, tom da voz, hesitações ou qualquer outra informação paralingüística. Ora, isso se relaciona exatamente ao que foi dito no item anterior: que são necessárias várias leituras para perceber melhor as nuances do texto, para clarificar os conceitos, para familiarizar-se com os dados. A partir daí o autor propõe que se deva analisar os dados de acordo com diferentes enfoques (dependendo do enfoque da sua própria pesquisa) e utiliza os quatro tipos de enfoques propostos por Miller e Crabtree para ilustrar sua posição:

1- Quase-estatístico

Tenta transformar dados textuais em dados quantitativos que podem ser manipulados estatisticamente. A técnica de análise do conteúdo seleciona uma unidade de medida (palavras, frases ou temas) e depois categoriza cada unidade encontrada. A análise de conteúdo permite objetividade, sistematização e quantificação, portanto não deve ser utilizada em pesquisa de caráter essencialmente qualitativo. Entretanto, elementos da análise de conteúdo podem ser úteis nos primeiros estágios de algumas análises qualitativas.

2 - *Template* (modelo a ser copiado/baseado)

No enfoque do *template*, o texto é analisado através do uso de um guia de análise ou “*codebook*” consistindo de um número de categorias ou temas relevantes às questões da pesquisa.

3- Edição

O pesquisador entra no texto como um editor, procurando segmentos significativos, cortando, colando e rearranjando até que o sumário reduzido revele uma verdade interpretativa no texto.

4- Imersão / Cristalização

Pesquisadores fazem uma imersão no assunto da pesquisa por um período prolongado de tempo e produz relatos de suas descobertas através de reflexões analíticas e cristalização intuitiva do significado.

Estes quatro enfoques formam a base para a realização dos três fichamentos que serão propostos a seguir.

1) Ajuda

O professor Daniel Moreira, em seu curso de pós-graduação ministrado na ECA no primeiro semestre de 2000, levantou a necessidade de se efetuar um fichamento que ele denominava “Ajuda”. Neste fichamento, o pesquisador deveria “falar com a ficha”, ou seja, colocar suas impressões sobre o texto através de observações como “este autor é muito interessante, não deixar de citar. Talvez utilizar no capítulo introdutório da dissertação. Ver especialmente a parte que fala de X. Contém conclusões fantásticas sobre Y”. Esta “Ajuda” deveria ser fichada com um número (ex.: ajuda nº 33) e poderia ter as palavras-chave contidas no texto, ou até mesmo as classes temáticas (categorias) encontradas no mesmo.

Este fichamento será de grande utilidade quando o processo de escrita do texto tiver início. Esta é a ficha que, além de oferecer um panorama geral das categorias abordadas, oferece as impressões pessoais sobre o texto e as sugestões pessoais para estudos. Em uma só página você já relembra tudo que estava no texto e sabe aonde pode utilizá-lo.

A “Ajuda” se assemelha muito com os *memos* da *grounded theory*. “Escrever a teoria é também parte do processo de pesquisa na *grounded theory*. A escrita é feita através do estudo e é armazenada em *memos*. *Memos* são as cápsulas escritas da análise feita e servem para armazenar as idéias geradas sobre os dados. Através da classificação e reclassificação dos *memos*, o pesquisador começa a organizar as idéias para escrever. A escrita e classificação dos *memos* apontam para áreas que necessitam de algum tipo de clarificação, refinamento e verificação e que leva à novas coletas de dados”. (Chenitz e Swanson, 1986: 8)

O formato deste fichamento pode variar conforme as necessidades e estilo do pesquisador. A minha sugestão pessoal segue abaixo:

93-1 McCarty e Shrum/1 Fichamento - Ajuda/Fichamentos/Mestrado/Silvia'sF	
McCARTY, John A., SHRUM, L. J., The Role of Personal Values and Demographics in Predicting Television Viewing Behavior: Implications for Theory and Application. <i>Journal of Advertising</i> . v. 22, n.4, p. 78-96. Dec. 1993.	FEA 659.1 J86
FICHAMENTO AJUDA	N. 93-1
CLASSES TEMÁTICAS	Página(s)
Valores - definição	77
Valores - importância	77
Psychographics - importância	77
Psychographics - relação com comunicação	78, 79, 94
Segmentação Demográfica - insuficiência	77, 78
Segmentação Demográfica - importância	78
Psychographics x Demographics	77, 78, 92-93
VALS 2 - uso de demografia	78
Valores - relação com outras variáveis	78, 79, 81, 92-93
Valores - conceitos	78, 94
LOV - relação com outras variáveis	79
Psychographics - relação com mídia	93
Segmentação demográfica - relação com mídia	93
OBSERVAÇÕES	
<ul style="list-style-type: none"> • bem interessante, ler com calma • dicas na bibliografia • possui bom apanhado geral e histórico/bibliografia. Útil para o histórico da dissertação • fala bastante da relação de <u>valores</u> com outras variáveis (comportamento, <u>demografia</u>, atitudes) e a possibilidade de análises incorretas levarem a conclusões falsas. Dá ainda exemplos práticos e metodologias - relação com <u>assistir televisão</u>(78, 79...) o que auxilia nas decisões de <u>mídia</u>. Usar no capítulo sobre relação com mídia • sugestão pg. 79 (ver diferença entre rating e ranking) • uso de LISREL para análise 	
Data da Leitura	25/07/00

Note que no canto superior direito está o nome do arquivo (neste caso ele se encontra dentro de um *folder* (pasta), que se encontra dentro de outro e assim vai). Colocar o nome do arquivo na folha facilita seu acesso no computador caso queira fazer alguma modificação ou tirar outra cópia. É obvio, que a ficha deve ser numerada (esta por exemplo recebeu o número 93-1 o que significa que foi o primeiro texto lido de 1993 - o que, por si só já é uma informação).

A bibliografia completa deve sempre aparecer (acredito que não haja necessidade de explicar o motivo novamente). O local onde o texto foi adquirido e o código do periódico (ou livro) também auxiliam caso seja necessário obter o original.

As classes temáticas, ou categorias, foram colocadas na seqüência em que apareceram, mas poderiam estar em ordem alfabética (o que, na verdade, facilitaria a procura por uma categoria específica). Ao lado da categoria, consta(m) a(s) página(s) em que cada categoria se encontra. Esta informação fornece um dado quantitativo sobre o

assunto (se uma categoria se encontra em várias páginas, fica claro que o texto fala muito sobre um determinado assunto - é quase possível fazer uma porcentagem de incidência do assunto no texto).

No canto inferior direito está a data em que foi feito o fichamento. Este dado serve para dar uma noção, no futuro, de quanto tempo faz que o texto foi lido, dando uma pequena dica da necessidade ou não de uma nova leitura.

Aproveito aqui para colocar mais uma sugestão: o ideal é fichar um texto logo após sua leitura. Afinal, se demorar alguns dias para fichá-lo é muito provável que terá que ler tudo de novo.

2) Fichamento

Este fichamento é, praticamente, um resumo do texto. Entretanto, ele não é somente um resumo, ele é o *conteúdo* do texto, resumido e classificado conforme a necessidade do pesquisador. Ele contém todas as informações relevantes do texto organizadas através de suas categorias. Este fichamento é de importância dobrada para textos escritos em outras línguas, pois as afirmações antes em inglês ou outro idioma, agora se encontram traduzidas (pelo próprio pesquisador) para a língua portuguesa. Desta forma, o resumo traduzido se torna mais uma fonte de clarificação dos conceitos e ainda poupará o tempo do pesquisador na hora de escrever o seu texto próprio, pois poderá usar citações dos autores estrangeiros que já estarão traduzidas.

Com relação à tradução das citações, sugiro que ela seja feita, primeiramente, “ao pé da letra”, mas é claro, mantendo sempre o sentido da frase. O que eu quero dizer é: não se preocupe com a beleza da tradução, o importante é que se tente manter uma fidelidade ao que o autor disse sem se importar se a frase está escrita de forma “bonita”. Deixe para pensar na beleza da frase na hora de escrever o texto (se não for colocar entre aspas, mude para suas próprias palavras - mas não deixe de citar o autor - e se for colocar entre aspas tente somente “embelezar” a frase sem mudar seus conceitos).

A principal diferença entre este fichamento e um resumo é a introdução da categoria após cada citação e a respectiva página aonde se encontra tal citação. Este procedimento será de grande ajuda para o fichamento seguinte como veremos no item 5.

A fim de facilitar a denominação das categorias nesta ficha, sugiro que se abra um arquivo chamado “Índice das Categorias”. Neste arquivo você coloca, em ordem alfabética, o nome de todas as categorias que for encontrando. Desta forma, categorizar as citações do texto fica mais fácil, uma vez que você possui uma série de categorias listadas. Antes de colocar o nome da categoria na frente de uma parte do texto, procure ver se esta

categoria já está na sua lista, assim você evita repetições de nomes similares de categorias (por exemplo: você lê um trecho do texto e acredita que esta parte pode ser categorizada como “nascimento do termo VALORES”, pois o autor afirma que o termo foi introduzido no ano de 1932 por fulano. Antes de colocar uma categoria chamada “VALORES - nascimento do termo” você deve ir a sua lista e verificar se não há nenhuma categoria semelhante, como por exemplo “VALORES - histórico”, afinal, o nascimento do termo tem tudo a ver com o histórico do mesmo. Desta forma, em vez de se criar duas categorias semelhantes, você pode encaixá-las numa só).

Vejamos um modelo do fichamento a seguir:

93-1 McCarty/Shrum- The role of/ Fichamento - Ajuda/Fichamentos/Mestrado/Sílvia'sF	
McCARTY, John A., SHRUM, L. J.. The Role of Personal Values and Demographics in Predicting Television Viewing Behavior: Implications for Theory and Application. <i>Journal of Advertising</i> . v. 22, n.4, p. 78-96. Dec. 1993.	FEA 659.1 J86
FICHAMENTO CATEGORIAS	N. 93 - 1
Valores foram definidos como crenças relacionadas, de preferência, a estados-finais de existência e modos de conduta. Já foi sustentado que valores servem para guiar ações, atitudes e julgamentos (Rokeach, 1973).	77
Os conceitos de estilo de vida e psicografia, relacionados a valores, tem se tornado cada vez mais importante entre os profissionais de marketing e comunicação como base para segmentação de mercado e escolha de público-alvo.	77
Tipicamente, tem sido argumentado que a análise de estilo de vida e psicografia fornece informações sobre os consumidores que vão além das informações que demografia oferece(Boote 1981, Demby 1974 e Plummer 1974). Em particular, tem sido sugerido que estilo de vida e informações sobre valores podem ajudar a dar mais detalhes sobre o consumidor de uma determinada categoria de produto ou marca de forma que a demografia pura não consegue.	77
	77
	77
Para mercados que podem ser segmentados por variáveis demográficas e/ou psicográficas, a relação entre essas variáveis e a frequência de assistir televisão dentro de uma categoria de programa pode fornecer ainda mais precisão no aumento de alcance e frequência, tornando mais eficiente o uso das despesas de mídia.	93
	93
	93
O estudo, entretanto, não permite afirmar que aspectos demográficos tenham grande influência na relação valores-comportamento. Todavia, os resultados sugerem que eles devam ser considerados, dadas as mudanças que foram observadas quando aspectos demográficos foram incluídos.	93
Limitações do estudo - p. 93	
Conclusões (...) Foi sugerido que valores podem ser uma ferramenta útil para segmentação, e que informação sobre valores pessoais do mercado alvo pode ser útil para criar comunicações persuasivas.(...)	94
Ainda,	78, 79
	78, 79
BIBLIOGRAFIA CITADA	
* SHETH, Jagdish N. Demographics in Consumer Behavior. <i>Journal of Business Research</i> , v. 5, p. 129-138. June 1977.	
*BECKER, Boris, CONNER, Patrick E. Personal Values of the Heavy User of Mass Media. <i>Journal of Advertising Research</i> , v. 21, p. 37-43, October 1981.	

Note que ele segue o padrão do fichamento “Ajuda”. A “padronização” dos fichamentos auxilia sua consulta, uma vez que você sabe, com um passar de olhos, onde encontrar determinados dados.

Outra observação diz respeito à bibliografia citada. Geralmente os autores citam frases de outros autores em seus textos; é importante, portanto, que ao citar que o autor X disse que o autor Y disse determinada coisa, que se coloque a referência bibliográfica do segundo autor. Para facilitar o processo a referência bibliográfica deve estar no fichamento. Esta referência também pode ser adicionada ao arquivo “Bibliografia Pendente” para que, no futuro, caso haja interesse, você possa encontrá-lo.

Vale colocar aqui que, no mestrado, é aceitável citar algo que foi dito por um autor, mas que você não tenha lido (tenha, somente, emprestado o que um outro autor disse sobre o mesmo) - neste caso, o ideal é escrever: “Becker e Conner em seu estudo relataram que...(Becker e Conner,1981 *apud* McCarty e Shrum, 1993)”. Isto quer dizer que a colocação é de Becker e Conner, mas que você a retirou do texto de McCarty e Shrum. Entretanto, no doutorado é necessário que você vá à fonte e cheque a informação; muitas vezes os autores interpretam uma citação de outros autores erroneamente, portanto é muito importante que você esteja seguro sobre o que pretende escrever para evitar a propagação de um erro.

Note ainda que uma mesma citação pode ser usada em diferentes categorias, ou seja, uma mesma citação poderá ser utilizada ao se falar de assuntos distintos (pois nem sempre as citações se remetem a um assunto específico e, geralmente, os assuntos estão relacionados entre si).

Com relação à categorização das citações no fichamento, é importante dizer que ela também se baseia na pesquisa qualitativa, mais especificamente, na *grounded theory*.

“*Grounded Theory* é uma pesquisa com enfoque altamente sistemático para a coleta e análise de dados qualitativos com o intuito de gerar teoria explicativa para o entendimento de fenômenos sociais e psicológicos.” (Chenitz e Swanson, 1986: 3)

Segundo Chenitz e Swanson (1986), na *Grounded Theory* dados são inicialmente codificados através de códigos substantivos que refletem a substância do que a pessoa disse ou dos eventos e ações observados ou de outras dimensões do fenômeno. Códigos são então comparados; códigos similares são agrupados e recebem um rótulo inicial formando a categoria. Novas coletas e análises de dado irão produzir outras categorias;

algumas acabarão sendo recodificadas e outras irão se combinar com as já existentes. A coleta de dados continua até que as categorias se tornem saturadas, ou seja, nenhum dado novo é adicionado na categoria.

Ainda sobre as categorias, Cobin (1986), em seu texto sobre *grounded theory*, afirma que categorias são abstrações do fenômeno observado através dos dados. Elas formam a unidade principal da análise do método da *grounded theory*. A categoria central (*core*), geralmente um processo, aparece mais tarde na análise e forma o tema principal sobre o qual todas as outras categorias giram. As categorias principais, que são divisões da categoria central, formam as dimensões desta categoria. A maior tarefa do analista é codificar os dados em categorias e, então, definir, desenvolver e integrar os mesmos. Para tanto há estratégias que ajudam o analista durante o processo.

Para a autora, uma estratégia para descobrir categorias é realizar questionamentos. O questionamento persiste no decorrer da análise. Entretanto, o questionamento se torna mais direcionado à construção de categorias uma vez que elas já tenham sido descobertas. Questões deste tipo seriam: Que categorias este incidente indica? Isto se ajusta a esta categoria ou é necessária uma categoria separada? A categoria tem que ser revisada para incluir isto? Que tipo de categoria, propriedade, condição, estratégia ou consequência é esta?

Categorias se desenvolvem rapidamente durante os estágios iniciais da pesquisa e com menos rapidez nos estágios finais da pesquisa. Enquanto as categorias ainda estão aparecendo, é importante iniciar a segunda fase da análise, que é a construção, densificação e saturação das categorias.

É justamente sobre categorias que se trata o terceiro fichamento. Vamos conferir.

3) Categoria

Este fichamento, nada mais é que fichar as categorias separadas uma a uma, ou seja, confeccionar fichas separadas para cada uma das categorias encontradas. Desta forma, quando o pesquisador for escrever seu texto, ele terá em mãos todos os assuntos que pretende abordar com as colocações/citações de diversos autores. Assim, o processo de escrita do texto será facilitado de forma extraordinária.

É evidente que a realização desses fichamentos todos consome muito tempo, principalmente no início, onde o grau de conhecimento do pesquisador é menor e a quantidade de informações novas é maior. Por outro lado, o esforço vale a pena. Você gastará seu tempo agora, mas economizará no futuro, pois seu trabalho estará bem adiantado.

O fichamento “Categoria” é simples de realizar. Basta abrir arquivos com o nome das categorias, copiar as citações do fichamento anterior e colar no arquivo correspondente à categoria da citação. A única modificação a fazer é transformar o quadro que contém o nome da categoria e a página:

Valores - relação com outras variáveis	12
--	----

em um quadro que contenha o nome do autor, a data do texto, a página e o número do fichamento de onde foi retirado:

Winters, 92 - p.12	Fichamento 92-1
--------------------	-----------------

Dois exemplos deste tipo de fichamento seguem abaixo:

Psycho - histórico/ categorias fichadas/fichamentos/mestrado/Sílvia'sF

CATEGORIAS

PSYCHOGRAPHICS - HISTÓRICO

- Plummer creditou a Willian Lazer a introdução do conceito de modelos de estilo de vida para marketing em 1963. Desde então, vários pesquisadores aplicaram o conceito para diversas aplicações e completar informações demográficas com descrições de atividades, interesses e opiniões dos consumidores. Alpert e Gatty (1969) mostraram como o posicionamento de produto poderia ser definido através das variáveis psicográficas. Plummer (1971) aplicou a segmentação psicográfica à utilização de cartões de crédito. Reynolds e Darden (1972)* traçaram o perfil dos compradores (outshoppers) baseados nas variáveis psicográficas e Richard e Sturman (1977)* definiram segmentos para produtos de vestuário.

Gilbert e Warren, 95 - p.224	Fichamento 95-1
------------------------------	-----------------

Psycho x Demo/Categorias fichadas/fichamentos/mestrado/Sílvia'sF

CATEGORIAS

PSYCHOGRAPHICS X DEMOGRAPHICS

- Implicações práticas potenciais deste estudo se referem à relação entre características demográficas e psicográficas.(...) Os perfis demográficos podem ser usados como substitutos para construções psicográficas conhecidas por serem relacionadas com comportamento de compra.(...)

Gilbert e Warren, 95 - p.234	Fichamento 95-1
------------------------------	-----------------

- Embora pesquisas adicionais se mostrem necessárias, parece que perfis demográficos podem ser usados para substituir algumas variáveis psicográficas em aplicações gerais. Por exemplo, respondentes do sexo masculino, com renda de US\$ 35.000 (anuais) ou mais, respondentes empregados e que tenham completado algum trabalho de graduação também expressam concordância com itens de AUTO-CONFIANÇA. Profissionais de marketing que estão selecionando esses segmentos demográficos podem, então, selecionar mídia com os perfis atuais e incorporar informação psicográfica no desenvolvimento da mensagem. (...)

Gilbert e Warren, 95 - p.235	Fichamento 95-1
------------------------------	-----------------

- Homens de negócios melhoram a eficiência de suas estratégias através do conhecimento de seus clientes. Através da descrição das características demográficas que são relevantes para um produto ou categoria de mercadorias, profissionais de marketing podem, então, descrever como esses segmentos se comparam à variáveis demográficas geralmente relatadas em sumários de meios de comunicação de massa. Se empresas têm um perfil demográfico do seu público-alvo, descrições sobre prováveis características psicográficas devem se tornar o próximo objetivo.

Gilbert e Warren, 95 - p.235	Fichamento 95-1
------------------------------	-----------------

- Tipicamente, tem sido argumentado que a análise de estilo de vida e psicografia fornece informações sobre os consumidores que vão além das informações que demografia oferece(Boote 1981, Demby 1974 e Plummer 1974). Em particular, tem sido sugerido que estilo de vida e informações sobre valores podem ajudar a dar mais detalhes sobre o consumidor de uma determinada categoria de produto ou marca de forma que a demografia pura não consegue.

McCarty e Shrum, 93 - p.77	Fichamento 93-1
----------------------------	-----------------

- Apesar do crescente interesse em valores e estilo de vida (...) a importância de aspectos demográficos como idade, renda, grau de instrução e sexo, é bastante reconhecido por defensores da segmentação por estilo de vida (Wells 1974) e sistemas de segmentação psicográfica como o VALS 2 - que conta com um grande número de informações demográficas (Riche 1989).

McCarty e Shrum, 93 - p.78	Fichamento 93-1
----------------------------	-----------------

- Embora publicitários e profissionais de marketing tenham reconhecido a importância das informações demográficas, Sheth (1977)* notou que pesquisadores da área acadêmica de comportamento do consumidor se mostravam relutantes a considerar variáveis demográficas nas suas explicações sobre comportamento. Com poucas exceções (por exemplo Novak e MacEvoy 1990), as

investigações sobre valores tendiam a não considerar a relação entre valores e demografia na previsão e descrição de comportamento de compra. Entretanto, Rokeach (1973), sugeria que valores tinham uma relação direta com demografia; ele apresentou evidências mostrando relações entre valores e variáveis demográficas como raça, renda e educação.

McCarty e Shrum, 93 - p.78

Fichamento 93-1

Concluindo, entre as finalidades dos fichamentos temos: revisar o assunto, clarificar os conceitos, resumir e organizar o texto, servir de fonte de informações para as etapas seguintes e fornecer instrumentos organizados que facilitem a análise dos dados e escrita do texto final.

“(...) etapa final: a escrita da dissertação. Este trabalho, que pode ser exaustivo, ficará simplificado se neste momento o aluno já tiver coletado bastante material que tenha sido escrito ao longo de todo o processo. É um erro deixar para escrever a dissertação de uma vez; idéias, sumárias, análises parciais, pedaços de capítulos, etc., se escritos antes e pouco a pouco, irão auxiliar na redação final.”
(Moreira, s.d. a: 10)

O próprio ato de fazer os fichamentos já representa uma primeira análise dos dados, pois ao tentar categorizar as citações, é preciso pensar sobre elas (muitas vezes comparando com o que foi dito por outro autor, ou até mesmo com os conceitos que você já apreendeu).

A técnica de realizar os fichamentos proposta aqui se utiliza do computador com um editor de texto (por exemplo Word) e procedimentos de *copy and paste* (ou seja, recortar e colar) tendo várias janelas (arquivos abertos) sendo utilizadas ao mesmo tempo. É um processo simples, mas trabalhoso (porém muito menos do que sem o uso de computador, onde o recortar e colar precisariam, literalmente, de tesoura e cola). A pesquisa qualitativa, muitas vezes, se utiliza de programas específicos de computador para facilitar a categorização e os demais processos. Segundo King (1995: 32), “uma gama de programas de computador que servem para auxiliar a análise qualitativa de textos apareceram no mercado nos últimos anos, e um número crescente de cientistas sociais vem usando tais instrumentos. O mais conhecido e usado se chama THE ETHNOGRAPH, outros são o NUDIST, QualPro, Word Match, TAP e Word Cruncher”

6) ESCRITA

A etapa seguinte aos fichamentos seria a Análise dos Dados. Entretanto, por ser um assunto muito complexo e específico para cada tipo de trabalho realizado, vamos deixar

para discuti-la em uma outra oportunidade (muito embora já tenhamos falado um pouco a respeito no item anterior).

Chegamos, agora, na parte mais delicada do processo: a escrita. Segundo Glesne e Peshkin (1992), a escrita dá forma a todo o material coletado pelo pesquisador. Ela une os pensamentos que foram desenvolvidos no processo da pesquisa. O ato de escrever estimula novos pensamentos e novas conexões. Escrever é construir um texto. Construir um texto é um ato de planejar e/ou usar intuição.

Baseada nesta última colocação, concluo que o ato de escrever pode aparecer como um dom natural em uns, mas, geralmente, mesmo para os “abençoados”, a escrita deve ser planejada, necessita de uma organização prévia, é um ato trabalhoso, mas que pode ser facilitado através da utilização de algumas estratégias.

A minha dica pessoal para a escrita de um artigo ou trabalho final de curso, é primeiramente fazer uma “folha lembrete”, ou seja, colocar em tópicos tudo o que considera importante que seja escrito no texto. Vá colocando no papel sem se importar com ordem, coerência, etc. O importante aqui é ter uma folha com referências na qual você irá se reportar na medida em que escreve o texto. Esta folha funciona mais como um lembrete a fim de garantir que não se esqueça de escrever algo que julgou, em algum momento, interessante ser colocado. Esta folha deverá começar a ser preenchida desde as primeiras leituras e continuará sendo utilizada no decorrer do processo e até mesmo até o final da escrita do texto, pois, antes de dar o trabalho como terminado, você deve recorrer a esta folha para ver se escreveu tudo o que tinha julgado importante.

Com a folha em mãos (que na verdade vão, provavelmente, ser várias folhas e não uma só), tente organizar as frases de forma a produzir um esboço da estrutura do texto (com suas respectivas seções/capítulos/tópicos/ itens). Coloque cada assunto na seção do texto que achar pertinente. Desta forma você tem o apanhado geral do texto.

Agora é hora da utilização dos fichamentos. Pegue as fichas “categorias” e passe as citações para seção do texto a qual elas se referem. Pronto, agora é só colocar a sua análise pessoal e dados coletados por você (caso haja algum). Vale lembrar: é sempre importante haver alguma contribuição do autor num texto, pelo menos uma posição pessoal sobre o assunto.

O processo mais difícil é iniciar a escrita, ou seja, arrumar os lembretes “desorganizados” numa ordem coerente, escrever um texto usando as suas próprias palavras - deixando as citações de outros autores para ilustrar suas afirmações (lembre-se aqui de anotar a página da citação e os dados bibliográficos).

Devido à minha pouca experiência no ato de escrever cientificamente, sugiro a utilização das “estratégias para escrever” propostas por Glesne e Peshkin (1992). Estas estratégias têm sido de grande utilidade para os meus trabalhos, embora as utilize com algumas alterações (o que, provavelmente, acontecerá com você). Seguem abaixo as estratégias de Glesne e Peshkin para escrever qualitativamente:

1. Começando

Você deve escrever durante todo o tempo da coleta e análise de dados.

Escrever é um processo solitário. Apesar de escrever sobre pessoas e processos sociais, você, paradoxalmente, se retira do mundo humano. Este distanciamento é funcional de duas formas:

- Primeiro, você precisa ser você mesmo porque você precisa de tempo para se concentrar nos escritos.
- Segundo, o distanciamento também é funcional por separar você do local da pesquisa. A separação também te ajuda a escrever de uma perspectiva mais global do que uma situação específica.

Há várias estratégias que podem ajudar a lidar com a ansiedade e alienação que acompanham o processo de iniciar a escrita:

- ⇒ Desenvolver um cronograma a longo prazo com prazos de entrega reais. Tenha em mente que o tempo gasto para análise de dados e escrita do texto é geralmente igual, ou superior, ao tempo gasto coletando dados. Você precisará de bastante tempo para trabalhar com suas idéias, com seus rascunhos.
- ⇒ Desenvolver um cronograma a curto prazo. Descubra quando você escreve com mais criatividade. Reserve duas ou três horas por dia para escrever. Alguns pesquisadores estipulam o número de páginas que devem ser escritas no dia. Cerca de cinco páginas datilografadas em espaço duplo parecem suficientes por dia.
- ⇒ Escolha um local para escrever onde você possa ficar o mais longe possível de interrupções e distrações. Quando for a esse local, não faça telefonemas, escreva cartas ou leia livros, simplesmente **ESCREVA**.
- ⇒ Esteja preparado para escrever em horários e lugares diferentes também. Mantenha sempre com você um notebook ou papéis para anotar idéias que surjam do acaso.
- ⇒ Comece por editar o que escreveu no dia anterior. Isto ajuda a iniciar o trabalho do dia, mantém a linha de pensamento consistente e ajuda a produzir um rascunho melhor. Esta estratégia não só permite começar exatamente do ponto que parou, mas ajuda a revisar o que parecia claro antes e mostra-se obscuro no momento.
- ⇒ Quando se sentir “emperrado”, escreva. Escreva sem se preocupar com coerência, lógica ou sintaxe. Veja os como “primeiros rascunhos mentais” que serão melhor trabalhos posteriormente. Um dos maiores obstáculos para escrever é se apoiar em perfeccionismos nos seus primeiros rascunhos. Nenhuma publicação representa a palavra final de um assunto. Cada publicação é meramente uma contribuição para futuros estudos.

⇒ Mergulhe em estudos etnográficos e qualitativos, romances, poesia, e grandes livros da literatura. A leitura fornece modelos e fontes de inspiração.

2. Se mantenha escrevendo sua estória

Não se preocupe em saber exatamente que palavras, pensamentos, idéias e atos deve utilizar para começar a escrever. Escrever ajuda as pessoas a gerar, desenvolver, organizar, modificar, criticar e lembrar suas idéias.

Embora possa começar a escrever um plano organizacional genérico, o ato de escrever provavelmente mudará o plano, reorganizará as peças, retirará algumas seções e acrescentará outras.

Escrever é um processo contínuo de organizar e reorganizar os dados. Comece num nível abrangente: depois de codificar todos os seus dados, trabalhe com os códigos para traçar as linhas gerais.

Uma vez que se começa a escrever, os grupos de papéis com vários códigos não parecerão mais homogêneos, eles serão divididos em subgrupos que serão diversas seções do texto.

Através do processo progressivo de codificação, você vai organizando seus dados cada vez mais. Seu texto deve desenvolver as suas interpretações dos dados que encontrou através da integração cuidadosa dos temas que suportam a tese e criar ou aumentar as explicações teóricas. Não existe nenhum procedimento mecânico para tanto. Você precisa estar tão imerso em seus dados como aberto aos *insights* que aparecem quando menos espera.

3. Rascunhos e Revisões

É esperado que seu trabalho passe por diversos rascunhos antes de se tornar um manuscrito finalizado. Como todo rascunho, ele precisará ser aperfeiçoado em várias etapas. Quando seu primeiro rascunho estiver completo, leia-o prestando atenção na coesão geral; numa segunda leitura, enfatize a clareza de suas teorias e descrições. Com outras leituras, vá aprofundando, deixando mais claro e compacto o seu trabalho. Retire as palavras desnecessárias, utilize palavras precisas e vivas, utilize metáforas e espíritosidade para ilustrar o mesmo. Finalmente veja a gramática, correção ortográfica e pontuação.

Separar o texto em tópicos (ou itens) auxilia tanto o autor como o leitor. Escreva os tópicos numa folha a parte e reflita sobre a ordem ideal em que deveriam aparecer. Aproveite para dar nome às partes sem título.

Glesne e Peshkin (1992) também levantam questões sobre a forma e estilo do texto. Com relação à organização do texto eles se apoiam nas estratégias de Hammersley e Atkinson e acrescentam que as estratégias abaixo são pontos de partida úteis para se pensar a organização do texto; acrescentam que você pode utilizar uma ou mais dessas estratégias num mesmo texto ou outra técnica que preferir. As estratégias que Hammersley e Atkinson (segundo Glesne e Peshkin) sugerem para organizar suas apresentações de pesquisa qualitativa são:

- Enfoque da história natural - o texto recria o processo de exploração e descoberta do campo de trabalho.
- Técnica da cronologia - se a passagem do tempo é muito importante para o estudo, então essa técnica é aconselhada.
- Restringir e expandir o foco - o autor move de uma descrição detalhada para uma abstração teórica e vice-versa.
- Separação da narração e análise - primeiro conta a narrativa e depois desenvolve teorias com análise detalhada dos dados.
- Organização por temas ou tópicos - provavelmente a técnica mais usada.

Um texto geralmente contém uma introdução e um fechamento. A introdução geralmente declara o objetivo do texto, apresenta o problema de pesquisa, fornece o contexto geral do problema, e prenuncia o que virá a seguir. O fechamento deveria ser uma conclusão e não um sumário. A conclusão estimula pensamento e transcende o que foi dito anteriormente.

O capítulo de conclusão deve começar mostrando a significância do mesmo. Reveja todos os capítulos anteriores antes de escrever a conclusão. Reveja seus problemas de pesquisa e tenha certeza que comentou sobre cada um deles.

Quando você tiver completado seu capítulo final, leia-o junto com a introdução. Você realizou tudo que disse que iria fazer? Discutiui todas as questões que levantou?

Para complementar, Glesne e Peshkin (1992) propõem algumas sugestões para uma boa escrita em pesquisa qualitativa:

- Faça sentenças ativas.
- Concretize as imagens. Use palavras descritivas.
- Evite uso de jargões.
- Use palavras suficientes para convencer sobre o seu ponto de vista.

Aproveitando a deixa, cabe aqui um pequeno comentário sobre metodologia da pesquisa.

“Pesquisa científica é um processo de busca, tratamento e transformação de informações, levado a efeito segundo determinadas regras fornecidas pela Metodologia da Pesquisa.” (Moreira, s.d.a: 3)

“A pesquisa científica assemelha-se a um jogo, que deve ser jogado dentro de certas regras; em parte, são estas regras que tornam delicado e por vezes complexo o treinamento do pesquisador. Trabalhos acadêmicos em geral, trabalhos de conclusão de curso (formatura), dissertações e teses necessitam de um orientador para

acompanhar o pesquisador novato, pelas dificuldades criadas pela própria natureza da pesquisa. Fazer pesquisa científica não é um trabalho solto e descontraído, é um trabalho metódico, que deve caminhar dentro de certos preceitos e obedecer a certas regras, para que seja considerado de boa qualidade.” (Moreira, s.d.b: 1)

É por esta razão que, na hora de se escrever um texto científico, é preciso estar ciente das “normas” científicas. É preciso ter em mãos livros sobre metodologia da pesquisa, onde as “normas” exigidas geralmente são expostas.

Somente para dar um exemplo, usarei as colocações de Saint-Georges (1997) sobre as referências bibliográficas:

As referências bibliográficas. Colocamos o texto extraído entre aspas e mencionamos as referências exatas da citação. Habitualmente, faz-se seguir a citação feita no texto por um número colocado entre parênteses. Esse número remete o leitor para o rodapé (por vezes no fim do capítulo). Aí começa por se mencionar o número, seguido da referência completa da citação (como na bibliografia), sem esquecer a página exata donde a citação foi retirada. A numeração das notas recomeça no número um, em cada capítulo. Quando citamos várias vezes a mesma obra, utilizamos *ibidem* (mesma fonte) para simplificar as indicações.

O sistema anglo-saxônico. Neste sistema são mencionadas as referências no próprio texto, diretamente entre parênteses a seguir à citação e não no rodapé. As referências são então reduzidas, limitando-se a mencionar em negrito ou em caracteres normais e entre parênteses, o autor, o ano da edição e a página (separada do ano por dois pontos).

A estrutura de uma dissertação de mestrado não é algo rígido, mas necessita conter algumas seções:

“Introdução e justificativa do estudo: onde se destaca a importância prática e/ou acadêmica do trabalho e se constrói a sua contextualização;

Objetivos: descrição dos objetivos principais e secundários da dissertação;

Metodologia: capítulo (ou capítulos) importantíssimo, muito procurado pelos examinadores, já que a finalidade do mestrado é o treinamento em pesquisa;

Análise dos dados: onde se dão explicações detalhadas da instrumentação usada na análise, seja quantitativa ou qualitativa;

Resultados obtidos: capítulo (ou capítulos) onde são descritos os resultados parciais obtidos e ressalta sua significação dentro do contexto da dissertação;

Conclusões, limitações e recomendações para futuras pesquisas: este é o capítulo de fechamento do trabalho, onde o aluno tem o direito de ser o primeiro a apontar as limitações e possíveis falhas da dissertação, o que não deixa de ser a mais legítima expressão da mentalidade científica; as conclusões gerais são apresentadas, bem como sugestões para

futuras pesquisas (o que se configura às vezes, como um bom referencial para a escolha de temas de pesquisa para alunos iniciantes).” (Moreira, s.d.a: 10)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente texto procurou abordar aspectos relacionados à organização do iniciante no mestrado a fim de auxiliar o processo de coleta de dados, leitura e escrita de textos científicos.

As etapas propostas (principalmente as que se referem à organização e fichamento dos textos) exigem muito tempo do pesquisador. Entretanto, este tempo será economizado na fase final do processo - fase onde o desgaste e ansiedade do mestrando se confrontam com os prazos de entrega de materiais).

O processo de se tornar um mestre não é tranqüilo; ele está sempre rodeado por cobranças do orientador, necessidade de muitas leituras, dúvidas, insegurança, preocupação com prazos, confusão mental devido à uma enorme quantidade de informações etc. Estas características, se aliadas à desorganização do orientando, podem levar ao caos e desespero.

Assim como a escrita, a organização não é qualidade de todos os seres humanos, mas ambas podem ser apreendidas, melhoradas. A falta de organização é consequência do que eu chamo 4 Fs (falta de tempo, falta de instrumentos, falta de aprendizagem ou falta de vontade):

- **Falta de tempo** - lembro-me de quando era assistente de marketing em uma empresa de planos de saúde. Eu acumulava tantas funções (desde pagar contas para o gerente até propor planos estratégicos para a empresa junto aos seus diretores) que acabava não conseguindo me organizar. O gerente dizia que eu era excelente (só não me dava nota dez porque eu era desorganizada, me dava 9.5). Um dia, esperando para conversar com o diretor da empresa, percebi que a sua secretária tinha uma pasta catálogo com várias informações recortadas e coladas, uma coisa muito linda de se ver, os recados datilografados, impressos coloridos, separados por divisórias. Por um momento pensei “Meu Deus! Eu mereço é nota 5!” Foi aí que a secretária comentou: “Não tenho nada pra fazer aqui, sobra tanto tempo que eu fico horas arrumando as coisas.” Pronto! a luz se apoderou de minha alma. O problema não era eu, era a falta de tempo para me organizar. Quantas vezes não estamos tão atrasados que, ao levantar, deixamos a cama

desarrumada, o café na mesa, as roupas sujas jogadas pelo chão? A falta de tempo é um grande inimigo da organização, mas, se conseguirmos reservar um dia para nos organizar, ficará mais fácil manter a organização no futuro.

- **Falta de instrumentos** (pastas, arquivos, organizadores, espaço, recurso financeiro) - Seguindo o meu exemplo anterior, percebi que a minha falta de organização era devido, também à falta de recursos físicos. Eu não tinha, por exemplo, aquelas caixinhas onde você coloca suas pendências. Eu recebia pedidos de todos os departamentos e as folhas se acumulavam na minha mesa (que não era grande). Eu necessitava de uma bancada grande onde caixas separadas para cada departamento deveriam ser colocadas. Eu necessitava de um arquivo maior para guardar os documentos, eu necessitava de recursos físicos, de instrumentos. A secretária do diretor, por mais tempo que tivesse, não poderia ter a tal linda pasta organizada se não tivesse acesso a uma pasta, aos plásticos, à cola e tesoura, ao computador. Aqui entra também a questão dos recursos financeiros. Não é possível obter recursos físicos se não houver recursos financeiros para comprá-los. Obviamente, a secretária poderia ser organizada com um mínimo de recurso, mas os instrumentos são de grande ajuda no processo de organização.
- **Falta de aprendizagem** (técnica) - Como uma pessoa pode ser organizada se o modelo que ela tem é a desorganização? A organização, como foi dita, não é qualidade natural de todos; algumas pessoas “nascem” organizadas, outras não. Estas últimas precisam que alguém as ensine. Eu, particularmente, sempre fui desorganizada (mais por falta de vontade e necessidade do que por qualquer outra coisa), mas, durante o curso de magistério senti a importância da organização para realizar um trabalho. Na época, um professor de Sociologia nos pediu um trabalho sobre a Guerra do Paraguai, ele nos ensinou a fazer fichamentos (meus primeiros!) e como citar o que havia lido. O mundo da pesquisa organizada se abriu para mim. Me empolguei tanto que pedi ajuda à minha mãe (que também deu ótimas dicas) e, através do meu aprendizado com relação à organização, pude fazer o melhor trabalho da minha vida (espero que até então!). É claro, portanto, que a minha procura pela aprendizagem da organização partiu da necessidade que senti no momento. É aqui que entra o quarto F da desorganização.
- **Falta de vontade ou necessidade** - Se uma pessoa não quer ser organizada não o será. Um adolescente que vive num local onde os livros, roupas, Cds, salgadinhos e controle-remotos formam o tapete de seu quarto sem que ele se importe com a situação

(porque quer gastar seu tempo com coisas mais importantes como ouvir música, assistir TV, namorar) não irá arrumar nunca o seu quarto. Se tiver uma empregada que o faça para ele, aí é que não o arrumará nunca (pois tem alguém que o faz). Entretanto, se a empregada faltar um dia, e for justamente o dia em que sua nova namorada for conhecer seus pais, ele sentirá a necessidade de arrumar o seu quarto. Entra aí, também, a necessidade de aprendizado (leia-se “mãe”) que ajudará o namorado desesperado ensinando (e não fazendo) como se arruma uma cama, como se dobra uma camiseta etc. A desorganização, portanto, é, também, consequência da falta de vontade e/ou necessidade de se organizar.

O mestrando desorganizado, em algum momento de seu mestrado, sentirá a necessidade de se organizar. Precisar, portanto, aprender este “novo ofício”. Aqui entra este texto: uma tentativa de ensinar algumas técnicas de organização, de administrar o tempo e separar o material necessário. Quem diria partir justamente de mim, uma adolescente cujo tapete do quarto também era forrado de roupas, cuja mesa de trabalho era forrada de papéis! Se eu consegui me organizar, qualquer um também consegue. Espero que esse texto possa contribuir para a organização dos trabalhos de outros colegas. Segue, então, abaixo, um resumo dos materiais e arquivos propostos durante o texto:

Material:

- Pasta(s) fichário
- Plásticos com furos
- Etiquetas para impressora
- Canetas coloridas
- Lápis
- Papel
- Computador
- Impressora

Documentos escritos (de preferência arquivos no computador):

- 1) “Textos não utilizados”

Textos que não interessam no momento. Colocar nome do texto (bibliografia completa), aonde encontrou, do que se trata, porque não é interessante no momento, e porque seria (ou não) interessante no futuro.

2) “Bibliografia”

Fazer a bibliografia em ordem alfabética pelo sobrenome do autor, colocar o local onde se encontra o texto, escrever se já foi adquirido, se já foi lido (e quando foi lido) e se já realizou o fichamento do mesmo (colocar o nome ou número do fichamento).

3) “Bibliografia Pendente”

Fazer uma lista dos textos que julga interessante, mas ainda não obteve. Separar por tipo de fonte (artigo, livro, teses, Internet, outros). Separar os artigos por ordem alfabética.

4) “Periódicos”

Lista dos periódicos de interesse, seu nome, país de origem, ISSN, local onde o periódico se encontra, seu código na prateleira da biblioteca e os anos / volumes disponíveis para consulta.

5) “Bibliografia Adesivos”

Dados bibliográficos do texto, seguidos do ano (em vermelho) e local que foi adquirido (em azul). As etiquetas serão coladas nos plásticos da pasta, os textos correspondentes introduzidos no interior dos mesmos e colocados, no fichário, por ordem cronológica.

6) “Lembrete”

Folha onde todas as idéias que surgirem durante o processo são colocadas num papel como forma de lembrete para a escrita do texto final.

7) “Ajuda”

Fichamento que contém as impressões sobre o texto lido e as categorias encontradas.

8) “Fichamento”

Fichamento tipo resumo. Entretanto, categorias são colocadas depois de cada frase (seguidas da página em que se encontram).

9) “Categorias”

Fichamento de cada categoria encontrada nos textos e suas respectivas citações (seguidas pelo nome do autor, ano, página e número do fichamento em que se encontra).

10) “Índice das Categorias”

Lista com todas as categorias encontradas nos textos.

11) “Estrutura do texto”

Rascunho da estrutura do texto final. Feito na forma de tópicos (itens, capítulos, seções) que serão preenchidos com os lembretes e categorias correspondentes. Este rascunho dará origem ao texto final.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHENITZ, W. Carole, SWANSON, Janice M. *From Practice to Grounded Theory*. Menlo Park, CA: Addison - Wesley Publishing Co, p. 3-15, 1986.

COBIN, Julie. Qualitative data analysis for grounded theory. In: CHENITZ, W. Carole, SWANSON, Janice M. *From Practice to Grounded Theory*. Menlo Park, CA: Addison - Wesley Publishing Co., p. 91-101, 1986.

GIORGI, Amedeo (ed.). *Phenomenology and Psychological Research*. Pittsburgh, PA: Duquesne University Press, p. 8-22, 1985.

GLESNE, C.; PESHKIN, A. *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction*. White Pains, NY: Longman, p. 151-179, 1992.

KING, Nigel. The Qualitative Research Interview. In: CASSEL, C.; SYMON, G. (ed.). *Qualitative Methods in Organizational Research. A Practical Guide*. London: Sage Publications, p. 14-36, 1995.

MOREIRA, Daniel A. *Etapas de uma Dissertação de Mestrado*. São Paulo, mimeo, s.d.a.

MOREIRA, Daniel A. *Introdução à Pesquisa Científica*. São Paulo, mimeo, s.d.b.

SAINT-GEORGES, Pierre de. Pesquisa e crítica das fontes de documentação nos domínios económicos, social e político. In: ALBARELLO, Luc et al. *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva Publicações Ltda., p. 15-47, 1997.