



## Quando a polarização impede o método: análise da tentativa frustrada do estudo de recepção no WhatsApp

When polarization prevents the method: analysis of the frustrated attempt  
from the reception study on WhatsApp

João Kamradt

### Resumo

Este artigo trata sobre um método que não obteve êxito. O objetivo desse texto é explicar as nuances e as diferenças dos grupos focais tradicionais e do método *in situ*, que busca explorar as relações entre indivíduos que já se conhecem antes dos encontros. A tentativa de realizar essa abordagem ocorreu durante o período eleitoral de 2018 no Brasil. O objetivo era compreender como as pessoas lidavam com as informações políticas recebidas por WhatsApp, principalmente aquelas que vinculavam apoio de famosos aos candidatos. Para isso, foram formados nove grupos, que realizariam três reuniões cada, em Joinville, Santa Catarina. Mas a polarização política existente no Brasil tornou impossível que os encontros prosseguissem. Parte disso se deve ao fato de a ciência e a pesquisa acadêmica se tornarem parte da disputa narrativa entre os candidatos à presidência e parte da falta de incentivos aos entrevistados. Mesmo assim, esse artigo não tenta invalidar o método e sim apontar caminhos para que ele possa ser utilizado de forma adequada e proveitosa, apontando para possíveis problemas e como evitá-los.

**Palavras-Chave:** método *in situ*; grupo focal; eleições presidenciais; Jair Bolsonaro; Brasil.

### Abstract

This article is about a method that was unsuccessful. The purpose of this text is to explain the nuances and differences of traditional focus groups and the *in situ* method, which seeks to explore the relationships between individuals who already know each other before the meetings. The attempt to carry out this approach took place during the 2018 electoral period in Brazil. The goal was to understand how people dealt with the political information received by WhatsApp, especially those that linked support from celebrities to candidates. For this, nine groups were formed, which would hold three meetings each, in Joinville, Santa Catarina. But the existing political polarization in Brazil made it impossible for the meetings to continue. Part of this is due to the fact that science and academic research become part of the narrative dispute between presidential candidates and partly due to the lack of incentives for interviewees. Even so, this article does not try to invalidate the method, but to point out ways so that it can be used in an appropriate and profitable way, pointing out possible problems and how to avoid them.

**Keywords:** *in situ* method; focus group; presidential elections; Jair Bolsonaro; Brazil.

## 1. Introdução

Essa é a história de um método que não suportou a polarização política de um Brasil fraturado. Métodos são escolhidos para que se possam obter análises profundas e que revelem facetas até então não compreendidas de sujeitos ou de grupos da sociedade. Foi por isso que tentei aplicar a metodologia *in situ*, desenvolvida por Céline Braconnier (2012), para analisar como os eleitores brasileiros foram influenciados ou não pela posição política das celebridades e pelas informações transmitidas pelo WhatsApp. Isso, durante às eleições presidenciais brasileiras de 2018. O método *in situ* é uma variação dos tradicionais grupos focais e tem como um dos seus maiores méritos o incentivo à que sejam feitas várias conversas com os mesmos entrevistados, em diferentes momentos, seja em suas casas, locais de trabalho, de estudo ou de espiritualidade. Além disso, esse grupo de indivíduos deve ser realizado sempre entre pessoas que já possuem um relacionamento prévio. É essa proximidade entre os sujeitos que permitiria ao pesquisador encontrar respostas que seriam suprimidas em outros ambientes. Mais do que conveniente para o estudo do comportamento de indivíduos que viviam em um país que passava por uma conturbada eleição presidencial, que colocava como principais oponentes, de um lado o político de extrema-direita Jair Bolsonaro (PSL), que acabou vitorioso, contra o candidato de centro esquerda Fernando Haddad (PT), apoiado pelo ex-presidente e então presidiário Luiz Inácio Lula da Silva.

Entretanto, como será revelado ao longo desse texto, por mais que o método possibilite que os indivíduos se expressem livremente e permita que cada um revele suas posições e seus argumentos de acordo com o seu tempo, nem sempre é possível continuar a pesquisa. Não quando o pesquisador é visto como um intruso pronto para desestabilizar o ambiente, como alguém que tentará mudar a ideologia dos entrevistados ou como alguém que não deve ter sua opinião levada em consideração. Assim, esse texto mostra as frustrações do uso de um método com indivíduos que, com maior ou menor nível de escolarização, se veem acuados ao serem questionados.

Além dessa introdução, este artigo se divide em outras quatro seções. Na seguinte, é explicado no que consiste o método *in situ* e como ele decorre em uma variação dos grupos focais. As seções três e quatro focam, respectivamente, em explicar o planejamento da pesquisa de campo e narrar os resultados dos encontros que foram realizados. Por fim, é feita uma reflexão no qual se apontam caminhos para a utilização do método em sociedades politicamente polarizadas.

## 2. O método *in situ* e a valorização da construção coletiva das posições políticas

O método *in situ* é uma variação dos grupos focais. O objetivo dessa metodologia é aproximar o tema de pesquisa do cotidiano dos indivíduos. Por meio desse método, se esperava alcançar uma compreensão mais adequada de como o voto é construído, de como os indivíduos recebem e exercem pressão e de como constroem e desconstroem suas preferências políticas e o quanto disso é baseado em posições de celebridades. O voto, nessa lógica, é tratado como uma construção coletiva e não individual.

Segundo Liebscher (1998), o aprendizado de métodos qualitativos ocorre somente se o pesquisador souber registrar, analisar e observar interações entre pessoas e sistemas. Para Calder (1977), os métodos qualitativos são divididos em três grandes categorias: exploratória, fenomenológica e clínica. A última abordagem costuma ser usada por profissionais para julgamento clínico, o que não foi o caso desta pesquisa. Já na abordagem fenomenológica, o pesquisador acaba migrando para um ambiente que não conhece e com o qual não tem familiaridade. Lá, espera experimentar os mesmos problemas, satisfações, necessidades e sensações do grupo pesquisado. Esse também não foi o tipo de abordagem adotado nesta pesquisa. Por fim, temos a abordagem exploratória, que costuma ser usada em duas situações: 1) quando o pesquisador quer testar aspectos operacionais de uma pesquisa (como um piloto de questionário), ou 2) quando o objetivo é estimular o pensamento científico por meio da geração de novas ideias ou hipóteses. Essa segunda opção da abordagem exploratória trata mais adequadamente do que foi feito, embora também tenham sido necessárias adaptações ao método.

Ao utilizar abordagem exploratória, há variações como entrevistas não direcionadas, semiestruturadas, técnicas projetivas e grupos focais. As entrevistas projetivas são usadas somente quando o pesquisador acredita ser impossível que os entrevistados respondam sobre as razões que os levam a ter certos comportamentos ou atitudes. Essa opção também foi descartada para essa pesquisa. Já as entrevistas semiestruturadas ou não direcionadas ocorrem apenas entre um entrevistado e um entrevistador, variando no grau de intervenção existente e no direcionamento dado pelo entrevistador na sequência de perguntas. Novamente, isso não foi feito neste estudo. Por sua vez, os grupos focais seriam “pequenos grupos de pessoas reunidos para avaliar conceitos ou identificar problemas” (Caplan, 1990: 529), servindo como ferramenta capaz de determinar reações de indivíduos (consumidores, por exemplo) a novos serviços, produtos ou de indicar como processam e formam suas preferências eleitorais. Segundo Vaughn, Schumm e Sinagub (1996), o grupo focal é uma técnica que pode ser usada em pesquisas qualitativas, combinada com técnicas quantitativas ou de forma isolada, servindo para “aprofundar o conhecimento das necessidades de usuários e de clientes” (Dias, 2000: 144). Assim, o grupo focal é uma ferramenta pertinente para o estudo que pretendia desenvolver. Entretanto, como mostrarei a seguir, embora as entrevistas por grupo focal se constituam como uma boa oportunidade para analisar dados, ainda é necessário um maior refinamento da técnica para alcançar resultados mais significativos dentro da proposta de pesquisa que tinha planejado. Passemos, assim, para as definições de quais são os objetivos do grupo focal.

Para Dias, o objeto central é identificar atitudes, sentimentos, ideias dos participantes a respeito de um produto, assunto ou atividade. Já o objetivo específico seria gerar novas ideias ou hipóteses, estimulando o pensamento do pesquisador. Geralmente, grupos focais contam com um número de 6 a 12 pessoas, levando cerca de duas horas. A conversa é conduzida por um moderador, que direciona a discussão. Para moderar o grupo focal, é importante elaborar um roteiro que facilite a fluidez da discussão, fazendo com que haja um aprofundamento progressivo do debate (técnica do funil). Também é relevante delimitar as regras do grupo focal antes do início da conversa, como: a) só uma pessoa fala de cada vez; b) evitam-se discussões paralelas para que todos participem; c) ninguém pode dominar a discussão; d) todos têm o direito de dizer o que pensam. Todas sugestões que tentei seguir na realização do estudo apresentado logo mais.

Para Gondim, grupos focais possuem como objetivo “inferir o sentido oculto, as representações ideológicas, os valores e os afetos vinculados ao tema investigado” (Gondim, 2002: 151). Ela alega que pequenos grupos reproduzem jogos de conversação e o discurso ideológico que ocorre nas relações macrosociais. Assim, teriam como função “desvelar este processo de alienação e torná-lo consciente para os participantes” (Gondim, 2002: 152). Como Dias afirma, a vantagem do grupo focal perante outras técnicas consiste no fato de que “uma nova ideia gerada por algum dos participantes é imediatamente testada, a partir da reação dos outros participantes, em apoio ou repúdio” (Dias, 2000: 149). Catterall e Maclaran (1997) acreditam que a interação do grupo é positiva por ampliar o espectro das respostas e ativar detalhes e experiências esquecidas ou que os participantes tinham inibição para expressar.

O grupo focal não está isento de falhas ou críticas. Entre as principais, estão as que: 1) questionam a falta de rigor quantitativo na análise; 2) alegam que os resultados não podem ser generalizados; 3) questionam o tempo excessivo para análise das respostas; 4) divergem da validade dos resultados ou, ainda, 5) argumentam que um moderador diferente geraria um resultado distinto.

Embora o grupo focal seja uma interessante ferramenta de pesquisa, entendo que ele não geraria os dados necessários para que se pudesse compreender em sua dimensão o fenômeno da política de celebridades no Brasil. Votos não são decisões individuais. Os indivíduos sofrem e exercem influência e estão suscetíveis a opiniões de terceiros. Refletem sobre as possibilidades que cada candidato poderia lhe dar e expõem as opiniões a amigos, vizinhos e companheiros. E é em ambientes conhecidos que os indivíduos se sentem confortáveis para expressar opiniões que muitas vezes não encontram respaldos em grupos majoritários. Por isso, é pertinente tentar adaptar o grupo focal, realizando-o em um ambiente mais confortável para os participantes, de forma a fazer com que os resultados advindos dele sejam mais próximos ao que encontraríamos nas esferas da vida pública e privada dos indivíduos. Acredito que essa alternativa pode ser preenchida com o método de grupos de entrevistas *in situ* de Braconnier (2012). Os grupos focais

“no local” tratam sobre a realização de encontros com indivíduos que já se conhecem previamente e em um local que faz parte do cotidiano desses indivíduos. O método de grupos *in situ* privilegia entrevistas com indivíduos de uma mesma família, amigos íntimos, vizinhos de longa data, colegas de trabalho ou de atividades de lazer. No geral, isso aponta para o fato de que uns já conhecem as posições dos outros antes de participarem da entrevista.

Braconnier defende que o voto não é produzido de forma coletiva, precisando levar em consideração os locais que fazem parte do ambiente de cada eleitor com vistas a compreender o que ocorre na hora de votar. O método de Braconnier consiste em entrevistar indivíduos “que compõem um mesmo grupo (um casal, amigos íntimos, grupos de irmãos) ou que tenham relações relativamente fortes e de qualquer forma reais entre si fora da situação da entrevista” (Braconnier, 2012: 57). Segundo ela, a entrevista conjunta de indivíduos em ambientes nos quais geralmente se encontram faz com que estejam mais dispostos a admitir e a falar sobre comportamentos políticos que não mencionariam em outras situações de pesquisa tradicional, como o grupo focal. Assim, a entrevista em grupo *in situ* se torna uma ferramenta que facilita a compreensão da dimensão coletiva que é o ato de votar. Como ela defende:

Minha hipótese aqui é que a própria situação da pesquisa, por englobar contextos de conversação nos quais fortes laços já dominam, liberará as pessoas para falar se fornecer uma estrutura que neutralize a censura que provavelmente ocorreria em ambientes de maior escala. (Braconnier, 2012: 60)

O método proposto por Braconnier tem início com o pesquisador realizando uma entrevista e fazendo perguntas para cada integrante do grupo *in situ*. O objetivo, caso ainda não o sejam, é fazer com que todos os presentes no grupo possam se relacionar com os detalhes da trajetória individual (escolaridade, residência, trabalho e família) na frente dos outros participantes. Após essa etapa, passam a ser feitas perguntas que servem para circunscrever as práticas e as atitudes dos participantes em relação ao voto em particular ou à política em geral. Nesse ponto, ao invés de falar diretamente para cada indivíduo, a pesquisa é dirigida para o grupo. Logo, fica a cargo do grupo distribuir como se darão as conversas verbais. Assim, o entrevistador passa a ser um observador do que ocorre na conversa entre os indivíduos relativamente próximos uns aos outros, em um contexto de troca política no qual eles podem revelar, defender ou “estabelecer um significado compartilhado, uma identidade coletiva, sentimentos de pertencimento ou incompetência, que podem então ser levados em consideração na fase explicativa da pesquisa de votação” (Braconnier, 2012: 57).

As entrevistas em grupo *in situ* fazem parte de uma abordagem multi método para compreender como as pessoas realizam interpretações sobre a política, estando, também, aberta a outras formas de dados qualitativos ou quantitativos. A diferença desse método para as entrevistas individuais face a face e para os grupos focais está na forma como a pesquisa é construída. Na *in situ*, o entrevistador não terá o mesmo papel central que teria em uma prática individual. Caberá aos próprios participantes, já acostumados a conversarem entre si, ajustarem o discurso. Ao contrário de uma pesquisa focal que reúne indivíduos desconhecidos entre si em um ambiente estranho para todos, nesse caso a única artificialidade ficará por conta de haver um entrevistador presente assistindo e interagindo numa conversa entre conhecidos.

Entre as vantagens que esse método pode ter sobre um grupo focal tradicional, Braconnier enumera quatro motivos principais:

1. Facilita a percepção de indivíduos de classes de maior e menor poder aquisitivo: para a autora, todos os níveis sociais possuem líderes e seguidores e seus membros estão propensos a sofrer influências neste ambiente. Em grupos focais, se argumenta que grupos com maior capital educacional e cultural se distanciam rapidamente dos papéis que desempenham. Na entrevista *in situ*, o fato de haver um outro que também é um conhecido pode manter o grau que o entrevistado passa a “encenar” a si mesmo “compatível com o papel que cada parceiro de discussão assume em interações cotidianas com os outros” (Braconnier, 2012: 59);
2. Indivíduos tímidos podem ficar mais propensos a falar: em um ambiente com conhecidos, sujeitos que tradicionalmente seriam pouco participativos em um grupo focal, aqui se sentiriam mais à vontade para participar do debate;

3. Há revelação de indiscrições: entrevistas em grupo de indivíduos que são conhecidos entre si podem gerar uma dinâmica de competição entre os participantes, com eles buscando aumentar o seu prestígio frente ao entrevistador. Segundo a autora, isso pode gerar a revelação de indiscrições dos participantes, que indicariam posições ou elementos dos outros entrevistados que não viriam à tona em um ambiente mais hostil;
4. O grupo revela informações sobre o indivíduo: há uma coprodução de informações entre indivíduos que se conhecem. Primeiro, há a possibilidade de que alguém receba informações de votações, de políticos ou de eventos sobre os quais tem vaga memória. Nesse caso, as entrevistas em grupo constituem uma boa forma de combater o viés baseado na memória que enfraqueceria o valor da informação auto-referida. Este tipo de entrevista faz com que os indivíduos não se sintam livres para expressar sua própria narrativa de vida, para encenar sua própria história ou para manter em silêncio segredos ou mentiras. Tudo isso porque podem ter suas informações refutadas, reveladas ou corrigidas por um amigo ou familiar.

Entrevistas coletivas *in situ* não são grupos focais em que entrevistados não familiarizados entre si são solicitados pelos pesquisadores a discutir um determinado tópico em um laboratório. Embora sem dúvida sejam semelhantes a entrevistas etnográficas, envolvem questionar os indivíduos em seus ambientes cotidianos (em casa, no escritório, em um café, em um jardim) sobre suas famílias, carreiras, moradia e itinerários políticos no âmbito de pesquisas de longo prazo, no entanto, são diferentes porque são coletivas. Por um lado, estimulam a auto expressão na escala das conversas comuns que fazem parte da vida social, neutralizando a censura induzida por normas socialmente dominantes. Por outro lado, fornecem um lugar para os menos predispostos a falar ao capacitá-los a extrair a força necessária para enfrentar a provação de fazê-lo a partir da presença de outro(s). (Braconnier, 2012: 83)

Outro ponto importante para Braconnier consiste nas entrevistas em grupo serem uma ferramenta adequada para captar as relações de dominação dentro de grupos de amigos ou de parentes. Isso, por sua vez, é uma possibilidade para compreender, na prática, como se dá a formação da liderança em um mundo de leigos que falam sobre política — o que, na maioria dos casos, acaba sendo o caso quando as celebridades se pronunciam sobre assuntos políticos dos quais têm pouco conhecimento ou experiência. “As entrevistas confirmam o fato de que os grupos informais, mesmo quando socialmente homogêneos e baseados em fortes vínculos, são compostos de pelo menos indivíduos minimamente politizados e de outros menos favorecidos” (Braconnier, 2012: 81). Nessa lógica, os mais politizados seriam aqueles que funcionam como líderes políticos do grupo, enquanto os menos politizados tendem a adotar uma posição mais observadora. Logo, esse tipo de entrevista permite compreender o funcionamento de contextos micro ambientais que auxiliam na tomada de decisão sobre como cada indivíduo irá votar.

Outro ponto a considerar é o valor da entrevista em grupo para compreender a dimensão do comportamento coletivo de cada indivíduo, também possibilitando a identificação das raízes políticas de cada um. Como Plutzer (2002) alega, é possível observar uma espécie de *habitus* de votação, construído através de repetidas micro estimulações e micro pressões, já que os entrevistados raramente dão crédito à influência em suas decisões políticas recebida de amigos próximos, colegas de trabalho e de parentes.

A influência de votação é exercida e sofrida em todos os meios sociais, incluindo aqueles onde parceiros ou amigos são particularmente politizados. E tal influência pode ser mútua. Em uma família que tem conversas diárias e animadas sobre política, é fácil identificar uma espécie de construção familiar de como votar. (Braconnier, 2012: 76)

Outra potencialidade da entrevista em grupo reside na análise sobre o que os indivíduos não falam (seja por ser um assunto tabu ou porque não há interesse na questão em específico). Para autores como Nord (1986), indivíduos com posições inclinadas à extrema direita só a expressam em ambientes em que acreditam falar em nome do grupo ou de pessoas que estão associadas a votos conservadores. O mesmo valeria para sujeitos ligados a extrema esquerda. Assim, ao deixar “... os próprios entrevistados escolherem as pessoas com quem desejam ser entrevistados — o método efetivamente neutraliza a censura que os ambientes dominantes

provavelmente impõem” (Braconnier, 2012: 65). Desse modo, as entrevistas em grupo *in situ* acabam propiciando que os pesquisadores tenham pistas sobre a forma como são construídos significados compartilhados, assim como é possível observar como as certezas de um grupo são reforçadas dentro de uma dinâmica circular. “Tais intercâmbios, que muitas vezes combinam com um tom e atitude extremamente críticos em relação aos políticos eleitos, claramente tranquilizam o grupo em relação ao que está fora dele. É como se os laços que criam um ‘nós’ fossem reforçados denunciando outros” (Braconnier, 2012: 77).

Realizar as pesquisas em ambientes que façam parte da rotina dos indivíduos e entre pessoas em quem o entrevistado confia e com as quais já está acostumado a conversar e confidenciar os mais diversos assuntos é uma vantagem para a análise, que reforça o potencial dos dados obtidos. A ideia era de que a abordagem de Braconnier possibilitasse que se descobrisse se era possível enxergar reflexos “*offline*” de como ocorre a construção de preferências “*online*” ou se havia práticas paralelas e não necessariamente coerentes em cada um desses domínios.

### **3. Estruturando os grupos *in situ***

Um dos elementos essenciais que a metodologia *in situ* permitia era de evitar a espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1995), visto que indivíduos mais próximos tendem a possuir alta similaridade ideológica. Mesmo assim, isso gerava a necessidade de mitigar a homogeneidade de pensamento, logo foi procurado criar grupos que permitissem pensamentos tanto homogêneos quanto heterogêneos. Sendo assim, entendi como ideal delimitar os espaços de sociabilização que operam sobre a decisão política dos indivíduos. O objetivo era entender o modo como diferentes instituições sociais atuam sobre o indivíduo no momento de formação das preferências e da tomada de decisão. Assim, optei por três instituições: 1) família; 2) trabalho; e 3) religião. Além da estratificação de grupos a partir de ambientes de socialização dos indivíduos, esta foi combinada com uma estratificação de classe.

Cada um dos três tipos de instituição teve um grupo definido por renda, sendo um para indivíduos de renda familiar inferior a dois salários mínimos, o que poderiam ser definidos como de baixo poder aquisitivo; outro de indivíduos que tinham renda familiar de dois a dez salários mínimos, considerados de classe média; e por fim, indivíduos que tinham renda familiar superior a dez salários mínimos, considerados de renda média-alta. A distribuição, por renda familiar em reais em 2018, ficou com a seguinte divisão: Pobre (de zero até R\$ 1.199 mil); classe média (de R\$ 1.200 até R\$ 8,6 mil); e ricos (acima de R\$ 8,6 mil).

Como eram três tipos de instituições sociais, estratifiquei por três critérios de renda diferentes, gerando um total de nove grupos *in situ*. Como nenhum grupo era totalmente homogêneo, a variável ideológica surgiu de dentro de cada grupo. Não houve separação por identificação ideológica, mas era esperado que houvesse grupos com mais indivíduos à direita e outros com mais sujeitos à esquerda, além de grupos em que reinava a heterogeneidade. A pesquisa foi realizada na cidade de Joinville, a mais populosa (e com o maior eleitorado) de Santa Catarina. Joinville fica na região Nordeste de Santa Catarina, sendo responsável por 20% das exportações do estado, segundo o documento Cidade em Dados (SEPUD, 2017). Polo industrial, na região Sul do país só gera menos receita do que Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR), sendo o 28º lugar no ranking do PIB nacional. Possui uma população de 569,6 mil habitantes, segundo dados do IBGE. Abaixo, nas figuras 1, podemos ver os índices de renda da população joinvilense.

**Figura 1: Faixa de renda dos habitantes de Joinville**

Domicílios particulares permanentes, por classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita

RENDA (EM SM*)	PART. %	PART. % ACUM.	DOMICÍLIOS
Menos de 1/2 salário mínimo	7,47	7,47	12.026
Mais de 1/2 a 1 salário mínimo	23,91	31,38	38.413
De 1 a 2 Salários Mínimos	37,14	68,52	59.662
De 2 a 3 Salários Mínimos	13,86	82,38	22.269
De 3 a 5 Salários Mínimos	9,07	91,45	14.569
Mais de 5 Salários Mínimos	6,67	98,12	10.708
Sem rendimento	1,87	100	3.004
Total de domicílios	100	-	160.651

FONTE: IBGE – CENSO DEMOGRÁFICO 2010 – RESULTADOS PRELIMINARES DO UNIVERSO

À época, quase um terço dos cidadãos joinvilenses viviam em residências em que a renda per capita não ultrapassava um salário mínimo por pessoa. Ou seja, se encaixavam na categoria pobre que determinamos acima. O percentual dos indivíduos deve ser ainda maior, já que não é possível calcular em quantas moradias havia indivíduos que ganhavam mais de um salário mínimo, mas menos de R\$ 1,2 mil. Por sua vez, 60% dos indivíduos viviam em residências em que a renda per capita não ultrapassava os cinco salários mínimos por indivíduo. O percentual de indivíduos que se encaixava como classe média era ainda maior, mas não foi possível constatar quantos indivíduos se encontravam nessa faixa. Por sua vez, ao menos 6,6% dos indivíduos viviam em domicílios em que a renda nominal era de mais de cinco salários mínimos. Embora não fosse possível constatar quantos ultrapassavam os R\$ 8,6 mil da classe média alta, podemos afirmar que o percentual era menor. Logo, uma minoria se encaixava na terceira e última categoria. Isso gerava uma assimetria em relação ao tamanho da população. Agora, passemos aos dados de escolaridade:

**Figura 2: Nível de escolaridade dos cidadãos de Joinville**

Grau de escolaridade da população de Joinville

ESCOLARIDADE	PERCENTUAL
Analfabeto	1,88
Até o ensino fundamental incompleto	32,48
Ensino Fundamental Completo	14,08
Ensino médio incompleto	10,03
Ensino médio completo	23,32
Superior incompleto	5,43
Superior Completo	4,83
Pós graduação / Mestrado/ Doutorado	1,01
Não se aplica	6,94

FONTE: IPPUJ/IPC - INSTITUTO DE PESQUISA CATARINENSE LTDA - PESQUISA ORIGEM DESTINO, 2010. OBS.: O ITEM "NÃO SE APLICA" CORRESPONDE ÀS CRIANÇAS DE 0 A 6 ANOS DE IDADE. NÃO FORAM CONSIDERADAS AS CRIANÇAS QUE FREQUENTAM CRECHES

Interpretar as informações recebidas no dia-a-dia é essencial para a sobrevivência. Nesse quesito, a escolaridade surge como um indicativo da capacidade de os indivíduos conseguirem se guiar diante do interminável fluxo de notícias recebidas ao longo do dia. Em Joinville, como constatado acima, um terço da população não chegou a concluir o ensino fundamental, enquanto outros 47% conseguiram concluir. Isso faz com que apenas 10% da população do município seja composto de indivíduos que possuem ensino superior (incompleto ou completo) ou algum tipo de pós-graduação. Apresentada a cidade em que ocorrerá a pesquisa, seria necessário pontuar que a realização dos grupos *in situ* conta com o autor deste trabalho como moderador. Fui eu, também, o responsável pelo roteiro de perguntas que serviu de guia para o grupo. Como vimos, o método trabalha com diferenças consolidadas nesse espaço ao longo do convívio diário dos indivíduos. Ao dividir cada grupo a partir de um viés de ambientes de socialização e outro de renda, se esperava ler a política para além dos processos de polarização ideológica. O objetivo era compreender como

a política incide nos processos de formação de preferências e de tomada de decisões. Desse modo, cada grupo apresentou suas particularidades, que deviam ser explicadas de antemão para o leitor. Começando pelo grupo familiar:

**Quadro 1**

FAMÍLIA		
RENDA	LOCAL	JUSTIFICATIVA
Classe alta	Região central	Nos três casos, o objetivo era encontrar uma família com ao menos cinco eleitores que se reúna aos fins de semana (almoço ou jantar), com filhos e agregados. Esse ambiente mistura pessoas de idades diferentes e no qual não há homogeneidade ideológica
Classe média	Guanabara ou Ipiranga	
Pobres	Paranaguamirim, Jardim Paraíso ou Morro do Meio	

Fonte: o próprio autor.

O grupo familiar foi pensado para que os encontros com cada família fossem feitos em suas residências, indicadas pelo perfil de renda e pelo bairro. Assim, bairros centrais apresentavam uma renda mais elevada, os bairros operários uma renda mais compatível com a classe média e os bairros periféricos e mais afastados do centro uma renda próxima à de pessoas com baixo poder aquisitivo. Os encontros dos grupos familiares deviam ocorrer na casa da família nos fins de semana, momento em que famílias mais numerosas geralmente se encontravam. Seguindo as orientações do grupo *in situ*, a ideia era encontrar os grupos em ambientes nos quais se sentissem confortáveis, como na casa dos pais. O ideal era que em um grupo familiar haja entre cinco e oito membros com possibilidade de voto. Agora, seguimos ao segundo grupo: trabalho.

**Quadro 2**

TRABALHO		
RENDA	TRABALHO	JUSTIFICATIVA
Classe alta	Diretores ou gerentes de empresa	O fundamental era encontrar gerentes ou diretores de uma empresa de médio porte de Joinville que tivessem renda média ou alta
Classe média	Escritório de advocacia	Conversar com pessoas que trabalham em ambientes formais, como em escritório; com preferência para quem tem formação universitária e um salário razoável para a realidade brasileira
Pobres	Tupy, Whirpool, Döhler	A Tupy, Whirpool e Döhler estão entre as principais empregadoras de Joinville. Possuem grande número de empregados em posições braçais. A busca era para encontrar um grupo de indivíduos que trabalhassem na mesma seção

Fonte: o próprio autor.

Como o objetivo da pesquisa era identificar padrões de preferência sendo construídos, o ambiente de trabalho era fundamental na análise, visto que é um local em que os indivíduos passam um terço dos seus dias. Desse modo, a ideia foi encontrar grupos de indivíduos em atividades pós-trabalho, como *happy hours* e confraternizações. Horários nos quais fosse possível conversar com os indivíduos sobre política. Por fim, vamos ao terceiro grupo, definido como dos religiosos.

Quadro 3

RELIGIÃO			
RENDA	CRENÇA	LOCALIZAÇÃO	JUSTIFICATIVA
Classe alta	Luteranos	Na zona central, igreja do Ielusc	Igreja tradicional, vinculada a um instituto educacional
Classe média	Católicos	Em bairro operário, a igreja fica no Boa Vista	Bairro constituído de trabalhadores de empresa que frequentam a igreja católica
Pobres	Evangélicos	Na periferia, no Jardim Paraíso	Bairro periférico, que possui criminalidade elevada

Fonte: o próprio autor.

Assim como os outros ambientes de análise escolhidos, a religião possui um grande peso na vida de muitos indivíduos. Então, a ideia era entender como a política e outros aspectos de celebração eram vistos em ambientes nos quais os indivíduos passavam a se relacionar principalmente por meio da ligação que possuíam com uma fé específica. Desse modo, se buscava localizar grupos de oração ou relacionados a eventos religiosos, que se encontravam frequentemente e que tinham membros permanentes, para que fosse feita a análise. Foram escolhidas igrejas de três crenças diferentes e que obedeciam a critérios de renda. No caso de indivíduos de renda alta, a ideia era realizar a pesquisa com um grupo da igreja luterana, localizada na região central de Joinville. Por sua vez, para a classe média foi pensada em uma igreja católica de um bairro populoso e operário, como o Boa Vista. Para o terceiro grupo, composto por indivíduos com menor renda, se buscou por uma igreja da Assembleia de Deus, em um bairro periférico da cidade.

Definida a quantidade de grupos, passei à escolha do número de conversas a realizar com cada grupo. Diferentemente de um grupo focal tradicional, no qual os indivíduos se encontram uma única vez, a intenção aqui era testar a construção das preferências e sua fixação até a tomada de decisão durante todo o processo eleitoral, percebendo como o processo de celebração dos indivíduos afetava a escolha dos eleitores e o quanto eles notavam as técnicas midiáticas usadas pelos políticos para se celebrizarem. Por isso, se previu três encontros com cada grupo, com o primeiro ocorrendo logo após o processo de confirmação das candidaturas, o segundo na semana que antecede o primeiro turno e o último encontro na semana que antecede o segundo turno. Ao todo, seriam feitos 27 encontros com nove grupos, em três tipos de ambiente de socialização diferentes e com indivíduos de três faixas de renda distintas. O planejamento dos encontros ficou da seguinte forma:

Quadro 4

REALIZAÇÃO DOS GRUPOS “IN SITU”		
ENCONTRO	DATAS	PERÍODO ELEITORAL
1º encontro	Entre 18 e 25 de agosto	Logo após a confirmação das candidaturas presidenciais e vices
2º encontro	Entre 29 de setembro e 06 de outubro	Antes da votação do 1º turno
3º encontro	Entre 20 a 27 de outubro	Antes da votação do 2º turno

Fonte: o próprio autor.

Como os grupos *in situ* seriam realizados ao longo de todo o período eleitoral, seria possível constatar como a celebração dos políticos e/ou como os efeitos das celebridades auxiliava na construção das preferências políticas, consolidando-as. Assim, além de ver qualitativamente como funciona a dimensão da celebridade, seria apresentado um indicador,

mesmo que não generalizável, que mostraria como funciona o efeito da celebração durante o processo de decisão de voto.

Como se vê, há muitas diferenças do método *in situ* para o grupo focal. Assim, ele apresenta vantagens, mas também desvantagens. Um ponto que deve ser ressaltado é que os grupos *in situ* não possuem nenhuma restrição quanto a idade. É natural que diferentes ambientes tenham círculos de pessoas com idades distintas, sendo que na igreja os frequentadores compõem um grupo de indivíduos com mais idade, que no trabalho tenhamos maior contingente de pessoas na idade adulta e que a família seja formada por pessoas de todas as idades. Logicamente, isso não é regra. Em um ambiente de trabalho, há pessoas mais velhas, assim como na igreja também podem aparecer jovens e em certas ocupações a idade é mais elevada ou menos. Mas como o método *in situ* busca reproduzir aspectos de socialização dos ambientes que os indivíduos convivem, era esperado que eles dialogassem, influenciassem e se deixassem influenciar por pessoas de idades diferentes. Outro ponto relevante a apontar era de que, embora se esperasse que todos os membros participem de todos os encontros, isso não era obrigatório. Como seriam três grupos focais, era natural que houvesse ajuste de datas e de compromissos sobrepostos que inviabilizassem a presença deste ou daquele membro em determinado encontro. Mas também via isso como parte do processo de socialização dos indivíduos.

Tratando especificamente de cada grupo, como a proposta visava reproduzir os ambientes em que os indivíduos estão envolvidos, o ideal era que não existissem grupos com mais de 10 pessoas e que cada grupo não fosse inferior a cinco pessoas. Nessa lógica, o primeiro contato seria para estabelecer as preferências, como os indivíduos enxergam o processo de celebração, como se comunicam via internet e com quais celebridades ou processos de celebração estão acostumados. Assim, a cada encontro se afunilariam as discussões que tratavam sobre a celebração da política, sobre as preferências de cada indivíduo e sobre como cada um chegou a essas conclusões. Logo, a dinâmica seria definida em função de cada grupo.

Recapitulando, a ideia do grupo *in situ* era analisar os tipos ideais de celebridade visto em Kamradt (2017, 2018, 2019). Inicialmente seriam feitas perguntas que detalhassem a trajetória individual de cada um na frente do grupo (como o nome completo, formação acadêmica, trabalho, relação com outros presentes, atividades de lazer). Nessa primeira etapa, não seriam permitidas interações entre os indivíduos. Cada um deveria responder enquanto os outros ouviam. Após esse questionário inicial, seriam feitas perguntas sobre as práticas e atitudes de cada um em relação ao voto (em quem já votou, em quem não votaria) e sobre a política em geral (o que um governo deveria fazer, o que não poderia fazer de modo algum). A partir dessa resposta, os outros já poderiam interferir. Posteriormente a essa apresentação, se passaria a questões que tratassem sobre como as decisões políticas de uma era tomada (o que faz cada indivíduo votar ou não em um candidato?; quais são as principais características que um presidente deve ter?). Por fim, seriam apresentadas postagens retiradas da internet feitas por celebridades e buscado compreender as reações de cada indivíduo do grupo e de como desenvolviam suas críticas em grupo. Cada reunião iria durar cerca de duas horas.

#### **4. Politização do discurso científico, desprezo à pesquisa e receio de manipulação dos dados impedem realização das entrevistas**

Ao longo dos 74 dias de propaganda eleitoral gratuita foram planejadas a realização de 27 entrevistas em grupo. Assim, entre os dias 15 de agosto e 28 de outubro de 2018, foram planejadas a realização de três encontros: um com grupos de familiares, outro com colegas de trabalho e mais um com indivíduos que frequentam a mesma igreja. Além dos três ambientes, foram formados três grupos de indivíduos que buscava atender, mesmo que imprecisamente, critérios de renda. Sem recursos para remuneração de nenhum participante e sem o auxílio de outro pesquisador, foram selecionados indivíduos com a ajuda de religiosos (foi estabelecido contato com lideranças religiosas), de gestores das empresas joinvilenses e de indivíduos que aceitaram receber o pesquisador em suas casas após atender um anúncio no Facebook.

Desse modo, entre os dias 17 a 28 de agosto, foram marcadas nove entrevistas, uma com cada grupo. Entretanto, apenas cinco foram efetivamente realizadas (mesmo que três delas tenham sido encerradas antes da conclusão do questionário). A primeira entrevista foi realizada com um grupo de trabalhadores do setor de expedição da empresa Schulz. A conversa foi realizada após a conclusão do expediente, na recreativa da empresa. Participaram sete indivíduos, sendo que o mais jovem possuía 19 anos e o mais velho 35. Nenhum deles recebia mais do que R\$ 2 mil mensais. Após a apresentação dos objetivos da pesquisa (compreender como as celebridades exerciam influência nos indivíduos, e como isso ocorria a partir de informações compartilhada por WhatsApp e as preferências políticas de cada um) e do preenchimento de dois questionários, um que dava autorização para o uso das informações obtidas na entrevista e outro que perguntava sobre as celebridades preferidas de cada um, se começaram efetivamente a realizar a reunião.

Entre os sete indivíduos, três responderam apenas as questões obrigatórias e, no mais, concordavam com a posição lançada por dois indivíduos: o mais velho do grupo, com 35 anos, e o outro recém-chegado a empresa, com 21. Ambos com posicionamentos bem definidos. “Eu voto em quem promete colocar ladrão na cadeira”, disse o indivíduo mais velho, Geraldo,<sup>1</sup> para concluir: “Então, não tem como votar em qualquer ladrão do PT ou qualquer outro comunista, como aquele do PSDB (Geraldo Alckmin)”. Já Luiz, que trabalhava há quatro meses na empresa, ressaltou: “Não dá mais pra sustentar vagabundo que só quer ficar coçando em casa e naquelas universidades fumando o tempo todo. Alguém tem que acabar com isso”. Questionados sobre em quem votariam, três indivíduos manifestaram que estavam decididos a votar em Bolsonaro e que não mudariam de ideia. Outros quatro se colocaram em dúvida. Dos três eleitores de Bolsonaro, um apontou que conheceu o candidato por meio de uma celebridade. Luiz apontou que acompanhava o cantor sertanejo Eduardo Costa e que o jeito sincero do músico falar de política e as semelhanças na forma de pensamento, o fizeram levar a votar em Bolsonaro. “O Eduardo Costa fala igual a gente. O Bolsonaro também. Talvez ele não saiba fazer tudo, mas certeza que será melhor que esse bando de comunista ladrão que tá aí”, explicou. Embora os manifestantes não se alongassem muito nas respostas, todas as questões foram respondidas, embora por mais de uma vez tenha sido necessário a afirmativa de que a pesquisa não tinha intenção de convencer ou mudar a opinião de ninguém sobre em quem votar. A desconfiança, segundo eles, vinha do fato de que universitários, cientistas ou pesquisadores sempre estavam ligados a candidatos “esquerdistas”. Essa desconfiança aos poucos foi se cristalizando nos outros grupos e interditando o debate, no qual se apresentava o pesquisador na posição de um crítico ao candidato escolhido pelos membros e como alguém que devia ser visto como oposição.

A segunda reunião foi realizada com um grupo de oração de uma igreja evangélica localizada no bairro Jardim Paraíso. Foram seis integrantes entrevistados, sendo quatro mulheres e dois homens. A pessoa mais jovem tinha 38 anos e a mais velha 71 anos. Todas usavam e tinham conta em redes sociais e se mostravam antenadas com celebridades, principalmente daquelas oriundas do mundo do entretenimento tradicional: música, filmes e televisão. Todas falaram que não se importavam com o posicionamento dos famosos e que isso não os afetava. Mesmo assim, três mulheres falaram que pararam de seguir certos famosos quando estes se posicionaram politicamente de forma diferente da forma como achavam certo. “Não vou gostar da música de alguém que prega algo diferente do que pensamos”, disse Laura, 47 anos. Por sua vez, Renato, 53 anos, apontou que o candidato precisava ter bons valores e ser um verdadeiro brasileiro. “Queremos alguém de bem, igual nós. Queremos quem defenda a família. Não podemos colocar quem criou kit-gay na presidência”, disse, em referência a *fake news* produzida contra Fernando Haddad, candidato do PT, e divulgada amplamente pelos apoiadores e pela campanha de Jair Bolsonaro. Enquanto isso, a cada pergunta na qual era perguntado o motivo de uma escolha ou a forma como se chegou à determinada conclusão, algum dos entrevistados questionava a posição política do entrevistado ou a parcialidade da pesquisa. Nessa segunda reunião, por duas vezes uma mulher de 62 anos se exaltou a ouvir a opinião de uma colega de 48 anos. “Tu não tem que ficar pensando muito nisso. Tem que votar como todos nós, em quem vai fazer o melhor pro país. Vai votar em aborteiro agora?”, questionou em tom agressivo. Falas como essa, na qual havia exaltação e o tom de voz usado era alto acabavam inviabilizando a

---

<sup>1</sup> Todos os nomes de indivíduos colocados aqui são fictícios. O motivo da escolha foi pelo fato de que os entrevistados não aceitaram concluir todas as reuniões.

continuação da conversa. Isso ocorria porque os outros integrantes buscavam encerrar a entrevista. Por exemplo, essa reunião acabou com a mulher de 37 anos falando: “Ninguém fica falando tanto de política porque nós votamos em pessoas de valores semelhantes ao nosso. Então, todo mundo vota igual. Quem pensa em mudar, leva um pito e logo volta”, explicou.

As duas reuniões narradas acima, foram as únicas em que foi possível concluir todas as perguntas planejadas. Mesmo receosos, os indivíduos responderam as questões e ouviram as considerações dos conhecidos. Mas isso não foi o que ocorreu nos outros três grupos com os quais me reuni. Em dois encontros, o encontro foi encerrado antes de completar trinta minutos de conversa e em outros dois, mal havia se chegado a uma das duas horas planejadas quando alguns dos integrantes deixaram a reunião por se negarem a continuar falando do assunto. No geral, as três entrevistas apresentaram o mesmo tipo de exaltação. Os questionamentos feitos eram entendidos como confrontos as posições defendidas por algum dos entrevistados ou tentativa de muda-la. Isso gerava uma resposta que acusava o pesquisador de ser, na expressão dos entrevistados, “comunista infiltrado” ou “bolsominion”. A fala geralmente era contida por algum outro integrante do grupo e a conversa retomava até outra pergunta na qual o pesquisador perguntava como o indivíduo havia chegado aquela conclusão. Isso gerava um mal-estar em mais de um dos integrantes, que passavam a se exaltar, falando alto. A pergunta representava uma afronta a posição do sujeito. Nesse momento, um ou mais sujeitos retomava os termos “comunista”, “petista”, “bolsominion”, “fascista” para tratar o pesquisador ou, em casos mais graves, apontava o dedo na tentativa de intimidar o entrevistador. Um exemplo foi o diálogo abaixo, travado entre o pesquisador e duas pessoas casadas há 12 anos, pais de duas crianças. A mulher tinha 34 anos e o marido 36 anos. Ele era contador em uma empresa de materiais plásticos e ela era analista de recursos humanos em um supermercado.

- Vocês já sabem em quem vão votar nessa eleição? Como vocês escolheram o candidato? – Perguntou o pesquisador.
- Nós vamos votar no Bolsonaro, disse o homem, enquanto a mulher balançava a cabeça afirmativamente.
- Vamos votar nele porque ele defende a família, é contra a corrupção, é cidadão de bem, tem fé e porque ele vai tirar aquela corja de ladrões do poder – Falou a mulher.
- Vocês se referem aos ex-governantes do PT ou ao Michel Temer? Vocês poderiam explicar o que alguém precisa ter pra ser um cidadão de bem? – Perguntou o pesquisador.
- Falei que esse cara era petista. Tá louco. Aqui em casa não pisa ninguém assim, não! Vaza daqui antes que eu te quebre na porrada, seu universitário cherador de merda – Gritou o homem.

Nesse momento, a sogra e o sogro do indivíduo encerraram a conversa afirmando que não queriam brigas na sua casa, que não queriam exaltação e que a conversa não faria bem para ninguém. Também avisaram que não aceitariam se reunir por outras vezes no futuro. O caso acima se passou na área de lazer da casa de uma família rica, moradora do bairro América. Participaram cinco pessoas, sendo um casal de idosos, suas duas filhas e um genro. Situação semelhante ocorreu em outra reunião familiar, dessa vez numa casa de classe média com sete integrantes, sendo um casal com o homem com 54 e a mulher com 51 anos, dois gêmeos de 24 anos, suas namoradas, de 22 e 19 e o melhor amigo de um dos filhos, com 25 anos. Durante as falas, havia impaciência por parte dos dois gêmeos, principalmente quando eram questionados a explicarem como conheceram o candidato e quais os motivos que o levavam a votar daquela forma.

- Eu falei pra mãe não aceitar isso. Eu não tenho que falar nada pra ninguém. Essas pesquisas eleitorais são tudo mentirosas. Eu vi como é feito – Contestou um dos rapazes, enquanto a namorada balançava a cabeça.
- Eu não sei porque temos que se explicar por algo que todo mundo sabe que é certo. Todo cidadão de bem vai votar no mesmo candidato e só aqui a gente tem que ficar dando explicação. Isso é uma palhaçada – Disse o outro, falando alto.

- Novamente, a pesquisa busca unicamente compreender como vocês estão encarando a eleição, como vocês se informam e o modo como vocês discutem política – Disse o pesquisador.
- Conta outra. Até parece que é isso. Esse tipo de coisa de universitário serve pra colocar no poder algum ladrão pra ficar roubando da gente por mais quatro anos. Esse ano, nós temos nosso candidato. Direitos humanos pra humanos direitos – Falou o rapaz enquanto levantava da mesa e ia embora.

Nos dois encontros narrados acima, houve paralelos: críticas à ciência, reclamações a necessidade de precisar raciocinar sobre o próprio voto e exaltações por uma suposta tentativa do pesquisador (ao perguntar os motivos que o levaram a decidir por um candidato) de tentar convencer os entrevistados do contrário. Em uma eleição em que as *fake news* foram elementos centrais e em que a ciência, a educação e as universidades públicas foram alvos de um dos candidatos (Jair Bolsonaro), a conversa sobre o processo do voto se torna inviável. É importante ressaltar que no 1º turno das eleições, Bolsonaro alcançou 72,06% e Haddad apenas 8,40%, enquanto no 2º turno teve 83,18% dos votos válidos. Haddad alcançou apenas 16,82% no município de Joinville.

Enquanto isso, em outros quatro encontros, as reuniões foram encerradas antes mesmo de terem início. Em três delas, o pesquisador chegou a se reunir com os entrevistados. Mas quando estes observaram as perguntas, simplesmente falaram que já tinham candidato e que não iriam mudar. Por isso, não responderiam. Ao ouvirem o argumento de que a pesquisa não visava mudar o voto de ninguém e sim de compreender como essa decisão havia sido feita e como as celebridades haviam participado (ou não) do processo, alguns dos entrevistados davam respostas semelhantes: “Nenhum esquerdista de faculdade vai mudar o que penso”; “Esse tipo de coisa só serve pra plantar ideia comunista na cabeça nossa”; “eu vou votar no Mito (apelido dado pelos eleitores de Bolsonaro a este) justamente porque ele vai acabar com essa mamata nas universidades”; ou “depois que um cara desse apanha, não sabe porquê. Onde já se viu perguntar como decidimos em quem votar. Ora, eu decidi sozinho”. A outra reunião foi cancelada ainda no portão, quando quatro dos sete integrantes que seriam entrevistados justificaram que não viam sentido em perder tempo em serem questionados sobre algo que já tinham decidido e que não precisavam mais pensar. Ao ouvirem os questionamentos de que a pesquisa queria compreender as opções e não modifica-las, a resposta era de que todo mundo tinha lado e o pesquisador ou estava ali para convencer ou pra concordar. Logo, não fazia sentido ser entrevistado.

A constante recusa da entrevista, a dificuldade de convencimento da importância da pesquisa, as críticas ao método científico, as universidades, a educação e a função de um pesquisador acabaram minando as possibilidades de realização do método *in situ* em Joinville durante às eleições presidenciais de 2018 no Brasil.

## 5. Considerações finais

Este artigo não tratou sobre uma pesquisa que deu certo. Mas sim de uma metodologia que ao ser aplicada em uma disputa polarizada não gerou os resultados esperados. Parte disso ocorreu devido a polarização política, que acabou colocando a ciência e a pesquisa como temas da disputa narrativa. Isso, entretanto, não invalida o método *in situ*, que tem a capacidade de revelar como se dão processos de construção e debate de posições dentro de hierarquias já previamente definidas. Há a possibilidade de leituras ricas e com mais nuances, ainda mais pela relação já previamente estabelecida dos entrevistados, mas também pelo contato rotineiro e, com o tempo, mais familiar com o pesquisador.

Mas para que isso ocorra, são necessárias mudanças para não desconsiderar elementos importantes como ocorreu aqui. Em um país rachado politicamente, caso do Brasil desde 2013, é preciso considerar a ideia da não neutralidade do ator social no processo, como proposto por Ranci (2005). Ele defendia que o pesquisador não pode acreditar que está em uma situação diferente e separada daqueles que ele tenta entrevistar e conhecer. Ou seja, os mundos são ligados e é preciso que o entrevistador se situe dentro desta realidade.

Neste contexto, é necessário repensar o planejamento da pesquisa e das entrevistas. Ranci (2005) já apontava que a rejeição dos atores sociais em colaborar muito se dá pelo fato de que eles passam a usar comportamentos que são voltados para induzir nos pesquisadores uma inversão de posição ou de papéis. Isso precisa partir da busca pela escuta do que os indivíduos que participam da pesquisa têm a falar. As emoções, as falas, as negações e os gestos compõem parte do arsenal de elementos que permitem a construção do cenário a ser analisado. Cabe ao pesquisador avaliar o seu eu e as posições e ações dos participantes que, mesmo na posição de entrevistados, também não deixam de performar e representar os seus 'eus' (Lincoln & Guba, 2006).

Dessa forma, é necessário levar em conta a interrelacionalidade entre pesquisado e pesquisador (Ranci, 2005; Minayo, 2000, 2001; Lincoln & Guba, 2006). E é neste ponto que está a peculiaridade que precisa ser levada em conta no planejamento da aplicação do método *in situ*. Cada realidade possui sua peculiaridade e especificidades que precisam ser levadas em conta para que seja possível que o processo de investigação seja inclusivo e participativo entre os diferentes atores sociais envolvidos e o pesquisador. No caso da pesquisa retratada neste artigo, uma possibilidade que deve ser levada em consideração é a diminuição do número de grupos. Com menos grupos e com uma quantidade menor de integrantes, há mais possibilidade de conseguir criar laços e interagir adequadamente em cada realidade social.

Como é possível ver, o método *in situ* tem limites, mas esses não o inviabilizam. Grupos menores e uma menor quantidade de grupos possibilita uma melhor penetração e possibilidade de conhecimento das realidades sociais. Assim como a existência de campos antagônicos, como na recente política brasileira, em que há um nós contra eles, obriga o pesquisador a saber se posicionar como parte integrante daquele contexto social. Nessa lógica, saber se expor e ao mesmo tempo deixar com que o entrevistado se sinta à vontade para se posicionar e, até mesmo, se colocar no papel de entrevistador passam a ser elementos que podem gerar bons resultados. Mais do que desconsiderar o método *in situ*, são necessárias novas tentativas e experiência que levem em conta os diferentes contextos que ele pode ser aplicado e os resultados que pode gerar.

## 6. Referências

- BRACONNIER, C. (2012). With Several Voices: What in situ Group Interviews Can Contribute to Sociology of Voting. *Revue française de sociologie*, 53-1, 61-93.
- CALDER, B. (1977). Focus group and the nature of qualitative marketing research. *Journal of Marketing Research*, 14, 353-364.
- CAPLAN, S. (1990). Using focus group methodology for ergonomic design. *Ergonomics*, 33 (5), 527-533.
- CATTERALL, M. y MACLARAN, P. (1997). Focus Group Data and Qualitative Analysis Programs: Coding the Moving Picture as Well as the Snapshots. *Sociological Research Online*, 2 (1).
- DIAS, C. (2000). Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. *Informação & Sociedade: Estudos*, 10 (2), 141-158.
- GONDIM, S. (2002). Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. *Paidéia*, 12 (24), 149-162.
- KAMRADT, J. (2017). Celebidades e política: redução da democracia representativa ou novas formas de engajamento. En 7° *Compolítica*, Porto Alegre, Brasil.
- \_\_\_\_\_ (2018). As celebridades como elemento essencial para o rejuvenescimento democrático. En *XI Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política (ABCP)*, Curitiba, Brasil.
- \_\_\_\_\_ (2019). Celebidades políticas e políticos celebridades: uma análise teórica do fenômeno. *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais - BIB*, 88, 1-22.
- LIEBSCHER, P. (1998). Quantity with quality? Teaching quantitative and qualitative methods in a LIS Master's program. *Library Trends*, 46 (4), 668-680.
- LINCOLN, Y. S. y GUBA, E. G. (1988). *Effective evaluation*. San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- MINAYO, M. C. de S. (2000). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde (7. Ed)*. São Paulo: Hucitec/Abrasco.
- \_\_\_\_\_ (2001). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Rio de Janeiro: Vozes.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio o Opinión Pública: nuestra piel social*. México: Paidós.
- NORD, P. (1986). *Paris Shopkeepers and the Politics of Resentment*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- PLUTZER, E. (2002). Becoming a Habitual Voter: Inertia, Resources, and Growth in Young Adulthood. *American Political Science Review*, 96 (1), 41-56.
- RANCI, C. (2005). Relações difíceis: a interação entre pesquisadores e atores sociais. En A. MELUCCI (Org.), *Por uma sociologia reflexiva: pesquisa qualitativa e cultura* (pp. 43-66). Petrópolis: Vozes.
- SEPUD (2018). *Joinville: Cidade em Dados 2017*. Joinville: Prefeitura Municipal de Joinville.
- VAUGHN, S., SCHUMM, J. S. y SINAGUB, J. M. (1996). *Focus group interviews in education and psychology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

**Autor.**

João Kamradt

Departamento de Comunicação, Faculdade Ielusc, Brasil.

Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Sociologia Política pela UFSC. Graduado em Jornalismo pela Faculdade Ielusc. Professor da Faculdade Ielusc.

E-mail: joakamradt@gmail.com

**Citado.**

KAMRADT, João (2022). Quando a polarização impede o método: análise da tentativa frustrada do estudo de recepção no WhatsApp. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social – ReLMIS*, N°24, Año 12, pp. 7-22.

**Plazos.**

Recibido: 16/06/2020. Aceptado: 08/02/2021.