

PESQUISA DESDE A PERIFERIA:



**RECURSOS PARA
PESQUISA-AÇÃO
COMUNITÁRIA
NO INSTITUTO
BANCO PALMAS**




TABELA DE CONTEÚDOS

Nota ao leitor.....	3
1. Antecedentes: Pesquisa comunitária no Instituto Banco Palmas	4
2. Abordagem: Pesquisa-Ação e Pesquisa-Ação Participativa	8
3. Processo de Planejamento da Pesquisa.....	18
A. Definindo uma pergunta guia	21
B. Desenhando uma Metodologia	26
i. Grupos focais	28
ii. Entrevistas	31
iii. Questionários	35
iv. Mapeamento de riquezas comunitárias	41
C. Análise	45
D. Representando e Divulgando os Resultados da Pesquisa	50
E. Incorporando Reflexão no Processo.....	61
4. Recursos adicionais.....	65

NOTA AO LEITOR



3 |

Este documento surge de um processo de investigação colaborativa entre o MIT CoLab e o PalmasLab. Como tal, não é um guia exaustivo que abrange todos os métodos de pesquisa que podem ser utilizados, nem é um manual que fornece instruções passo-a-passo para o desenvolvimento e a realização de um projeto de pesquisa.

Em vez disso, este documento se foca em ferramentas e métodos chave identificados como relevantes para o PalmasLab enquanto o mesmo continua a construir a capacidade para o desenvolvimento de pesquisa e a produção de conhecimento na periferia de Fortaleza. Ele sintetiza conceitos chave relevantes à pesquisa-ação comunitária, descreve alguns dos possíveis métodos relevantes para a investigação sistemática e produção de conhecimento no PalmasLab e apresenta técnicas para guiar com sucesso o processo de pesquisa e facilitar as atividades relacionadas com a pesquisa. Como este guia de recursos resulta de um processo real de pesquisa colaborativa no PalmasLab, o documento complementa as considerações metodológicas com as histórias de como este projeto de pesquisa específico surgiu e evoluiu.

Esperamos que este documento se torne útil ao passo que o PalmasLab avance com suas atividades de pesquisa. Mais importante, nós esperamos que os jovens brilhantes que compõem o PalmasLab continuem a ser protagonistas e líderes no processo de investigação crítica que começaram juntos.



1 ANTECEDENTES: INSTITUTO PALMAS E A PESQUISA COMUNITÁRIA

4 |

Instituto Banco Palmas, sediado no bairro Conjunto Palmeiras de Fortaleza, Brasil, é uma organização focada no apoio ao desenvolvimento territorial, a inclusão sócio-produtiva e a iniciativas inovadoras na periferia de Fortaleza e outros municípios brasileiros. Hoje o Instituto abriga várias entidades com foco no desenvolvimento social e econômico, incluindo o Banco Palmas, fundado em 1998 como primeiro banco de desenvolvimento comunitário do Brasil, bem como, por equanto, o PalmasLab, um centro de inovação focado na construção de soluções de TI, na incubação de projetos de desenvolvimento da juventude e, mais recentemente, em pesquisas comunitárias.

O Instituto Banco Palmas usa os valores da economia solidária para promover o desenvolvimento territorial no Conjunto Palmeiras através da criação de redes locais de produção e consumo, serviços de microcrédito e a circulação de uma moeda social

local. Desde 2003, o Instituto Banco Palmas tem oferecido assistência técnica e serviços de consultoria para facilitar a disseminação do modelo Banco Palmas em todo o Brasil e desempenhou um papel fundamental no estabelecimento de mais de

100 novos bancos comunitários em 19 estados e no Distrito Federal.

Os processos participativos e as pesquisas comunitárias têm sido uma parte integral da história e dos valores fundamentais do Instituto Banco Palmas. O próprio banco foi concebido através de um processo de investigação e organização conduzido pela comunidade em resposta a problemas de desemprego, pobreza e fome no Conjunto Palmeiras na década de 1990. Especificamente, em 1997, a Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras, ASMOCONP, desenvolveu uma metodologia para responder a pergunta “Por que somos pobres?” e realizou um inventário sobre as atividades produtivas dos negócios existentes, bem como as atividades de consumo dos residentes locais. O resultado foi um Mapa de Produção e Consumo que revelou que a maioria dos residentes do Conjunto Palmeiras estava usando sua renda para consumir bens e serviços fora do bairro - informações que levaram a ASMOCONP à criar o Banco Palmas.

Desde o início do banco, o mapeamento da produção e do consumo foi realizado regularmente com o objetivo de orientar as práticas de empréstimos para apoiar

os negócios locais e promover o aumento do consumo local como um meio de manter a riqueza circulando dentro do bairro. Hoje, como Instituto Palmas visa melhor compreender e intervir nos contextos relacionados à evolução da pobreza, da desigualdade e da violência urbana em Fortaleza, o Instituto novamente encontra-se em busca de novas e inovadoras maneiras de resolver os problemas sociais e econômicos utilizando o conhecimento, a capacidade e os recursos existentes na comunidade.

Atualmente, através do trabalho de seu espaço de inovação, PalmasLab, o Instituto Palmas busca ampliar sua colaboração com instituições públicas, privadas e sem fins lucrativos para incluir pesquisas focadas no aumento e melhoria do investimento social e econômico em comunidades marginalizadas. Além do desenvolvimento de novas ferramentas de pesquisa de base tecnológica, tais como aplicativos de celular, PalmasLab agora está focado em desenvolver a capacidade de incorporar sistematicamente a pesquisa-ação comunitária em seu trabalho. Esses esforços incluem a criação de novas metodologias para permitir que os bancos comunitários possam avaliar de forma holística as dinâmi-

cas sociais e econômicas dos bairros onde trabalham, e intervir mais efetivamente nos mesmos. Também o PalmasLab está investigando a criação de uma estrutura organizacional que o permita oferecer serviços de pesquisa focados na comunidade para clientes de caráter social como estratégia de geração de renda. Com um foco na geração de ação, um componente chave dos esforços atuais do PalmasLab é melhor divulgar pesquisas produzidas na comunidade e conhecimento sobre comunidade, política e outros círculos relevantes.

Em 2014, o Instituto Banco Palmas deu início a conversas com o Community Innovators Lab (CoLab) do MIT para desenvolver uma iniciativa conjunta focada em pesquisa-ação comunitária. MIT CoLab é um centro de planejamento e desenvolvimento dentro do [Departamento de Estudos e Planejamento Urbanos \(DUSP\) MIT](#) que apoia o desenvolvimento e o uso do conhecimento de comunidades excluídas para aprofundar o engajamento cívico, melhorar a prática comunitária, informar políticas públicas, mobilizar recursos da comunidade e gerar riqueza compartilhada. O trabalho

do MIT CoLab envolve trazer sua experiência substancial trabalhando com comunidades marginalizadas



nas Américas para co-criar estratégias de sustentabilidade, planos de desenvolvimento econômico, estratégias de pesquisa e esforços de engajamento cívico com parceiros locais focados na transformação de sistemas de desigualdade.

Este relatório é o produto de uma fase inicial de colaboração entre o MIT CoLab e o PalmasLab entre junho e agosto de 2015. Ao longo de nove semanas, duas estudantes do Departamento de Estudos e Planejamento Urbano afiliados ao CoLab, sete membros da equipe do

PalmasLab e vários outros membros da equipe do Instituto Banco Palmas engajaram-se num processo de co-produção de pesquisa, destinada a ampliar ainda mais a capacidade de pesquisa dentro do PalmasLab ao mesmo tempo em que também desenvolveram uma metodologia para explorar como moradores do Conjunto Palmeiras experimentavam, acessavam e se envolviam com as riquezas e pobreza materiais e imateriais de sua vizinhança.

Na base deste envolvimento estavam questões fundamentais de justiça social sobre o papel e a contribuição das comunidades marginalizadas para a produção de conhecimento para a mudança social. Na época desta colaboração, o Conjunto Palmeiras enfrentou uma série de novos e urgentes desafios socioeconômicos. No entanto, a identidade e o posicionamento dos pesquisadores do PalmasLab como moradores do Conjunto Palmeiras tanto com o conhecimento situado quanto a vivência passada dos desafios e potenciais do seu território, representou uma oportuni-

dade crítica e um recurso inexplorado. Para as comunidades muitas vezes incompreendidas pelos formuladores de políticas, a incorporação deste tipo de conhecimento em decisões políticas e de planejamento é fundamental para o avanço da equidade e inclusão.

Neste sentido, a colaboração também contribuiu com os esforços do CoLab para construir conhecimento sobre inovação comunitária e Pesquisa-Ação Participativa (conhecido pelo acrônimo PAR em inglês) na prática. Este documento emerge deste processo colaborativo de planejamento e investigação e destina-se a servir de referência que destaca algumas das questões, fases e ferramentas principais para o PalmasLab considerar como desenvolver pesquisa comunitária no futuro. Como um produto de coprodução, este documento é auto-reflexivo: ele busca oferecer uma série de recursos para que o Instituto Banco Palmas se engaje em trabalhos PAR, através da experiência PAR descrita neste documento.

2 ABORDAGEM: PESQUISA-AÇÃO E PESQUISA-AÇÃO PARTICIPATIVA

8 |

Pesquisa-ação é uma abordagem à pesquisa orientada para a resolução de um problema do mundo real ou melhoria dos processos e práticas organizacionais ou de base comunitária. Uma característica fundamental que distingue pesquisa-ação de outras formas de pesquisa acadêmica ou teórica é que ela procura não só gerar novos conhecimentos sobre um determinado fenômeno, mas também gerar ações concretas, intervenções e mudanças positivas. Essas mudanças positivas podem resultar na maneira como os dados em si são utilizados - por exemplo, fornecendo a evidência sobre porque um programa está ou não está funcionando, a fim de determinar quais as modificações a se fazer. Elas também podem surgir a partir do próprio processo de participação, que pode desempenhar um papel na construção da capacidade de raciocínio crítico e resolução de problemas de comunidades e indivíduos participantes.

Pesquisa-ação tem sido usada em muitos ambientes diferentes - desde empresas a organizações comunitárias - e pode envolver diferentes níveis de participação, dependendo dos objetivos e das necessidades de um grupo. Quando o objetivo da pesquisa inclui o empoderamento

da comunidade e a capacitação da mesma, a Pesquisa Ação Participativa (PAR) representa uma orientação particularmente importante para a pesquisa. Esta abordagem tem sido também por vezes referida como Pesquisa-ação Comunitária, Pesquisa-Ação Liderada pela

Comunidade ou Ação e Aprendizagem Participativa.

Pesquisa Ação Participativa valoriza o conhecimento e as experiências vividas pelas comunidades afetadas pelo problema a ser pesquisado e pretende colocar maior controle sobre o processos de definição das questões, no planejamento da pesquisa, na construção de conhecimento e na resolução de problemas nas mãos de membros da comunidade. Neste sentido, PAR pretende transformar as relações

desiguais de poder existentes entre grupos marginalizados e aqueles tradicionalmente considerados os pesquisadores “especialistas” e tomadores de decisão. Em lugares com um passado onde pessoas de fora de uma comunidade utilizam o conhecimento da comunidade para tomar decisões sem o envolvimento ou a participação dos moradores, ela também procura prevenir a apropriação de conhecimento da comunidade por pessoas de fora, enquanto ao mesmo tempo capacita e empodera os grupos comunitários.

9 |

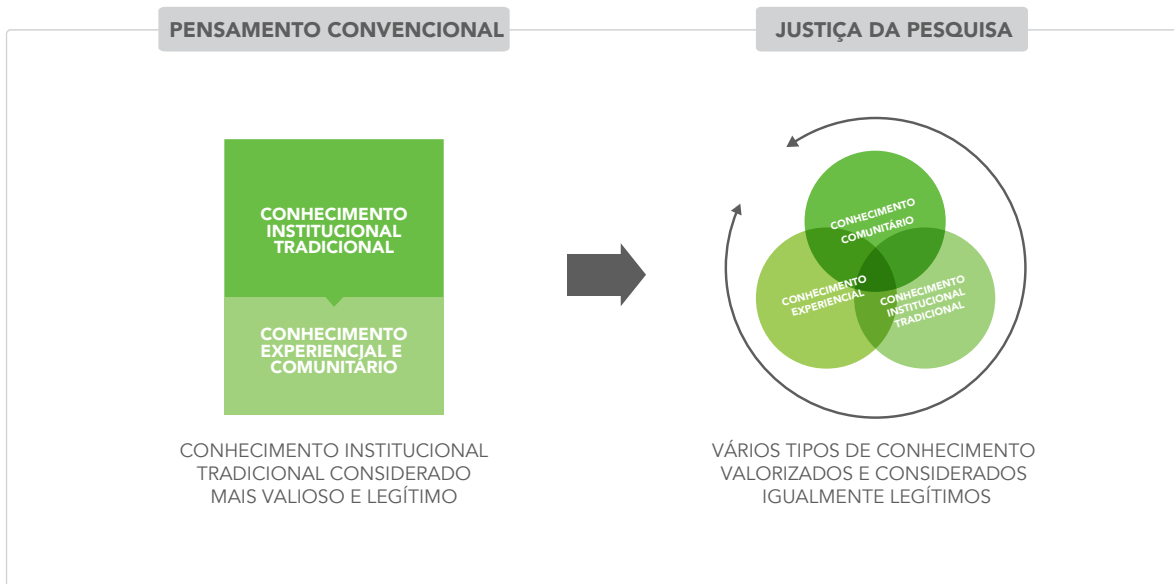


O Banco Palmas foi fundado com o objetivo de prevenir o vazamento de riqueza econômica do Conjunto Palmeiras, promovendo a produção econômica e o consumo local. Uma estrutura estratégica para a realização de pesquisa-ação comunitária pode desempenhar um papel importante também na prevenção do vazamento ou a extração das riquezas imateriais que existem na comunidade - incluindo os ricos conhecimentos, identidades e experiências que os moradores do Conjunto Palmeiras viveram e desenvolveram.



Compreender e abordar problemas complexos, como a desigualdade, a pobreza e a inclusão socioeconômica requer diversos tipos de conhecimento. Comunidades que vivem e experimentam as falhas dos sistemas e se dedicam a resolver problemas locais possuem informações valiosas para a geração de soluções - tornando o conhecimento comunitário tão crucial quanto o conhecimento que emerge de centros tradicionais de produção de conhecimento, tais como círculos acadêmicos e de políticas públicas. Neste sentido, a experiência e a identidade vivida tornam-se recur-

sos-chave no processo de investigação e de resolução de problemas. Enquanto o Instituto Banco Palmas e outros bancos comunitários no Brasil lidam com muitas das questões mencionadas acima e lutam para se adaptar à evolução dos contextos políticos e socioeconômicos, a criação de estruturas e parcerias que legitimem e tragam o conhecimento da comunidade para o diálogo com outras formas de conhecimento é crucial. Esta mudança na direção da valorização de diversas formas de conhecimento tem sido referida em outros lugares como “justiça cognitiva” ou “justiça de pesquisa.”



Este modelo, adaptado do conceito desenvolvido pela organização DataCenter Pesquisa para Justiça, ilustra uma visão para mudar os paradigmas de legitimidade de pesquisa. O diagrama de status quo demonstra o grau maior de legitimidade e poder associado ao conhecimento institucional disseminado do que com outras formas de conhecimento em pesquisa. O modelo alternativo de “Justiça de Pesquisa” é aquele em que novos conhecimentos são co-produzidos para reunir o conhecimento tradicional institucional, conhecimento experiencial pessoal, e conhecimento comunitário, que se desenvolve através de lutas e identidades coletivas. Nesta visão, igualmente valorizar e legitimar esses múltiplos tipos de conhecimento representa uma maneira de criar poder para grupos da periferia - permitindo maior agência de imaginar alternativas, resolver problemas e implementar soluções.

Um elemento-chave no caminho para a legitimação da comunidade, do conhecimento experiencial e da construção do poder da comunidade é a co-produção. No contexto do PAR, coprodução refere-se a um processo de pesquisa colaborativa entre grupos que trazem diferentes tipos de conhecimento, experiências e recursos para a mesa - com o objetivo de produzir coletivamente o conhecimento novo e acionável. Ao invés de valorizar um tipo de conhecimento sobre o outro, coprodução envolve um processo de diálogo entre as diferentes formas de conhecimento - que reúne a experiência vivida e a experiência técnica de forma a criar novos conhecimentos. Coprodução destina-se a desafiar o status quo cujo conhecimento é mais valorizado e busca aumentar o poder dos grupos nas margens através da construção de sua capacidade de definir suas próprias perguntas, projetar um processo de investigação sistemática e garantir a propriedade comunitária sobre o conhecimento que é criado. Coprodução normalmente inclui parcerias entre grupos comunitários e instituições acadêmicas, centros de pesquisa e organizações não-governamentais.

Uma vez que a Pesquisa-Ação e Pesquisa-Ação Participativa constituem abordagens e orientações para a pesquisa, elas podem utilizar uma gama de diferentes metodologias e formas de análise para gerar o conhecimento necessário para fazer a mudança. A Pesquisa-Ação começa com a identificação do problema e a questão da pesquisa, que então influencia os métodos necessários para gerar informações e conhecimentos acionáveis. Estes métodos podem incluir a coleta e análise de dados estatísticos para quantificar fenômenos; informação qualitativa capaz de fornecer uma visão diferenciada em experiências e crenças ou explicar observações particulares; dados espaciais gerados por meio do mapeamento ou geo-referenciamento para revelar novos padrões; e métodos alternativos, incluindo vídeo, áudio e outras formas de mídia. Ferramentas metodológicas que o Instituto Banco Palmas pode considerar quando se engajar em futuros trabalhos de pesquisa serão discutidos nas próximas seções deste documento.



Pesquisa-Ação Participativa tem raízes importantes no Brasil, como a prática de PAR tem atraído a inspiração e orientação a partir das ideias e a pedagogia de Paulo Freire. Um pensador e pedagogo da cidade nordestina de Recife, Freire procurou transformar o modelo tradicional de educação em um que iria guiar os alunos no desenvolvimento de uma consciência crítica do seu lugar no mundo, através de um processo de conscientização. Em sua bastante conhecida obra [Pedagogia do Oprimido](#), Freire desafia o que ele chama de “educação bancária” da educação, uma interação de mão única em que o professor transmite informações aos alunos como se pudesse colocar moedas em um cofrinho. Em vez disso, ele propõe uma alternativa constituída por um processo de diálogo liderada por estudantes investigando problemas do mundo real de injustiça e opressão como um meio para a transformação e libertação.

12 |



Inúmeras organizações e centros de pesquisa oferecem pontos de referência importantes para incorporar os valores e as práticas de PAR e coprodução em seu trabalho.

- Trabalhar com o pressuposto de que todas as pessoas têm um conhecimento valioso sobre suas experiências e vidas, bem como a capacidade de desenvolver fortes habilidades de análise crítica, o [Projeto Ciência Pública](#) da Universidade da Cidade de Nova York (CUNY) tem sido pioneiro no desenvolvimento da capacidade das comunidades de serem protagonistas no processo de pesquisa. Para o Projeto

Ciência Pública, “Pesquisa-Ação Participativa (PAR) fornece uma estrutura fundamental para tornar a ciência - investigação sistemática e análise – num empreendimento público” e seu trabalho é baseado na crença de que o ato de pesquisa pode ser transformador quando colocado nas mãos de indivíduos e comunidades nas margens sociais e econômicas. Seu trabalho incluiu uma série de diferentes projetos destinados a gerar mudança social, incluindo a [pesquisa de opinião em grande escala](#) realizada por jovens para analisar as experiências dos jovens com os sistemas de saúde, educação, e de justiça penal da Cidade de Nova York e [pesquisa participativa de métodos mistos](#) (entrevistas, grupos foco, pesquisas de opinião, mapeamento) focada no estudo e na transformação das práticas de policiamento racista, entre outros.

- [Nova Cartografia social da Amazônia](#) é uma colaboração no modelo PAR entre as comunidades e pesquisadores locais que auxilia os povos indígenas e comunidades na Amazônia na definição das suas próprias cartografias. Como ponto de partida, a iniciativa valoriza as formas em que as identidades coletivas desses grupos se manifestam em noções distintas de território social e geográfico e assentamento na região. Para os participantes, neste processo: “A cartografia se mostra como um elemento de combate. A sua produção é um dos momentos possíveis para a auto-afirmação social.” A metodologia de mapeamento inclui a construção de capacidades locais para usar uma abordagem de múltiplos métodos que envolve o uso de tecnologia GPS, recolhendo depoimentos da história, experiências e problemas enfrentados por essas comunidades e integrando ilustrações e desenhos que representam elementos simbólicos ou significativos de seu território e identidade.
- [“Rumo a uma agenda para a segurança em Medellín: a partir da perspectiva das comunidades”](#) é uma iniciativa PAR realizada por moradores de bairros de baixa renda em Medellín e colaboradores no [Observatório de Segurança Humana de Medellín](#), um centro de pesquisa universitário na Universidade de Antioquia. Em algo que eles chamam de “pesquisa vinda de baixo”, pesquisadores de universidades e pesquisadores da comunidade trabalharam juntos durante 6 meses para codesenvolverem uma metodologia para explorar os diferentes tipos de insegurança que enfrentam diferentes bairros e populações da cidade. Pesquisadores comunitários foram então empregados por 10 meses para realizar o trabalho de campo. Seu relatório final descreve o processo como sendo “um esforço para produzir conhecimento, conjuntamente entre a academia e a comunidade, sobre os problemas de segurança na cidade, a partir da perspectiva das comunidades mais afetadas pela violência e insegurança.” Ambos os métodos tradicionais de

pesquisa e organização da comunidade foram fundamentais para o processo de produção de conhecimento e os resultados tiveram como objetivo influenciar as iniciativas comunitárias, bem como debates políticos por toda a cidade.



CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE LEGITIMIDADE DE PESQUISA

Uma série de critérios são utilizados para avaliar a legitimidade de um esforço de pesquisa, alguns dos quais são debatidos dentro das áreas de ciências sociais e da pesquisa-ação. Estar familiarizado com os argumentos que diferentes grupos usam para estabelecer ou avaliar a legitimidade da pesquisa pode ser importante para a defesa de uma metodologia ou abordagem, particularmente para os grupos envolvidos na pesquisa de fora dos centros tradicionais de produção de conhecimento.

Dois conceitos chave na pesquisa social que fundamentam debates sobre a legitimidade de pesquisa são **subjetividade** e **objetividade**. Tradicionalmente, a pesquisa objetiva é entendida como sendo imparcial, ou “livre de valores” - separada

e não afetada pelos julgamentos, suposições ou valores pessoais do pesquisador. Em contraste, a subjetividade é entendida no sentido de que os julgamentos, suposições ou valores do pesquisador entram em contato e afetam o processo de investigação. Os significados desses conceitos, e para qualquer pesquisa em ciências sociais ser realmente objetiva, é uma questão de debate contínuo no campo.

Pesquisa-Ação e PAR não se esforçam pela “objetividade” no sentido tradicional. Por essas abordagens serem guiadas e não separadas pelas experiências e os valores dos pesquisadores que vêm das comunidades de estudo, os pesquisadores ação participativa veem essa proximidade entre os pesquisadores e assunto como uma força e não uma fraqueza.

Credibilidade de pesquisa pode ser entendida como as práticas e os argumentos necessários para os resultados da pesquisa serem considerados confiáveis e críveis e existem em dois planos, sendo que ambos são importantes:

- **Credibilidade externa:** Os resultados da pesquisa têm credibilidade externa quando os indivíduos que não estão envolvidos no processo de investigação consideram que

os resultados sejam confiáveis e críveis. Credibilidade externa é uma preocupação central no âmbito da investigação convencional e é muitas vezes ligada à crença de que a “objetividade” de uma pessoa de fora é importante para evitar que a pesquisa seja tendenciosa. Credibilidade externa também é construída por outros critérios discutidos abaixo.

- **Credibilidade interna:** Os resultados da pesquisa têm credibilidade interna quando membros do grupo ou comunidade envolvida no processo de pesquisa são capazes de reconhecer a conexão e relevância da pesquisa para a sua situação ou realidade. Credibilidade interna é particularmente importante para a Pesquisa Ação e PAR, que avalia a legitimidade de pesquisa por sua capacidade de informar ação efetiva e significativa dentro de um contexto particular. A avaliação, caso os resultados da pesquisa se traduzam em soluções viáveis, é referida como **trabalhabilidade**.

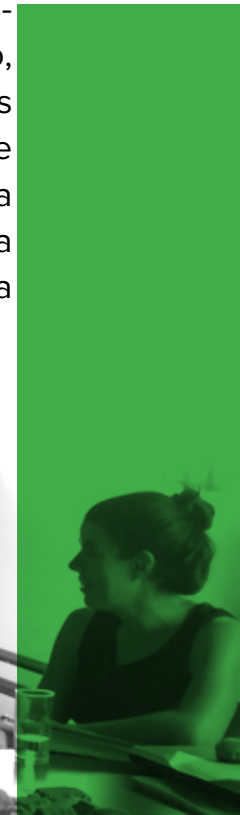
Confiabilidade: A pesquisa é considerada confiável, se os resultados são replicáveis. Por exemplo, se a mesma pesquisa fosse realizada em um tempo e lugar diferente e por um pesquisador diferente, os resultados

seriam os mesmos? Por a pesquisa social ser altamente dependente das interações humanas específicas ao contexto - incluindo comportamentos, escolhas e confiança entre o pesquisador e sujeitos da pesquisa - alguns cientistas sociais tiram o crédito da noção de que haja qualquer objetividade numa pesquisa social, uma vez que as identidades, crenças e suposições de até mesmo pesquisadores de fora (que são tradicionalmente considerados mais “objetivos”) impactem no que eles iram perguntar, como eles formulam os seus métodos e quais os perguntados vão escolher para lhes satisfazer. Pesquisadores ação participativa muitas vezes usam essa ideia para apoiar a posição de que o envolvimento dos membros da comunidade acrescenta legitimidade e valor aos processos de pesquisa e suas descobertas.

Validade: A pesquisa é considerada válida se o projeto de pesquisa e metodologia realmente medir o que nós pensamos que mede. Ela existe em dois planos:

- **Validade interna** refere-se ao fato

de a metodologia ser apropriada para fazer certas afirmações sobre a relação entre os diferentes fatores ou variáveis. Por exemplo, numa pesquisa que faz reivindicações sobre causa e efeito, uma aparente relação entre as variáveis indicam que realmente uma causou a outra? Ou poderia ambos terem sido o efeito de uma causa diferente não contabilizada na metodologia?



- **Validade externa** refere-se a caso os resultados de uma amostra ou um caso são generalizáveis para a população em geral. A generalização dos resultados é considerada importante para construir e testar teorias que explicam fenômenos mais amplos em todo tempo e lugar. Na pesquisa quantitativa, amostras maiores aumentam a probabilidade de que os resultados sejam generalizáveis, como

há uma maior chance de que eles reflitam uma parte representativa da população. Na pesquisa qualitativa, generalização é mais complicada, devido aos ambientes e as relações sociais e políticas de cada caso específico da natureza. Em estudos de caso qualitativos, os pesquisadores muitas vezes

mantém um relato detalhado do ambiente e contexto em que as suas conclusões surgiram, para ajudar as suas audiências a desenhar conexões com outros casos e qualificar quais elementos podem ser generalizados ou “transferíveis” a outras situações ou contextos.

3

PROCESSO DE PLANEJAMENTO DE PESQUISA

18 |

Planejamento de projeto de pesquisa é um processo estratégico que requer a equipe de pesquisa para gerenciar múltiplas atividades, fases e relações, ao mesmo tempo, tendo em mente a maior trajetória e objetivo da pesquisa. O planejamento de pesquisa também é iterativo e evolui através de um processo cíclico de ação, reflexão e revisão. Este processo geralmente envolve uma “imersão” para desenvolver os detalhes da pergunta, da metodologia, ou do plano de orientação para a análise e representação de dados, e um “afastamento,” em vários momentos para avaliar se estes realmente contribuem para o objetivo da pesquisa.

Embora não seja um guia metodológico exaustivo, a seção seguinte procura espelhar o processo colaborativo de pesquisa realizado entre PalmasLab e MIT CoLab em meados de 2015 para desenhar uma metodologia para explorar as riquezas e pobreza materiais e imateriais no Conjunto Palmeiras e os desejos e as perspectivas de seus moradores. É estruturado como uma série de questões norteadoras,

que pretende destacar as principais considerações, métodos e ferramentas para a definição de uma questão de pesquisa, concepção de uma metodologia e representação e divulgação dos resultados da investigação. Para iluminar o contexto em que o processo se baseia, cada seção termina com a história de como as ideias e direções da equipe surgiram e evoluíram em cada fase.



@PALMAS:

O PROCESSO DE PLANEJAMENTO DE PESQUISA

O processo de planejamento de pesquisa que ocorreu no Palmas em meados de 2015 envolveu uma equipe central do PalmasLab, funcionários do Banco Palmas e duas estudantes afiliadas do MIT CoLab. Vindos do Palmas, a equipe incluiu o Diretor do PalmasLab, Asier Ansorena; os funcionários do PalmasLab, José Erberson Lino, Luiz Ernandes, Mateus Henrique, Luana Clarice, Alberto Crespo, e Heitor Calixto; e o funcionário do Banco Palmas, membro do departamento de E-Dinheiro, Elias Lino, que já havia coordenado o processo de mapeamento de Produção e Consumo. Esses membros da equipe do núcleo de Palmas - seis dos quais são jovens do Conjunto Palmeiras - foram protagonistas na formação da pergunta guia, da direção e dos métodos. Seu profundo conhecimento da vizinhança e da organização, bem como a experiência anterior com pesquisa de campo no Conjunto Palmeiras, foram fundamentais para o processo.

Alunas do MIT CoLab Alison Coffey e Jenna Harvey atuaram como facilitadores do processo e das reuniões dos grupos de trabalho, oferecendo pequenos treinamentos em métodos e técnicas de pesquisa de campo e também participando de discussões de grupo relacionadas com o conteúdo da pesquisa.

Um grupo de outros funcionários do Banco Palmas e afiliados contribuíram em momentos específicos no processo. Nayara Sousa do Departamento de Crédito do Banco Palmas contribuiu com sua experiência com o Mapeamento da Produção e Consumo; Angeline Freire e Katiana Oliveira do Projeto Elas, programa de capacitação de mulheres no Palmas, contribuíram na formulação e pré-teste da ferramenta de pesquisa. Fundador do Banco Palmas, Joaquim Melo, ofereceu uma visão consultiva em vários momentos críticos.

DEFININDO UMA PERGUNTA GUIA

- Que perguntas que o tema provoca?
- Que percepções temos sobre o assunto e quais informações existentes é podemos acessar?
- Qual é o objetivo da pesquisa?
- Como a pergunta guia deve ser estruturada?

REPRESENTAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

- O que queremos influenciar com os nossos resultados?
- Qual público precisamos alcançar?
- Quais formatos e / ou fóruns falarão com esses públicos?
- Que informações adicionais ou dados precisamos incluir para contextualizar os nossos resultados de pesquisa?

DESENHANDO UMA METODOLOGIA

● GRUPOS FOCAIS

- * Qual é o objetivo do grupo focal?
- * Quem deve participar?
- * Como o grupo focal deve ser estruturado para atender ao objetivo da pesquisa?
- * Como podemos documentar e usar os dados gerados no grupo focal?

● ENTREVISTAS

- * Qual é o objetivo das entrevistas?
- * Quem deveria ser entrevistado?
- * Que perguntas da entrevista irão ajudar a alcançar o objetivo da pesquisa?
- * Como podemos documentar e usar os dados gerados nas entrevistas?

● QUESTIONÁRIOS

- * Qual é o objetivo do questionário?
- * Quais tipos de perguntas num questionário serão eficazes para alcançar o objetivo da pesquisa?
- * Quem deve ser ouvido na questionário?
- * Onde o questionário deve ser administrada?
- * Como podemos tirar informações úteis a partir dos resultados da questionário?

● MAPEAMENTO DE RIQUEZAS COMUNITÁRIAS

- * Qual é o objetivo do exercício de mapeamento de riquezas comunitárias?
- * Quem irá participar?
- * Qual formato e técnicas de facilitação irá melhor nos ajudar a alcançar o nosso objetivo?
- * Como iremos usar e documentar as informações?

ANÁLISE

- Quem vai participar?
- Como o processo de análise de dados será facilitado?
- Que recursos adicionais precisamos?

PROCESO DE
PLANEJAMENTO
DA PESQUISA

REFLEXÃO

REFLEXÃO



21

DEFININDO UMA PERGUNTA GUIA

Objetivo:

A articulação de uma pergunta guia clara e específica estabelece as bases para cada fase subsequente do processo de pesquisa e é fundamental para se manter no bom caminho para alcançar o objetivo da pesquisa. Um projeto de pesquisa geralmente começa com um problema, desafio, quebra-cabeça, ou objetivo acionável que é refinado e operacionalizado em uma pergunta específica, viável através de pesquisa a fundo, chuvas de ideais, discussão e exploração. A pergunta guia pode ser referenciada em todo o processo de pesquisa como um guia para a definição da população de interesse, escolher e projetar métodos adequados e produzir e divulgar os resultados da pesquisa.

Processo / Considerações:

A definição de uma pergunta guia é um processo iterativo que não necessariamente segue uma série de passos lineares. A pergunta guia não precisa ser completamente finalizada no início da investigação. Na verdade, as atividades de investigação iniciais, muitas vezes requerem modificações na pergunta guia quando o foco da investigação torna-se mais claro. Enquanto a equipe de pesquisa conduz o processo de formulação da pergunta, eles

também podem se consultar com outras pessoas que podem fornecer uma visão a mais sobre a relevância do tema em um contexto particular, ou a viabilidade da pergunta.

Algumas questões a se considerar durante os estágios iniciais avançar de um tema amplo, enigma, ou desafio a uma pergunta de pesquisa específico incluem:

- **Que perguntas que o tema provoca?** Uma chuva de ideias de conceitos e perguntas associadas ao tópico mais amplo podem ajudar a identificar temas proeminentes e elementos-chave de uma pergunta norteadora. O que faz o tema nos fazer pensar ou questionar? O que nós precisamos saber sobre o assunto? Como entender os principais conceitos associados ao tema? Por exemplo, se o tema de interesse é a pobreza numa comunidade específica, a gente pode querer debater como estamos definindo a pobreza e o que precisamos saber sobre ela. Estamos interessados em compreender a pobreza através de uma lente econômica, ou algo mais amplo? Queremos saber por que a pobreza está aumentando, ou como os impactos da pobreza sobre a vida dos moradores estão

mudando? O nosso foco é toda a comunidade ou grupos específicos? Este tipo de chuva de ideias pode facilitar a evolução das ideias gerais para perguntas mais focadas.

- **Que percepções temos sobre o assunto e quais informações existentes podemos acessar?** Na pesquisa-ação comunitária, a equipe de investigação provavelmente já tem algum grau de experiência com o tema. A criação de um inventário dessas ideias ou experiências é um primeiro passo útil para determinar que outros tipos de dados teremos de buscar. A equipe de pesquisa também pode perguntar: Quem mais está pesquisando ou trabalhando sobre este tema? Se houverem dados existentes sobre este tema, onde podemos encontrá-los? Uma análise preliminar dos dados que já existem pode ajudar a evitar a repetição do trabalho que já foi feito, identificar onde a equipe de pesquisa pode agregar valor, ou fazer surgirem perguntas adicionais mais específicas. A revisão das informações existentes também pode ser útil na fase de qualificação de conceitos chave, identificando como eles foram entendidos e definidos por outros no passado.

Esta pesquisa a fundo pode incluir a procura por dados do governo e artigos acadêmicos, ou a consulta a outros que têm experiência com o tema.

- **Qual é o objetivo da pesquisa?** Em outras palavras, por que estamos prosseguindo com esta pesquisa e o que nós esperamos fazer ou alcançar com os resultados? Articular uma visão para os resultados desejados de um projeto de pesquisa no início pode ajudar a manter as questões sobre a informação que é mais necessária. Pode ser fácil se distrair com temas ou questões que podem ser interessantes, mas menos relevantes para a obtenção dos objetivos da pesquisa. A criação de uma lista de oportunidades de como os resultados da pesquisa podem ser utilizados para gerar ação pode ajudar a definir o objetivo e também servir de referência mais tarde no processo de pesquisa quando se pensa em análise, representação e disseminação. Por exemplo, se a pesquisa é sobre a educação em uma comunidade específica, o objetivo pode incluir informar os formuladores de políticas de desafios a partir do local ou contribuir para o desenvolvimento de novas oportunidades educacionais

no bairro, etc. Uma declaração de objetivos destaca o objetivo maior que o grupo quer realizar com a pesquisa, enquanto a pergunta guia faz uma pergunta específica sobre o tema escolhido pelo grupo.

- **Como a pergunta guia deve ser estruturada?** Uma vez que o tema e o objetivo são definidos, é importante certificar-se de que a pergunta guia é formulada de uma forma que é específica, testável e ativa. Isso pode envolver um processo contínuo de elaboração, reflexão e revisão. Algumas questões a considerar na hora de refinar e operacionalizar da pergunta guia incluem:
 - **A pergunta é específica o suficiente?** Se a pergunta é vaga ou muito ampla, ela não pode fornecer as informações específicas necessárias para guiar a ação e pode ser menos útil para manter a equipe de pesquisa focada durante todo o processo.
 - Pergunta Vaga: Como a falta de acesso à educação afeta a vida no Conjunto Palmeiras?
 - Questão específica: Como a falta de acesso à educação afeta as perspectivas para a vida e as perspectivas de emprego da juventude local?

- **A pergunta é testável e possível de se responder?** É possível que uma hipótese de pesquisa seja formulada sobre a questão e testada? É possível que a pergunta seja respondida de acordo com o acesso, recursos e limitações de tempo da equipe de pesquisa? A primeira pergunta abaixo seria difícil de se testar tanto porque o escopo é muito amplo (existem intervenções específicas para melhoria que podemos avaliar?), Mas também por causa da escala (o sistema de educação pública como um todo) que é provavelmente muito grande para resolver de forma realista qualquer projeto de uma pesquisa.
 - o Não testável: Como o sistema educação no Ceará pode ser melhorado?
 - o Testável: Como a implementação de um novo currículo tem afetado os níveis de desempenho dos alunos no Ceará?
- **A pergunta é ativa ou estática?** A fim de lidar com problemas complexos, muitas vezes precisamos de uma pergunta guia que

incentive um resultado complexo que vai além de uma resposta simples como um “sim” ou “não”. Perguntas que nos permitem compreender os diversos fatores que influenciam a situação são mais prováveis de produzir conhecimentos novos e acionáveis. Perguntar quem, o quê, quando, quanto e por que pode transformar uma pergunta estática em uma pergunta ativa.

- o Pergunta estática: “Os líderes comunitários são eficazes na mobilização da comunidade do Conjunto Palmeiras?”
- o Pergunta ativa: “Como os líderes comunitários do Conjunto Palmeiras tem desenvolvido práticas eficazes para a mobilização de membros da comunidade em benefício do bairro?”

Em alguns casos, um projeto de pesquisa terá uma pergunta principal e guiadora, em alguns casos terá uma pergunta global e uma série de sub-perguntas que destacam diferentes vertentes que a equipe precisa investigar para alcançar seu objetivo.



@PALMAS:

DESENVOLVENDO UMA PERGUNTA GUIA E UM OBJETIVO PARA A PESQUISA

A pergunta guia que o PalmasLab desenvolveu em meados de 2015 surgiu a partir de uma série de conversas sobre a necessidade de melhor compreender o contexto socioeconômico em evolução no Conjunto Palmeiras. O grupo discutiu como a metodologia existente no Palmas para medir e mapear a produção local e o consumo os ajudou a compreender as condições econômicas do bairro e também como o contexto do bairro mudou desde a fundação do banco no final dos anos 90. Daí surgiu a ideia de que múltiplas riquezas e pobreza materiais e imateriais estavam afetando a vida dos membros da comunidade de hoje e que era necessário um novo processo de investigação para ajudar o Palmas a responder às necessidades e oportunidades locais.

Após estas sessões de chuvas de ideias e discussão, um subcomitê menor se reuniu para elaborar uma pergunta inicial de pesquisa e trouxe isso de volta para o grupo maior como ponto de partida para melhorá-la coletivamente e corrigi-la. Os facilitadores perguntaram: O que você gosta sobre essa pergunta rascunho? O que está faltando? O que mais ela manifesta para você? A equipe começou a discutir seus entendimentos de conceitos chave, como riquezas, pobreza e desenvolvimento, e identificou conceitos adicionais para ajudar a entender o contexto local, incluindo os desejos e perspectivas dos moradores.

A equipe então articulou um objetivo para a sua pesquisa:

“Promover o desenvolvimento sustentável e integral, através da identificação das riquezas, pobreza, desejos e perspectivas que existem dentro de uma comunidade ou ecossistema, coordenando entre os diversos setores e atores que atuam na mesma.”

A partir daqui eles se dedicaram em desenvolver uma pergunta mais focada para orientar a pesquisa:

“Quais são as riquezas, pobreza, desejos e perspectivas e como elas afetam o ecossistema de produção e consumo?”

A articulação da pergunta guia envolveu um processo interativo de discussão e debate sobre o contexto atual do bairro, a qualificação e definição de conceitos chave e esclarecimentos sobre o objetivo geral da pesquisa. A equipe avançou com um propósito e visão mais coerente, mas ainda aberta à ideia de que os resultados iniciais podem revelar oportunidades para melhorar a pergunta guia.

26 |



DESENVOLVENDO UMA METODOLOGIA

Desenvolver uma metodologia de pesquisa para responder à pergunta guia pode envolver a escolha de um ou vários métodos diferentes. Questões de pesquisa simples e projetos de pesquisa em pequena escala podem usar um único método, como um questionário ou uma série de entrevistas, para recolher as informações necessárias. Questões de pesquisa mais complexas podem requerer uma abordagem de métodos mistos que combinam diferentes tipos de métodos qualitativos, quantitativos ou espaciais, a fim de gerar as provas necessárias. Os componentes da metodologia serão diferentes para cada pergunta de pesquisa e em todos os casos vai exigir alguma pesquisa e consulta a fundo para informar sua formulação.

Para a pesquisa comunitária em particular, prestar atenção a uma variedade de vozes e experiências neste processo será importante.

Enquanto a consulta com pesquisadores experientes pode ser útil para garantir a concepção rigorosa da pesquisa, a criação de espaço para a entrada de indivíduos mais afetados ou marginalizados pelo problema em foco pode revelar conhecimen-

tos cruciais sobre onde os sistemas são falhos e onde podemos olhar para ajudar a pensar em soluções. Envolver as pessoas afetadas pelo problema pode ajudar a garantir que estamos fazendo as perguntas certas.



A realização de pesquisas éticas requer engajar-se em uma comunicação aberta e honesta com todos os potenciais participantes da pesquisa. Antes de implementar uma metodologia, devem ser estabelecidas diretrizes de como informações importantes sobre o processo de investigação serão comunicadas aos potenciais participantes. Só depois de os potenciais participantes terem informações suficientes sobre do que se trata a pesquisa, como o que sua participação individual envolverá e se pode existir quaisquer riscos para a sua participação, eles serão capazes de dar o seu consentimento para participar. Este processo de comunicar informações importantes para os potenciais participantes e receber uma resposta sobre se eles estão dispostos a participar ou não é referida como a obtenção de consentimento informado e deve ocorrer sempre antes de se envolver indivíduos ou grupos no processo de investigação.

- As informações-chave para comunicar sobre o processo de investigação incluem: Qual é o objetivo do projeto de pesquisa? Como os resultados do projeto de pesquisa deverão ser usados? Com quem os resultados serão compartilhados e para que finalidade?
- As informações-chave para se comunicar sobre a participação do indivíduo incluem: O que envolverá a participação? Por quanto tempo o indivíduo será convidado a participar? Existem riscos envolvidos na participação? Como as

informações compartilhadas serão documentadas e armazenadas? O participante será mantido em anonimato ou serão utilizados nomes? Se o entrevistado preferir manter-se em anonimato, como a sua informação pessoal será protegida? Como as informações que o participante fornece serão usadas?

- Já que PAR e certos tipos de Pesquisa Ação envolvem a fazer pesquisas com e para as comunidades, informações adicionais a serem fornecidas podem incluir: Como os membros da comunidade podem se envolver em fases subsequentes do processo de pesquisa, como por exemplo produzindo análise ou representação e disseminação? Como os membros da comunidade podem ficar sabendo sobre os resultados do processo de pesquisa e fornecerem sua opinião sobre a forma como eles serão utilizados?

Todas as informações relevantes devem ser fornecidas verbalmente e os participantes devem dispor de tempo para pensar e fazer perguntas antes de serem convidados a dar o seu consentimento. Dentro de algumas instituições que realizam pesquisas, o consentimento deve ser documentado fazendo com que os participantes assinem um formulário, em outros contextos apenas uma confirmação verbal é necessária. Embora as orientações específicas para a obtenção do consentimento dependerá do projeto de pesquisa em particular, uma vez estabelecido, eles devem ser usados de forma consistente por todos os pesquisadores envolvidos no projeto. Ao decidir sobre as orientações para a obtenção do consentimento, é também importante considerar que tipo de linguagem é mais adequado para usar no contexto em que a investigação está sendo realizada. O objetivo é ser claro, preciso e honesto.



i. GRUPOS FOCAIS

Objetivo:

Um grupo focal é um método qualitativo que envolve o engajamento de um grupo de participantes cuidadosamente selecionados em uma conversa coletiva sobre um tópico ou tema específico. Os grupos focais são úteis para explorar e

examinar o que as pessoas pensam, como eles pensam e como eles interagem uns com os outros em torno de um problema. A natureza coletiva dos grupos focais permite que os participantes desempenhem um papel ativo na condução da conversa e que reajam e construam ideias a partir dos pensamentos dos outros participantes. Este tipo de

discussão em grupo pode produzir informações e insights que seriam difíceis de se obter através de outros métodos que são administrados a nível individual, como entrevistas ou questionários.

Processo / Considerações:

A organização e realização de um grupo focal envolve um conjunto de responsabilidades para a equipe de pesquisa, que incluem: selecionar e convidar os participantes, organizar o espaço onde o grupo se reunirá, a definição das questões, facilitar a discussão, gravar e/ou fazer anotações durante a discussão e possivelmente, transcrever a gravação. Claramente decidir quem vai desenvolver cada papel vai ajudar com a divisão de responsabilidades e se certificar que tudo der certo. Para a implementação do grupo de discussão, o facilitador desempenha um papel fundamental e é responsável por manter o grupo focado em um conjunto principal de perguntas, fazer perguntas para aprofundar (para encorajar o diálogo), incentivar a participação de todos os membros do grupo e manter o controle de tempo.

Algumas questões a se considerar ao desenhar um processo de grupo focal incluem:

- **Qual é o objetivo do grupo focal?**

É para testar uma hipótese de pesquisa? É fornecer dados iniciais ou discernimento para ajudar no desenvolvimento de outros instrumentos de pesquisa, tais como questionários ou guias de entrevista? É para esclarecer ou explicar resultados de outros métodos de pesquisa? Retornar à pergunta guia pode ajudar a determinar como o grupo focal deve ser estruturado e a fase mais adequada da pesquisa para realizá-lo.

- **Quem deve participar?** A pergunta guia irá determinar o mix de participantes que devem ser convidados a participar no grupo focal. O grupo de pesquisa pode precisar perguntar: Quais tipos de participantes irão nos fornecer as informações que precisamos? Como o grupo deve ser selecionado? Quantas pessoas devem participar? Por exemplo, se a pergunta da pesquisa é sobre liderança e mobilização da comunidade, a podemos querer coletar dados a partir de uma mistura representativa de atuantes, como indivíduos envolvidos em organizações diferentes da comunidade, líderes comunitários e moradores. No entanto, o sucesso de um grupo focal é dependente da criação de um ambiente não ameaçador e

confortável para os participantes serem capazes de expressar seus pensamentos e opiniões livremente. Para garantir isso, os participantes devem ser selecionados de uma forma cuidadosa, evitando-se as dinâmicas de poder desconfortáveis entre os membros do grupo. Por exemplo, colocar líderes comunitários com moradores no mesmo grupo de foco pode causar moradores a se sentirem desconfortáveis expressando as suas opiniões ou de sentir pressão para concordar com as opiniões dos líderes. Em um caso como este, se ambas as informações de líderes e moradores são necessárias para responder à pergunta guia, o grupo de pesquisa pode considerar a realização de grupos focais separados para criar espaços confortáveis para todos os participantes envolvidos. Outra consideração importante é o tamanho do grupo. Para que todas as vozes sejam ouvidas e para deixar espaço para as respostas e o diálogo, é útil considerar se haverá opiniões diversas o suficiente para manter a discussão dinâmica, ainda que não tantas que



as pessoas estejam competindo para falar. De seis a oito participantes é geralmente um tamanho sugerido, embora isto dependa das especificidades da pesquisa.

- **Como o grupo focal deve ser estruturado para atender ao objetivo da pesquisa?** O tempo do participante e a atenção são considerações importante para os grupos de foco, já que os participantes muitas vezes tem que encontrar tempo livre do trabalho ou outras

atividades para participar. Embora a duração específica de um grupo focal será diferente dependendo da questão da pesquisa e do contexto, uma boa regra geral é limitar a discussão a não mais do que duas horas. Conforme o tempo passa, os participantes podem ficar ansiosos para sair e o envolvimento e a atenção podem diminuir. Ao decidir quantas perguntas devem ser feitas durante o grupo focal, isso pode ajudar a considerar o tempo que seria necessário para

cada pessoa falar. Por exemplo, se sete pessoas vão participar de um grupo de discussão de duas horas e o objetivo é que cada pessoa tenha pelo menos cinco minutos para falar sobre cada questão, pelo menos trinta e cinco minutos devem ser dedicados a cada pergunta. Isso implicaria planejamento para não mais de três questões principais.

- **Como podemos documentar e usar os dados gerados no grupo focal?** As informações obtidas a partir de grupos de foco podem ser coletadas de duas formas: através de anotações durante o grupo focal e através da transcrição de

uma gravação da conversa após o grupo de foco ter terminado. Devido ao foco e capacidade de adaptação necessária do facilitador, é útil ter um outro membro da equipe de pesquisa no papel de anotador. Dependendo do objetivo da pesquisa, as informações coletadas podem ser resumidas e analisadas para identificar temas, testar uma hipótese de pesquisa, ou fornecer insights que podem informar ou orientar as atividades de investigação adicionais, tais como a concepção de guias de entrevista ou outras ferramentas de pesquisa.

31 |

ii. ENTREVISTAS

Objetivo:

Entrevistas são conversas estruturadas, semiestruturadas, ou abertas entre um/ pesquisador e um entrevistado que oferecem dados qualitativos aprofundados sobre experiên-

cias ou perspectivas de uma pessoa. Entrevistas, assim como outros métodos qualitativos, podem ser particularmente úteis para a compreensão não só de informações descritivas variadas, mas também como ou por que algo acontece.

Enquanto grupos focais também recolhem informações qualitativas de participantes que compartilham algum tipo de experiência ou insight sobre o tema de pesquisa, entrevistas permitem a compreensão mais aprofundada sobre a experiência de um indivíduo. Os dados coletados por meio de entrevistas às vezes podem complementar os dados quantitativos obtidos por meio de pesquisas, análise espacial e de outras fontes, para ajudar a explicar como um fenômeno acontece ou porque certas tendências e padrões aparecem.

Processo / Considerações:

Uma metodologia que inclui entrevistas envolve a criação de um roteiro de entrevista com uma série de questões para o entrevistado responder. Em entrevistas estruturadas, o entrevistador adere às perguntas no guia como elas estão escritas. Em entrevistas semiestruturadas e abertas, o pesquisador continua a ser flexível e muitas vezes levanta dúvidas ou outras perguntas que surgem no momento, como parte de um diálogo com o entrevistado. O entrevistador deve equilibrar muitas responsabilidades: fazer perguntas, ouvir ativamente, tomar notas e fazer com que o entrevistado se sinta confortável, à vontade e valorizado.

Algumas questões a considerar ao desenhar o processo de entrevista incluem:

- **Qual é o objetivo das entrevistas?** Em outras palavras, o que nós esperamos aprender com as experiências ou perspectivas pessoais dos entrevistados? A identificação desses elementos específicos irá ajudar a orientar a formulação do guia de entrevista. Entrevistas podem ser usadas para recolher os muitos tipos diferentes de informações. Por exemplo, elas podem fornecer informações simples sobre as experiências das pessoas em um determinado lugar (como um bairro), com um tópico específico (como o sistema de saúde), ou as suas lembranças sobre um evento ou processo (como a fundação de um banco comunitário). As entrevistas também podem ser usadas para coletar histórias de vida, ou lembranças individuais da história de uma comunidade. Nesse caso elas podem dar mais trabalho para analisar e sintetizar, mas quando analisadas todas juntas, elas podem revelar padrões interessantes sobre a relação entre experiências individuais, escolhas e trajetórias, e vida coletiva - ou seja, informações que as pessoas

de forma individual não seriam capazes de responder em uma entrevista.

- **Quem deveria ser entrevistado?**

Definir o objetivo das entrevistas será importante para determinar com quem falar. Será que a pesquisa exige que você fale com as pessoas que você sabe que atendem a um determinado conjunto de critérios ou que representam uma gama diversificada de fundos / perspectivas? Quando a pesquisa busca compreender uma experiência em particular, o pesquisador pode selecionar as pessoas que o mesmo sabe

Se a questão requer informações sobre uma gama de experiências diversas, por exemplo, a pesquisa sobre como um projeto de requalificação urbana tem impactado um bairro, o pesquisador pode procurar um número fixo de pessoas que podem fornecer diferentes perspectivas: líderes de bairro podem ser capazes de discutir o projeto de melhoramento em relação à história da comunidade de mobilização e no que diz respeito à negociação com o município; donos de empresas podem oferecer conhecimento sobre como isso tem afetado a economia local; e moradores que vivem perto da nova infraestrutura podem fornecer informações detalhadas sobre como isso afetou o dia-a-dia. Quando o foco é sobre as próprias experiências, ao invés de na frequência daquela experiência na população (que requer amostragem aleatória), a amostra pode ser selecionada nesta forma mais orientada.

- **Que perguntas da entrevista irão ajudar a alcançar o objetivo da pesquisa?** Em outras palavras, que partes específicas de informação o entrevistado poderá fornecer que contribuirão para responder à pergunta guia? A fim de definir

que se encaixam nesse perfil. Por exemplo, a pesquisa sobre a fundação de associações comunitárias pode incluir entrevistas com líderes os quais o pesquisador sabe que estavam envolvidos.



essas questões, os pesquisadores provavelmente vão precisar realizar a pesquisa a fundo. Por exemplo, numa pesquisa sobre as experiências de mães em um determinado bairro, o pesquisador poderá ver que dados sobre as mães já existe (como informações demográficas, socioeconômicas, de saúde pública ou recolhidos pelo município); ter conversas informais com membros do grupo-alvo (tais como mães que já conhece); falar com os profissionais que têm uma visão sobre as experiências deste grupo (tais como agentes comunitários de saúde); ou realizar um grupo focal, a fim de compreender quais questões e experiências são consideradas mais importantes para esse grupo. Enquanto as perguntas são formuladas, os pesquisadores devem estar atentos para saber se a linguagem é adequada e se o sequenciamento das perguntas faz sentido e fará com que o entrevistado se sinta confortável (como iniciando com perguntas fáceis e simples antes de passar para questões mais difíceis). Uma vez que um conjunto de questões é desenvolvido, o pesquisador pode analisar com uma visão de fora para considerar se estas

perguntas realmente ajudam a responder à pergunta guia, se a linguagem é adequada e se elas são sequenciadas de uma maneira que faz sentido.

- **Como podemos documentar e usar os dados gerados nas entrevistas?** As entrevistas podem ser documentadas de duas maneiras: através de anotações durante a entrevista ou através de uma gravação de áudio e transcrição. Em alguns casos, pedir para gravar uma entrevista pode tornar os entrevistados desconfortáveis - o que pode causar uma desconfiança entre o pesquisador e o entrevistado. Além disso, quando as entrevistas discutem temas sensíveis ou comprometedores, pode ser inadequado ou antiético para gravá-las. Se o entrevistado concordar em ser entrevistado, é importante ter um plano para o armazenamento dos arquivos que garanta a segurança e confidencialidade do entrevistado e isso deve ser discutido de forma transparente antes da entrevista começar para se obter o consentimento do entrevistado. Depois que os dados forem coletados, eles podem ser revistos e analisados para identificar temas, testar uma hipótese de pesquisa, iluminar perspectivas e

experiências de uma forma mais detalhada ou ajudar a entender os dados recolhidos com métodos quantitativos ou espaciais. Mais

informações estão disponíveis nas seções de Análise, Representação e Disseminação.

iii. QUESTIONÁRIOS

Objetivo:

O questionário é um método de pesquisa quantitativa que utiliza um conjunto de perguntas padronizadas para obter informações sobre as características de uma população específica. A pergunta guia determina as características específicas que o questionário vai explorar. Estes podem incluir informações sobre atributos demográficos ou socioeconômicos ou dados que ajudem a capturar percepções, comportamentos, experiências, ou valores, por exemplo. Os resultados da pesquisa fornecem informações descritivas sobre a frequência e a distribuição do conjunto de características escolhidas dentro da população. Esta informação poderá ser usada para comparar diferentes grupos dentro da população ou para

fazer inferências sobre como características diferentes podem ou não estar relacionadas.

Processo / Considerações:

Questionários produzem informações descritivas sobre as características de uma população, mas podem assumir várias formas diferentes, dependendo da pergunta guia ou objetivo da pesquisa. Por exemplo, as pesquisas podem ser usadas para coletar informações demográficas sobre a população (pesquisa de censo), realizar avaliações de produtos ou serviços, ou para testar uma hipótese de pesquisa. A criação de uma pesquisa geralmente envolve um processo de planejamento, testes e revisão para garantir que as perguntas e o formato são adequados e perspicazes antes de aplicá-los à população de interesse.

Algumas questões a considerar ao planejar um processo de pesquisa de questionário incluem:

- **Qual é o objetivo do questionário?** Quais dados específicos precisamos sobre a quantidade, frequência, ou a distribuição de um fenômeno dentro de nossa população, a fim de responder à nossa pergunta guia? Embora o objetivo específico da pesquisa irá variar dependendo da questão de pesquisa, todas as pesquisas visam fornecer informações exclusivas que ainda não foram obtidas através de fontes de dados existentes. Uma revisão de quais informações são necessárias e quais informações podem ser acessadas em outros lugares pode ajudar a evitar trabalho desnecessário. Por exemplo, se é necessária a informação sobre quantos jovens estão matriculados na escola, essa informação poderia ser melhor obtida a partir de uma agência de governo do que através de um questionário. No entanto, se a questão pergunta como muitos jovens veem a importância de se frequentar a escola, a Secretaria de Educação provavelmente não tem esse tipo de dado de opinião a respeito da população em foco – e um questionário poderia valer a pena.

- **Quais tipos de perguntas num questionário serão eficazes para alcançar o objetivo da pesquisa?**

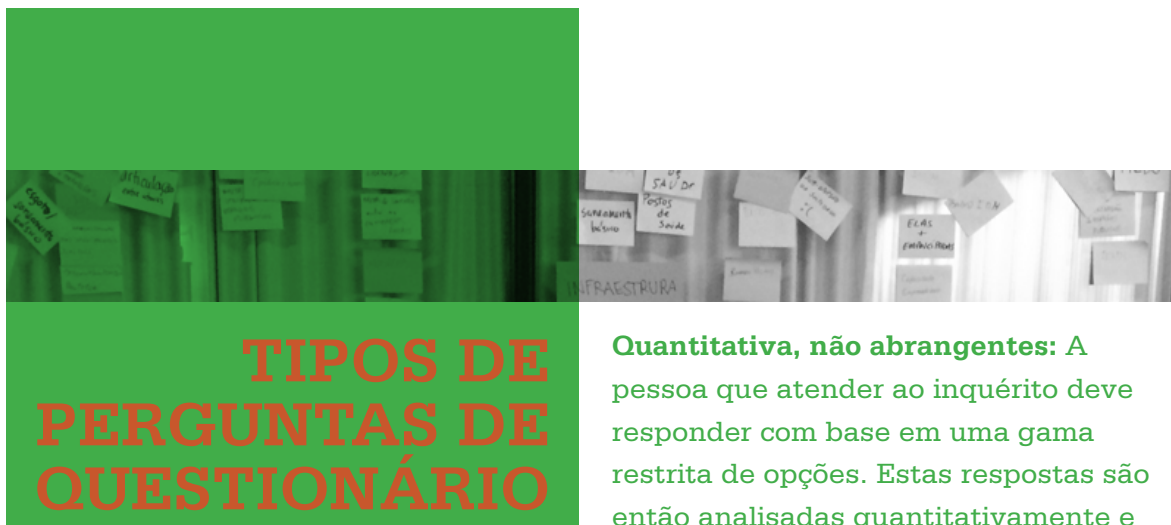
Questionários eficazes são concisos, claros e incluem questões que fornecem informações diretamente relacionadas à pergunta guia. Estas perguntas podem ser tanto quantitativas (não abrangentes) ou qualitativas (abertas). As



respostas às perguntas quantitativas podem ser facilmente contadas e resumidas numericamente, enquanto as respostas às perguntas qualitativas têm de ser revistas e individualmente e cuidadosamente analisadas para identificar temas comuns. Enquanto algumas pesquisas incluem uma mistura de ambos os tipos de perguntas, pesquisas de opinião são utilizadas principalmente para recolher informação quantitativas para

abordar questões sobre o que, quantos, e para quem. Em alguns casos, incluir algumas perguntas qualitativas sobre uma pesquisa pode ser um primeiro passo para se coletar informações mais detalhadas e com mais nuances, que podem ser exploradas ainda mais usando métodos adicionais, tais como grupos de foco ou entrevistas. Retornar ao objetivo da pesquisa pode ser útil para identificar os tipos específicos de informações que o inquérito

deve priorizar. Se consultar com membros da população que nós queremos fazer um levantamento sobre linguagem pode ajudar a estruturar questões de uma forma que será facilmente compreensível e adequada ao contexto local. Pré-testes da pesquisa podem ser usados para determinar o que funciona ou não com as questões do projeto de pesquisa e ajudar a equipe a rever a pesquisa e finalizar o instrumento.



representadas faça-se um sumário com as respostas numericamente.

- **Múltipla escolha** - Os perguntas deverão escolher entre um conjunto pré-determinado de opções. Dependendo da pergunta, os entrevistados poderão ser solicitados a escolher apenas uma, ou mais de uma, das opções fornecidas.
- **Ranking** - Os entrevistados são solicitados a classificar uma gama de opções com base na ordem de sua preferência.

Quantitativa, não abrangentes: A pessoa que atender ao inquérito deve responder com base em uma gama restrita de opções. Estas respostas são então analisadas quantitativamente e

- **Espontânea** - O entrevistador tem uma lista de respostas possíveis, mas não as lê para os entrevistados. À medida que o entrevistado responde espontaneamente, o pesquisador marca a resposta, ou seu ajuste mais próximo no seu instrumento de pesquisa. Se o respondente fornecer uma resposta que não está na lista, o entrevistador escreve a resposta na categoria de “outros”. Dependendo da finalidade da pergunta, o entrevistado pode ser limitado a um determinado número de respostas.
- **Qualitativas, em aberto:** A pessoa que responder à pesquisa pode responder de qualquer forma que escolher. Não há opções pré-especificadas para que elas possam selecionar e elas geralmente não são limitadas na duração de suas respostas. A pessoa que conduz a pesquisa em seguida resume as respostas às perguntas abertas por escrito. Estas respostas são então analisadas e poderão ser representadas qualitativamente, o que poderia envolver a seleção de referências ou destacando temas chave, ou quantitativamente, através de codificação (ver pág. 54).



- **Quem deve ser ouvido no questionário?** A pergunta guia vai ajudar a determinar o grupo de pessoas as quais a pesquisa deverá ser administrada. No entanto, uma vez que normalmente é muito difícil e demorado para pesquisar uma população inteira de interesse (tais como todos os residentes de um bairro, por exemplo), as avaliações são realizadas utilizando uma amostra representativa de indivíduos escolhidos de uma população. Para se obter uma amostra representativa, ela deve ser escolhida de uma maneira que é aleatória e imparcial, o que

significa fazer todos os esforços para incluir uma variedade de membros da população de interesse. Por exemplo, se a população de interesse é uma comunidade inteira e a amostra é escolhida a partir de um conjunto de blocos localizados em um local conveniente ou agrupadas em uma área, a seleção da amostra seria tendenciosa. Em contraste, uma amostra representativa pode ser escolhida por meio de um mapa de forma sistemática e aleatoriamente selecionar uma amostra de blocos que estão distribuídos uniformemente ao longo da vizinhança.

Além disso, para evitar viés que torna mais provável que certos grupos sociais ou demográficos sejam excluídos, a hora do dia em que o levantamento é realizado é outra consideração importante. Por exemplo, se o levantamento ocorre sempre às 11 horas em dias de semana depois que as crianças vão para a escola e adultos para o trabalho, a maioria dos entrevistados podem ser donas de casa e aposentados. Uma variação na hora do dia e os dias da semana podem ajudar a obter uma amostra mais representativa de tipos de entrevistados.

- **Onde o questionário deve ser administrado?** Onde o questionário deve ser administrado depende do objetivo da pesquisa que está sendo conduzida. As pesquisas são normalmente administradas em domicílios, por motivos como o conforto do entrevistado, o tempo que leva para concluir um questionário, ou para assegurar a amostragem aleatória quando o bairro é a unidade de foco. Por outro lado, as pesquisas que avaliam os serviços, por exemplo, podem ser melhor administradas perto a esses serviços, em áreas com grande tráfego, ou em áreas onde os membros da população de interesse se reúnem ou passam.

- **Como podemos tirar informações úteis a partir dos resultados do questionário?** Juntos, os resultados de pesquisas de opinião individuais podem ser tabulados e resumidos para produzir dados descritivos e destacar os principais padrões ou temas. Estes dados podem então ser utilizados para comparar os grupos dentro da amostra ou para fazer hipóteses ou inferências sobre a forma como diferentes fatores podem estar relacionados. Além disso, os dados podem ser cruzados para identificar padrões de como fatores ou características diferentes da população se relacionam entre si. Em alguns casos, os pesquisadores realizam testes estatísticos (frequentemente utilizando software estatísticos diferentes, tal como STATA ou R), sobre os dados para determinar a significância estatística dessas inferências. Estes métodos de análise serão altamente dependente da pergunta guia específica e os dados que resultam da mesma, fazendo a análise de dados mais complexos uma oportunidade de colaboração com outros pesquisadores, acadêmicos ou instituições sem fins lucrativos. Isso será discutido mais adiante nas seções sobre Análise e Representação e Disseminação.



CONSIDERAÇÕES PARA A FORMULAÇÃO DE PERGUNTAS DA PESQUISA

Perguntas que induzem a resposta:

Uma pergunta que induz a resposta influencia a resposta do entrevistado de uma maneira sutil. Elas não fornecem informações precisas ou desejáveis, como respostas podem não refletir verdadeiros pensamentos ou opiniões dos entrevistados.

Por exemplo, perguntando: “Por que você acha que há um problema com a liderança nessa comunidade?” Poderia influenciar o entrevistado a pensar que eles deveriam estar respondendo como se houvesse um problema, mesmo se eles na verdade não achem que este seja o caso.

Perguntas Suposição: Perguntas Suposição fazem uma suposição sobre o comportamento, as percepções e atitudes de um respondente. Por exemplo, se uma pessoa indica que ela não vai ao centro de saúde regularmente, não seria apropriado perguntar: “Quando você vai para o centro de saúde para check-ups de rotina como você avaliaria o serviço?” Isso pode causar o entrevistado a se sentir desconfortável ou mesmo para dar uma resposta imprecisa.

Especificidade de Perguntas: Perguntas que são vagas ou inespecífica podem tornar a análise mais difícil. Por exemplo, perguntando: “Onde você mora” em vez de “Em que bairro você mora?” Poderia resultar em uma série de respostas- o nome da cidade, o nome do bairro etc., ao invés das informações específicas necessárias perguntadas.



iv. MAPEAMENTO DE RIQUEZAS COMUNITÁRIAS

Objetivo:

Mapeamento de riquezas comunitárias é uma metodologia que permite que indivíduos ou grupos identifiquem as formas de bens materiais e imateriais que já existam no seu bairro ou comunidade. As discussões sobre desenvolvimento local muitas vezes acabam se concentrando nas necessidades ou “pobrezas” pelas quais uma comuni-

dade passa. Em contraste, o mapeamento de riquezas ajuda os participantes a voltar a se concentrar nos pontos fortes locais. Ele pode servir tanto como uma ferramenta de pesquisa para identificar e inventariar o que existe dentro de uma comunidade, quanto como uma ferramenta de mobilização que ajuda os participantes a valorizar os diversos recursos, espaços e talentos que eles têm - e a identificar oportunidades para alavancar essas riquezas para resolver outras necessidades.

41 |

Perguntas de orientação para o mapeamento de riquezas comunitárias

- Quais são as diferentes riquezas (materiais e imateriais) que existem na comunidade?
- Como podemos alavancar ou construir em cima destas riquezas para atender as necessidades da comunidade?

Processo / Considerações:

Mapeamento de riquezas em sua forma mais simples pode envolver a compilação e documentação de uma lista completa das diferentes riquezas que existem dentro de uma comunidade através de chuvas de ideais em grupo, conversas, ou grupos focais. O mapeamento de riquezas também pode ser realizada

como um exercício espacial em que os participantes identificam em um mapa onde essas riquezas estão localizadas em sua vizinhança ou território. Por exemplo, usando texto, símbolos, desenhos ou fotografias, os participantes podem mapear: a localização das escolas ou organizações comunitárias; espaços onde ocorre a produção cultural; espaços

onde os recursos perdidos estavam antes, lugares onde os moradores se sentem seguros; ou a infraestrutura física que os residentes associam com o sucesso dos esforços de mobilização da comunidade ou forte identidade bairro. Dependendo do objetivo abrangente da pesquisa, estes mapas também podem ser digitalizados e analisados em conjunto com outros dados espaciais em GIS ou programas similares.

Algumas questões a se considerar ao projetar um processo de mapeamento de recursos incluem:

- **Qual é o objetivo do exercício de mapeamento de riquezas comunitárias?** O objetivo é entender o que as pessoas acreditam ser “riqueza”? É realizar um inventário mais sistemático das riquezas que existem? É ajudar um grupo de atores a usar a melhor estratégia e a se coordenar? Retornar à pergunta guia ajudará a determinar o objetivo específico para o mapeamento e a fase do processo de pesquisa ação em que ele pode ser mais útil.

- **Quem irá participar?** O objetivo e escopo do processo de mapeamento de riquezas ajudará a deter-



minar quem deve estar envolvido. Por exemplo, se o objetivo é identificar riquezas em um bairro inteiro, a gente pode querer considerar os participantes que vivem em diferentes áreas, representam diferentes grupos demográficos e / ou estão envolvidos em diferentes facetas da vida da comunidade - por exemplo, líderes comunitários, trabalhadores da saúde, jovens, mães, empresários. Como o mapeamento de riquezas representa uma oportunidade para identificar pontos de vantagem para responder aos desafios de desenvolvimento, a inclusão dos participantes que mais agudamente experimentam essas falhas

do sistema pode trazer importantes insights sobre a discussão.

- **Qual formato e técnicas de facilitação irá melhor nos ajudar a alcançar o nosso objetivo?** Uma vez que o grupo está reunido, diferentes técnicas de facilitação podem ajudar com a realização do objetivo e / ou gerenciamento de grupos de diferentes tamanhos e perfis. Estas podem incluir chuvas de ideias e a discussão aberta, anotações ou a discussão em pequenos grupos antes de compartilhar ou fazer perguntas provocativas que ajudem os participantes a pensar sobre diferentes formas de riqueza. Por exemplo, pedir aos participantes para anotar ou conversar com um parceiro antes de compartilhar com o grupo pode ser uma técnica eficaz para ajudar os participantes a terem seus pensamentos organizados antes que todo mundo comece a falar e a conversa pegue uma determinada direção. Quando o objetivo é um inventário mais sistemático, ou quando um grande número de participantes está envolvido, se dividir em grupos, com cada um

focado em uma categoria específica de riqueza pode ajudar no estabelecimento de uma lista mais detalhada.

- **Como iremos usar e documentar as informações?** A discussão será gravada ou alguém vai tomar notas detalhadas? Como as informações serão resumidas, sintetizadas, ou visualizadas de uma forma que é útil para tomar os próximos passos? Como um exemplo, se o exercício de mapeamento revela uma série de recursos educacionais em um bairro que existe fora das escolas, os participantes poderão debater formas eficazes de partilhar esta informação com grupos diferentes. Poderia ser escrito um relatório para o diretor da escola local com uma série de recomendações para integrar e apoiar as diferentes atividades. Ao mesmo tempo, o mapa de onde estas iniciativas estão localizadas poderia ser ampliado e publicado em espaços públicos ou comunitários, em um boletim informativo do bairro, ou circulado entre os pais com filhos em idade escolar para torná-los conscientes de que existem esses recursos.



@PALMAS:

DESENHANDO UMA METODOLOGIA

O desenho de metodologia que o PalmasLab começou em meados de 2015 envolveu um processo iterativo que recolheu o conhecimento de outros membros da comunidade. Para responder à pergunta guia, a equipe primeiramente procurou qualificar melhor os principais conceitos de “riquezas,” “pobrezas,” “desejos,” e “perspectivas.” O PalmasLab realizou dois grupos focais - um com membros do equipe de vários departamentos do Banco Palmas e um com líderes comunitários envolvidos em outras iniciativas locais (incluindo o presidente da Associação de Moradores, o diretor de um coletivo de dança do bairro, uma agente comunitário de saúde e outras figuras respeitadas na vida da comunidade) - para entender como eles pensavam sobre esses conceitos, o que eles identificaram como as principais riquezas e pobrezas no Conjunto Palmeiras e quais eram seus desejos e perspectivas.

- O facilitador do grupo de foco apresentou três perguntas:
- O que você identifica como riquezas e pobrezas na comunidade?
- Como estas riquezas e pobrezas afetam o seu dia-a-dia?
- Quais são os seus desejos e perspectivas?

Através da análise dos grupos focais, a equipe foi capaz de melhorar o quadro e estabelecer um conjunto de categorias para a avaliação das riquezas e pobrezas materiais e imateriais. Estas incluíram: conhecimento, saúde, infraestrutura, mobilização, identidade, lazer, economia, cultura e segurança.

A equipe usou então estes temas como enquadramento para a concepção de um questionário para entender como riquezas, pobrezas, desejos e perspectivas afetam o ecossistema de produção e consumo para os moradores do Conjunto Palmeiras de forma mais ampla. A ferramenta de pesquisa piloto procurou captar quatro tipos principais de informação:

- Informação demográfica
- Perfil econômico do agregado familiar

- Como os moradores experimentam, acessam e se engajam com diferentes riquezas e pobreza, como eles se envolvem na vida da comunidade e o que eles consideram ser obstáculos para seu desenvolvimento
- Desejos e perspectivas pessoais

Um subcomitê menor da equipe do PalmasLab e as alunas do CoLab elaboraram uma ferramenta de pesquisa inicial e trouxeram isso de volta para o grupo maior como um ponto de partida para melhorá-lo coletivamente. Após várias rodadas de edição, a equipe do PalmasLab realizou dois pré-testes no campo, se encontrando depois de cada um deles para refletirem sobre o que funcionou bem e que mudanças eram necessárias.

45



Objetivo:

A fase de análise envolve revisar os dados que foram coletados e a extração de elementos úteis que lançam luz sobre a nossa pergunta guia e informações úteis para o nosso objetivo da pesquisa. Em outras palavras, a análise é o processo através do qual nós traduzimos dados brutos em informações significativas e novos conhecimentos. A realização de uma análise cuidadosa também é importante para colocar os resultados da pesquisa em conversa com os resultados e as teorias de outros pesquisadores.

Processo / Considerações:

Diferentes métodos requerem diferentes formas de análise. A análise da informação quantitativa começa com a coleta, a triagem, e o

resumo dos resultados da pesquisa, mas que envolve mais do que simplesmente apresentar os dados em gráficos. Da mesma forma, a análise dos dados qualitativos envolve rever notas, gravações ou transcrições para identificar ideias chave e padrões, contradições surpreendentes, ou outros elementos que ajudem a responder a questão da pesquisa, e a interpretar de formas que criem significado.

Uma análise ponderada envolve o pensamento crítico sobre o que significam os resultados da pesquisa no contexto. Existem padrões (ou a falta de padrões) que nos fornecem um insight? Os dados refletem os resultados que esperávamos? Eles destacam resultados inesperados? Qual é o significado do que estamos vendo para a pergunta guia de nossa pesquisa ou o nosso trabalho de forma mais geral? Por que nós estaremos vendo esses resultados em particular? Podemos reunir dados provenientes de outras fontes que nos ajudarão a entender melhor os números que estamos vendo?

Algumas questões a se considerar quando estamos analisando os dados incluem:

- **Quem vai participar?** Determinar quem deve estar envolvido

na análise dos dados é uma questão importante da pesquisa comunitária que procura gerar conhecimento, e a influenciar as dinâmicas da comunidade. Na tradição de Pesquisa Ação Participativa, decisões sobre quem está envolvido no processo de análise também pode ter implicações para a legitimidade da pesquisa. Diferentes níveis de participação a considerar poderiam incluir:

- A própria equipe de pesquisa realiza a análise.
- A equipe de pesquisa convida outros membros de sua organização para rever e analisar os resultados coletivamente. Por exemplo, um grupo de pesquisa em um departamento de um banco comunitário pode convidar colegas de diferentes departamentos e da administração para fazer parte do processo.
- A equipe de pesquisa apresenta os dados para a população entrevistada ou pesquisada. Isso poderia envolver a convocação de um conjunto representativo de participantes para ajudar a identificar padrões ou pontos de interesse dentro do conjunto de dados como um todo. Por exemplo, na pesquisa

sobre a participação dos jovens em atividades extracurriculares, a equipe de pesquisa pode convidar os jovens envolvidos em diferentes áreas, tais como equipes esportivas, grupos religiosos e coletivos de dança para ajudar a trazer diferentes perspectivas de análise.

- o A equipe de pesquisa apresenta os dados publicamente na comunidade. Isso poderia envolver a partilha de resultados em uma reunião da comunidade ou fórum, e convidando os presentes a ajudar a fazer sentido a partir dos dados. Nesta abordagem amplamente participativa, a equipe de pesquisa pode precisar de um processo de planejamento coordenado para assegurar a participação eficaz. Por exemplo, o facilitador pode fazer procurar reunir um conjunto representativo dos residentes, e uma vez que apresentar os resultados iniciais, divide os participantes em pequenos grupos para discutir e depois relatar as conclusões.
- o A equipe de pesquisa convida um conjunto estratégico de colaboradores de fora para ajudar a aprofundar a sua análise.

Em alguns casos, pesquisadores fazendo PAR formaram painéis de partes interessadas compostos por colaboradores que trabalham com temas semelhantes ou em locais semelhantes. Estes colaboradores podem contribuir experiências distintas que podem ajudar na identificação de novos padrões, e pode ajudar a compreender os dados dentro de um contexto mais amplo. Por exemplo, funcionários de um banco comunitário realizando pesquisas sobre seu impacto na economia do bairro pode convidar os líderes de outros bancos comunitários, economistas solidários e profissionais de desenvolvimento comunitário



para ajudá-los a compreender e analisar os dados que coletaram. Estes painéis também podem ser pensados como um tipo de

“revisão por pares comunitária” que ajuda a avaliar a validade dos resultados da pesquisa e no que eles contribuem para os debates atuais de forma semelhante ao processo de revisão por pares acadêmica.

Ao decidir quem estará envolvido, voltar ao objetivo da pesquisa pode ser útil. Por exemplo, se parte do objetivo é mobilizar e coordenar entre os diferentes atuantes no bairro, um processo de análise mais abrangente poderia contribuir para relacionamento e a construção de confiança. Além disso, a transparência que a análise coletiva proporciona pode contribuir para a credibilidade da pesquisa dentro da comunidade de foco.

Ao envolver uma ampla gama de participantes na análise, a equipe de pesquisa pode considerar a realização de uma rodada inicial de análise para identificar temas ou tendências chave e apresentá-las para outras pessoas que podem ajudar a identificar outros padrões, contradições ou pontos significativos.

- **Como o processo de análise de dados será facilitado?** Ao envolver

participantes de fora da equipe de pesquisa no processo de análise, a equipe de pesquisa deve considerar uma série de perguntas para garantir uma fiscalização eficaz e abrangente. Quem vai facilitar o processo de análise para gerir a dinâmica de grupo e manter o foco? Que protocolos de grupo devem existir para garantir que todas as vozes sejam ouvidas igualmente? Que preparação as pessoas envolvidas na análise precisarão? Por exemplo, isto pode exigir oficinas preparatórias para apresentar aos participantes os objetivos de uma abordagem participativa, o projeto de pesquisa, e as técnicas específicas para a análise que os dados requerem.

- **Que recursos adicionais precisamos?** A análise de determinados dados pode exigir que a equipe de pesquisa procure por recursos adicionais. Por exemplo, a análise estatística dos dados quantitativos podem exigir o uso de softwares como o STATA ou R. Pesquisas complexas podem se beneficiar do apoio de parceiros com base em centros de pesquisa ou universidades.



@PALMAS:

ANALISANDO RESULTADOS

Durante a pesquisa piloto do PalmasLab, a equipe de pesquisa analisou coletivamente os resultados dos dois grupos focais. Depois de cada um deles, um subcomitê menor de dois membros da equipe PalmasLab com o apoio das duas estudantes do CoLab criaram um documento resumo que começou a sintetizar os pontos chave, contradições e temas que surgiram. Estes foram então apresentados de volta para a equipe de pesquisa como um ponto de partida para analisar coletivamente como os dados recolhidos nos grupos focais se alinhavam, complementavam, ou se diferenciavam das ideias iniciais da equipe a respeito de riquezas e pobreza locais. Algumas perguntas que o grupo se perguntou incluíram: O que é interessante? Que padrões percebemos? Houveram temas que apareceram com mais força em um grupo focal do que nos outros? Por que isso aconteceria? De que forma esses dados se alinham ou refletem o enquadramento inicial que concebemos? De que forma esses dados diferem? O que essas diferenças significam para os tipos de perguntas que podemos incluir em outras ferramentas de pesquisa?

Na análise, a equipe identificou um conjunto de temas chave que emergiram no grupo focal com a equipe do Banco Palmas, incluindo: A desvalorização da história da comunidade, a segregação física e sócio-econômico dentro do Conjunto Palmeiras, a violência, o engajamento da juventude, a autoestima e oportunidades de lazer.

Eles também identificaram temas chave que surgiram no grupo focal com lideranças do bairro que representam outros grupos ou organizações, incluindo: a desvalorização de líderes do bairro, a importância de cultivar uma nova geração de liderança, a violência, e a necessidade de redes mais eficazes e a colaboração entre organizações locais.

As informações dos grupos focais em grande parte se alinhava com as ideias iniciais da equipe sobre as riquezas chave e pobreza que afetam o bairro e também trouxeram considerações adicionais e ângulos que a equipe não tinha totalmente desenvolvido - particularmente problemas de segregação espacial

e social dentro do bairro, e o cultivo de novas gerações de líderes. Depois dos grupos focais, o PalmasLab foi capaz de consolidar um conjunto de categorias que descrevem as áreas em que o bairro poderia experimentar a riqueza ou pobreza. Estes incluíram: conhecimento, saúde, infraestrutura, mobilização, identidade, lazer, economia, cultura e segurança.

Pré-testes dos questionários foram úteis para avaliar a eficácia das perguntas da pesquisa, mas o pequeno número de pesquisas testadas significa que a análise quantitativa iria ocorrer em uma fase futura.



REPRESENTANDO E DIVULGANDO OS RESULTADOS DA PESQUISA

Objetivo:

Uma estratégia para a representação e a divulgação dos resultados da pesquisa é importante para assegurar que os novos conhecimentos gerados no processo de pesquisa se traduzam em ação. A geração de dados da comunidade a fim de criar uma mudança em torno de questões complexas provavelmente vai exigir o envolvimento de múltiplas partes interessadas, que podem incluir os moradores, líderes de bairro, prestadores de serviços sociais, agências governamentais ou outros. Alguns destes agentes podem ter diferentes níveis de simpatia ou ceticismo em relação à pesquisa que desafia o status quo e eles podem transportar diferentes crenças sobre o que tornam certos tipos de conhecimento “legítimos”. A representa-

ção dos dados, ou seja, a forma na qual os dados são apresentados, é importante para ajudar o público a entender o significado dos resultados. A elaboração de um plano para representar e divulgar os resultados da pesquisa será útil para engajar atuantes que possam contribuir para as ações e determinar quais formatos são mais apropriados para alcançá-las.

Processo / Considerações:

Desenvolver uma estratégia para a representação e disseminação de dados exige não só a apresentação dos resultados de pesquisa para um público-alvo, mas também analisar as relações de poder entre esses atuantes para compreender os canais específicos que podem ser utilizados para melhor promover mudanças. O planejamento para a representação e disseminação começa entre a equipe de pesquisa, mas também pode envolver agrupar outros que possam desempenhar um papel na disseminação da informação, que têm uma visão sobre como as organizações ou agências em particular funcionam, ou que possam desempenhar um papel consultivo em relação a como representar dados para fins específicos. Em qualquer caso, a apresentação dos resultados da pesquisa deve ser

sempre acompanhada de informações transparentes sobre as metodologias e modos de análise da equipe de investigação utilizados para fins de clareza e legitimidade.

Algumas questões a considerar ao planejar uma representação e estratégia de disseminação incluem:

- **O que queremos influenciar com os nossos resultados de pesquisa?**

Este é um bom momento para voltar ao objetivo da pesquisa e quaisquer chuvas de ideias anteriores sobre as possibilidades de como a pesquisa pode ser usada. Depois de analisar os resultados da pesquisa, a equipe de investigação pode querer rearticular o que eles veem como as possibilidades para a utilização dos dados. Com base nos resultados da pesquisa, essas possibilidades são em grande parte as mesmas? Agora podemos articular essas oportunidades com mais especificidade ou detalhes? Existem resultados da pesquisa inesperados que tragam ideias para novas ou diferentes oportunidades para a ação? Por exemplo, a pesquisa sobre problemas de saúde que enfrentam os moradores da comunidade podem revelar que parte da solução reside com o aumento do acesso a alimentos saudáveis em

certas partes do bairro. Ao invés de apenas envolver os trabalhadores de saúde nesses resultados, a equipe de pesquisa pode ver uma oportunidade de expandir o seu público para incluir empresários ou vendedores que vendem produtos frescos, ou os formuladores de políticas educacionais que supervisionam o tipo de alimento oferecido aos estudantes nas escolas. Com estas oportunidades em mente, podemos começar a mapear os atuantes e canais que ajudarão a alcançar o nosso objetivo.

- **Qual público precisamos alcançar?** Identificar o público-alvo é um passo importante para envolver atuantes com a capacidade de contribuir para a ação, bem como para determinar a melhor forma de representar os resultados da pesquisa. Uma atividade útil de realizar nesta fase é um exercício de mapeamento de atores, o que permite que a equipe de pesquisa identifique os indivíduos e grupos que gostariam de alcançar e a determinar os melhores meios para que possam envolvê-los. O mapeamento de atores em sua forma mais simples pode consistir de uma lista dos atuantes que você deseja atingir, acompanhada

por informações sobre como ou quem pode melhor acessá-los ou envolvê-los. Quando o objetivo da pesquisa ação requer o envolvimento das partes interessadas, em múltiplas escalas, um mapeamento mais detalhado dos interessados pode ser útil. Por exemplo, a pesquisa sobre a qualidade da educação pública no bairro pode ser direcionada para os moradores, líderes comunitários e para a Secretaria de Educação. Depois de mapear o público alvo dentro do bairro e para além do bairro, a equipe de pesquisa também pode querer mapear quaisquer atuantes intermediários que possam ter influência com os tomadores de decisão do governo que a equipe procura alcançar. Por exemplo, existem representantes eleitos no nível do distrito, que tenham uma voz ativa dentro da Secretaria? Ou a equipe de pesquisa possui parcerias ou contatos em outros braços do governo da cidade, ou organizações internacionais, que trabalhem em estreita colaboração com essa agência? Mapear estes canais de influência pode ser útil para a concepção de uma estratégia de disseminação eficaz quando questões como a burocracia ou relações de poder podem

atuar como barreiras para transformar o conhecimento em ação.

- **Quais formatos e / ou fóruns falarão a esses públicos?** O público-alvo irá determinar o melhor formato e fórum para representar os dados gerados através do processo de pesquisa. Será que o público responde melhor aos dados que são representados por escrito, em forma de conversação ou visual? Será que o público exige um nível de formalidade ou protocolo acadêmico que inclui um relatório com uma revisão da literatura, citações e bibliografia? Será que o público se envolve melhor com a pesquisa apresentada através de uma reunião da comunidade, evento cultural ou performance, mídia social, ou outra coisa?
- **Que informações adicionais ou dados precisamos incluir para contextualizar os nossos resultados de pesquisa?** Pesquisar as fontes de dados complementares pode ajudar a contextualizar os resultados da pesquisa ou apresentar os resultados da pesquisa de formas mais provocantes. Algumas das fontes de dados a serem consideradas podem incluir dados do censo do IBGE; dados do

gabinete do prefeito; do departamento de planejamento ou outras agências governamentais; dados recolhidos nos postos de saúde do bairro ou por agentes comunitários de saúde; artigos acadêmicos, teses ou livros escritos sobre o local; ou dados de organizações internacionais como a Organização das Nações Unidas e do Banco Mundial. Dependendo do objetivo da pesquisa e do público, complementar dados da comunidade com outras fontes pode ajudar a colocar conclusões em contexto comparativo ou fornecer hipóteses para por que certos resultados estão surgindo. Por exemplo, os dados sobre os desafios da saúde do bairro poderia ser colocado em conversa com dados de saúde da Organização Mundial de Saúde para a América Latina como um todo. Dependendo dos resultados, essa comparação pode acabar destacando disparidades chocantes entre o bairro e a região circundante, demonstrar que os resultados são parte de uma tendência regional mais ampla para mostrar a dimensão do problema ou identificar se há uma causa especial ou fatores contribuintes em jogo neste lugar em comparação com outros.



REPRESENTANDO DADOS QUALITATIVOS

Dependendo do tipo de dados recolhidos e as necessidades do público alvo, os dados qualitativos podem ser analisados e representados de diversas maneiras:

- Usando citações para apoiar a análise. Documentos escritos que sintetizam os resultados da pesquisa podem incluir citações de entrevistados ou participantes dos grupos focais juntamente com a análise feita pela equipe de pesquisa para fornecer provas para as conclusões da pesquisa. Citações podem ajudar a fornecer essa prova, usando as próprias palavras do entrevistado. Citações também podem ser utilizadas de forma eficaz ao lado dos dados quantitativos para conectar números impessoais à experiências humanas.
- Usando histórias e narrativas. Os dados qualitativos também podem ser apresentados em formas que incluem as histórias e narrativas dos entrevistados de forma mais completa. Isto pode ser particularmente eficaz se a equipe de pesquisa procura retratar a natureza complexa e dinâmica de experiências pessoais que seria difícil capturar usando citações curtas. Estes produtos poderiam assumir a forma de documentos escritos que incluem longas transcrições de entrevistas ou histórias pessoais. Incluir vários parágrafos da história de uma pessoa pode fornecer mais espaço para os entrevistados contar suas próprias histórias de uma forma mais completa. Além disso, a pesquisa qualitativa não só precisa ser representada na forma escrita. Produtos multimídia que incluem componentes de áudio ou vídeo podem ser uma outra maneira de compartilhar as histórias qualitativas coletadas como parte de um esforço de pesquisa.
- Quantificação de dados qualitativos (codificação). Quando um projeto de pesquisa inclui um grande número de entrevistas, a codificação pode ser usada para anexar valores quantitativos aos dados qualitativos. A codificação envolve a definição de um conjunto de categorias que representam as diversas experiências dos entrevistados e classifica suas respostas para estas diferentes categorias. Por exemplo, na pesquisa sobre as trajetórias dos líderes de bairro, as entrevistas podem revelar um número de diferentes crenças sobre os fatores mais importantes que influenciaram o porquê ou como eles se tornaram líderes. Ao analisar essas respostas, a equipe de pesquisa pode criar um conjunto de categorias - como orientação/

mentoria, religião, estudos, ou envolvimento em organizações comunitárias - que ajudam a resolver respostas complexas em categorias mais gerais. O processo é chamado de “codificação”, porque a cada categoria é atribuído um “código” numérico (1, 2, 3, etc.) e cada entrevista é então marcada com este código para ajudar a equipe de pesquisa a facilmente classificar os resultados. Com um sistema de codificação, a equipe de pesquisa pode representar os seus dados qualitativos de forma numérica, por exemplo, oferecendo a conclusão de que x percentual (ou número y) de líderes de bairro pensam que um determinado fator foi o mais importante em sua trajetória pessoal.

Ao considerar diferentes maneiras de representar dados qualitativos, é importante ter em mente os formatos mais apropriados para o tipo e o conteúdo dos dados, e os formatos que serão mais eficazes para envolver o público-alvo.

Alguns exemplos desses modos de representação podem ser encontrados na seção Recursos Adicionais.

55 |



REPRESENTANDO DADOS QUANTITATIVOS

Os dados quantitativos são tradicionalmente representados em três formas de texto, tabelas e gráficos diferentes. Apresentar dados em forma de texto pode ser eficaz para destacar as principais estatísticas,

enquanto maiores conjuntos de números são geralmente apresentados em tabelas. Gráficos, incluindo gráficos de pizza, gráficos de barras e gráficos de linha são particularmente úteis para destacar tendências, exibir relações ou fazer comparações dentre os dados. Os gráficos e tabelas devem ser autoexplicativos - claramente

rotulados com detalhes suficientes para que o público possa entender o que está sendo mostrado sem ter de referenciar o texto adicional. Ao selecionar os dados e apresentá-los em forma de gráfico, é importante identificar as informações que melhor transmite os principais resultados da pesquisa. Incluir todos os dados coletados em uma apresentação ou relatório pode tirar a atenção do público dos resultados mais importantes. Depois que os dados mais significativos são escolhidos, há várias considerações para manter em mente ao escolher o tipo de gráfico que é mais apropriado para a exibição da informação selecionada. Algumas destas considerações incluem:

Gráfico de setores:

- Geralmente usado para representar grandes tendências e conclusões gerais
- Menos útil para enfatizar pequenas diferenças nos dados
- Deve incluir apenas um pequeno conjunto de variáveis ou categorias, mais de seis “fatias” de um gráfico de pizza pode tornar-se difícil de ler

Gráficos de barras:

- Mais útil para enfatizar pequenas diferenças em dados do que os gráficos de pizza
- Pode incluir mais variáveis do que os gráficos de pizza, mas ainda não tantas que se torna difícil de ler
- Gráficos de barras agrupadas (gráficos com duas barras lado a lado para cada variável) são boas para apresentar comparações diretas entre variáveis, (por exemplo, para mostrar o tipo de emprego dos entrevistados destacados por sexo, o emprego pode ser baseado no eixo-x e para cada tipo de emprego duas barras de cores diferentes podem ser utilizados para representar o sexo do respondente)

Gráficos de barras agrupadas também podem ser usados para mostrar comparações entre anos no mesmo gráfico

Gráficos de linha:

- Mais comumente usados para exibir dados de séries de tempo ou a mudança de uma variável ao longo do tempo, (por exemplo, a porcentagem da população que consome dentro da comunidade durante um período de dez anos)

Há muitas maneiras de apresentar dados quantitativos para além de gráficos tradicionais e gráficos em geral. Usar criatividade com representação e visualização pode despertar o interesse do público e chamar a atenção para as estatísticas que poderiam ter sido negligenciadas de outra forma. Alguns exemplos podem incluir: usar gráficos ou símbolos para ilustrar os principais dados estatísticos, conectar

mapas espaciais com os correspondentes dados quantitativos ou justapor gráficos e figuras de uma forma que chame a atenção para as relações inesperadas.

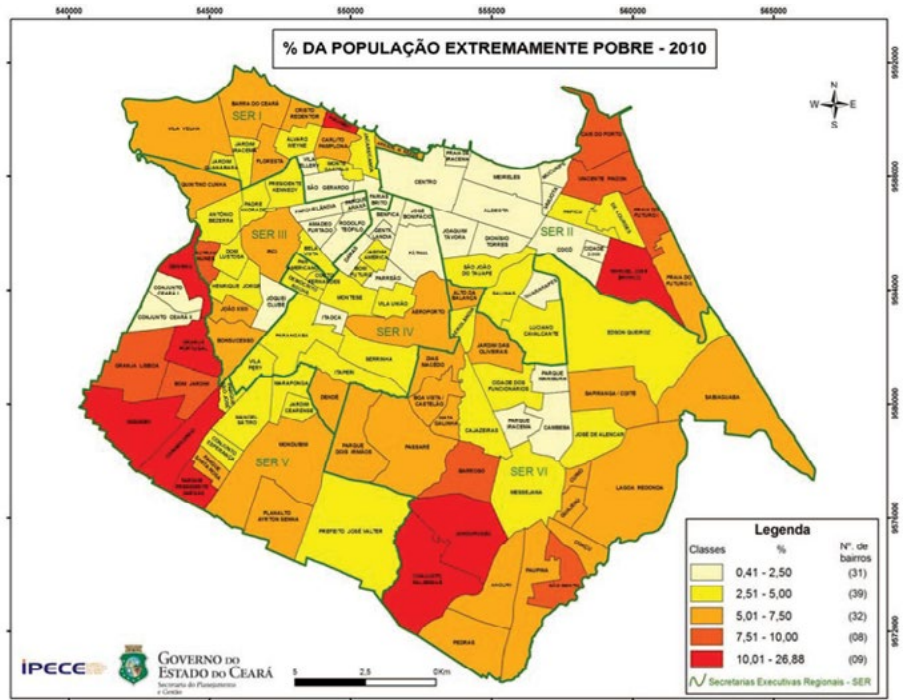
Alguns exemplos desses modos de representação podem ser encontrados na seção Recursos Adicionais.



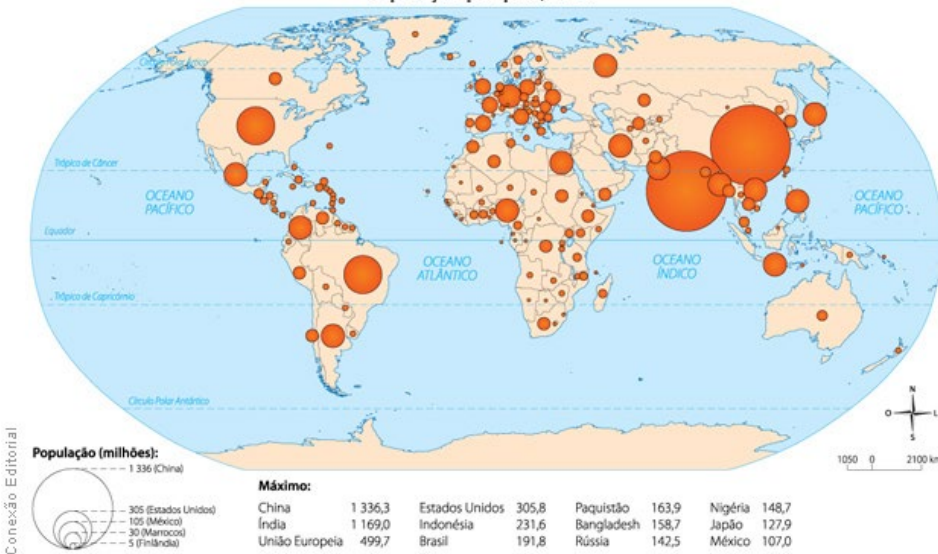
Métodos espaciais utilizando software GIS podem ser utilizados tanto para a análise quanto para visualização dos dados numa variedade de maneiras diferentes. A maneira mais comum de utilizar o GIS para visualizar e representar os dados na pesquisa social é através de mapas temáticos ou mapas que são projetados para destacar um assunto dentro de uma área geográfica específica. Os mapas temáticos diferem dos tradicionais mapas de referência na medida em que não basta mostrar as características naturais ou construídas de uma área - tais como rios, estradas, edifícios, etc. Enquanto eles podem incluir esses recursos para referência, mapas temáticos são usados para chamar a atenção para um determinado assunto - que pode ser cultural, econômico, social, político ou ambiental etc. A área indicada em um mapa temático pode ir desde a escala de um bairro, cidade, estado ou mesmo de um país dependendo do motivo, dos dados disponíveis, e do objetivo de a pesquisa. Três dos tipos mais comuns de mapas temáticos são os mapas coropléticos, mapas de pontos e mapas de símbolos proporcionais.

Mapas coropléticos são uma ferramenta muito útil para a visualização de dados descritivos ou dados socioeconômicos para a população em uma área geográfica específica; eles são o tipo mais comum de mapa usado para representar dados de censo. Mapas coropléticos mostram a distribuição e concentração de um fator específico sobre regiões geográficas pré-definidas através de sombreado de cor.

Por exemplo, um mapa da renda em uma cidade específica pode apresentar a renda média existente em uma escala com cinco seções. A seção de renda mais alta pode ser atribuída a sombra mais leve e com cada seção subsequente a sombra iria ficar mais escura, com a seção de renda mais baixa representada pela tonalidade mais escura. Em seguida, a cada bairro da cidade seria atribuído a sombra de uma seção da escala baseada na renda média desse bairro. O número de seções diferentes incluídas na escala e a cor das sombras usadas são de decisão do pesquisador e dependem do tipo de dados que está sendo visualizado.



População por país, 2007



Mapas de símbolos proporcionais usam símbolos de tamanhos diferentes para representar os dados sobre uma área geográfica específica. Por exemplo, um mapa de pontos proporcional pode mostrar a população de cada bairro em uma cidade com o ponto de ser proporcional ao número de

habitantes. O bairro com a maior população teria o maior ponto e o bairro com a menor população teria a menor.

Mapas de ponto podem ser usados para visualizar a ocorrência de um fator específico num local específico. Mapas de ponto podem ser úteis para a visualização de dados de pesquisa georeferenciais. Por exemplo, se uma pesquisa é realizada com empresas locais numa comunidade específica um mapa de pontos pode ser usado para visualizar onde todas as empresas locais estão localizadas. Além disso, os mapas de pontos podem ser utilizados para mostrar a concentração de um evento ou fator específico dentro de uma área específica. Se o questionário perguntou se as pessoas consomem fora ou dentro da comunidade, um mapa de pontos pode ser usado para visualizar os dois grupos diferentes (uma cor ou símbolo ponto poderia ser usado para os respondentes que consomem fora e o outro podia ser utilizado para aqueles que consomem dentro a comunidade). A visualização dos dois grupos de forma diferente permitiria a identificação de concentrações e padrões, por exemplo, se todos os moradores que consomem fora da comunidade vivem em uma área específica do bairro. Os pesquisadores poderiam então explorar diferentes características daquela área do bairro que poderia estar fazendo com que os residentes consumam fora. Estas poderiam incluir características sociais, tais como renda, ou participação em organizações comunitárias, ou características espaciais, tais como a proximidade de empresas locais. Por exemplo, justapondo um mapa de pontos dos dois grupos diferentes com um mapa das empresas locais pode permitir aos pesquisadores identificar se todas as pessoas que consomem fora vivem mais longe das empresas locais do que os residentes que consomem principalmente no interior. Mapas de ponto podem ser visualizados de muitas formas diferentes, e o símbolo para um ponto pode ser alterado dependendo do que estiver sendo representado.

Outros exemplos destes modos de representação podem ser encontrados na seção Recursos adicionais.





@PALMAS:

PLANEJAMENTO PARA A REPRESENTAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE DADOS

60 | Enquanto o PalmasLab concluía a fase piloto do seu projeto de pesquisa em meados de 2015, a equipe começou a pensar em como eles poderiam efetivamente divulgar os resultados da pesquisa em um momento posterior. A equipe primeiro revisitou uma lista sobre as possíveis formas de utilizar os resultados da pesquisa que tinham redigido no início do processo de pesquisa. Olhando para esta lista no contexto da sua pergunta guia e metodologia específicas, eles foram capazes de criar uma lista mais precisa das oportunidades, incluindo a coordenação entre os diferentes atores do bairro, tornando os residentes ciente das várias riquezas que existem dentro do bairro e envolvendo os responsáveis políticos nas áreas de saúde e educação.

O grupo realizou uma atividade de mapeamento de atores para ter uma ideia mais específica de quem o seu público deveria ser e que canais poderiam ajudar na divulgação de novos conhecimentos. A equipe identificou pessoas e instituições específicas que poderiam se envolver e pensaram em como os resultados poderiam ser representadas ou formatados para falar de forma mais eficaz a essas audiências.



61 |

INCORPORANDO A REFLEXÃO NO PROCESSO

Um elemento crucial do processo de pesquisa é a capacidade de refletir significativamente ao longo de todas as diferentes fases. A reflexão consistente ajuda os pesquisadores a aprenderem fazendo, melhorando e fortalecendo assim suas pesquisas ao longo do caminho. Fazer pesquisa é um processo dinâmico, onde os desafios inesperados podem surgir, as relações entre os participantes evoluir e novas oportunidades podem surgir. Além disso, ao colocar perguntas e envolver diferentes participantes no processo de pesquisa, pesquisadores sociais também estão influenciando a dinâmica que eles buscam entender. Por exemplo, por meio de entrevistas ou grupos focais com líderes de bairro, os pesquisadores podem gerar uma nova consciência sobre um problema local ou preparar o terreno para novas relações ou colaborações. Esta possibilidade de influência é inerente à pesquisa social uma vez que o tema de estudo não existe num vácuo e a dinâmica é influenciada pelo comportamento e a escolha humana. Devido a isso, todo o processo de pesquisa é único e nenhum manual de pesquisa pode ser específico ou abrangente o suficiente para direcionar os pesquisadores para que naveguem

através dessa complexidade. Em vez disso, um conjunto de ferramentas que ajudam os profissionais a aprenderem a aprender no campo - ou em outras palavras, para refletir ao longo do caminho - pode ajudar a resolver essas necessidades.

Algumas ferramentas para reflexão podem incluir:

- **Diário Auto-reflexivo:** Esta é uma atividade individual que pode ajudar os membros da equipe de investigação a refletir sobre seus próprios pensamentos, ações e relações no processo. Ele é melhor feito em uma base regular para que os membros da equipe possam observar seu próprio comportamento e como eles podem melhorar e pensar em estratégias de como fazê-lo. Por exemplo, enquanto escrevem no diário, os pesquisadores podem querer prestar atenção em como este trabalho se conecta a seus valores, como e por que eles responderam a uma situação particular da maneira que eles o fizeram, quais os pressupostos que estão carregando, ou os seus desafios pessoais ou esperanças no processo.
- **Diário Estruturado:** Esta é uma atividade individual, na qual os

membros da equipe fazem um diário em resposta a solicitações específicas. O Diário estruturado pode fornecer aos membros da equipe um espaço mental para refletir sobre questões chave, incertezas, desafios e oportunidades que estão surgindo em diferentes momentos. Momentos úteis para fazer o diário estruturado pode ser quando concluir ou começar uma nova fase do processo de pesquisa, quando enfrentar um obstáculo ou um conflito de escolha, ou quando houver a identificação de novas oportunidades para agir ou resolver problemas, entre outros. Perguntas de diário estruturado podem incluir coisas como: O que é surpreendente, emocionante, energizante, frustrante ou confuso para mim neste momento do processo? As nossas decisões e ações estão contribuindo para o objetivo geral da pesquisa? O que está funcionando? O que não está funcionando? Como poderíamos fazer as coisas de forma diferente? O diário estruturado também pode ser uma atividade preparatória que ajuda os membros da equipe a organizar seus pensamentos antes de uma reflexão de grupo estruturada.

- **Reflexão de Grupo Estruturada:** Esta atividade oferece uma oportunidade para a equipe de pesquisa refletirem juntos. Enquanto um certo grau de reflexão está intrinsicamente tecido em todos os dias de trabalho, conversas e reuniões, retirar-nos do cotidiano pode ajudar a aprofundar as nossas capacidades de reflexão. A realização de uma reflexão

de grupo em um espaço fora do escritório - que estará sujeito a interrupções mínimas - facilita a escuta mais profunda e mais intencional. O grupo pode vir até com um conjunto estruturado de perguntas para responder e pode querer dedicar algum tempo no início para refletir calmamente ou fazer um diário antes de compartilhar com o grupo.



@PALMAS: REFLEXÃO

Durante o processo de pesquisa do PalmasLab em meados de 2015, o grupo se engajou numa reflexão de grupo estruturada na conclusão da fase piloto. Os membros da equipe se reuniram por duas horas fora do escritório para refletir sobre as seguintes questões relacionadas com a pesquisa e seu desenvolvimento pessoal:

- Quais elementos do processo você achou mais valioso?
- Quais os maiores desafios que você enfrentou ao longo do processo e o que você aprendeu sobre si mesmo como resultado?
- No que você gostaria que esse processo se tornasse? Que papel você se vê desempenhando nesse processo?

Alguns dos elementos mais valiosos do processo sobre os quais os membros da equipe refletiram incluíram: a oportunidade de ir além de um diagnóstico da pobreza e riqueza econômica para considerar o ecossistema de desenvolvimento mais holístico, bem como as esperanças afetivas e perspectivas de seus vizinhos; o fato de que a abordagem foi o contexto específico da realidade da equipe de pesquisa como moradores do Conjunto Palmeiras, ao invés de uma introdução abstrata, hipotética ou genérica para o processo de pesquisa; a oportunidade de se conectar em um nível pessoal e construir um novo entendimento com outros moradores através de pesquisa de campo; e a criação da capacidade e uma cultura de planejamento estratégico dentro do Instituto Banco Palmas.

O grupo estruturado de reflexão acabou sendo um espaço que tanto ajudou o grupo a entender como a expressar lições pessoais e coletivas que surgiram ao longo do processo e não apenas os resultados da pesquisa. E, igualmente importante, era um espaço de celebração, para interiorizar o que tinha sido alcançado, e dar início a traçar o futuro que a equipe desejava ver.

4

RECURSOS ADICIONAIS



65 |

Pesquisa Ação e PAR

- Freire, Paulo. 1970. Pedagogia do Oprimido
- Public Science Project: <http://publicscienceproject.org/>
- Data Center for Research Justice: <http://www.datacenter.org/>
- An Introduction to Research Justice: <http://www.datacenter.org/new-toolkit-an-introduction-to-research-justice/>
- Poder a Nuestro Pueblo – Modelo de Investigación Participativa: Creando Encuestas:
<http://www.datacenter.org/wp-content/uploads/creandoencuestas.pdf>
- Nova Cartografia Social da Amazônia: <http://novacartografiasocial.com/>

Recursos Para Análise Espacial

- Ushahidi:
Oficina online- <http://duspviz.mit.edu/tutorials/mapping-with-ushahidi/>

- QGIS:
Oficina online- <http://duspviz.mit.edu/intro-to-qgis/#1>
Para baixar- <http://www.qgis.org/en/site/>
- Web-mapping:
Oficina online: <http://duspviz.mit.edu/web-map-workshop/>
- CartoDB:
<https://cartodb.com/>

Maneiras criativas de representar dados:

- Data Viva: <http://pt.dataviva.info/>
- OnLaje: <http://www.espocc.org.br/onlaje/index.html>
- LabRio: <http://www.labrio.cc/mapeando.html>
- Data Visualization 101: https://cdn2.hubspot.net/hub/53/file-863940581-pdf/Data_Visualization_101_How_to_Design_Charts_and_Graphs.pdf
- Million Dollar Block Project: <http://chicagosmilliondollarblocks.com/>

Equipe Editorial:

Alison Coffey, Pesquisadora, Desenvolvimento Regional Inclusivo
MIT Community Innovators Lab

Jenna Harvey, Candidata de Mestrado em Planejamento Urbano
MIT Department of Urban Studies and Planning

Apoio:

Alyssa Bryson, Juan Cristobal Constain, Lily Steponaitis, Andrew Binet, e Dayna Cunningham do MIT Community Innovators Lab forneceram orientação durante a facilitação do processo, e ofereceram comentários na criação desse documento.

Joaquim de Melo, Asier Ansorena e Elias Lino do Instituto Banco Palmas forneceram orientação no desenvolvimento da pesquisa.

Rosabelli Coelho-Keyssar do programa MIT Brazil ajudou a possibilitar a colaboração, a produção desse documento em Português, e apoiou em vários momentos do processo.

Equipe da Pesquisa, PalmasLab& Instituto Banco Palmas:

Asier Ansorena, Heitor Calixto, Luana Clarice, Alberto Crespo, Luiz Ernandes, Mateus Henrique, Jose Erberson Lino, Elias Lino

Fotografia:

Luiz Ernandes, Jenna Harvey, Alison Coffey, Lily Steponaitis

Tradução:

Thiago da Cruz

Disenho:

Sean Coté
Co.Open Detroit

Community Innovators Lab
Department of Urban Studies and Planning
Massachusetts Institute of Technology

Building/Room 9-419
77 Massachusetts Avenue
Cambridge, MA 02139

colab-info@mit.edu

<http://colab.mit.edu/>