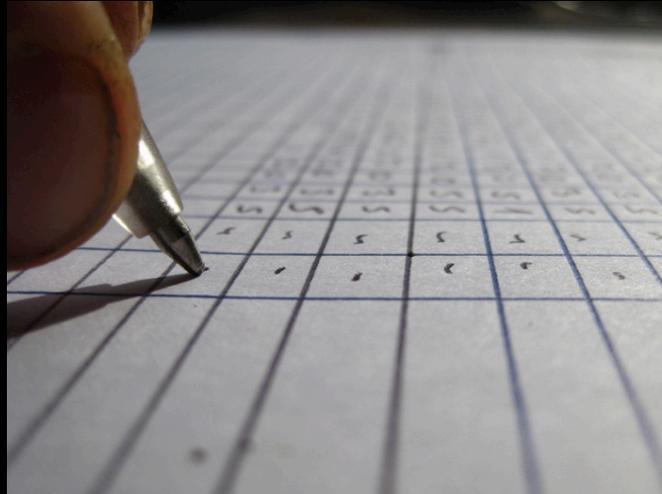




INSTITUTO FEDERAL
Rio Grande do Norte
Campus Natal-Cidade Alta



PROJETO INTEGRADOR I

Aula 2

Prof. Carlos Café Dias

Aula de campo

- Na aula de campo, os alunos irão realizar a etapa de **coleta de dados** da pesquisa (Projeto Integrador);
- Além de relatos escritos de **observação** e de **entrevistas**, serão realizados **registros fotográficos** pelos alunos;
- O **objetivo** da pesquisa é dar visibilidade a cultura indígena da comunidade Katu (RN) por meio do design.

Cronograma

- 7h– Concentração no Campus Cidade Alta
- 7h30 – Saída para Catu
- 9h– Chegada em Catu
- 9h15– Recepção na Escola Municipal
- 9h30– Conversa com o Pajé Luiz Katu
- 10h30– Apresentação indígena
- 11h– Oficina de pintura indígena

PARTE 1

- 12h – ALMOÇO

- 13h15 – Realização de entrevistas e saídas fotográficas
- 15h15 – Concentração na Escola Municipal
- 15h30 – Saída para Natal
- 17h – Chegada no Campus

PARTE 2

Conhecimento científico

- A busca pelo **conhecimento** é algo inerente ao ser humano e o acompanha desde o seu nascimento até o fim de sua existência. As dúvidas e os questionamentos são a mola propulsora para busca de respostas, primordialmente por meio de observações (Paschoarelli, Medola, Bonfim, 2015).
- **Tipos de conhecimento** (Lakatos e Marconi, 2010).
 - Popular
 - Religioso
 - Filosófico
 - **Científico**

Método científico

- A ampliação do **conhecimento científico** se dá através da **pesquisa científica**, a qual depende da existência de um **problema** a ser analisado. Para a investigação de tal problema é preciso a utilização de um **método** de pesquisa (Paschoarelli, Medola, Bonfim, 2015).
- **Método** em pesquisa é a escolha de procedimentos sistemáticos através dos quais procura-se descrever e explicar fenômenos (Richardson, 2008).

Tipos de métodos

- Atualmente, existem inúmeros métodos que podem ser aplicados para se chegar a um resultado, o que vai depender da especificidade e natureza de cada **problema** a ser analisado e também da **experiência** do pesquisador (Paschoarelli, Medola, Bonfim, 2015).
- De maneira geral, pode-se classificar os métodos existentes em dois grupos: o **quantitativo** e o **qualitativo** (métodos empíricos, baseados na experiência e na observação).

Quantitativo x qualitativo

Quantitativo

- Destina-se a objetos cujo conhecimento tenha sido pouco estudado ;
- Realidade externa analisada de forma objetiva, cujos resultados da pesquisa podem ser reproduzidos e generalizados, sendo possível a obtenção de verdades universais (HAYATI; KARAMI; SLEE, 2006).
- Explicação dos fenômenos por meio da coleta de dados numéricos que serão analisados através de métodos matemáticos (em particular, os estatísticos) (ALIAGA; GUNDERSON, 2002).

Qualitativo

- Questionamentos inéditos e com maior profundidade (empíricos/amostragem);
- Busca compreender as interações e significados das ações humanas, pela obtenção dados descritivos de pessoas, lugares e processos, por meio de entrevistas, observações, documentos, registros e gravações;
- Variáveis não são controláveis, dados difíceis de serem interpretados, generalizados (amostragem) e reproduzidos (subjetividade) (TERRENCE, ESCRIVÃO FILHO, 2006).

Técnica x instrumento

- Uma pesquisa é composta por várias fases, dentre elas a coleta de dados, realizada por meio de técnicas e instrumentos adequados ao tipo de pesquisa;
- A **técnica** é o modo de fazer a coleta da informação *(por exemplo: a entrevista)*;
- O **instrumento** é a ferramenta (material) utilizada para coletá-la *(por exemplo: o roteiro / o gravador)*;
- Em alguns casos as técnicas podem receber o mesmo nome de alguns instrumentos *(por exemplo: o questionário)*.

Tipos de técnicas e instrumentos

- Entrevista**
- Questionário
- Observação



Entrevista

- Encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto (Marconi & Lakatos, 1999).
- **Tipos:** estruturada, não-estruturada e semi-estruturada;
- **Vantagens:** Acessível a um grande público , flexível para entrevistador; permite capturar informações não-verbais;
- **Limitações:** Dificuldade de expressão, falta de tempo e disposição do sujeito; amostragem menor que questionário.

Tipos de técnicas e instrumentos

- Entrevista
- Questionário
- Observação



Questionário

- Instrumento de coleta de dados constituído por uma série de perguntas, que devem ser respondidas por escrito (Marconi & Lakatos, 1999);
- **Tipos:** perguntas abertas, fechadas, alternativas, escalas;
- **Vantagens:** Economia de tempo, viagens; Atinge maior número de pessoas e regiões; Anonimato; Maior tempo para responder;
- **Limitações:** Nem todos retornam; Perguntas sem resposta; Dificuldade de compreensão das perguntas;

Tipos de técnicas e instrumentos

- ✓ Entrevista
- ✓ Questionário
- ✓ Observação



Observação

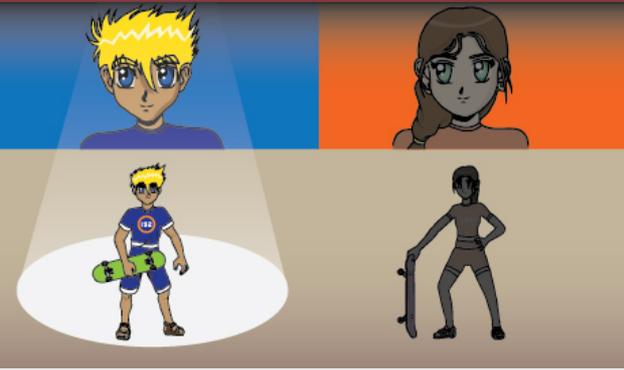
- Utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Consiste de ver, ouvir e examinar fatos ou fenômenos (Marconi & Lakatos, 1999);
- É considerada científica quando ...
 - é planejada sistematicamente;
 - é registrada metodicamente;
 - está sujeita a verificações e controles sobre a validade e segurança.
- **Tipos:** participante e não participante;
- **Formas de observação:** sistemática e não sistemática (livre);
- **Limitações:** A presença do pesquisador altera comportamento dos sujeitos observados, destruindo a espontaneidade dos mesmos.

PESQUISA NO DESIGN

Pesquisa no design



SELEÇÃO DE PERSONAGEM



Pesquisa no design

- O design quase sempre é associado apenas a **aparência estética** das coisas;
- Porém trata-se de um processo mais amplo que tem por objetivo algo maior: **promover o bem-estar das pessoas;**
- A função maior do design é pensar **métodos** para simplificar o complexo.

Pesquisa no design

- A etapa de **coleta de dados** pode ser feita por meio de uma entrevista ou questionário com o cliente, gerando um documento chamado *briefing*;
- **Briefing** é um documento com as especificações de um produto/projeto coletadas junto ao cliente. É o que vai guiar a equipe de criação durante o processo;
- Um **bom briefing** deve responder:
Quem sou? O que fazer? Por que fazer? Para quem fazer?
Orçamento? Materiais? Concorrentes?

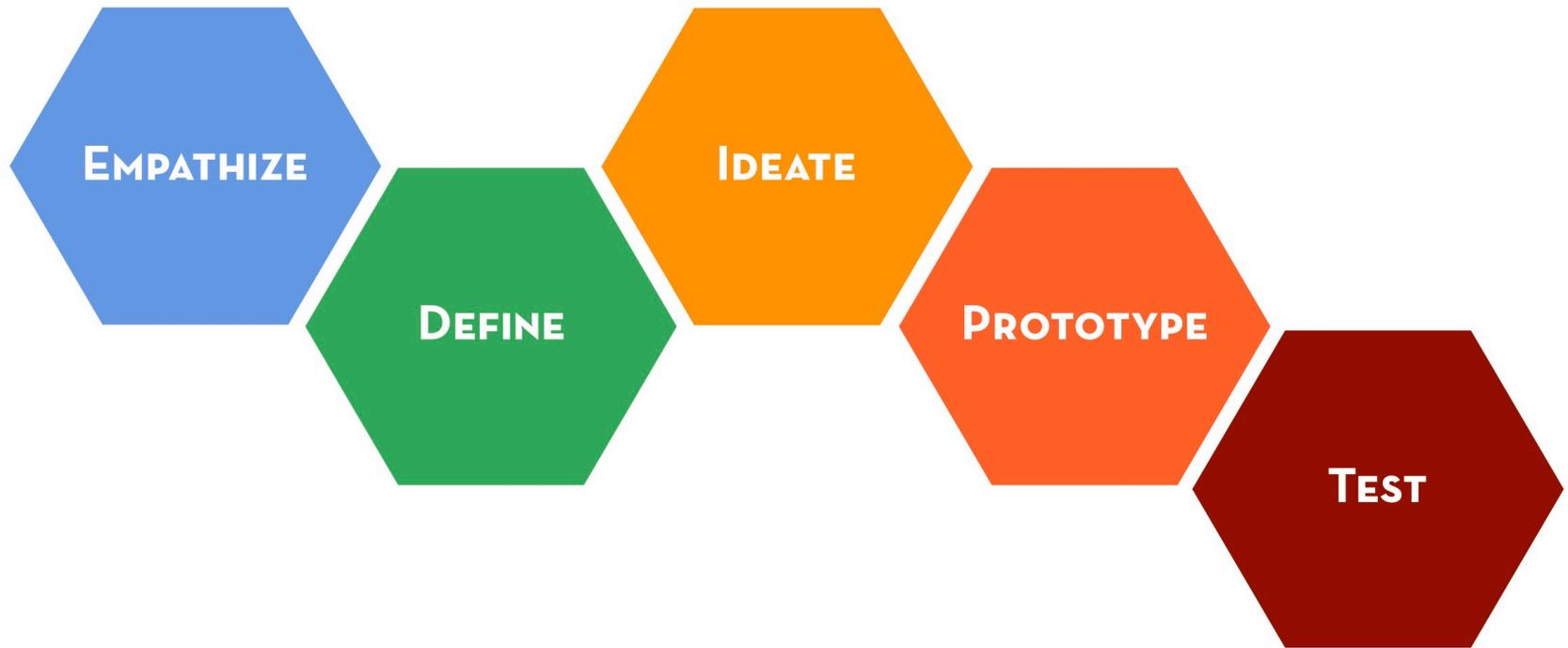
Pesquisa no design

- Existem diversos outros métodos de pesquisa no design, entre eles o *Design Thinking*, um conjunto de métodos e processos que visam solucionar problemas complexos de forma inovadora.
- O foco do *Design Thinking* está em colocar as pessoas no centro do processo, empatizando-as e incentivando o processo colaborativo em equipes multidisciplinares de trabalho, para assim gerar soluções melhor contextualizadas e possíveis de serem aplicadas do ponto de vista técnico e financeiro.

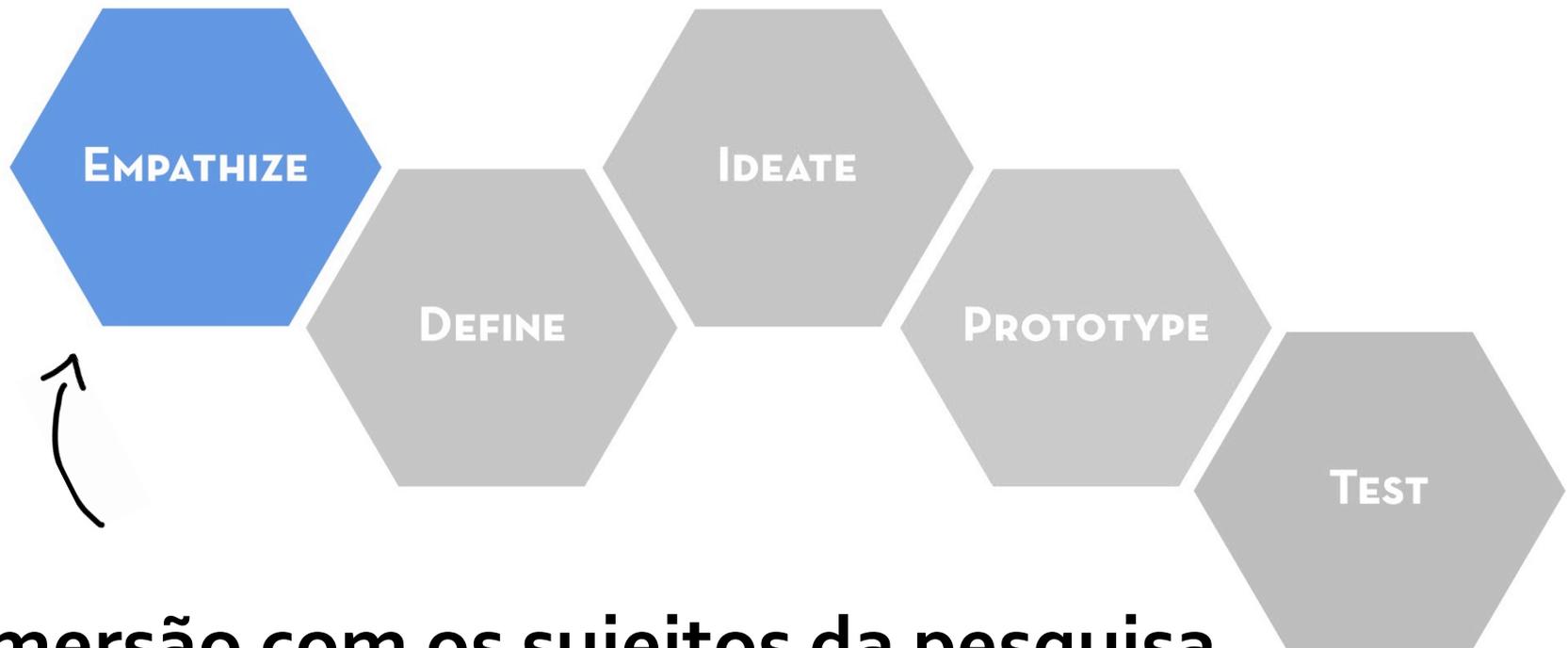
Pesquisa no design

- O método *Design Thinking* difere do método tradicional científico pois o problema é definido com a participação das pessoas, sujeitos da pesquisa (por meio da observação, entrevistas) e desta forma favorece a **inovação**. Há uma motivação inicial e posteriormente definição do problema;
- O método vem sendo aplicado não apenas por profissionais do design mas de outras áreas do conhecimento, como da administração e do marketing. A maneira como o *designer* percebe as coisas e age sobre elas chamou a atenção dos profissionais de outras áreas que almejam a inovação.

Método Design Thinking



Método Design Thinking



Imersão com os sujeitos da pesquisa

(aprender sobre os atores e contexto por meio de observação e entrevista)

Método Design Thinking



Método Design Thinking



Planejamento da entrevista

- Conhecimento prévio do entrevistado
- Oportunidade da entrevista
- Condições favoráveis
- Contato com líderes
- Conhecimento prévio do campo
- Preparação específica

Diretrizes para entrevista

- **Contato inicial:** clima amistoso; objetivos
- **Formulação das perguntas:** de acordo com o tipo (estruturada: seguir roteiro; não estruturada: deixar entrevistado à vontade); uma pergunta de cada vez; começar pelas que não tenham probabilidade de ser recusadas; evitar perguntas sugestivas ou que induzam
- **Registro das respostas:** anotação simultânea, gravador (caso o entrevistado concorde).
- **Término entrevista:** clima de cordialidade; aprovação por parte do informante.

Referências

- FARIAS, Edvaldo. **Elaboração de Instrumentos de pesquisa** - entrevistas e questionários. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2002.
 - MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993.
 - PREECE, Jeniffer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de interação**: além da interação homem-computador. Porto Alegre: Bookman, 2005.
 - AMARAL, Lucas Vieira do; MELO, Marcelo Soares Tavares de; MEDEIROS, Flávio Roberto Carneiro do. **Instrumentos de coleta de informações em pesquisa em Educação Física**. Revista Digital EFDeportes.com. Buenos Aires, ano 17, n. 170.
 - GIOVINAZZO, Renata. **Focus Group em Pesquisa Qualitativa**: Fundamentos e reflexões. Revista Administração On Line, v.2, n.4, 2001. Disponível em < http://fecap.br/adm_online/art24/renata2.htm >. Acesso em 15 de mar. 2015.
 - PASCHOARELLI, Luis Carlos; MEDOLA, Fausto Orsi; BONFIM, Gabriel Henrique Cruz. **Características qualitativas, quantitativas e quali-quantitativas de abordagens científicas**. Revista de Design, Tecnologia e Sociedade, n.2, v.1, 2015.
- COSTA, Andrea. **Técnicas de coleta de dados e instrumentos de pesquisa**. Disponível em < http://docente.ifrn.edu.br/andreacosta/desenvolvimento-de-pesquisa/tecnicas-de-coletas-de-dados-e-instrumentos-de-pesquisa/at_download/file >. Acesso em 10 de fev. 2016.

Repositório

docente.ifrn.edu.br/carlosdias

Obrigado.

carloscafedias@gmail.com