

Diretrizes Esomar

Gravação em fita ou vídeo para monitoração de entrevistas e discussões em grupo



CONSELHO DE
AUTO-REGULAMENTAÇÃO
DA ATIVIDADE DE PESQUISA

Gravação em fita ou vídeo para a monitoração de entrevistas e discussões em grupo

Introdução

A gravação em fita e vídeo de entrevistas é hoje amplamente utilizada em pesquisa e largamente aceita pelos respondentes. Duas questões são colocadas pelo Código Internacional ICC/ESOMAR de Prática de Marketing e Pesquisa Social:

- (1) Que tipo de “termo de aceite” deve ser obtido dos respondentes quando tais técnicas são utilizadas?
- (2) Como e em que condições de segurança, devem as fitas ser apresentadas ou fornecidas a terceiros (pessoas que não sejam do instituto de pesquisa)?

As gravações apresentam os problemas mais óbvios. Em primeiro lugar, é mais provável a identificação dos respondentes através de fitas de vídeo do que em fitas de áudio. Em segundo, é mais provável que a solicitação dos clientes, agências de propaganda etc. seja para assistir ou receber uma cópia da fita de vídeo do que uma fita de áudio.

Se uma cópia de fita de vídeo sai das mãos da empresa de pesquisa, torna-se mais importante ainda, embora mais difícil, garantir o anonimato do respondente e o uso indevido da mesma. Este problema é ainda mais grave no caso de uma pesquisa médica business-to-business, ou outra pesquisa com subgrupos especiais da população onde exista uma maior probabilidade dos respondentes serem identificados por pessoas que venham a assistir as fitas, mas em princípio aplica-se a todos os tipos de pesquisa.

O interesse na proteção dos dados e com garantia de privacidade significa que os pesquisadores devem assegurar que as fitas de áudio e vídeo serão utilizadas com grande cuidado e com salvaguardas apropriadas dos direitos dos respondentes. Isto está previsto na Regra 7 do Código Internacional. A presente diretriz expõe de uma forma mais detalhada a maneira como essa Regra deve ser aplicada na prática.

Considerações semelhantes aparecem quando uma entrevista ou uma discussão em grupo devem ser assistidas por clientes ou seus representantes (pessoal de agências de propaganda etc.), sejam por questões de controle de qualidade ou simplesmente para um melhor entendimento dos objetivos da pesquisa. Especialmente nos casos em que a observação não é aparente aos respondentes como no caso do monitoramento de circuito fechado de TV. As considerações finais dessa diretriz então, tratam das entrevistas observadas pelos clientes.

Recomendações

Aceite do respondente ao uso de gravação

1. Os respondentes devem ser informados, normalmente no início da entrevista ou discussão em grupo, que gravações em vídeo ou áudio estarão sendo utilizadas. Tais técnicas não deverão ser utilizadas caso qualquer dos respondentes faça uma objeção. (O mesmo vale para monitoramento através de circuito fechado de TV).
2. As únicas exceções em que o prévio aviso aos participantes não é essencial são:
 - a) Onde a gravação é feita com propósitos exclusivos de supervisão, controle ou análise e serão vistas ou escutadas apenas pelo entrevistador, moderador, supervisor ou pesquisador que esteja trabalhando no projeto.
 - b) Nas situações em que o conhecimento, por parte do respondente, sobre a existência de uma gravação em curso afete sua espontaneidade ou comportamento. Por exemplo, estudos de como pessoas manuseiam um produto ou embalagem, ou como realizam uma determinada tarefa.

Entretanto, a experiência mostra que na maior parte das entrevistas ou discussões em grupo onde os respondentes são avisados de que estão sendo gravados, desde que conduzidas corretamente, as respostas não apresentam distorções. Mesmo nestes casos, o respondente deve ser avisado sobre a gravação ao término da entrevista, e ter a oportunidade de ouvir ou assistir a fita caso deseje apagar ou destruir algo que o desagrade.

Direitos dos clientes às cópias dos dados originais

3. A Regra 22 do Código Internacional diz que o cliente tem o direito ao fornecimento de cópias das informações originais obtidas dos respondentes desde que de forma anônima. Normalmente não há problema em fornecer transcrições de informações anônimas armazenadas sob a forma de áudio ou vídeo (desde que se tome o cuidado para que quaisquer identificações ou pistas sejam retiradas do

material). Nos casos das gravações em vídeo o perigo de identificação do respondente é muito maior, e nestes ou outros casos de maior risco, as seguintes recomendações devem ser seguidas.

Segurança na distribuição das gravações

4. As gravações não devem sair do âmbito da empresa que conduz a pesquisa ou das mãos do pesquisador, a menos que uma permissão explícita seja dada por todos os participantes da mesma antecipadamente.

5. Nos casos em que a permissão tenha sido obtida, o pesquisador deve garantir que toda informação relativa ao uso futuro das gravações tenha sido passada aos respondentes, em particular:

- a quem se destina a gravação
- a quem poderá ser mostrada
- com que propósitos poderá ser utilizada

6. Em casos particularmente sensíveis, as possibilidades de se ofuscar ou inibir as características de identificação dos respondentes, quando tecnicamente possível, devem ser consideradas quando as gravações tiverem que sair da empresa de pesquisa. Em certos casos é suficiente a distorção do som da fita.

7. Quando uma gravação é liberada com estas recomendações, deve-se aplicar uma etiqueta na própria fita, que descreva as restrições de uso da mesma. O pesquisador deve também garantir, de acordo com a regra 29 do Código Internacional, que o destinatário das fitas conheça os requisitos do código e a obrigação de cumpri-lo (as restrições ao uso devem ser sempre comunicadas desde o princípio do projeto, quando existir a possibilidade futura de que seja solicitada).

O destinatário deve ser informado de que será necessária a autorização do pesquisador (e eventualmente dos respondentes) antes de se utilizar as gravações para quaisquer fins diferentes do de pesquisa, como por exemplo, atividades de venda direta ou promoções.

8. Se qualquer parte da gravação for apresentada (mas não entregue) pelo pesquisador, para qualquer pessoa que não as autorizadas dentro da própria empresa, o profissional deverá garantir que a regra 4 do Código Internacional seja plenamente seguida. Nenhuma alusão à identidade dos entrevistados poderá ser feita sem aviso prévio.

Observação de entrevistas pelo cliente

9. Em certos casos, é permitido aos clientes e seus representantes, sob as regras do Código Internacional, observar uma entrevista ou uma discussão em grupo, no momento em que estejam ocorrendo (com ou sem o uso simultâneo de equipamento de gravação). O pesquisador deve garantir que todos os observadores estejam cientes e aceitem os requisitos do Código Internacional.

10. O pesquisador deve procurar garantir que os observadores não sejam pessoas que conheçam ou estejam relacionadas com os respondentes (por exemplo, pessoal de vendas do cliente, no caso de um estudo entre gerentes e médicos). Se existir alguma possibilidade de violação desse requisito ou do direito dos respondentes ao anonimato, estes deverão ser comunicados antecipadamente sobre a presença dos observadores e deverão dar seus consentimentos antecipadamente. Não é necessário revelar a identidade do cliente a menos que o respondente pergunte a respeito. De qualquer forma é sempre uma boa prática informar aos respondentes que a entrevista ou discussão está sendo observada por outras pessoas, uma vez que para os mesmos isso não é óbvio.