

*Editorial*

## **Investigação Qualitativa: Uma forma complementar de investigação?**

*Qualitative Research: A complementary form of research?*

### **GUEST EDITORS**

Paulo Alexandre de Castro \*

Ana Carolina Temer \*\*

Maria Helena Carvalho da Silva \*\*\*

Jorge Remondes \*\*\*\*

### **1. INTRODUÇÃO**

Neste número especial do International Journal of Marketing, Communication and New Media (IJMCNM) apresentamos quatro versões estendidas de artigos, que foram inicialmente aprovados pela comissão científica da edição número 9 do Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa (CIAIQ). Posteriormente, esses artigos foram apresentados em sessões/painéis virtuais do 9º CIAIQ, que ocorreu pelo sistema de videoconferência entre os dias 14 e 17 de julho de 2020. Os quatro artigos, nas suas versões estendidas, estão alinhados com a proposta do IJMCNM, que tem a tradição de sempre bem receber e dar voz a pesquisadores e cientistas da comunidade multidisciplinar, tradição e objetivos esses que são comuns entre (a organização) o CIAIQ e a Revista IJMCNM.

---

\* Universidade Federal de Catalão, Brasil. E-Mail: padecastro@gmail.com

\*\* Universidade Federal de Goiás, Brasil. E-Mail: anacarolina.temer@gmail.com

\*\*\* UNIFESO – Centro Universitário da Serra dos Órgãos Teresópolis, Brasil. E-Mail: mhc06.silva@gmail.com

\*\*\*\* ISVOUGA – Instituto Superior de Entre Douro e Vouga e ISCAP/IPP, Portugal. E-Mail: j.remondes@doc.isvouga.pt

Os trabalhos deste número especial representam um desafio, devido à diversidade dos temas abordados. Por isso, o fio condutor adotado para esta edição foi o emprego, por parte dos seus(as) autores(as), da Metodologia Qualitativa (Alarcão, 2014; Minayo, 1992). Vale registrar que tradicionalmente a ciência, como ferramenta em busca de conhecimento, é caracterizada pela objetividade, racionalidade, sistematização e reprodutibilidade, dito isso, é compreensível que, por muito tempo, a pesquisa qualitativa foi considerada como sendo uma preferência pouco recomendada. Assim sendo, pesquisadores de diversas áreas que se atreviam (e se atrevem) a envolver-se neste tipo de estudos, não raramente tinham os trabalhos rejeitados, e os seus resultados eram, eventualmente, considerados não-científicos.

É importante registrar que, pelo mundo fora, por vezes muitos trabalhos/artigos são muitas vezes avaliados/julgados (por eventos e revistas) como sendo de baixa qualidade/expressividade por não se utilizarem, ou pouco se utilizarem, dados numéricos. Regista-se que, com mais frequência, a partir do final do século XX iniciam-se debates/discussões acerca dos limites e possibilidades oferecidas por pesquisas que considerassem, não apenas os aspetos mais evidentes ou enumeráveis/coletáveis de forma organizada e matematicamente categorizada, mas também os dados qualitativos categorizados fiavelmente. De forma semelhante ao expresso por Minayo (1992), tem sido extensivamente verificado por autoras(es) de diversas áreas do conhecimento, o uso combinado/misto ou não da pesquisa qualitativa como metodologia quando o objetivo de um estudo é o de buscar o entendimento do como e o porquê de certas coisas, para assim entender as subjetividades e o que está além da superfície fria dos dados puramente descritivos ou numéricos.

Pesquisas qualitativas possuem naturezas e aplicações multifacetadas, uma vez que proporcionam que vários tipos de dados (numéricos ou não) sejam coletados e analisados, de forma a contribuir para a compreensão da dinâmica do processo no qual o material pesquisado se desenvolve. Usualmente, pesquisas qualitativas têm como ponto de partida questões amplas ou mais complexas que se desconstroem durante o próprio desenvolvimento da investigação. Estudos qualitativos (em associação ou não a estudos/abordagens quantitativos/as) podem ser realizados seguindo diferentes caminhos. Abordagens qualitativas oferecem inicialmente três possibilidades diferentes: pesquisas documentais, o estudo de caso e a observação em diferentes níveis, incluindo a etnografia. Pesquisas com abordagens qualitativas possibilitam que as(os) autoras(es)

consigam ir além de abordagens rigidamente estruturadas, e esses pontos iniciais desdobram-se em novos modelos e em novas aplicabilidades, advindas da experiência destas(es), que se adaptam e recriam/modificam/melhoram propostas, nunca enviesando os dados, explorando novos enfoques e/ou trazendo novos usos, ou entrando em novos ambientes e, portanto, em novas possibilidades. Por tudo isso, pesquisas de natureza qualitativa têm-se mostrado sempre como possuindo um carácter inovador e de articulação e de revelação/compreensão das relações, inter e intra humanas.

Observa-se, devido a tudo o que foi registado acima, que o número de trabalhos/artigos que utilizam ferramentas/pesquisas qualitativas vem aumentando nas últimas décadas. De tal forma que, hoje em dia cada vez mais revistas científicas ligadas às áreas distantes das ciências sociais publicam pesquisas qualitativas com bastante frequência.

Importante ressaltar que diferentemente de trabalhos puramente quantitativos, trabalhos que abordam métodos qualitativos apontam que não existem caminhos metodológicos únicos e a cada escolha deve-se pressupor riscos/limites, e em contrapartida também da abertura de novas possibilidades de compreensão do que se estuda (Minayo, 2017). Importante registar também (ou ainda), a necessidade dos investigadores ficarem atentos às armadilhas dos modismos e o fascínio por abordagens que, sendo sedutoras, podem também revelar-se superficiais e insuficientes.

A pesquisa qualitativa, como qualquer outra metodologia/abordagem, exige um diálogo constante entre as diferentes áreas do saber, a busca de possibilidades que vão além da especificidade das diferentes áreas profissionais, para avançar na interpretação dos resultados. Ao abrir espaço para artigos/trabalhos que utilizam a metodologia qualitativa a Revista IJMCNM, em parceria com o CIAIQ, oferece oportunidade para que sejam apresentados trabalhos e suas conclusões (considerações parciais e/ou finais) de diferentes pesquisas em diferentes áreas, de modo a ampliar a compreensão, potencialidade e robustez da pesquisa qualitativa.

## 2. ESTRUTURA

Os trabalhos apresentados neste número especial da Revista IJMCNM evidencia o grande prestígio que o evento CIAIQ2021 goza junto da comunidade científica.

Todo o material exposto aqui reflete o alcance e potencialidade da pesquisa qualitativa, cujo primeiro exemplo está no artigo intitulado **Os desafios da inclusão laboral das pessoas com deficiência**, da autoria das pesquisadoras portuguesas Marta Alexandra

Gonçalves Nogueira, e Célia Maria Adão de Oliveira Aguiar de Sousa, ambas da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria, Portugal. No seu artigo utilizaram uma metodologia mista, parte qualitativa e parte quantitativa. O objetivo deste artigo foi o de perceber como se dá o processo de inclusão da Pessoa com Deficiência (PcD) na empresa; explorar as suas emoções nas interações diárias no seu local de trabalho; e analisar as interações comunicativas das PcD em contexto laboral, explorando também a percepção dos seus colegas de trabalho.

O segundo artigo deste número especial da Revista *IJMCNM*, intitulado **Design sustentável baseado em hábitos de consumo: reflexões sobre um método de pesquisa**, é da autoria de Dioclécio Camelo (Universidade Estadual de Maringá, Departamento de Design e Moda, Brasil), da Carolina Daros (Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Brasil) e de André de Souza Lucca (Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Brasil). Neste artigo os autores analisam os estudos em design que adotaram métodos qualitativos e métodos mistos, e na sequência propõe um marco preliminar de pesquisa que foi aplicado a famílias de baixa renda residentes em Habitações de Interesse Social no estado do Paraná, no Brasil. Os autores registam ainda algumas reflexões destacando a experiência na aplicação de métodos mistos como recurso para fundamentar a inovação em áreas como o design e o poder público.

O terceiro artigo intitulado **O efeito da participação no Festival (MEO)Sudoeste na construção da(s) imagens sobre o destino: pressupostos e procedimentos de análise de um ‘constructo chapéu’ do marketing turístico**, é da autoria das pesquisadoras Ana Isabel Rodrigues (Instituto Politécnico de Beja, Portugal), e Sandra Saúde (Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa, Portugal). Neste artigo as investigadoras buscaram demonstrar que abordagens metodológicas mistas, combinando técnicas quantitativas e qualitativas num mesmo desenho de pesquisa, podem ser mais apropriadas para medir este tipo de conceitos. O presente trabalho teve por base a imagem de destinos (ID) como ‘constructo chapéu’, estudado há cinco décadas no âmbito do marketing turístico, em particular o marketing de destinos. Os resultados apresentados pelas investigadoras neste artigo evidenciam que o método misto de pesquisa assegura maior potencial e riqueza na triangulação e interpretação dos dados, parecendo ser o mais adequado para objetos de estudo multidimensionais como o do presente artigo.

Encerra esse número especial da Revista IJMCNM, o artigo intitulado **A representação jornalística das tragédias de Brumadinho e Mariana: afinal, do que estamos falando?**, da autoria do pesquisador Matheus Batista da Silva, da pesquisadora Carolina Lopes Araújo, do pesquisador José Matheus Alves Silva, e da pesquisadora Janaina Siqueira Silva. Sendo todas(os) pesquisadoras(es) da Faculdade UnB Planaltina, Universidade de Brasília, Brasil. Neste trabalho foram analisadas 19 notícias publicadas nos portais jornalísticos online brasileiros G1 e Folha de São Paulo e nos internacionais BBC e New York Times, tendo sido revelado pelos dados que a mídia atribui responsabilidade pelas tragédias à empresa e ao poder público, mas representa a “lama” como protagonista da destruição, ativando o discurso de causas acidentais, com apagamento da natureza criminosa dos eventos. Observa-se uma certa gradação na representação das vítimas, com relativização das perdas, impersonalização das vítimas fatais e prioridade concedida aos testemunhos individuais levando ao apagamento dos danos difusos e coletivos.

### 3. AGRADECIMENTOS

Por fim, convidamos todas(os) as leitoras(es) para conhecerem os trabalhos apresentados neste número especial da Revista IJMCNM, e com isso contribuir para o aprofundamento de estudos que utilizaram a metodologia qualitativa. Aproveitamos para agradecer a todas(os) as(os) autoras(es) pela importante contribuição ao submeterem os seus artigos e para as(os) revisoras(es) pela incansável avaliação, e apontamento de revisão e correções dos trabalhos submetidos. A relevância científica das publicações deste e dos números anteriores do IJMCNM são motivos fortes para que outros autores submetam trabalhos para os próximos números regulares e especiais. Um último agradecimento aos seguintes sistemas de indexação de revistas: WoS ESCI, Qualis CAPES, ERIH Plus, REDIB, RCAPP, MIAR, OAJI, LATINDEX, DRJI, LivRe, INDEX COPERNICUS, pelo apoio prestado ao posicionamento da Revista IJMCNM junto a comunidade científica.

Boa leitura e até breve!

## REFERÊNCIAS

Alarcão, I. (2014). “Dilemas” do Jovem Investigador. Dos “Dilemas” aos Problemas. In A.P., Costa, F., Neri de Sousa, & D., Neri de Sousa, (Orgs), *Investigação Qualitativa: Inovação, Dilemas e Desafios*. (pp. 103-123). Oliveira de Azeméis: Ludomedia.

Minayo, M. C. S. (1992). *Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: Hucitec/Rio de Janeiro: Abrasco.

Minayo, M. C. S. (2017). Profundas Raízes de uma Árvore Frondosa: Fundamentos E Diversidade Em Pesquisa Qualitativa. In A. P., Costa, M. C., Sánchez-Gómez, & M. V. Cilleros (Orgs.), *A prática na Investigação Qualitativa: exemplos de estudos* (pp. 5-11). Oliveira de Azeméis: Ludomedia.

### How to cite this article:

Castro, P. A.; Temer, A. C.; Silva, M. H. C. & Remondes, J. (2021). Investigação Qualitativa: uma forma complementar de investigação? *International Journal of Marketing, Communication and New Media. Special Issue on Qualitative Marketing Research*, August 2021, 1-6.