

## TECNICAS DE PESQUISA QUALITATIVA: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL

### QUALITATIVE RESEARCH TECHNIQUES: A CONCEPTUAL APPROACH

*Nilton Marques de Oliveira<sup>1</sup>  
Udo Strassburg<sup>2</sup>  
Moacir Piffer<sup>3</sup>*

**RESUMO:** Este ensaio tem por objetivo apresentar e discutir quatro técnicas de pesquisa qualitativa utilizada nas ciências sociais e humanas: Grupo Focal, Discurso do Sujeito Coletivo, Método Delphi e Etnografia. Utilizou-se de uma metodologia exploratória e à guisa de literatura sobre o tema. As principais conclusões foram: O Grupo Focal é uma reunião de pessoas com o objetivo de discutir e comentar um determinado tema, sendo que o pesquisador deve respeitar o princípio da não diretividade. Esta técnica tem sido muito utilizado em pesquisas sociais e pesquisa de mercado. O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) tem como fundamento a teoria da Representação Social e seus pressupostos sociológicos. O princípio básico, desta técnica, é analisar o material verbal coletado em depoimentos como sua matéria prima, extraindo as Idéias Centrais ou Ancoragens e suas Expressões Chave compõe-se de vários discursos-síntese que são os Discursos do Sujeito Coletivo. A técnica Delphi é uma ferramenta de pesquisa qualitativa que objetiva uma igualdade de opiniões de um grupo de especialistas a respeito de um determinado tema e como possibilidade de fazer “cenários futuros”. A pesquisa etnográfica é uma forma específica de investigação qualitativa, esta surgiu nos estudos da Antropologia.

**Palavras-chave:** métodos qualitativos; grupo focal; discurso do sujeito coletivo; técnica delphi; etnografia.

**ABSTRACT:** This essay aims to present and discuss four techniques of qualitative research used in social and human sciences: Focal Group, Collective Subject Discourse, Delphi Method, and Ethnography. Exploratory methodology was used under the guise of literature on the subject. The main conclusions were that the Focal Group is a gathering of people aiming to discuss and comment on a particular topic, and the researcher must respect the principle of non-directivity. This technique has been widely used in social researches and market research. The Collective Subject Discourse (CSD) is based on the theory of Social Representation and its sociological assumptions. The basic principle of this technique is to analyze the verbal material collected in statements as its raw material, extracting the Central Ideas or Anchors and their Keywords, composed itself by several synthetic discourses that are the Collective Subject Discourse. Delphi technique is a tool for qualitative research which aims at equality of expert group opinions regarding a particular topic and as a possibility to "future scenarios". Ethnographic research is a specific form of qualitative research that emerged in anthropology studies.

**Keywords:** qualitative methods; focal group; collective subject discourse; delphi technique; ethnography.

**Sumário:** 1 Introdução – 2 Pesquisa qualitativa – 3 Principais métodos qualitativos utilizados nas ciências sociais - 3.1 Grupo Focal - 3.2 Discurso do Sujeito Coletivo - 3.3 Método Delphi - 3.4 Etnografia na Pesquisa Qualitativa - 4 Considerações finais – Referências.

<sup>1</sup> Doutor em Desenvolvimento Regional e Agronegócio. Prof. do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Federal do Tocantins –UFT, Prof. do Curso de Ciências Econômicas, Bolsista de Produtividade “novos pesquisadores” (UFT/Propesq). E-mail: niltonmarques@uft.edu.br.

<sup>2</sup> Doutor em Desenvolvimento Regional e Agronegócio. Prof. do mestrado em Contabilidade e do curso de Ciências Contábeis da UNIOESTE. E-mail: udo.strassburg@unioeste.br

<sup>3</sup> Doutor em Desenvolvimento Regional e Prof. do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio. E-mail: mopiffer@yahoo.com.br

## **1 INTRODUÇÃO**

O mundo mudou com o fim da Era moderna e a expansão das tecnologias digitais, o campo das pesquisas nas ciências sociais também sofreu profunda transformação no final do século XX: a chamada “revolução qualitativa”. A pesquisa qualitativa de natureza fenomenológica e a materialista dialética revolucionaram o *modus operandi* de se fazer pesquisa durante a década de 1970. Seu desenvolvimento surgiu como forte reação ao enfoque positivista nas ciências sociais. Suas bases teóricas, de tipo idealista, privilegiando a consciência do sujeito e entendendo a realidade social como uma construção humana, permitiram rápido desenrolar de seus princípios que, como os do positivismo, fugiam da crítica social e não buscavam as explicações dos fenômenos em suas raízes históricas. No método dialético, a análise recai sobre o enfoque histórico-estrutural, que assinala as causas e as consequências dos problemas, suas contradições, suas relações, suas qualidades, suas dimensões, analisando todo processo de transformação da realidade que é investigada.

As ciências sociais sempre foram dominadas pelas metodologias quantitativas, essas ciências presenciaram uma difusão inédita e veloz das metodologias qualitativas inclusive em contextos tradicionalmente quantitativo. As inúmeras publicações de cunho qualitativo, que se tem visto no mundo acadêmico, mudaram o rumo nas pesquisas sociais e humanas.

A pesquisa qualitativa aborda diversos campos do saber entre eles: a antropologia, sociologia, economia, psicologia, administração, biologia, ciências sociais e educação entre outros. É conhecida também como “estudo de campo”, “observação participante”, “entrevista qualitativa”, “abordagem de estudo de caso”, “pesquisa participante” entre outras, não se pretende ser exaustivo na busca das denominações da pesquisa qualitativa. E tampouco definir aquele tipo de pesquisa que melhor representaria o enfoque qualitativo.

Dessa forma esse ensaio tem como objetivo apresentar alguns métodos qualitativos utilizados nas ciências sociais e humanas. Não se pretende aqui dizer que uma metodologia é melhor ou pior que a outra. O pesquisador deve lidar tanto com métodos quantitativos quanto qualitativos. O uso de uma metodologia ou de outra dependerá muito do tipo de problema a ser investigado e dos objetivos da

pesquisa. É preciso saber escolher o melhor método a ser utilizado, isso depende, fundamentalmente, da competência do pesquisador. Este deve ter uma boa intuição, imaginação e experiência tanto para lidar com metodologia quantitativa quanto qualitativa.

Para tanto, o estudo utiliza-se de uma metodologia exploratória e à guisa de literatura. Acredita-se que esse ensaio contribuirá para o debate dos métodos qualitativos em futuras pesquisas no campo acadêmico. Cabe salientar que este estudo não tem a pretensão de explorar todos os inúmeros métodos e técnicas utilizadas nesse campo do saber. A escolha dos métodos aqui apresentados, se deu de forma quase aleatória, porém se verificou que estes têm sido um tanto mais utilizados nas ciências sociais e humanas.

É sabido que a pesquisa qualitativa sofre críticas e restrições. A proximidade entre o sujeito e o objeto favoreceria o comprometimento subjetivo do pesquisador e levaria o estudo de cunho especulativo e pouco rigorosos. Por isso eram tidos como estudos descritivos e exploratórios, devido às dificuldades de se chegar a um resultado de comparação e de generalização. Os críticos positivistas, tratam esse tipo de pesquisa como estudos pré-científicos.

Assim sendo, os críticos dessa metodologia tem se fundamentado em dois aspectos: o da representatividade e o da subjetividade. O primeiro diz respeito à representação da amostra, como essa metodologia lida sempre com unidades sociais, os estudos de caso (o indivíduo, a comunidade, o grupo, a instituição). A maior dificuldade se encontraria na escolha do caso: até que ponto ele seria representativo? O segundo, o da subjetividade resulta da aproximação entre sujeito e objeto (empírico) do conhecimento, pesquisador e pesquisado.

Isto posto, este ensaio está dividido em quatro partes, além desta introdução. A seguir apresenta-se a definição, características e uso da pesquisa qualitativa nas ciências sociais e humanas. Na terceira apresenta e discute quatro métodos escolhidos para este ensaio: Grupo Focal, Discurso do Sujeito Coletivo, Método Delphi e Etnografia na pesquisa qualitativa. As considerações finais resumizam o trabalho.

## **2 PESQUISA QUALITATIVA**

Nesta parte deste ensaio trata-se sobre definições, principais características, onde se utiliza e para que serve uma pesquisa de caráter qualitativa. Ao realizar uma investigação, o pesquisador depara-se com o conflito existente entre as questões lógico-empirista, também conhecida como pesquisa quantitativa ou *hard*, que aborda a razão analítica dos fatos de forma linear para explicar as suas causas e relações entre os itens pesquisados, onde a forma mais conhecida é a pesquisa de levantamento de opinião (eleições), e a hermenêutica-dialética, utilizada como pesquisa qualitativa, também conhecida como pesquisa *soft*, que dá ênfase a razão dialética buscando interpretar os significados culturais dos mesmos, onde a forma mais conhecida é a entrevista em profundidade (HUGHES, 1980).

São duas questões que muitas vezes se interrelacionam ou se complementam, quando são utilizados paralelamente, pois seus resultados são para elucidar a mesma questão, só que analisadas de forma distinta. Uma (pesquisa quantitativa), buscando resultados rígidos, pontuais, os quais representarão a situação naquele dado momento, com resultados estanques e frios. E na maioria das vezes utiliza métodos matemáticos e estatísticos para buscar resultados. A outra (pesquisa qualitativa), busca incluir o senso comum, o conhecimento empírico para responder aos questionamentos levantados.

Segundo Silva (2008, p. 29) “[...] o que difere uma abordagem da outra é o fato de o paradigma qualitativo não empregar dados estatísticos com o centro do processo de análise de um problema”.

Já para Marconi & Lakatos (2008, p. 269)

[...] o método qualitativo difere do quantitativo não só por não empregar instrumentos estatísticos, mas também pela forma de coleta e análise dos dados. A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes e tendências de comportamento.

Ainda conforme Silva (2008, p. 29):

[...] pode-se dizer que as investigações qualitativas têm-se preocupado com o significado dos fenômenos e processos sociais, levando em consideração as movimentações, crenças, valores, representações sociais e econômicas, que permeiam a rede de relações sociais.

Questões estas de difícil mensuração, mas que são significativas para uma profunda explicação dos fatos. Numa abordagem qualitativa as diferenças são bem significativas abordando pontos de vista diferenciados em relação ao problema da pesquisa, neste sentido Bauer, Gaskell e Allum (2008) elaboraram um quadro destacando as diferenças entre os dois tipos de pesquisa.

Tabela 1 – Diferenças entre pesquisa quantitativa e qualitativa

	Estratégias	
	Quantitativas	Qualitativas
Dados	Números	Textos
Análise	Estatística	Interpretação
Protótipo	Pesquisa de Opinião	Entrevista em profundidade
Qualidade	<i>Hard</i>	<i>Soft</i>

Fonte: Bauer, Gaskell e Allum (2008, p. 23)

No final dos anos 90 a pesquisa qualitativa ganhou corpo no meio acadêmico brasileiro com o surgimento crescente de publicações, teses, dissertações e livros texto, os quais dão ênfase a prática nas diversas áreas de estudo. Neste sentido verificou-se alguns conceitos de pesquisa qualitativa, dos quais serão destacados alguns.

Nas palavras de Denzin e Lincoln (2005a, p. 3) definem a pesquisa qualitativa como:

A pesquisa qualitativa é uma atividade situada que posiciona o observador no mundo. Ela consiste em um conjunto de práticas interpretativas e materiais que tornam o mundo visível. Essas práticas transformam o mundo fazendo dele uma série de representações, incluindo notas de campo, entrevistas, conversas, fotografias, gravações e anotações pessoais. Nesse nível, a pesquisa qualitativa envolve uma postura interpretativa e naturalística diante do mundo. Isso significa que os pesquisadores desse campo estudam as coisas em seus contextos naturais, tentando entender ou interpretar os fenômenos em termos dos sentidos que as pessoas lhes atribuem.

Para Richardson (1999, p. 90) a pesquisa qualitativa “pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”.

Silva (2008, p. 30), complementa “na pesquisa qualitativa a produção do conhecimento acontece de forma interativa, intercomunicativa entre investigador e investigado, ocorrendo um processo de conhecimento circular”.

Ainda para Silva (2008, p. 31), “em termos genéricos, a pesquisa qualitativa pode ser associada à coleta e à observação e análise de texto (falado e escrito), e a observação direta do comportamento”.

Já para Godoy (1995, p. 58):

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados. Parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve. Obtendo dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

Ainda para Godoy (1995, p. 63), “quando o estudo é de caráter descritivo e o que se busca é o entendimento do fenômeno como um todo, na sua complexidade, é possível que uma análise qualitativa seja a mais indicada”.

Neste sentido busca-se a qualidade da pesquisa, ou seja, explicações do porque em alguns lugares ocorrem fatos de uma forma e em outros, com cenários bem parecidos ocorre de forma diferente. E esta qualidade não se obtém somente com dados quantitativos ou qualitativos, isto depende da junção dos dois métodos. Primeiramente, realiza-se levantamento da quantidade de componentes do universo para depois separa-los por especificações, o qual determinará a qualidade dos fatos. O mesmo problema é enfrentado nos dois tipos de pesquisa, que é a interpretação dos dados. As vezes uns com um poder explicativo mais restrito e outro mais amplo.

Conforme Bauer, Gaskell e Allum (2008, p. 24) “o que a discussão sobre a pesquisa qualitativa tem conseguido foi desmistificar a sofisticação estatística como o único caminho para se conseguir resultados significativos”. Buscando dados de uma forma diferenciada para se obter os resultados que explicarão aquilo que se pretende com a pesquisa.

A grande conquista da discussão sobre métodos qualitativos é que ela, no que se refere à pesquisa e ao treinamento, deslocou a atenção da análise em direção a questões referentes à qualidade e a coleta de dados.

Mesmo existindo autores que rejeitam qualquer forma conjunta de se trabalhar pesquisa qualitativa e quantitativa, e dentre estes pode-se incluir alguns

que agem ignorando e rejeitando a existência dos métodos qualitativos, Flick (2009, p. 23) destaca algumas combinações de pesquisa qualitativa e quantitativa que podem ser vistas em níveis diferentes:

- a) Epistemologia e metodologia (incluindo as incompatibilidades epistemológicas e metodológicas de ambas as abordagens;
- b) Desenhos de pesquisa, que combinam ou integram dados e/ou métodos qualitativos e quantitativos;
- c) Métodos de pesquisa qualitativos e quantitativos ao mesmo tempo;
- d) Vinculação dos resultados da pesquisa qualitativa e quantitativa;
- e) Generalização, e;
- f) Avaliação da pesquisa com o uso de critérios da pesquisa quantitativa para avaliar a pesquisa qualitativa ou o contrário.

Desta forma pode-se verificar que, quando bem trabalhados os métodos podem ser utilizados de forma conjunta, com o interesse de enriquecer a análise dos resultados da pesquisa. E para que este ensaio possa ser realizado em conjunto há necessidade de se de conhecer um pouco mais sobre a pesquisa qualitativa, principalmente em relação as suas características.

Para Godoy (1995, p. 62) existe uma série de características que poderão determinar a pesquisa qualitativa, dentre as quais destacou as que possuem maior relevância: i) quando o ambiente natural se destaca como fonte direta dos dados e quando o pesquisador assume o papel de instrumento; ii) quando a pesquisa é de caráter descritivo; iii) quando a há destaque no significado que as pessoas dão as coisas e à forma que levam a vida, sendo foco do pesquisador; e iv) quando o enfoque é dedutivo.

Já para Flick (2009, p. 8) as características comuns em relação à forma como a pesquisa qualitativa é feita, são as seguintes:

- a) Quando o interesse dos pesquisadores está no acesso a experiências, interrelações e documentos em contexto natural;
- b) As hipóteses e contextos serão desenvolvidos e refinados no processo de pesquisa;
- c) Quando o método e a teoria devem estar adequados aquilo que se estuda;
- d) Quando os pesquisadores, em si, são uma parte importante do processo de pesquisa;
- e) A pesquisa qualitativa leva a sério o contexto e os casos para entender uma questão em estudo;
- f) Uma parte importante da pesquisa qualitativa está baseada em texto e na escrita, desde notas de campo e transcrições até descrições e interpretações, e, finalmente, à interpretação dos resultados e da pesquisa como um todo;
- g) Mesmo que os métodos tenham que ser adequados ao que está em estudo, as abordagens de definição e avaliação da qualidade da pesquisa

qualitativa (ainda) devem ser discutidas de formas específicas, adequadas à pesquisa qualitativa e à abordagem específica dentro dela.

Tanto para Godoy como para Flyck a abordagem que se dá à pesquisa qualitativa é subjetiva, ou seja, é algo que será obtido da vivência de cada lugar, de cada instituição, de cada pessoa, elucidando o porquê que as coisas foram feitas daquela forma. Assim, poderá ser verificado tudo aquilo que influenciou nas tomadas de decisão, que estão envoltos sentimentos, aprendizados, influências, consenso, união, objetivos, e assim por diante, diferente de dados e números frios, que por vezes não definem adequadamente a realidade dos fatos.

A seguir analisam-se quatro técnicas utilizadas nas pesquisas qualitativas, como forma de ilustrar este ensaio.

### **3 PRINCIPAIS MÉTODOS QUALITATIVOS UTILIZADOS NAS CIÊNCIAS SOCIAIS**

#### **3.1 GRUPO FOCAL**

Nas palavras Gatti (2005), grupo focal é uma reunião de pessoas com o objetivo de discutir e comentar um determinado tema, sendo que o pesquisador deve respeitar o princípio da não diretividade. O moderador do grupo deve ter o cuidado de gerir as reuniões sem intervenções positivas ou negativas, não podendo emitir opiniões particulares ou outras formas de intervenções.

O grupo focal tem sido muito utilizado em pesquisas sociais, humanas, pesquisa de mercado e pesquisa médica (MORGAN, 1988). Várias tem sido a definição do grupo focal, como: discussão organizada, atividade coletiva e grupos de investigação social. Powell et al (1996) define o grupo focal como um grupo de indivíduos selecionados e reunidos por pesquisadores para discutir e comentar um determinado tema, que é o sujeito da pesquisa.

Lunt e Livingstone (1996, p.96), sustentam que o grupo focal pode ser entendido e utilizado como simulador de discursos e de conversas cotidianas, ou como um método quase naturalista para o estudo da geração das representações sociais ou do conhecimento social em geral. O poder do grupo focal é duplo:

Em primeiro lugar, os grupos focas geram discussão, e, portanto, revelam tanto os significados supostos pelas pessoas no tópico de discussão como a maneira pela qual elas negociam esses significados. Em segundo, os



grupos focais deram diversidade e diferença, tanto dentro dos grupos como entre os grupos, e, assim, revelam o que Billig (1987) chamou de a natureza diplomática dos argumentos cotidianos.

Flick (2009) comenta que o grupo focal deve envolver todos os participantes, estes devem ter opinião própria, específica sobre o tema tratado, nessa dinâmica toda experiência subjetivas dos participantes deve ser exploradas. O principal objetivo da técnica do grupo focal é trabalhar atitudes, sentimentos, crenças, experiências e reações de uma forma em que não seria possível com outro método, por exemplo com questionários, ou entrevista direta.

Estas atitudes, sentimentos e crenças pode ser percebidas no grupo, por meio da reunião social e da interação que envolve os participantes do grupo focal. Comparado com aplicação de questionário ou entrevista direta, que visam a obtenção de atitudes individuais, no grupo focal as crenças e sentimentos provocam uma multiplicidade de pontos de vista e processos emocionais dentro de um contexto de coletividade.

Continuando a análise de Flick (2009), na entrevista individual o pesquisador pode facilmente controlar o processo, enquanto na grupo focal os participantes podem tomar a iniciativa. No grupo focal permite o pesquisador obter maior quantidade de informações em um curto período de tempo, devido a sua organização.

O grupo focal são particularmente úteis quando existem diferenças de poder entre os participantes, quando o uso cotidiano da língua ou da cultura de determinados grupos é de interesse, e quando se quer explorar o grau de consenso sobre um determinado assunto (MORGAN E KREUGER, 1993).

O grupo focal pode ser feito tanto na fase preliminares de um estudo, quanto para avaliar o impacto de um programa concluído ou para gerar novas vias de investigação. Também pode ser utilizado como técnica direta ou como complemento de outros métodos, especialmente por triangulação (MORGAN, 1988).

O grupo focal ajuda a explorar ou gerar hipóteses e desenvolver perguntas ou conceitos para questionários e roteiros de entrevista. No entanto, está limitado em termos de sua capacidade de generalização dos resultados para toda a população, principalmente por causa do pequeno número de pessoas que participam e da probabilidade de que os participantes não constituem uma amostra representativa.

Para conduzir o grupo focal, diversos autores fornece algumas sugestões. O número de participantes depende da questão a ser tratada, da complexidade do assunto. De modo geral, sugere-se que seja mais apropriado trabalhar com estranhos em vez de grupo de amigos ou conhecidos, pois o nível de fatos pressupostos e que permanecem implícitos tende a ser maior neste último grupo (FLICK (2009).

Segundo Morgan (1988) sugere que se deva começar com grupos que sejam mais heterogêneos para, então, reunir um segundo conjunto composto de grupos mais homogêneos.

Embora o grupo focal tem muitas vantagens, mas há também suas limitações, como acontece com outras metodologias. Algumas limitações do grupo focal pode ser superadas com um bom planejamento. O pesquisador, ou moderador, por exemplo, tem menos controle sobre os dados produzidos do que em qualquer estudos quantitativos. O moderador tem que permitir que os participantes conversem entre si, fazer perguntas e expressar dúvidas e opiniões, apesar de terem muito pouco controle sobre a interação dos participantes. O grupo focal deve estar sempre em aberto e não pode ser totalmente fechado (MORGAN, 1988; FLICK, 2009).

Nas palavras de Puchta e Potter (2004), ao trabalhar com grupo focal, o objetivo é produzir informalidade na discussão. Os moderadores precisam criar um clima liberal, facilitando para que os membros contribuam abertamente com suas experiências e opiniões. Ao mesmo tempo, é importante que os participantes não estejam à deriva, somente conversando ou apresentado anedotas infinitas com pouca referência à questão do grupo focal.

Não se deve presumir que os indivíduos de um grupo focal estejam expressando sua própria opinião diminutiva. Eles estão falando em um contexto específico, dentro de uma cultura específica, e por isso às vezes pode ser difícil para o pesquisador identificar uma mensagem individual, isto também, pode ser uma limitação potencial do grupo focal.

Outra limitação, segundo Flick (2009) diz respeito de como documentar os dados de modo a permitir a identificação dos interlocutores individuais e a diferenciação entre os enunciados de diversos interlocutores paralelos. O número recomendado de pessoas por grupo é geralmente de seis a dez, mas alguns

pesquisadores têm utilizado até quinze pessoas (GOSS E LEINBACH, 1996). As reuniões do grupo focal geralmente duram de uma a duas horas. Locais neutros pode ser útil para evitar associações negativas ou positivas. Os participantes precisam se sentir confortável e à vontade com o grupo todo.

Como já foi dito o papel do moderador é de facilitar o andamento da discussão, fornecer explicações necessárias, promover o debate de forma imparcial por meio de perguntas abertas. Pode também, desafiar os participantes, especialmente se o grupo for tímido. O moderador deve garantir a participação de todos e deixar que todos falam, deve manter a ordem e uma sequência de fala e, quando a discussão sair do foco, o moderador deve trazer a conversa de volta ao debate. Deve-se evitar favorecimento a determinados participantes. O moderador deve evitar de dar opinião pessoal, de modo a não influenciar os participantes no sentido de qualquer posição ou opinião (FLICK, 2009).

Continuando com o papel do moderador, este deve possuir habilidades interpessoais, qualidades pessoais e ser bom ouvinte. Estas qualidades irão promover confiança aos participantes e aumentar a probabilidade de um dialogo aberto e interativo.

Quanto às questões éticas para o grupo focal são as mesmas que para a maioria dos outros métodos de pesquisa social (HOMAN, 1991). Por exemplo, ao selecionar os participantes, os pesquisadores devem garantir que todas as informações sobre a finalidade e utilização das contribuições dos participantes serão dadas e qual sua finalidade. Ser honesto e manter os participantes informados sobre as expectativas do grupo e do assunto a ser tratado.

O moderador deverá esclarecer ao grupo que as contribuições de cada participante será compartilhada com os outros membros, bem como com o moderador. Os participantes devem manter sigilo do que ouvem durante a reunião e o moderador tem a responsabilidade de manter o anonimato dos participantes.

Enfim, o grupo focal parte de uma perspectiva interacionista e busca mostrar o modo como uma questão é construída e alterada ao ser debatida em uma discussão de grupo.

### 3.2 DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO<sup>4</sup>

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) foi desenvolvido por pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP) no final dos anos 90, tendo como expoentes os professores Fernando Lefèvre e Ana Maria Lefèvre, ambos da Faculdade de Saúde Pública da USP. Esta metodologia tem sido utilizada em projetos de pesquisa, trabalhos científicos, dissertações e tese.

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) tem como fundamento a teoria da Representação Social e seus pressupostos sociológicos. É uma técnica de organização e tabulação de dados qualitativos que resolve um dos grandes impasses da pesquisa qualitativa na medida em que permite, através de procedimentos sistemáticos e padronizados, agregar depoimentos sem reduzi-los a quantidades. O princípio básico, desta técnica, é analisar o material verbal coletado em depoimentos como sua matéria prima, extraindo as Idéias Centrais ou Ancoragens e suas Expressões Chave que é composta de vários discursos-síntese que são os Discursos do Sujeito Coletivo. Almeida (2005) chancela essa técnica quando esta foi utilizada em uma pesquisa de campo, dizendo que o DSC foi de fácil tabulação, sistematização e análise, pois esta uni os depoimentos em um só discurso, desta forma a fala individual se torna coletiva e social.

Assim diz Lefèvre e Lefèvre (2002, 2005, 2007) o Discurso do Sujeito Coletivo é uma técnica de pesquisa qualitativa criada para fazer uma coletividade falar, como se fosse um só indivíduo. Ela constitui uma nova ferramenta para a pesquisa qualitativa e representa uma transformação na qualidade, na eficiência e no alcance das pesquisas qualitativas, isto porque, permite que se conheça, com segurança os procedimentos científicos, em detalhe e na sua forma natural, os pensamentos, representações, crenças e valores, de todo tipo e tamanho de coletividade social. Nas pesquisas com o DSC, o pensamento é coletado por entrevistas individuais com questões abertas, dessa forma capta-se as reações, as sutilezas que são internalizadas e verbalizadas e posteriormente analisadas.

Para produzir o DSC são necessários três etapas, assim definidas por Lefèvre e Lefèvre (2006): *i) Expressões Chave (Ech)*, são trechos selecionados do material

---

<sup>4</sup> Esta subseção tem por base os trabalhos de Lefèvre e Lefèvre (2002, 2005, 2006, 2007).

verbal, que melhor descrevem seu conteúdo. As Expressões Chave são transcrições literais da entrevista que revelam a essência do depoimento ou a teoria subjacente; *ii) Ideias Centrais (Ics)*, são fórmulas sintéticas que melhor descrevem os sentidos do material verbal coletado e também nos conjuntos de respostas de sentido semelhante ou complementar. Esta pode ser definida como a descrição precisa e direta dos significados do conjunto dos discursos que foram analisados e destacados nas suas expressões-chave; *iii) Ancoragens(Acs)* são fórmulas sintéticas que descrevem não mais os sentidos, mas as ideologias, valores, crenças, presentes no material verbal das respostas individuais ou nas agrupadas sob a forma de afirmações genéricas destinadas a enquadrar situações particulares.

Como já foi dito o Discurso do Sujeito Coletivo, é uma técnica de processamento de depoimentos, que se concentra no agrupamento e pesquisas sociais empíricas, sob a forma de discursos únicos redigidos na primeira pessoa do singular, de conteúdos de depoimentos com características semelhantes. No DSC apresentam-se as opiniões coletivas por meio de um conjunto de discursos ou depoimentos coletivos. Esses expressam, de forma qualitativa e quantitativa, as opiniões de uma dada coletividade. Contudo, a obtenção dos DSC é um processo singular, subdividido em três etapas, como já mencionadas, efetuado por meio de uma série de operações no material verbal coletado nas pesquisas (LEFÈVRE E LEFÈVRE, 2005, 2006).

O pensamento coletivo é obtido convocando os indivíduos um a um. A amostra deve ser representativa de uma coletividade, para que cada indivíduo possa expor seu pensamento social naturalmente, sem pressão psicossocial do grupo, o conjunto dessas falas individuais pode representar, sociológica e estatisticamente, uma coletividade.

Continuando a análise, segundo Lefèvre (2002, 2005) o DSC é um sujeito de discurso paradoxal já que é redigido na primeira pessoa do singular, porém reportando-se a um pensamento coletivo, o qual, segundo o autor é sociologicamente possível. Ninguém dúvida que indivíduos compartilham as mesmas ideias, no entanto, quando esses indivíduos opinam, individualmente, veiculam apenas uma parte do conteúdo da ideia compartilhada. Dessa forma, um sujeito coletivo no DSC constitui uma tentativa de reconstituir um sujeito de discurso

que, enquanto pessoa coletiva, dialoga como se fosse indivíduo, mas ao mesmo tempo, reinteirando uma representação com conteúdo ampliado.

Para realizar uma pesquisa com o DSC, faz-se necessário as seguintes operações: i) primeiro processam-se as respostas de cada questão transcrevendo-as, depoimentos, entrevistas gravadas em audio. Cada questão é processada e pré-analisada em separado, seleciona-se as Expressões Chave de cada questão. Isto posto, identifica-se e nomeia-se uma ou mais Ideias Centrais e/ou Ancoragens contidas nessas Expressões selecionadas; ii) a segunda operação consiste em analisar as Ideias Centrais/Ancoragens com objetivo de identificar semelhanças e diferenças entre elas. As Ideias Centrais/Ancoragens semelhantes devem ser agrupadas numa categoria única cuja denominação reflete uma Ideia Central/Ancoragem síntese; iii) a terceira e última operação tem por objetivo agrupar todas as Expressões Chave das Ideias Centrais/Ancoragens de todas as respostas reunidas numa categoria. Dessa forma é possível editar esses conteúdos, porém, respeitando estritamente os sentidos presentes em cada um deles. Repita-se todas estas operações para cada questão.

Por fim, para processar os dados coletados em entrevistas utiliza-se o *Software QualiQuantoSoff*, este *Software* foi desenvolvido como conjunto harmônico de procedimentos, descrevendo a opinião de uma coletividade de interesse na condição de um produto qualiquantitativo, compondo um painel de depoimentos discursivos, como resultados final da análise. o *QualiQuantoSoff* permite trabalhar com amostras bem selecionadas e relativamente grande (CARVALHO, 2005).

### 3.3 MÉTODO DELPHI

A técnica Delphi teve sua inserção no meio acadêmico no início dos anos 60, desenvolvida pelos pesquisadores Olaf Helmer e Norman Dalker. Em princípio foi feita para aperfeiçoar o uso da opinião de especialista na previsão tecnológica. Tinha três condições elementares: i) o anonimato dos respondentes; ii) a representação estatística da distribuição dos resultados; e iii) o *feedback* de respostas do grupo para reavaliação nas rodadas subsequentes (ESTES E KUESPERT, 1976; MARTINO, 1993).

Nas palavras de Turoff e Listone (1975) a técnica Delphi é um método que permite elaborar um processo de comunicação em grupo de modo que o mesmo seja efetivo a um grupo de indivíduos, a lidar com um problema complexo. Em outras palavras, o método Delphi é uma ferramenta de pesquisa qualitativa que objetiva uma igualdade de opiniões de um grupo de especialistas a respeito de cenários futuros.

Vergara (2004) deixa claro que esta técnica visa obter um consenso entre as opiniões de especialista sobre o que se está pesquisando. Este método tem por princípio prático a aplicação de questionários ou entrevistas, em rodadas sucessivas, de modo que seja garantido o anonimato dos respondentes. Listone e Turoff (2002) sugerem que a quantidade adequada de rodadas seja entre duas e quatro, dependendo de abrangência do assunto. Ao fim de cada rodada, uma nova se inicia a partir do *feedback* aos respondentes sobre os resultados da rodadas anterior.

Para formulação das perguntas a serem feitas para compor o questionário, Listone e Turoff (2002) aconselham que sejam utilizadas escalas quantitativas com justificativas qualitativas. Estes apresentam exemplos de escalas<sup>5</sup> que podem ser utilizadas, ressaltam ainda, a importância de que não sejam feitas respostas neutras. Uma opinião neutra oferece pouca informação em debates, por isso é preferível que o respondente seja forçado a pensar no ponto de forma que a resposta não seja neutra.

Wright e Giovinazzo (2000) dizem que esta técnica se fundamenta no conhecimento, na experiência, e na criatividade de especialista, no pressuposto que a opinião coletiva, quando organizada adequadamente, é melhor do que a opinião de um só, ou mesmo de alguns indivíduos desprovidos de uma ampla variedade de conhecimentos especializados. Recomenda-se sua utilização quando não se dispõem de dados quantitativos, ou estes não podem ser projetados para o futuro com segurança, em virtude de expectativa de mudanças estruturais, políticas e econômicas.

O questionário dever ser bem elaborado, apresentando para cada questão uma síntese das principais informações sobre o tema e, sobre cenários futuros. As respostas quantitativas são tabuladas estatisticamente com a mediana e os quartis, logo em seguida devolve-se os resultados aos participantes. A cada nova rodada as

---

<sup>5</sup> Maiores detalhes ver Listone e Turoff (2002), nesse estudo os autores apresentam exemplo de escalas a ser utilizadas na formulação das perguntas nos questionários ou entrevistas.

perguntas são repetidas, e os participantes devem reavaliar suas respostas à luz das respostas numéricas e das justificativas dadas pelos demais respondentes na rodada anterior.

Continuando a análise de Wright e Giovinazzo (2000), caso as justificativas de previsões sejam diferentes das respostas centrais do grupo, novas rodadas serão feitas até que a divergência de opiniões entre os especialistas tenha se reduzido e a resposta da última rodada seja considerada como a previsão do grupo (cenário futuro). O *feedback* estabelecido permite a troca de informações entre os participantes e geralmente leva a um consenso entre as opiniões.

O anonimato das respostas e o fato de não haver uma reunião física, reduzem a influência de fatores psicológicos, como, capacidade de persuasão, relutância em abandonar posições assumidas, e a dominância de grupos majoritários em relação a opiniões minoritárias (ESTES E KUESPERT, 1976).

Antes de elaborar o questionário deve procurar informações sobre o tema, recorrendo à literatura especializada e entrevista com agentes da área. Quando o assunto é de grande complexidade, recorre-se às técnicas de auxílio à estruturação do problema, como a análise morfológica ou a análise de sistemas. Faz-se necessário o envolvimento entre os coordenadores do estudo e especialistas do setor, para assegurar a correção técnica das questões formuladas. Deve-se buscar uma distribuição equilibrada entre os participantes. A heterogeneidade é um fator estimulante; entretanto, a qualidade do resultado depende essencialmente dos participantes envolvidos (WRIGHT E GIOVINAZZO, 2000).

Martino (1993) sugere algumas recomendações a serem seguidas para evitar erros na elaborações das questões. Equívocos podem fazer com que os painelistas percam tempo em transmitir as informações desejadas, ou deixem de responder algumas questões por não entende-la de forma clara, ou ainda, o que pode ser prejudicial, apresentam um resposta com a qual eles mesmos não concordariam, por não terem entendido corretamente a questão.

Desta forma para assegurar a mais correta de elaboração de um questionário Martino (1993) faz as seguintes recomendações: i) Evitar eventos compostos: caso o evento contiver uma parte com a qual o painelistas concorda e outra com a qual ele discorda, é complicado para ele saber o que responder; ii) Evitar colocações ambíguas: evita-se a utilização de jargão técnico, considerado de domínio público,



evita-se também, o uso de termos como “comum”, “normal”, “uso geral”, e “será uma realidade” pode gerar dúvidas, pois as pessoas podem ter diferentes concepções sobre o significado de uma mesma palavra; iii) Tornar o questionário simples de ser respondido: o questionário deve ser projetado para a conveniência do especialista, e não para a do organizador. Questões do tipo: “preencha o espaço em branco” ou “concorda ou discorda” são bastante úteis, embora não possam, substituir questões que exijam do painalista discorrer sobre um tema; iv) Número de questões: a quantidade ideal seria em torno de 25 questões; v) Esclarecer previsões contraditórias: caso existam eventos excedentes num questionários, esta situação deve ser deixada clara pelo organizador; vi) Evitar ordenamento de proposições: evita-se solicitar dos respondentes que ordene uma série de proposições, como por exemplo, o de ordenar segundo a importância dez projetos da empresa; e por fim, vii) Permitir complementação dos painelistas: após a primeira rodada da entrevista, devem permitir que o painalista acrescente algum comentário que considere relevante.

A tabulação segue o princípio básico da estatística, podem apresentar média, mediana, extremos e quartis inferior e superior. A mediana deve ser utilizada, em lugar da média, quando os painelistas têm grande liberdade de opções. Para evitar distorções, caso se utilizasse a média, opta-se pelo valor central das respostas (a mediana). A apresentação dos quartis permite uma avaliação do grau de convergência das respostas, auxiliando painelistas e organizadores na análise das mesmas. Após a última rodada, a mediana (ou a média) representará a resposta final do grupo (MARTINO, 1993).

Algumas questões pode ser justificadas ou comentadas exigem uma consolidação das respostas de todos os painelistas, a qual apresenta, assim, as justificativas para cada opinião dada e o número de painelistas que utilizaram (pode ser conveniente separar as opiniões em dois ou três grupos, definidos a partir da média ou da mediana) (ESTES e KUESPERT, 1976).

Para terminar a análise sobre a técnica Delfhi Wright e Giovinazzo (2000) dizem que a principal vantagem dessa técnica, é a de realizar previsões em situações de encadeamentos de dados históricos e, a principal desvantagem é na seleção da amostra de representantes e tratamento dos resultados estatisticamente não aceitáveis.

### 3.4 ETNOGRAFIA NA PESQUISA QUALITATIVA

A etnografia surgiu nos estudos da Antropologia, esta apareceu de maneira quase natural. Os pesquisadores perceberam rapidamente que muitas informações sobre a vida dos povos não podiam ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de forma muito mais ampla que circunscrita ao simples dado objetivo. Isto não significou, de começo, o abandono de posicionamentos teóricos funcionalistas e positivistas.

A tradição antropológica da pesquisa qualitativa faz com que esta seja conhecida como investigação etnográfica. Grawitz (1993) reconhece a pesquisa etnográfica como uma forma específica de investigação qualitativa. Para o autor supra citado, não é tarefa fácil definir o conceito de etnografia, de uma forma mais ampla ela “é o estudo da cultura”<sup>6</sup>. Uma noção desta natureza, vaga, complexa, geral, serve, não obstante, para obter dela algumas premissas que se consideram básicas nas pesquisa etnográfica.

A primeira dela segundo Triviños (1987) é que existe um mundo cultural que precisa ser conhecido, que se tem interesse em conhecer. Dessa forma o pesquisador encontrar-se diante de duas realidades culturais diferentes: a que se deseja conhecer e a que é própria do investigador. Do reconhecimento disto surge uma série de implicações metodológicas na prática da etnografia. Esta, baseia-se suas conclusões nas descrições do real cultural que lhe interessa para tirar delas os significados que têm para as pessoas que pertencem a essa realidade. Isto obriga os sujeitos e o investigador a uma participação ativa onde se compartilham modos culturais, *verbi gratia*, tipos de refeições, formas de lazer, religiosidade etc. Ou seja, em outras palavras, o pesquisador não fica fora da realidade que estuda, à margem dela, dos fenômenos aos quais procura captar seus significados e compreender.

Esta ação do pesquisador, numa zona específica da realidade cultural viva e vital, faz com que se pense em denominar a pesquisa qualitativa, simplesmente, *pesquisa de campo* ou *pesquisa naturalista*, porque o investigador atua num meio onde se desenvolve a existência mesma, bem diferente das dimensões e características de um laboratório.

---

<sup>6</sup> Esta definição encontra-se, também em Sprdley (1979).

A participação do investigador como etnógrafo envolve-o na vida própria da comunidade com todas suas coisas essenciais e acidentais. Mas sua ação é disciplinada, orientada por princípios e estratégias gerais, sua atividade está marcada por traços culturais peculiares, e sua interpretação e busca de significados da realidade que investiga não pode fugir às suas próprias concepções do homem e do mundo.

O valor científico de seus achados, porém, dependerá, fundamentalmente, do modo como faz a descrição da cultura que se observa e que está tratando de viver em seus significados. Os atos, as atividades e as cerimônias que realizam os sujeitos formam parte do âmbito cultural que se pretende mostrar. Eles estão relacionados em quadros gerais de significados, válidos para todas as pessoas. A função do etnógrafo, assim, “não é tanto estudar a pessoa, e sim aprender das pessoas” (GRAWITZ, 1993).

Triviños (1987) formula dois pressupostos para estudar a etnografia, primeiro: pressupostos ecológico-naturalistas: ressaltam a influência do ambiente sobre os atores. Se estes são retirados de seu meio habitual é muito difícil chegarem às conclusões verdadeiras sobre seu comportamento. O ambiente, o contexto no qual os indivíduos realizam suas ações e desenvolvem seus modos de vida fundamentais, tem um valor essencial para obter dos atores uma compreensão mais clara de suas atividades. O meio, com suas características físicas e sociais, imprime aos sujeitos traços peculiares que são esclarecidos à luz do entendimento dos significados que ele estabelece. Por isso as tentativas de compreender a conduta humana isolada do contexto no qual se manifesta criam situações artificiais que falsificam a realidade, levam a engano, a elaborar postulados não adequados, a interpretações equivocadas.

O segundo conjunto de pressupostos que maneja a etnografia para elaborar os significados e interpretações dos fenômenos sociais: os fenomenológico-qualitativos: resalta a ideia de que o comportamento humano, muitas vezes, tem mais significados do que fatos pelos quais ele se manifesta.

Isto significa tratar de descobrir as características culturais que envolvem a existência das pessoas que participam da pesquisa. Com efeito, além de salientar a necessidade de observar os sujeitos não em situações isoladas, artificiais, senão na

perspectiva de um contexto social, coloca ênfase na ideia dos significados latentes do comportamento do homem.

Atkinson e Hammersley (1998) citam diversas características substanciais da pesquisa etnográfica, entre as quais: i) forte ênfase na exploração da natureza de um fenômeno social específico, em vez de partir para o teste de hipótese a seu respeito; ii) certa tendência a trabalhar primeiramente com dados “nao-estruturados”, isto é, que não tenham sido codificados no momento da coleta de dados em termos de um conjunto fechado de categorias analíticas; iii) investigação detalhada de um pequeno número de casos, talvez apenas um caso, de forma detalhada; e, iv) a análise dos dados envolve a interpretação explícita dos significados e das funções das ações humanas, cujo produto assume essencialmente a forma de descrições e de explicações verbais, com a quantificação e a análise estatística desempenhando, no máximo, um papel secundário.

Em sua forma mais característica a etnografia implica a participação pública ou secreta do etnógrafo na vida cotidiana das pessoas por um período prolongado de tempo, observando o que acontece, escutando o que é dito, fazendo perguntas, na verdade, coletando qualquer dado que esteja disponível para esclarecer as questões com as quais ele se ocupa (HAMMERSLEY e ATKINSON, 1995).

A etnografia como estratégia de pesquisa, como a observação participante, no seu início foi importada da antropologia para diversas áreas substanciais em outras disciplinas, tais como a sociologia e a educação. Enquanto, no começo, a etnografia estudou culturas remotas em seu caráter de não-familiaridade, a etnografia atual começa sua pesquisa por perto e quer mostrar determinados aspectos daquilo que parece familiar a todos nós (FLICK, 2009).

Nas palavras de Flick (2009) a etnografia atual é marcada por uma participação extensiva no campo, que tenha considerado uma estratégia de pesquisa flexível, com o emprego de todos os tipos de métodos e concentrando-se na redação e na descrição das experiências naquele campo.

Já par Smith (2002) delinea uma abordagem chamada etnografia institucional cujo foco não se concentra tanto nas práticas cotidianas, mas sim na forma como estas são institucionalizadas em regras e em relações gerais, nas quais estão incorporadas as práticas diárias dos indivíduos.

Enfim, na discussão sobre etnografia, os métodos de coleta de dados são tratados como secundários. As estratégias de participação no campo em estudo, a interpretação de dados e, sobretudo, os estilos de redação e a questão da autoridade e da autoria na apresentação de resultados são tópicos que recebem maior atenção. Os métodos concretamente aplicados fazem da etnografia uma estratégia que utiliza a triangulação de várias abordagens metodológicas no esquema da elaboração de uma atitude geral de pesquisa.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste ensaio apresentou e discutiu-se quatro métodos qualitativos utilizados nas ciências sociais e humanas: Grupo Focal, Discurso do Sujeito Coletivo, Método Delphi e Etnografia. Não se pretendeu dizer qual foi a melhor metodologia, pois cada uma serve para determinado tipo de pesquisa, de acordo com o assunto a ser tratado. O importante dizer é que o pesquisador deve ter domínio tanto das técnicas quantitativas quanto das qualitativas, isso dará mais qualidade em suas pesquisas ao fazer a triangulação dos métodos.

Utilizou-se de uma metodologia exploratória e à guisa de literatura sobre o tema. Não teve a intenção de apresentar todos os métodos utilizados nas pesquisas sociais, optou-se pela apresentação e discussão de apenas quatro, devido à limitação deste ensaio.

Na segunda parte do ensaio apresentou as principais características da pesquisa qualitativa, definições e seu campo de atuação. Pôde-se tirar algumas conclusões sobre cada método. O Grupo Focal é uma reunião de pessoas com o objetivo de discutir e comentar um determinado tema, sendo que o pesquisador deve respeitar o princípio da não diretividade. Esta técnica tem sido muito utilizado em pesquisas sociais e pesquisa de mercado. O principal objetivo da técnica de grupo focal é trabalhar atitudes, sentimentos, crenças, experiências e reações de uma forma em que não seria possível com outro método, por exemplo com questionários, ou entrevista direta.

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) tem como fundamento a teoria da Representação Social e seus pressupostos sociológicos. O princípio básico, desta técnica, é analisar o material verbal coletado em depoimentos como sua matéria

prima, extraindo as Ideias Centrais ou Ancoragens e suas Expressões Chave compõe-se de vários discursos-síntese que são os Discursos do Sujeito Coletivo.

Quanto a técnica Delphi é uma ferramenta de pesquisa qualitativa que objetiva uma igualdade de opiniões de um grupo de especialistas a respeito de um determinado tema e como possibilidade de fazer “cenários futuros”. Este método tem por princípio prático a aplicação de questionários ou entrevistas, em rodadas sucessivas, de modo que seja garantido o anonimato dos respondentes. Ao fim de cada rodada, uma nova se inicia a partir do *feedback* aos respondentes sobre os resultados da rodadas anterior.

Finalizando as considerações, a etnografia surgiu nos estudos da Antropologia. Os pesquisadores perceberam que muitas informações sobre a vida dos povos não podiam ser quantificadas e precisavam ser interpretadas de forma muito mais ampla que circunscrita ao simples dado objetivo. A pesquisa etnográfica é uma forma específica de investigação qualitativa.

Como sugestão para pesquisas futuras, seria interessante a apresentação de estudos de caso, exemplificação onde estão sendo de fato aplicados essas técnicas e o retorno para as ciências sociais e humanas.

## **REFERÊNCIAS**

ALMEIDA, C. C. de. **O campo da ciência da informação**: suas representações no discurso. São Paulo: ISECENSA, 2007.

ARTKINSON, P. HAMMERSLEY, M. Ethnography and Participant Observation. In: N. Denzin and Y.S. Lincoln (Eds). **Strategies of Qualitative Inquiry**. London: SAGE, 1998.

BAUER, M. W., GASKELL, G., ALLUN, N. C., Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: Evitando confusões, In: BAUER, M. W., GASKELL, G. (Org.) **Pesquisa qualitativa com texto**: imagem e som um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi, 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BILLIG, M. **Arguing and Thinking**: A Rhetorical Approach to Social Psychology. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

CARVALHO, L. A. **Utilização de software na construção do discurso social coletivo em coletivo dos pesquisadores do campo no Brasil**. Florianópolis, 2005. 396f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal de Santa Catarina.

ESTES, G. M. e KUESPERT, D. Delphi in industrial forecasting. In: **Chemical and Engineering News**. EUA, p. 40-47, agosto de 1976. Disponível em: <<http://cen.acs.org/index.html>>. Acesso em: 14 mar. 2016.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GATTI, B. A. **Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas**. Brasília: Liber Livro, 2005.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas – ERA**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

GOSS. J.D., LEINBACH T.R. **Focus groups as alternative research practice**, Area 28, n. 02, p. 115-23, 1996.

GRAWITZ, Madeleine. **Méthodes des sciences sociales**. Paris: Éditions Dalloz, 1993.

HAMMERSLEY, M.; ARTKINSON, P. **Ethnography: Principles in Practice**. 2. ed. London: Routledge, 1995.

HOMAN. R. **Ethics in Social Research**. Harlow: Longman, 1991.

HUGHES, J. **A filosofia da pesquisa social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C.; CARDOSO, M. R. L.; MAZZA, M. M. P. R. Assistência pública à saúde no Brasil: estudo de seis ancoragens. **Saúde e Sociedade**. v. 11, n.02, 10f. ago-dez/2002. Disponível em: <[http://www.fsp.usp.br/quali-saude/Discurso\\_o\\_que\\_e.htm](http://www.fsp.usp.br/quali-saude/Discurso_o_que_e.htm)>. Acesso em: 14 mar. 2016.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C. **Depoimentos e discursos**: uma proposta de análise em pesquisa social. Brasília: Líber Livro, 2005.

\_\_\_\_\_. O sujeito coletivo que fala. Interface – **Comunicação, Saúde, Educação**. Faculdade de saúde pública da USP. São Paulo. jul/dez 2006. v. 10, n. 20. Disponível em: <[http://www.fsp.usp.br/quali-saude/Discurso\\_o\\_que\\_e.htm](http://www.fsp.usp.br/quali-saude/Discurso_o_que_e.htm)>. Acesso em: 14 mar. 2016.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C.; MARQUES, M. C. da C. Discurso do sujeito coletivo, complexidade e auto-organização. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**. Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Coletiva. Faculdade de Saúde Pública da USP, São Paulo, 2007.

LINSTONE, H. A.; TUROFF, M. **The Delphi method – techniques and applications**. Boston, MA: Addison-Wesley, 2002.

LUNT, P., LIVINGSTONE, S. Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research. **Journal of Communication**, 46: 79-98, 1996. Disponível em: <[http://eprints.lse.ac.uk/409/1/focus\\_group-J\\_Comm1996.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/409/1/focus_group-J_Comm1996.pdf)>. Acesso em: 14 jan. 2016.

MARCONI, M. A., LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 5. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINO, Joseph P. **Technological forecastinf for decision making**. 3. ed. New York: Mc Graw-Hill Inc., 1993.

MORGAN, D.L. **Focus groups as qualitative research**. London: Sage, 1988.

MORGAN, D.L., KREUGER R.A. When to use focus groups and why? in: Morgan D.L. (Ed.) **Successful Focus Groups**. London: Sage, 1993.

POWELL, R.A., SINGLE H.M., LLOYD K.R. Focus groups in mental health research: enhancing the validity of user and provider questionnaires. **International Journal of Social Psychology** 42 (3): 193-206, 1996. Disponível em: <[http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic549650.files/Focus\\_Groups.pdf](http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic549650.files/Focus_Groups.pdf)>. Acesso em: 14 jan. 2016.

PUCHTA, C. and POTTER, J. **Focus Group**. Practice. London: SAGE, 2004.

RICHARDSON, R. J., e Colaboradores. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, A. C. R. de. **Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 2. ed. 2. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

SMITH, D. Institutional Ethnography, in: T. May (ed.), **Qualitative Research in Action**. London: SAGE, 2002.

SPRDLEY, James. **The ethnographie intervier**. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1979.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TUROFF, Murray; LINSTONE, Harold A. **The Delphi method**. New York: Addison Wesley Publishing Company Inc., 1975.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

WRIGHT, J. T.; GIOVINAZZO, Renata. A. Delphi: uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo. **Caderno de Pesquisa em Administração**. São Paulo, v. 01, n. 12, 2º trim. 2000.

*Artigo recebido em: Fevereiro/2017*

*Aceito em: Maio/2017*