



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

ISSN 1678-2089
ISSNe 2178-9258

www.periodicos.ufc.br/contextus

“Era uma vez [...]”: Estimulando pesquisas em administração por meio de vinhetas

“Once upon a time [...]”: Stimulating management research through vignettes

“Érase una vez [...]”: Estimulando la investigación gerencial a través de viñetas

<https://doi.org/10.19094/contextus.2023.83246>

Joacil Carlos Viana Bezerra

<https://orcid.org/0000-0002-7320-0148>

Técnico-administrativo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba (PPGA/UFPB)
joacilcarlosviana@gmail.com

Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho

<https://orcid.org/0000-0002-0877-6351>

Professora Associada do Departamento de Administração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)
alalcoelho@gmail.com

RESUMO

O propósito deste ensaio metodológico é apresentar e refletir sobre alguns aspectos a serem considerados por ocasião da construção e utilização das vinhetas como instrumento de coleta de dados. Características, vantagens e possíveis limitações das vinhetas, circunstâncias práticas de uso, formatos frequentemente utilizados são apresentados. Estes aspectos abordados conjuntamente contribuem para o uso das vinhetas nas pesquisas em Administração, independente da perspectiva dos estudos. Como a vinheta é um instrumento de coleta de dados pouco utilizado em Administração, este artigo pode ser um norte para futuros pesquisadores servindo de fonte para aqueles mais interessados em compreender as características para realizar um estudo utilizando vinhetas.

Palavras-chave: vinhetas; pesquisa; metodologia; instrumento; coleta de dados.

ABSTRACT

This methodological essay aims to present and reflect on some aspects to be considered when constructing and using vignettes as a data collection instrument. Characteristics, advantages and possible limitations of vignettes, practical circumstances of use, and frequently used formats are presented. These jointly-addressed aspects contribute to using vignettes in research in Administration, regardless of the perspective of the studies. As the vignette is a data collection instrument fairly used in Administration, this article can guide future researchers serving as a source for those more interested in understanding the characteristics of carrying out a study using vignettes.

Keywords: vignettes; research; methodology; instrument; data collect.

RESUMEN

El propósito de este ensayo metodológico es presentar y reflexionar sobre algunos aspectos a ser considerados al momento de construir y utilizar viñetas como instrumento de recolección de datos. Se presentan características, ventajas y posibles limitaciones de las viñetas, circunstancias prácticas de uso, formatos de uso frecuente. Estos aspectos abordados en conjunto contribuyen al uso de viñetas en la investigación en Administración, independientemente de la perspectiva de los estudios. Siendo la viñeta un instrumento de recolección de datos poco utilizado en la Administración, este artículo puede ser una guía para futuros investigadores sirviendo de fuente para aquellos más interesados en conocer las características para realizar un estudio mediante viñetas.

Palabras clave: viñetas; investigación; metodología; instrumento; recolección de datos.

Informações sobre o Artigo

Submetido em 06/01/2023
Versão final em 02/02/2023
Aceito em 03/02/2023
Publicado online em 06/06/2023

Comitê Científico Interinstitucional
Editor-Chefe: Diego de Queiroz Machado
Editor Associado: Henrique César Muzzio de Paiva Barroso
Avaliado pelo sistema *double blind review* (SEER/OJS – versão 3)



Como citar este artigo:

Bezerra, J. C. V., & Coelho, A. L. A. L. (2023). "Era uma vez [...]": Estimulando pesquisas em administração por meio de vinhetas. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 21, e83246. <https://doi.org/10.19094/contextus.2023.83246>

1 INTRODUÇÃO

Na elaboração e/ou utilização de um instrumento de pesquisa, o tipo de dado que o pesquisador pretende coletar torna-se determinante neste processo. É possível numa pesquisa ter o intuito de investigar mais detalhes sobre as percepções e comportamentos de participantes a respeito de determinado fenômeno, ou, em outro momento, analisar uma situação mais sensível sem expor o participante. Numa outra pesquisa podemos investigar como os participantes agiriam em determinado contexto, ou ainda avaliar a conduta dos participantes diante de uma determinada situação vivenciada. Tais questionamentos, por exemplo, podem nortear a construção de um instrumento de coleta de dados. É nesta perspectiva de coleta e análise de dados que apresentamos e refletimos sobre as vinhetas neste ensaio metodológico.

A literatura aponta que uma vinheta pode ser entendida como estímulos (Hughes & Hubby, 2002) que retratam elementos da realidade e os participantes são convidados e, muitas vezes, inspirados a responder. Os estímulos podem ser por meio de uma narração, um argumento ou a descrição construída de uma pessoa, objeto ou contexto que é visto ou experimentado a partir de um ponto de vista específico (Aguinis & Bradley, 2014; Törrönen, 2018). De forma mais objetiva, as vinhetas compreendem simulações de eventos reais que retratam situações hipotéticas (Wilks, 2004). Estas situações podem ser apresentadas na forma de textos, imagens, áudio de aplicativos de mensagens, *stories* no *Instagram*, postagem no *Facebook*, vídeos curtos no *TikTok* ou vídeos mais longos no *YouTube*, apenas para citar alguns exemplos ilustrativos.

Para que possa estimular a atenção dos participantes numa pesquisa, as vinhetas precisam ser configuradas de maneira realista e contextualizada. Quando imitam ou simulam situações reais, elas têm a possibilidade de captar, entre outras coisas, crenças, emoções, atitudes, conhecimentos, percepções, reflexões e comportamentos (Skilling & Stylianides, 2019), provocando respostas de uma pessoa imaginária, ou do próprio respondente, mediante perguntas fechadas ou abertas em pesquisas quantitativas, qualitativas ou multimétodo.

Reconhecemos a inserção da temática na Administração por autores brasileiros (Hoelz & Bataglia, 2015; Kirschbaum & Hoelz, 2014), ao utilizarem vinhetas e apresentarem algumas considerações sobre seu uso. No entanto, nossa intenção é aprofundar este debate apontando caminhos para a construção e utilização das vinhetas nas pesquisas em Administração. A partir disso, indagamos: quais aspectos os pesquisadores em Administração devem considerar no momento da construção e utilização de vinhetas como instrumento de coleta de dados?

Queremos com este artigo iniciar o debate metodológico da construção e utilização das vinhetas nas

pesquisas em Administração, abrindo oportunidade de avanço no preenchimento de lacunas metodológicas. Este ensaio, pois, objetiva contribuir com os pesquisadores, de forma sugestiva, apresentando e refletindo sobre alguns aspectos a serem considerados por ocasião da construção e utilização das vinhetas. A discussão apresentada ao longo do artigo poderá contribuir para disseminação do uso da vinheta como instrumento de coleta de dados em pesquisas futuras.

Observamos que apesar do uso recorrente na área da saúde, alguns autores (Bradbury-Jones et al., 2014; Gray et al., 2019; Jenkins et al., 2010) apontam a baixa incidência de artigos com enfoque metodológico sobre os aspectos da construção de vinhetas. A literatura mostra, ainda, que o uso de vinhetas nas pesquisas em Administração é incipiente e necessita ser debatido e analisado (Aguinis & Bradley, 2014; Wason et al., 2002).

A utilização mais efetiva das vinhetas nas pesquisas em Administração poderá trazer contribuições para o campo teórico e prático, seja para suportar ou avançar as teorias emergentes com novos insights teóricos ou apresentando evidências, práticas sociais, comportamentais ou organizacionais. No entanto, acreditamos que a maior contribuição, a partir das discussões aqui expostas, seja no percurso metodológico das pesquisas, pois as vinhetas puderam ser utilizadas de forma inovadora em várias áreas da Administração. Assim, as vinhetas consideradas instrumentos de coleta de dados consolidadas na área da Saúde, poderão promover novas oportunidades e de maneira significativa para os pesquisadores e as próprias pesquisas em Administração.

As pesquisas com vinhetas poderão promover a teorização do campo estudado, seja em Administração ou outra área do conhecimento, quando utilizadas em pesquisas com temas sensíveis na qual o participante não se sinta confortável em explanar uma situação pessoal e com isso pode esconder a realidade sobre determinadas questões; ao conseguir captar de que maneira as pessoas interpretam ou classificam relatos de determinados contextos organizacionais; quando apresentam como os participantes entendem as práticas discursivas e sociais na construção da realidade ou mesmo quando abordam reações fisiológicas, biológicas, psicológicas ou sociais dos participantes, para citarmos algumas das possibilidades de uso.

Nesse contexto, entendemos que o debate aqui estabelecido contribui com o campo da Administração ao abordar características, vantagens e possíveis limitações das vinhetas, prováveis maneiras de uso, os formatos frequentemente utilizados e a construção e utilização da vinheta como instrumento de coleta de dados. Estes aspectos abordados conjuntamente contribuem para a maior valorização e uso das vinhetas nas pesquisas em Administração, independente da perspectiva epistemológica ou ontológica dos estudos.

2 VINHETAS E SEUS FORMATOS

O surgimento da vinheta não é bem definido na literatura, no entanto Aznar (1990) aponta que os manuscritos gregos e romanos continham apenas textos e, no século IV, a igreja passou a utilizar gravuras - figuras, desenhos e pinturas simbólicas - nos evangelhos com o objetivo de ilustrar os textos para aquelas pessoas com dificuldade de leitura. O termo vinheta surge do francês *vignette* e passa a ter função decorativa com o surgimento da imprensa. Em seguida foi adaptada para o cinema, o rádio, a televisão e a internet. Utilizada nos meios de comunicação, as vinhetas eletrônicas – fixas, animadas ou sonoras – utilizam elementos pertencentes ao imaginário coletivo, como forma de persuasão do receptor (Petrini, 2004). Porém, não trataremos as vinhetas enquanto elemento persuasivo do receptor e sim a sua utilização como instrumento de coleta de dados nas pesquisas acadêmicas.

As vinhetas, como instrumento de coleta de dados, começam a ser utilizadas nas ciências sociais, com estudos em Antropologia (Herskovitz, 1950) e Psicologia (Walster, 1966), avançando na década de 1980 para outras áreas como Psicologia Social (Murphy et al., 1986), Enfermagem (Johnson, & Beidleman, 1984) e Medicina (Roberts et al., 1984; Finch, 1987). Sua inserção em pesquisas na saúde foi para suprir um certo descontentamento com questionários, entrevistas e observações para estudar crenças e normas, valores e conceitos abstratos (Gould, 1996). As pesquisas em saúde que utilizam vinhetas tratam de temas sensíveis que, talvez, uma entrevista não consiga captar (Wilks, 2004). São estudos abordando, por exemplo, saúde sexual e HIV (Hughes, 1998), saúde mental, estigmatização e violência contra populações vulneráveis específicas, como crianças e usuários de drogas (Barter & Renold) ou investigar como os médicos da saúde tomam decisões que afetam seus pacientes (Törrönen, 2018).

As vinhetas geralmente se apresentam na forma de textos que podem variar entre trechos curtos, frases inacabadas ou extensas narrativas. A escolha do formato da vinheta a ser utilizada será motivada pelos objetivos, abordagem e perguntas da pesquisa, a natureza das

respostas e os participantes envolvidos (Hughes & Huby, 2002). Para além das vinhetas em texto, devemos considerar imagens, notícias, folders, músicas, podcast, vídeos, campanhas publicitárias, trechos de filmes, atos ao vivo e histórias em quadrinhos como opções de vinhetas para as pesquisas (Aguinis & Bradley, 2014; Barter & Renold, 2000; Gray et al., 2019; Hughes & Huby, 2002).

As vinhetas podem ser baseadas em casos reais ou situações hipotéticas. No entanto, alguns autores (Macêdo & Bispo, 2022; Sampson & Johannessen, 2020) defendem que as vinhetas baseadas em casos reais podem aumentar a confiabilidade nos dados da pesquisa, uma vez que os participantes se deparam com situações anteriormente vivenciadas. Porém, o uso de vinhetas, hipotéticas ou reais, podem promover um estímulo e uma ajuda para os pesquisadores que buscam fazer com que os participantes exponham e reflitam sobre seus pensamentos (Sampson & Johannessen, 2020). A seguir, apresentamos uma vinheta baseada em caso real e uma vinheta hipotética.

Macêdo e Bispo (2022) desenvolveram vinhetas a partir de situações vivenciadas por membros do Conselho Superior de uma universidade federal. Os autores acompanharam algumas reuniões (observação do campo) para entender o funcionamento do Conselho, fizeram anotações e em seguida construíram vinhetas que deveriam ser respondidas pelos membros do Conselho.

Vinheta 04: Uma estudante que recebeu uma bolsa de estudos de nível de pós-graduação pediu para receber o pagamento da bolsa junto com seu salário como servidora pública. A legislação brasileira permite a concessão cumulativa de uma bolsa de estudos juntamente com um emprego; no entanto, outros alunos da seleção não têm emprego e não receberam bolsas de estudo. O programa de pós-graduação votou pelo cancelamento de sua bolsa de estudos. Como podemos considerar essa questão? Quais são os elementos necessários para tomar uma decisão, qual deve ser essa decisão e por quê? (Macêdo & Bispo, 2022, p. 06).

No entanto, poderemos utilizar uma vinheta hipotética em nossas pesquisas, a exemplo de Sandri et al. (2016) que construíram vinhetas para analisar como os estudantes da pós-graduação pensam a sustentabilidade.

Tabela 1

Exemplo de vinheta hipotética

Vinheta 03	Respostas
Você identificou um impacto ambiental (despejo de resíduos, uso de produtos tóxicos, alto consumo de energia, impactos nos ambientes naturais do uso da água ou desmatamento) promovido pela empresa que você trabalha. No entanto, a empresa não está muito preocupada com os impactos ambientais causados por ela. Como você provavelmente responderá?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Não considero que meu local de trabalho impacta negativamente o meio ambiente. 2) Estou ciente dos impactos, mas não tomo nenhuma atitude. 3) Estou ciente dos impactos e deixo que outros assumam a responsabilidade na redução dos impactos. 4) Desenvolvo estratégias para reduzir o impacto ambiental e contribuo com outras pessoas para implementar ações de redução dos impactos. 5) Faço outra coisa não listada aqui. Especifique.

Fonte: Adaptado de Sandri, Holdsworth & Thomas (2016, p. 11)

Quando optamos por utilizar uma forma de vinheta, ou uma combinação delas (Berg Johansen & De Cock,

2018; Thomas et al., 2021; Törrönen, 2018), precisamos identificar o nível do participante e a natureza da resposta

que esperamos. Assim, o formato e o conteúdo da vinheta devem ser compatíveis com os participantes da pesquisa. Ainda com foco no participante da pesquisa, existe a necessidade de analisarmos o grau de complexidade e superficialidade da vinheta, a clareza da mensagem, a linguagem utilizada e a forma de aplicação da vinheta, se presencial ou online.

Para a realização de pesquisa online e com combinação de formatos de vinhetas (escritas e em vídeo), podemos, por exemplo, enviar e-mail aos participantes solicitando que leiam a descrição dos cenários, assistam aos vídeos e apresentem suas respostas (Sauer, 2011). Podemos, ainda, apresentar postagens de mídias sociais (textos, imagens, áudios ou vídeos) e solicitar que os participantes respondam tanto sobre o conteúdo da postagem, como em relação aos comentários feitos nela, caso existam (Dunn & Harness, 2019).

Estes são exemplos que permitem ao pesquisador compreender que em pesquisas que utilizam vinhetas a comunicação não decorre apenas da interação entre ele e o participante, mas que o formato de vinheta utilizado trará vozes, pontos de vista e narrativas incorporadas ao diálogo (Jenkins et al., 2010). Ao optar por um formato de vinheta, ou uma combinação deles, o pesquisador deve analisar como elas serão disponibilizadas e refletir sobre as vantagens e limitações de cada formato.

3 VANTAGENS E LIMITAÇÕES DO USO DE VINHETAS EM PESQUISA CIENTÍFICA

As vinhetas, sejam utilizadas isoladamente ou em conjunto com outros instrumentos de coleta de dados, podem tornar-se ferramentas valiosas de pesquisa por apresentarem uma gama de vantagens. Elas permitem desenvolver questões concretas dentro da pesquisa ajudando a evitar respostas brandas, generalizadas e de difícil interpretação (Finch, 1987). Outra vantagem é que proporcionam maior realismo ao contexto pesquisado e oferecem uma oportunidade aos participantes de modelar a tomada de decisão da vida real (Macêdo & Bispo, 2022), explorando seus significados e interpretações sobre determinado(s) contexto(s) ou fenômeno(s).

As vinhetas são capazes de simplificar cenários complexos, bem como criar ou ampliar a distância entre o participante, o pesquisador e o cenário apresentado. Destacamos que o cenário mostrado na vinheta fornece estímulos idênticos para todos os participantes, afastando a interferência do pesquisador ou entrevistador na coleta dos dados (Barter & Renold, 2000; Gray et al., 2019; Wason et al., 2002). Ressaltamos ainda o tempo da coleta, os recursos empregados e a quantidade de dados coletados. Estes aspectos são favorecidos pelas vinhetas uma vez que permitem coletar uma quantidade volumosa de dados em um curto espaço de tempo, fazendo com que as pesquisas sejam conduzidas de forma ágil e com baixo custo (Murphy et al., 2021).

Outra vantagem é a utilização de vinhetas em pesquisas que envolvam problemas éticos e não possam ser realizadas mediante observação ou que o participante não se sinta confortável em ser entrevistado (Barter & Renold, 2000; Finch, 1987). Outro destaque é que a vinheta é um instrumento de coleta de dados que se caracteriza por sua flexibilidade, permitindo que o conteúdo e a forma sejam adaptados ao contexto na busca de maior confiabilidade e credibilidade (Macêdo & Bispo, 2022). Assim, as vinhetas têm a possibilidade de desenvolver, junto aos pesquisadores, habilidades reflexivas no processo de construção de instrumentos de coleta de dados adaptados aos contextos sociais e organizacionais.

Entretanto, há que se tomar cuidado com algumas limitações das vinhetas enquanto instrumento de coleta de dados. As vinhetas muito longas ou complexas podem fazer com que os participantes não se concentrem na narrativa, assim como as vinhetas estáticas podem não despertar o interesse do participante, enquanto as vinhetas muito curtas podem dificultar o entendimento (Barter & Renold, 2000; Gray et al., 2019). Portanto, o pesquisador deve buscar minimizar esses efeitos por ocasião do momento da construção das vinhetas.

Alguns críticos das vinhetas (Paddam et al., 2010; Spalding & Phillips, 2007) apontam que os participantes podem, simplesmente, fornecer respostas socialmente e eticamente desejáveis. Porém, não vemos problemas nesse tipo de resposta a depender de qual perspectiva o participante irá responder. Outra limitação diz respeito à incapacidade de transmissão emocional do participante por meio do som ou da visão, como tom de voz, expressões faciais e linguagem corporal. No entanto, se o pesquisador julgar importante analisar estes aspectos, poderá utilizar vinhetas em grupo focal ou entrevista, por exemplo.

Seguindo as limitações, Bradbury-Jones et al. (2014) alegam que o participante é “retirado” de seu contexto concreto, devido à apresentação de situações que não foram realmente vividas por ele. Incorre que a pesquisa poderá ter por objetivo o entendimento do participante sobre um determinado fato ou ação de um personagem e que ele não precisa ter vivenciado para responder. Se o contexto concreto for relevante para a pesquisa, sugerimos que sejam construídas vinhetas baseadas em casos reais.

Apesar dos desafios expostos, acreditamos que as pesquisas que buscam estimular os participantes a fornecerem relatos de suas experiências, competências e habilidades serão conduzidas de forma satisfatória e trarão resultados promissores ao utilizarem vinhetas como instrumento de coleta de dados. Visto que, não será fornecido aos participantes apenas uma sequência rígida e linear de escolhas das quais nenhuma corresponda às suas crenças (Finch, 1987). Pelo contrário, as vinhetas têm a capacidade de despertar o lado reflexivo, interpretativo e construtivo dos participantes sobre determinados contextos.

4 CONSTRUÇÃO DE VINHETAS

As ações a serem desenvolvidas na construção destes processos, utilizando vinhetas, são similares a outras abordagens de coleta de dados, porém com algumas particularidades. Estas particularidades incluem, por exemplo, que a narrativa apresentada nas vinhetas seja a mais detalhada possível e faça com que os participantes se coloquem diante de uma decisão que seja similar, ou próxima, de sua realidade.

Tomando por base a forma de apresentação da vinheta, o pesquisador pode solicitar que os participantes leiam, ouçam, assistam, vejam ilustrações ou desenhos e depois respondam às perguntas. As respostas podem ser do próprio ponto de vista do participante, de seus pares, a partir do cenário apresentado na vinheta, sobre o que o participante sabe do contexto da vinheta ou de uma combinação de pontos de vista (Hughes & Huby, 2002; Riley et al., 2021).

A construção das vinhetas pode ser a partir de dados de pesquisas anteriores, revisões de literatura, relatos de experiência, parcerias com outros profissionais da área, grupos focais ou baseadas na realidade dos participantes (Azman & Mahadhir, 2017; Barter & Renold, 2000; Bradbury-Jones et al., 2014). As vinhetas devem buscar refletir os contextos locais, criando uma história com a qual os participantes possam vivenciar ou ter experienciado em algum momento. Barter e Renold (2000) destacam que a capacidade de envolvimento do participante, suas experiências com o cenário descrito e a forma como a história é apresentada são fatores relevantes na construção das vinhetas.

A maneira como a história é apresentada nos remete à consistência e complexidade das vinhetas. A consistência faz referência ao quanto a situação apresentada é real ou irreal. Entendemos que quanto menos hipotéticas forem as vinhetas, mais elas serão propensas a provocarem respostas baseadas em comportamentos reais dos

participantes. Ao passo que as narrativas ou cenários irreais podem levar os participantes a reações negativas (Finch, 1987). Mudrack e Mason (2021) construíram vinhetas demasiadamente hipotéticas, sem relevância para os participantes e reconhecem estes fatores como limitação do estudo.

A complexidade das vinhetas, por sua vez, pode ser entendida como o formato e a linguagem a ser utilizada. Para aferir a consistência e a complexidade das vinhetas produzidas, sugerimos que elas sejam analisadas por especialistas que possam avaliar a representação de situações e o assunto abordado (Gould, 1996). Este procedimento deixa as vinhetas mais realistas e com uma linguagem mais adequada, fazendo com que os participantes sintam mais interesse em participar da pesquisa.

Bradbury-Jones et al. (2012) apontam que conhecer a natureza dos participantes é importante, pois permite uma maior interação entre estes e os pesquisadores. A natureza do participante está ligada, entre outras coisas, ao gênero e linguagem utilizada, idade, perfil profissional e grau de instrução do respondente. Logo, as vinhetas podem ser meios para o pesquisador capturar os dados empiricamente e de maneira participativa, engajada e ativa.

Após a construção das vinhetas e aferição por especialistas, sugerimos a realização de um estudo piloto (Leal et al., 2019; Sandri et al., 2016) numa pequena amostra, de 10 a 15 participantes, com características semelhantes a que será utilizada na pesquisa. Esta aplicação prévia mostrará ao pesquisador se as respostas apresentadas por meio das vinhetas estão conseguindo atingir os objetivos da pesquisa e se o formato da vinheta utilizada está adequado com a abordagem do estudo (Gray et al., 2019). Tomando por base as considerações apresentadas e buscando contribuir com futuras pesquisas, apresentamos três etapas para construção e aplicação de vinhetas.

Tabela 2

Construção e aplicação de vinhetas

Fase	Ações
Preparatória	Definir o contexto e o foco da pesquisa.
	Familiarizar-se com o contexto em que os participantes estão inseridos.
	Definir os fatores que serão analisados na pesquisa.
	Revisar a literatura para identificar outros estudos que analisaram fatores semelhantes.
Elaboração	Verificar a disponibilidade de vinhetas existentes que possam ser utilizadas na pesquisa.
	Entrevistar especialistas na temática a ser desenvolvida na pesquisa.
	Entrevistar pessoas que tiveram experiências ou enfrentaram situações similares às que serão analisadas na pesquisa.
	Elaborar os parâmetros do cenário da vinheta.
	Definir o formato mais adequado das vinhetas, baseando-se nos participantes e nos objetivos da pesquisa.
	Desenvolver as vinhetas, suas diferentes versões, e as perguntas da pesquisa.
Aplicação e análise	Submeter as vinhetas à apreciação de especialistas.
	Corrigir, e ajustar, se for o caso, a redação das vinhetas.
	Realizar pré-teste com um conjunto de pessoas em condições similares às da pesquisa.
	Corrigir, se for o caso, as vinhetas.
	Definir como as vinhetas serão aplicadas (Virtual ou presencial).
	Indicar a forma de entrega e como responder à vinheta.
	Aplicar as vinhetas fornecendo tempo adequado para respostas.
	Estruturar as respostas.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Entendemos que as fases e ações, exemplificativas e não mandatórias, descritas na tabela 2, possam servir como guia para estimular os pesquisadores a adotarem as vinhetas como instrumento de coleta de dados, embora saibamos que não existam processos predominantes para a construção de vinhetas.

5 APLICAÇÕES E POSSIBILIDADES DE USO DAS VINHETAS

As vinhetas podem ser utilizadas tanto em abordagens quantitativas, qualitativas ou multimétodo. Em pesquisas quantitativas podem ser utilizadas como produtoras de mensurabilidade, tratar de impulsos causais ou projeções dos participantes para avaliar reações e seus valores culturais. Enquanto nas pesquisas qualitativas podem ser utilizadas como construtoras do fenômeno estudado e permitem ao pesquisador explorar, sentimentos, experiências e interpretações dos participantes (Törrönen, 2018).

As pesquisas multimétodo também podem valer-se da utilização de vinhetas (Jennings et al., 2015) para esclarecer assuntos abordados em questões fechadas (Leal et al., 2019). Entendemos que não existe ferramenta de pesquisa capaz de capturar a complexidade organizacional ou social, no entanto, utilizando uma abordagem multimétodo, os pesquisadores podem aproveitar os pontos fortes de cada instrumento de coleta de dados (Barter & Renold, 2000).

Outro aspecto a ser destacado é que os estudos iniciais utilizando vinhetas eram, majoritariamente, quantitativos. Estes estudos normalmente empregam vinhetas como um método independente ou seguindo um questionário de pesquisa em larga escala. Os participantes são apresentados a uma série de vinhetas padronizadas e convidados a responder usando categorias predeterminadas (Barter & Renold, 2000).

No entanto, concordamos com Gray et al. (2019) que as vinhetas têm um papel importante na abordagem qualitativa, bem como em pesquisas multimétodo, pois são ferramentas valiosas na exploração de percepções, reflexões, atitudes, construções sociais, estruturas discursivas dos participantes sobre determinados contextos e/ou fenômenos analisados. Ao utilizarmos uma pergunta aberta na vinheta, poderemos ter acesso às narrativas dos indivíduos que servem como mediadoras entre reflexão, interpretação e ação. Estes aspectos são suprimidos em uma resposta do tipo ‘concordo totalmente’ ou ‘discordo totalmente’. Portanto, ao utilizar vinhetas em pesquisas qualitativas, o pesquisador força o envolvimento do participante em um processo interpretativo ou construtivo.

As vinhetas podem ser utilizadas como instrumento de coleta de dados em Administração em estudos de influência das mídias sociais nas organizações (Dunn & Harness, 2019), empreendedorismo (Törrönen, 2018), gerenciamento de mudanças (Ashta et al., 2018), parcerias por meio de alianças estratégicas (Hoelz & Bataglia, 2019),

empregabilidade de egressos (Mullen et al., 2019), desenvolvimento de novos produtos (Jennings et al., 2015; McKelvie et al., 2011), cocriação de serviços coletivos (Carù & Cova, 2015), liderança ética (Hassan et al., 2021) e decisões ou comportamento dos consumidores (Wason et al., 2002), para citar algumas áreas.

No campo da sustentabilidade destacamos os estudos de Leal et al. (2019) e Thomas et al. (2021). O primeiro utilizou vinhetas para analisar as práticas de sustentabilidade que eram empregadas nos processos de compras de Instituições de Ensino Superior, bem como os aspectos facilitadores e os desafios enfrentados nestes processos. Enquanto o segundo estudo combinou vinhetas com entrevistas e escala Likert, para analisar quais as dimensões de sustentabilidade que os gestores de compras de empresas julgavam importantes por ocasião da seleção de fornecedores.

Outra área que apresenta estudo com utilização de vinhetas é a responsabilidade social. Liu e Xu (2021) abordaram os efeitos das iniciativas de responsabilidade social nas intenções de compra dos consumidores. Os participantes receberam links para uma vinheta (catálogo eletrônico) que anunciava diversos produtos fornecidos pelas empresas e apresentava diferentes informações dos fornecedores quanto aos aspectos da responsabilidade social. Posteriormente, os participantes deveriam responder se comprariam algum produto dessas empresas e justificar os motivos. Destacamos que a responsabilidade social poderá ser estudada, com a utilização de vinhetas, a partir da percepção dos diversos stakeholders das organizações, bem como as ações implantadas e desenvolvidas em contextos organizacionais.

Destarte, as vinhetas também poderão ser úteis em pesquisas como ênfase nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). As pesquisas podem abordar a educação para a sustentabilidade nos currículos de Administração, focando em como estas disciplinas são ministradas e quais as concepções dos discentes. Outra opção de utilização de vinhetas é estudar o ODS 12 - consumo e produção responsáveis – com foco nas contratações públicas sustentáveis. Os pesquisadores podem construir vinhetas a partir de situações vivenciadas pelos agentes do setor de compras dos órgãos públicos e convidar os participantes a refletirem e responderem acerca dos cenários descritos.

Ressaltamos que os temas abordados podem ser estudados por meio de vinhetas aplicadas individualmente ou dentro de um grupo focal (Sandri et al., 2016), buscando encorajar os participantes mais tímidos a expressarem suas opiniões. São várias as possibilidades de uso e tentamos trazer alguns insights para pesquisas futuras. Ressaltamos que a utilização de vinhetas pode acontecer em perspectivas ontológicas realistas, idealistas ou intersubjetivas e com epistemologias objetivistas, subjetivistas ou construtivistas, a depender das concepções teóricas e metodológicas do pesquisador e dos objetivos da pesquisa (Jenkins et al., 2010).

Independente da perspectiva, as vinhetas podem ser utilizadas para pesquisar temas sensíveis. Todavia, os pesquisadores não podem deixar de observar os princípios éticos da pesquisa em ciências humanas e sociais (Brasil, 2016). Além dos princípios estabelecidos por Resolução, o pesquisador deve, entre outras coisas: explicar o objetivo da pesquisa aos participantes; garantir a confidencialidade dos dados; garantir a anonimização dos participantes, inclusive quanto ao uso da imagem e voz; explicar o caráter voluntário e a desistência em participar da pesquisa a qualquer momento, solicitar a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e, se for o caso, submeter do projeto de pesquisa ao Comitê de Ética ao qual o pesquisador esteja vinculado (Barter, 2000; Skilling, 2019).

6 CONCLUSÕES

A intenção deste artigo foi apresentar, discutir e propor a utilização das vinhetas como instrumento de coleta de dados por pesquisadores em Administração. Oferecemos uma perspectiva aderente à abordagem das pesquisas em Administração com o uso das vinhetas, debatendo desde suas origens, definições e elementos conceituais, formatos, vantagens e limitações, aspectos relevantes na sua construção e circunstâncias práticas de uso nas diversas áreas da Administração.

São várias as possibilidades de uso das vinhetas e tentamos trazer alguns insights para estudos futuros que busquem descrições densas de narrativas para tornar a pesquisa mais ‘viva’ para os participantes, seja em pesquisas etnográficas, etnometodológicas ou fenomenológicas, por exemplo. Além das possibilidades de uso que foram discutidas ao longo do texto, sugerimos o uso de vinhetas, como instrumento de coleta de dados, nas pesquisas organizacionais abordando temas como: qualidade de vida e suas reflexões, conhecimento e comportamento organizacional, gerenciamento de mudanças, voluntariado nas Organizações da Sociedade Civil, reações comportamentais com técnicas projetivas, participação social, educação para a sustentabilidade ou temas sensíveis como diversidade, inclusão ou as relações de gênero nas organizações.

Entendemos que as pesquisas com uso de vinhetas são adequadas e contribuem no entendimento de como as pessoas lidam com questões complexas, constroem seus julgamentos ou tomam decisões. Para que estes aspectos possam refletir a maneira de agir dos participantes, sugere-se que as vinhetas sejam planejadas e construídas de forma clara, realista e contenham as informações necessárias para que os participantes forneçam as respostas que atendam aos objetivos da pesquisa.

Destarte, os estímulos para a produção e utilização de vinhetas podem ser encontrados em toda parte da sociedade moderna, seja em áudios e imagens compartilhadas via *WhatsApp*, stories no *Instagram*, *Facebook*, *TitTok* ou *YouTube*, apenas para citar alguns.

Assim, ao utilizar vinhetas com estas características o pesquisador poderá ter maior facilidade no planejamento, produção e coleta dos dados, uma vez os participantes são estimulados e provocados cotidianamente com estes cenários. Estes cenários contribuem para que as vinhetas possam auxiliar no percurso teórico e metodológico da pesquisa, em Administração ou outras áreas do conhecimento, por se apresentar como um instrumento inovador na coleta de dados, por agregar valor para temas sensíveis, por permitir usar mídias sociais como suporte na construção ou utilização e pelo aspecto de deixar o participante se expressar livremente em suas respostas, análises e interpretações.

Logo, as vinhetas tornam-se alternativas a serem utilizadas em conjunto com outros métodos de coleta de dados (entrevistas, grupos focais, questionários) para reforçar as informações coletadas por outros instrumentos. Acreditamos que o avanço teórico e metodológico do campo acontece a partir da utilização de instrumentos de coleta de dados inovadores e as vinhetas podem apresentar informações mais detalhadas que aquelas coletadas a partir de métodos mais tradicionais, facilitando o processo de teorização no campo de Administração. Assim, a vinheta pode ser utilizada nas pesquisas em Administração quando os questionários, isoladamente, não obtiverem as informações necessárias ou quando observar ou entrevistar não for a forma mais adequada, prática ou ética.

Não se trata de apresentar consensos ou petrificar supostas verdades, o que buscamos ao longo do artigo foi apresentar possibilidades de uso da vinheta como instrumento de coleta de dados capaz de levar o participante a refletir sobre os cenários descritos e apresentar suas concepções, sobre determinados fenômenos organizacionais, de forma mais realista, dado que podem relatar níveis mais profundos de compreensão da situação narrada na vinheta. Assim, as vinhetas demonstram um potencial na geração ou construção de dados e podem ser utilizadas de maneira independente numa pesquisa ou combinadas a outros métodos, técnicas ou instrumentos.

As vinhetas são importantes não apenas para o avanço teórico, na medida em que exploramos como os indivíduos variam na forma como interpretam essas situações, mas também para o ensino da Administração. Numa outra perspectiva, ao utilizarmos vinhetas em sala de aula, levaremos nossos alunos a aguçar a tomada de decisão para situações complexas e não estruturadas e poderemos desenvolver, ou despertar, a reflexividade em ação. Os professores de graduação ou pós-graduação podem utilizar vinhetas para provocar debates, fomentar a reflexão nos alunos e incitar a solução de problemas (Mullen et al., 2019) junto ao processo de ensino-aprendizagem.

Como a vinheta é um instrumento de coleta de dados pouco utilizado em Administração, este artigo pode ser um norte para futuros pesquisadores servindo de fonte para

aqueles mais interessados em compreender as características para realizar um estudo utilizando vinhetas. Esperamos que os aspectos aqui listados possam fornecer um ponto de partida no desenvolvimento de pesquisas utilizando vinhetas, como um instrumento mais heterogêneo, seja nas pesquisas em Administração ou em outras áreas do conhecimento.

REFERÊNCIAS

- Aguinis, H., & Bradley, K. J. (2014). Best practice recommendations for designing and implementing experimental vignette methodology studies. *Organizational Research Methods*, 17(4), 351-371. <https://doi.org/10.1177/1094428114547952>
- Ashta, A., Stokes, P., & Hughes, P. (2018). Change management in Indo-Japanese cross-cultural collaborative contexts: Parallels between traditional Indian philosophy and contemporary Japanese management. *Journal of Organizational Change Management*, 31(1), 154-172. <https://doi.org/10.1108/JOCM-05-2017-0201>
- Azman, H., & Mahadhir, M. (2017). Application of the vignette technique in a qualitative paradigm. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 17(4), 27-44. <https://doi.org/10.17576/gema-2017-1704-03>
- Aznar, S. C. (1990). *Vinheta: Do pergaminho ao vídeo*. Universidade de São Paulo.
- Barter, C., & Renold, E. (2000). I wanna tell you a story: Exploring the application of vignettes in qualitative research with children and young people. *International Journal of Social Research Methodology*, 3(4), 307-323. <https://doi.org/10.1080/13645570050178594>
- Berg Johansen, C., & De Cock, C. (2018). Ideologies of time: How elite corporate actors engage the future. *Organization*, 25(2), 186-204. <https://doi.org/10.1177/1350508417725592>
- Bradbury-Jones, C., Taylor, J., & Herber, O. R. (2014). Vignette development and administration: A framework for protecting research participants. *International Journal of Social Research Methodology*, 17(4), 427-440. <https://doi.org/10.1080/13645579.2012.750833>
- Brasil (2016). Resolução n. 510, de 07 de abril de 2016. *Ética na Pesquisa na área de Ciências Humanas e Sociais*. Brasília: CNS.
- Carù, A., & Cova, B. (2015). Co-creating the collective service experience. *Journal of Service Management*, 26(2), 276-294. <https://doi.org/10.1108/JOSM-07-2014-0170>
- Dunn, K., & Harness, D. (2019). Whose voice is heard? The influence of user-generated versus company-generated content on consumer scepticism towards CSR. *Journal of Marketing Management*, 35(9-10), 1605-1621. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1605401>
- Finch, J. (1987). The vignette technique in survey research. *Sociology*, 21(1), 105-114.
- Gould, D. (1996). Using vignettes to collect data for nursing research studies: how valid are the findings? *Journal of Clinical Nursing*, 5, 207-212.
- Gray, D., Royall, B., & Malson, H. (2019). Falando hipoteticamente - Uso de Vinhetas como método qualitativo independente. In V. Braun, V. Clarke, & D. Gray (Eds.), *Coleta de dados qualitativos: um guia prático para técnicas textuais, midiáticas e virtuais* (p. 385). Editora Vozes.
- Hassan, S., Pandey, S., & Pandey, S. K. (2021). Should managers provide general or specific ethical guidelines to employees: Insights from a mixed methods study. *Journal of Business Ethics*, 172(3), 563-580. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04442-3>
- Herskovits, M. J. (1950). The hypothetical situation: A technique of field research. *Southwestern Journal of Anthropology*, 6(1), 32-40.
- Hoelz, J. C., & Bataglia, W. (2015). O uso de vinhetas em estudos qualitativos. *Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, 3(1), 64-69.
- Hoelz, J. C., & Bataglia, W. (2019). Eventos prejudiciais à reputação corporativa: Um estudo exploratório utilizando a técnica de vinhetas. *Âmbitos - Revista Internacional de Comunicação*, 44, 33-53. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2019.i44.03>
- Hughes, R. (1998). Considering the vignette technique and its application to a study of drug injecting and HIV risk and safer behaviour. *Sociology of Health and Illness*, 20(3), 381-400. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.00107>
- Hughes, R., & Huby, M. (2002). The application of vignettes in social and nursing research. *Journal of Advanced Nursing*, 37(4), 382-386.
- Hughes, R., & Huby, M. (2004). The construction and interpretation of vignettes in social research. *Social Work and Social Sciences Review*, 11(1), 36-51. <https://doi.org/10.1921/17466105.11.1.36>
- Jenkins, N., Bloor, M., Fischer, J., Berney, L., & Neale, J. (2010). Putting it in context: The use of vignettes in qualitative interviewing. *Qualitative Research*, 10(2), 175-198. <https://doi.org/10.1177/1468794109356737>
- Jennings, J. E., Edwards, T., Jennings, P. D., & Delbridge, R. (2015). Emotional arousal and entrepreneurial outcomes: Combining qualitative methods to elaborate theory. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 113-130. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.06.005>
- Kirschbaum, C., & Hoelz, J. C. (2014). A confiança em situações ambivalentes e incongruentes: A utilização de vinhetas como método exploratório. *RAM - Revista de Administração Mackenzie*, 15(3), 42-68. <https://doi.org/10.1590/1678-69712014/administracao.v15n3p42-68>
- Kirwan, J. R., De Saintonge, D. C., Joyce, C. R., & Currey, H. L. (1983). Clinical judgment in rheumatoid arthritis. I. Rheumatologists' opinions and the development of 'paper patients'. *Annals of the Rheumatic Diseases*, 42, 644-647.
- Leal, W., Filho, Skouloudis, A., Brandli, L. L., Salvia, A. L., Avila, L. V., & Rayman-Bacchus, L. (2019). Sustainability and procurement practices in higher education institutions: Barriers and drivers. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1267-1280. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.202>
- Liu, Y., & Xu, C. (2021). Consumer intention to purchase and corporate social responsibility: Evidence from an experiment in an entrepreneurial context. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.1987>
- Macêdo, N. M., & Bispo, M. de S. (2022). Qualitative vignettes drawing on real cases as method in organizational research. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 2022, 1-11. <https://doi.org/10.1002/cjas.1692>
- McKelvie, A., Haynie, J. M., & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 273-292. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.004>
- Mudrack, P. E., & Mason, E. S. (2021). Vignette themes and moral reasoning in business contexts: The case for the defining issues test. *Journal of Business Ethics*, 181, 979-995. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04944-8>
- Mullen, E., Alexander, J., & Coates, N. (2019). 'Think about what our industry stands for...': Exploring the impact of external factors on line manager perceptions of graduate employability. *Journal of Higher Education Policy and*

- Management*, 1, 1-14. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2019.1646381>
- Murphy, J., Hughes, J., Read, S., & Ashby, S. (2021). Evidence and practice: a review of vignettes in qualitative research. *Nurse Researcher*, 29(3), 8-14. <https://doi.org/10.7748/nr.2021.e1787>
- Murphy, K. R., Herr, B. M., Lockhart, M. C., & Maguire, E. (1986). Evaluating the performance of paper people. *Journal of Applied Psychology*, 71, 654-661.
- Paddam, A., Barnes, D., & Langdon, D. (2010). Constructing vignettes to investigate anger in multiple sclerosis. *Nurse Researcher*, 17(2), 60-73. <https://doi.org/10.7748/nr2010.01.17.2.60.c7463>
- Petrini, P. (2004). Um estudo crítico sobre o significado das vinhetas da Rede Globo. *Acta Scientiarum - Human and Social Sciences*, 26(1), 123-133. <https://doi.org/10.4025/actascihumansoc.v26i1.1568>
- Riley, A. H., Critchlow, E., Birkenstock, L., Itzoe, M. L., Senter, K., Holmes, N. M., & Buffer, S. W. (2021). Vignettes as research tools in global health communication: A systematic review of the literature from 2000 to 2020. *Journal of Communication in Healthcare*, 14(4), 283-292. <https://doi.org/10.1080/17538068.2021.1945766>
- Roberts, M. C., Johnson, A. Q., & Beidleman, W. B. (1984). The role of socioeconomic status on children's perceptions of medical and psychological disorders. *Journal of Clinical Child Psychology*, 13, 243-249. <https://doi.org/10.1080/15374418409533197>
- Sampson, H., & Johannessen, I. A. (2020). Turning on the tap: The benefits of using 'real-life' vignettes in qualitative research interviews. *Qualitative Research*, 20(1), 56-72. <https://doi.org/10.1177/1468794118816618>
- Sandri, O., Holdsworth, S., & Thomas, I. (2016). Vignette question design for the assessment of graduate sustainability learning outcomes. *Environmental Education Research*, 24(3). <https://doi.org/10.1080/13504622.2016.1263280>
- Sauer, S. J. (2011). Taking the reins: The effects of new leader status and leadership style on team performance. *Journal of Applied Psychology*, 96(3), 574-587. <https://doi.org/10.1037/a0022741>
- Skilling, K., & Stylianides, G. J. (2019). Using vignettes in educational research: A framework for vignette construction. *International Journal of Research and Method in Education*, 43(5), 541-556. <https://doi.org/10.1080/1743727X.2019.1704243>
- Spalding, N. J., & Phillips, T. (2007). Exploring the use of vignettes: from validity to trustworthiness. *Qualitative Health Research*, 17(7), 954-962. <https://doi.org/10.1177/1049732307306187>
- Thomas, R., Darby, J. L., Dobrzykowski, D., & van Hoek, R. (2021). Decomposing Social sustainability: Signaling theory Insights into supplier selection decisions. *Journal of Supply Chain Management*, 57(4). <https://doi.org/10.1111/jscm.12247>
- Törrönen, J. (2018). Using vignettes in qualitative interviews as clues, microcosms or provokers. *Qualitative Research Journal*, 18(3), 276-286. <https://doi.org/10.1108/QRJ-D-17-00055>
- Walster, E. (1966). Assignment of responsibility for an automobile accident. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 73-79.
- Wason, K. D., Polonsky, M. J., & Hyman, M. R. (2002). Designing vignette research in marketing. *Australasian Marketing Journal*, 10(3), 41-58. [https://doi.org/10.1016/S1441-3582\(02\)70157-2](https://doi.org/10.1016/S1441-3582(02)70157-2)
- Wilks, T. (2004). The use of vignettes in qualitative research into social work values. *Qualitative Social Work*, 3(1), 78-87. <https://doi.org/10.1177/1473325004041133>
- Yanow, D., & Tsoukas, H. (2009). What is reflection-in-action? A phenomenological account. *Journal of Management Studies*, 46(8), 1339-1364. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00859.x>

CONTEXTUS

REVISTA CONTEMPORÂNEA DE ECONOMIA E GESTÃO.

ISSN 1678-2089

ISSNe 2178-9258

1. Economia, Administração e Contabilidade – Periódico
2. Universidade Federal do Ceará. FEAAC – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIA E CONTABILIDADE (FEAAC)**

Av. da Universidade – 2486, Benfica
CEP 60020-180, Fortaleza-CE

DIRETORIA: Paulo Rogério Faustino Matos
Danielle Augusto Peres

Website: www.periodicos.ufc.br/contextus

E-mail: revistacontextus@ufc.br



A Contextus está classificada no sistema Qualis – Capes como periódico B1, na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo (2013-2016).



A Contextus está de acordo e assina a Declaração de São Francisco sobre a Avaliação de Pesquisas (DORA).



A Contextus é associada à Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC).



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial 4.0 Internacional.

EDITOR-CHEFE

Diego de Queiroz Machado (UFC)

EDITORES ADJUNTOS

Alane Siqueira Rocha (UFC)

Márcia Zabdiele Moreira (UFC)

EDITORES ASSOCIADOS

Adriana Rodrigues Silva (IPSantarém, Portugal)

Alessandra de Sá Mello da Costa (PUC-Rio)

Allysson Alex Araújo (UFC)

Andrew Beheregarai Finger (UFAL)

Armando dos Santos de Sousa Teodósio (PUC-MG)

Brunno Fernandes da Silva Gaião (UEPB)

Carlos Enrique Carrasco Gutierrez (UCB)

Cláudio Bezerra Leopoldino (UFC)

Dalton Chaves Vilela Júnior (UFAM)

Elionor Farah Jreige Weffort (FECAP)

Ellen Campos Sousa (Gardner-Webb, EUA)

Gabriel Moreira Campos (UFES)

Guilherme Jonas Costa da Silva (UFU)

Henrique César Muzzio de Paiva Barroso (UFPE)

Jorge de Souza Bispo (UFBA)

Keysa Manuela Cunha de Mascena (UNIFOR)

Manuel Anibal Silva Portugal Vasconcelos Ferreira (UNINOVE)

Marcos Cohen (PUC-Rio)

Marcos Ferreira Santos (La Sabana, Colômbia)

Mariluce Paes-de-Souza (UNIR)

Minelle Enéas da Silva (La Rochelle, França)

Pedro Jácome de Moura Jr. (UFPB)

Rafael Fernandes de Mesquita (IFPI)

Rosimeire Pimentel (UFES)

Sonia Maria da Silva Gomes (UFBA)

Susana Jorge (UC, Portugal)

Thiago Henrique Moreira Goes (UFPR)

CONSELHO EDITORIAL

Ana Sílvia Rocha Ipiranga (UECE)

Conceição de Maria Pinheiro Barros (UFC)

Danielle Augusto Peres (UFC)

Diego de Queiroz Machado (UFC)

Editinete André da Rocha Garcia (UFC)

Emerson Luís Lemos Marinho (UFC)

Eveline Barbosa Silva Carvalho (UFC)

Fátima Regina Ney Matos (ISMT)

Mario Henrique Ogasavara (ESPM)

Paulo Rogério Faustino Matos (UFC)

Rodrigo Bandeira-de-Mello (FGV-EAESP)

Vasco Almeida (ISMT)

CORPO EDITORIAL CIENTÍFICO

Alexandre Reis Graeml (UTFPR)

Augusto Cezar de Aquino Cabral (UFC)

Denise Del Pra Netto Machado (FURB)

Ednilson Bernardes (Georgia Southern University)

Ely Laureano Paiva (FGV-EAESP)

Eugenio Ávila Pedrozo (UFRGS)

Francisco José da Costa (UFPB)

Isak Kruglianskas (FEA-USP)

José Antônio Puppim de Oliveira (UCL)

José Carlos Barbieri (FGV-EAESP)

José Carlos Lázaro da Silva Filho (UFC)

José Célio de Andrade (UFBA)

Luciana Marques Vieira (UNISINOS)

Luciano Barin-Cruz (HEC Montréal)

Luis Carlos Di Serio (FGV-EAESP)

Marcelle Colares Oliveira (UFC)

Maria Ceci Araujo Misoczky (UFRGS)

Mônica Cavalcanti Sá Abreu (UFC)

Mozar José de Brito (UFL)

Renata Giovinazzo Spers (FEA-USP)

Sandra Maria dos Santos (UFC)

Walter Bataglia (MACKENZIE)