



## **Diretrizes para a realização da pesquisa de campo: suas origens e sua aplicação prática**

André Ferreira – Universidade Federal Fluminense – [andref@id.uff.br](mailto:andref@id.uff.br)

Raphael Jonathas da Costa – Universidade Federal Fluminense – [raphaeljonathas@id.uff.br](mailto:raphaeljonathas@id.uff.br)

Leonardo Moreira Ferreira – Universidade Federal do Rio de Janeiro –  
[leonardo.ferreira@graduacao.ie.ufrj.br](mailto:leonardo.ferreira@graduacao.ie.ufrj.br)

Ualison Rébula de Oliveira – Universidade Federal Fluminense – [ualisonrebula@id.uff.br](mailto:ualisonrebula@id.uff.br)



## Editorial

## **Diretrizes para a realização da pesquisa de campo: suas origens e sua aplicação prática**

A partir de setembro de 2023, a equipe editorial da RASI iniciou uma série de editoriais dedicados a diferentes métodos de pesquisa. Essa iniciativa surgiu a partir de uma pesquisa realizada com egressos de um programa de mestrado, que evidenciou desafios recorrentes na definição de métodos para a elaboração de dissertações. Os resultados dessa investigação estão disponíveis no terceiro número do volume 9 da revista (<http://dx.doi.org/10.20401/rasi.9.3.860>).

Em continuidade a essa proposta, os editoriais subsequentes exploraram diferentes abordagens metodológicas. O primeiro editorial de 2024 (volume 10, número 1) tratou da pesquisa-ação, destacando diretrizes para sua condução e elementos essenciais para garantir sua credibilidade (<http://dx.doi.org/10.20401/rasi.10.1.898>). No segundo editorial do ano, abordamos a integração das técnicas PLS-SEM e fsQCA, enfatizando a relevância dessa combinação e suas contribuições práticas e teóricas (<http://dx.doi.org/10.20401/rasi.10.2.931>). Já no terceiro número de 2024, o foco esteve no estudo de caso, fornecendo diretrizes para sua implementação, desde a elaboração do *design* até as estratégias para assegurar sua validade e confiabilidade (<https://doi.org/10.20401/rasi.10.3.987>).

Dando continuidade a essa iniciativa, este editorial tem como objetivo explorar o método de pesquisa de campo. Serão tratados os principais aspectos dessa abordagem, suas potencialidades e desafios, bem como recomendações para a condução de estudos consistentes. Esperamos que este material auxilie pesquisadores na aplicação do método de pesquisa de campo, contribuindo para a produção de conhecimento científico de qualidade.

No que tange aos artigos publicados, este número da revista apresenta seis contribuições que exploram temas como empreendedorismo, inovação e liderança, os quais são detalhados ao final deste editorial. Cada um desses trabalhos não só contribui para o avanço teórico nas suas respectivas áreas, mas também oferece *insights* valiosos que podem ser aplicados em contextos diversos, desde o ambiente acadêmico até o setor empresarial. Com isso, damos início ao conteúdo deste editorial.

### **A Pesquisa de Campo**

O Método de Pesquisa de Campo é um tipo de abordagem investigativa que visa coletar dados diretamente do ambiente onde os fenômenos estudados ocorrem, ao invés de se basear exclusivamente em fontes secundárias, como livros ou dados de outros estudos (Marconi & Lakatos, 2017). Essa metodologia é essencial para a compreensão de realidades complexas, permitindo que o pesquisador observe, interaja e registre informações que não poderiam ser obtidas de maneira tão profunda ou precisa por outros meios (Van Maanen, 1995).

O primeiro contato acadêmico com a pesquisa de campo e seus métodos pode ser desafiador. Isso ocorre porque os pesquisadores em ciências sociais enfrentam um desafio metodológico único, no qual as próprias condições de suas pesquisas tornam-se uma variável complexa e relevante para o entendimento dos resultados de suas investigações (Cicourel, 1969). A presença do pesquisador no campo, a sua interação com os participantes e as dinâmicas locais influenciam as descobertas, exigindo do pesquisador uma postura reflexiva e



crítica sobre os dados coletados e os impactos da sua presença no contexto estudado (Van Maanen, 1995; Paluck & Cialdini, 2014).

Para além de uma definição única, os métodos utilizados na realização de uma pesquisa de campo frequentemente se apresentam sob diferentes terminologias, variando conforme a sua aplicação prática e o campo científico em que estão inseridos. Termos como pesquisa qualitativa, estudo de caso, observação participante, etnografia e pesquisa clínica são frequentemente utilizados de forma correlata, mas possuem significados e implicações distintas que merecem ser esclarecidas. Este esclarecimento é fundamental para fornecer uma base teórica sólida e auxiliar pesquisadores iniciantes a compreenderem as diferenças e os enfoques metodológicos de cada abordagem (Van de Ven, 2017; Paluck & Cialdini, 2014).

Assim, para facilitar a familiarização com o tema, serão brevemente apresentados os conceitos mencionados, com o objetivo de oferecer uma visão mais clara das diferentes abordagens que compõem a pesquisa de campo.

A **pesquisa qualitativa**, por exemplo, é uma abordagem investigativa voltada para a coleta e análise de dados descritivos, com o objetivo de compreender as percepções e o contexto social dos indivíduos observados (Emerson, Fretz & Shaw, 2011). Ela se caracteriza por explorar fenômenos através da observação direta, entrevistas e estudos de caso. A pesquisa qualitativa é usada para explorar ou descrever eventos sociais, capturando as experiências dos participantes, ao contrário da pesquisa quantitativa, que se foca em dados numéricos. Enquanto os métodos quantitativos se caracterizam pela busca da objetividade, a pesquisa qualitativa busca uma aproximação mais humana e contextual (Van de Ven & Poole, 2017). Essa abordagem pode, no entanto, ser mal interpretada. Embora muitos associem a pesquisa qualitativa à ausência de números, ela pode envolver o uso de dados quantitativos para complementar e dar sentido às observações qualitativas, como, por exemplo, a coleta de dados de frequência e distribuição de comportamentos e eventos (Paluck, 2010).

De acordo com Paluck (2010), se os dados foram coletados de maneira sistemática, os resultados qualitativos podem ser usados como medidas de resultados em um estudo, codificando e analisando quantitativamente os dados como eventos ou classificações. Assim, a terminologia pesquisa qualitativa frequentemente serve como um guarda-chuva para diferentes métodos aplicados na pesquisa de campo, abrangendo uma variedade de técnicas que vão desde a observação direta até a etnografia e o estudo de caso (Van de Ven & Poole, 2017).

Outro método frequentemente utilizado como sinônimo de pesquisa de campo é a **pesquisa participante**, que envolve a observação realizada durante a participação ativa do pesquisador em um grupo social, atividade ou instituição. A pesquisa participante permite uma imersão profunda, como exemplificado por Cialdini (1993) na sua observação sobre formações de vendas. Ao participar ativamente dessas formações, Cialdini foi capaz de identificar princípios fundamentais das táticas de persuasão utilizadas pelos vendedores. Esse método implica uma interação direta com o contexto social estudado, permitindo ao pesquisador uma compreensão mais profunda e empática dos fenômenos observados. No entanto, deve-se destacar que a observação participante exige que o pesquisador se envolva ativamente com a comunidade estudada, o que pode levantar questões éticas e de imparcialidade. Embora a visão majoritária atual recomende que os pesquisadores se assumam com relação às suas perspectivas e crenças, deixando claras suas posições no processo de pesquisa (Van Maanen, 1995), a imparcialidade permanece uma questão complexa. A escolha do que observar, e mais



importante, do que deixar de observar, é intrinsecamente ligada à subjetividade do pesquisador, como amplamente discutido por Popper (1972) e outros pensadores críticos.

O **método etnográfico** é outro importante enfoque na pesquisa de campo, amplamente associado à antropologia cultural. Este método se caracteriza pela imersão do pesquisador no cotidiano do grupo estudado, com o objetivo de compreender as dinâmicas internas e os significados atribuídos pelos membros da comunidade. O etnógrafo busca uma vivência detalhada e prolongada com o grupo, realizando observações intensivas e participativas, muitas vezes por um período de um ano ou mais (Van Maanen, 1995).

A etnografia demanda uma compreensão holística da cultura, sendo essencial para a captura de nuances que seriam impossíveis de detectar sem a imersão completa no contexto social. O etnógrafo não só observa, mas se envolve nas atividades cotidianas, respeitando as dinâmicas locais e os significados atribuídos pelos participantes. Essa abordagem é crucial para estudos culturais, sociais e organizacionais, pois permite um olhar detalhado sobre as práticas e crenças do grupo, preservando sua integridade e evitando interferências externas que possam alterar a realidade estudada contextual (Van de Ven & Poole 2017).

Em contraste com a etnografia, a **pesquisa clínica** adota uma abordagem prática, orientada para a intervenção e frequentemente utilizada em contextos organizacionais. A pesquisa clínica foca na resolução de problemas dentro das organizações, com a premissa de que, para compreender uma organização, é necessário modificar intencionalmente seus processos e práticas (Schein, 1987).

Pesquisadores clínicos, muitas vezes consultores, participam ativamente do processo de mudança organizacional, acompanhando e analisando as respostas às intervenções realizadas. O pesquisador clínico não apenas coleta dados, mas também assume um papel ativo no diagnóstico e reestruturação das dinâmicas organizacionais. Esse processo exige um equilíbrio delicado entre o rigor científico e a flexibilidade prática, além de uma consciência crítica sobre os impactos das suas ações no campo (Van de Ven & Poole, 2017).

Embora etnógrafos e pesquisadores clínicos possuam metas distintas, ambos compartilham um compromisso com o rigor científico, a escuta ativa e a coleta metódica de dados. Ambos buscam compreender o que ocorre em um determinado tempo e espaço, guiando-se por questões essenciais, como “O que está acontecendo aqui?” e “De quem é a perspectiva?”, perguntas fundamentais que constituem um dos maiores desafios da pesquisa de campo (Van Maanen et al., 1982).

No decorrer da pesquisa de campo, os papéis clínico e etnográfico podem se entrelaçar de maneira significativa, exigindo do pesquisador a capacidade de transitar por essas duas esferas com prudência e autoconsciência. Como destaca Schein (1987, p. 29), “o pesquisador deve ser capaz de funcionar em ambos os papéis, clínico e etnográfico, e, além disso, deve estar altamente ciente de quando está em qual papel, para que nenhum dos relacionamentos seja fundamentalmente comprometido”.

De maneira geral, a pesquisa de campo visa descrever a vida organizacional ou social em seu ambiente natural, com base em observações íntimas e diretas, sob a ótica dos próprios participantes. Ao adotar essa abordagem, o pesquisador consegue capturar a complexidade das interações humanas e organizacionais, respeitando a dinamicidade dos contextos observados e a multiplicidade de perspectivas envolvidas (Van de Ven & Poole, 2017).



Para este editorial, adotaremos o conceito de pesquisa de campo no ambiente organizacional, conforme apresentado por autores como (Van de Ven & Poole, 2017), que definem o campo organizacional como um espaço em que a interação entre os membros e as dinâmicas internas são essenciais para a compreensão das estruturas e práticas que emergem dentro das organizações.

Assim, em sua essência, a pesquisa de campo busca a imersão no contexto estudado. Os dados podem ser coletados através de diversas técnicas, como observação direta, entrevistas, questionários, grupos focais e outros instrumentos que possibilitam o contato direto com os participantes ou com o ambiente de estudo. Esse tipo de pesquisa é amplamente utilizado em áreas como Ciências Sociais, Administração, Educação, Saúde, entre outras, devido à sua capacidade de proporcionar uma visão realista e contextualizada dos fenômenos.

### **Questões Teórico-Metodológicas nas Pesquisas de Campo**

As pesquisas de campo são fundamentais para o avanço do conhecimento em diversas áreas, especialmente nas ciências sociais e organizacionais, devido à sua capacidade de revelar fenômenos complexos e contextuais que não seriam facilmente acessíveis por outros métodos. No entanto, essas pesquisas envolvem uma série de questões teórico-metodológicas que precisam ser consideradas. Entre os aspectos mais relevantes estão as vantagens que conferem à pesquisa de campo sua riqueza, os vícios típicos que podem prejudicar sua credibilidade e os desafios inerentes à condução de tais estudos. Estas questões são apresentadas a seguir:

#### **Vantagens da Pesquisa de Campo**

As pesquisas de campo são reconhecidas pela sua capacidade de proporcionar uma visão profunda e detalhada de fenômenos sociais e organizacionais. Um dos maiores benefícios é a autenticidade que a pesquisa de campo oferece. Ao permitir que o pesquisador observe e interaja diretamente com o ambiente ou os participantes, a pesquisa de campo assegura que os dados coletados sejam representativos do contexto real, ao contrário de ambientes laboratoriais ou simulações artificiais. Como Paluck e Cialdini (2014) apontam, esse tipo de pesquisa possibilita a identificação de comportamentos e fenômenos que podem ser ignorados ou distorcidos por métodos mais controlados, permitindo uma compreensão mais rica e dinâmica do fenômeno estudado.

Além disso, a pesquisa de campo tem a capacidade de capturar a complexidade dos contextos sociais e organizacionais. Ao se envolver diretamente com os participantes e as situações observadas, o pesquisador consegue entender as interações, os significados e os processos que, muitas vezes, não são evidentes a partir de dados quantitativos ou de análises teóricas (Van de Ven & Poole, 2017). Goldenberg (1997) destaca a capacidade da pesquisa qualitativa, com ênfase na etnografia, de captar os detalhes e as sutilezas dos comportamentos humanos e das práticas culturais que constituem o campo de estudo.

Essa proximidade com o campo também confere à pesquisa uma flexibilidade metodológica, permitindo que o pesquisador se ajuste conforme novas questões ou oportunidades surjam durante o processo de coleta de dados. A interação direta com os

participantes e o contexto social ou organizacional frequentemente leva a descobertas inesperadas, que podem enriquecer ainda mais o estudo (Harvey & Spee, 2023).

### **Vícios Típicos da Pesquisa de Campo**

Apesar de suas qualidades, a pesquisa de campo também apresenta vícios e limitações que devem ser geridos com cuidado. Um dos principais vícios está relacionado ao viés do pesquisador. A presença do pesquisador no campo pode alterar a dinâmica do grupo observado, levando a comportamentos ou respostas que não seriam naturais sem a intervenção externa. Como destaca Van Maanen (1995), a interação entre o pesquisador e os participantes pode introduzir efeitos de reatividade, nos quais os sujeitos alteram suas ações devido ao conhecimento de que estão sendo observados. Esse viés pode ser particularmente problemático em estudos de campo onde a observação é feita de forma muito próxima ou onde os participantes têm consciência das intenções do pesquisador.

Além disso, a falta de imparcialidade nas observações é um vício comum, principalmente nas abordagens qualitativas, como a etnografia e a pesquisa participante. A subjetividade do pesquisador pode levar à interpretação tendenciosa dos dados, principalmente quando ele se envolve emocionalmente com o grupo estudado ou quando suas crenças e valores pessoais afetam a análise. Como Paluck (2010) afirma, a identificação do pesquisador com os participantes ou a empatia excessiva pode comprometer a objetividade da pesquisa. Por isso, os pesquisadores devem estar cientes dos riscos de excessiva empatia ou engajamento emocional, que podem distorcer a interpretação dos dados.

### **Desafios da Pesquisa de Campo**

Os desafios da pesquisa de campo são consideráveis, principalmente porque essa abordagem requer que o pesquisador lide com complexidades éticas, logísticas e metodológicas. Um dos principais desafios é o acesso ao campo. Em muitos casos, o pesquisador precisa negociar o acesso às organizações ou aos grupos estudados, o que pode ser uma barreira significativa. Além disso, questões como confidencialidade, respeito aos direitos dos participantes e consentimento informado são fundamentais para a ética da pesquisa de campo. A manipulação inadequada desses aspectos pode comprometer a credibilidade da pesquisa e gerar consequências legais ou éticas sérias (Schein, 1987).

A duração e a intensidade do trabalho de campo também representam desafios. Estudos etnográficos, por exemplo, exigem longos períodos de observação, o que pode ser exaustivo e, em alguns casos, levar a um efeito de saturação, onde o pesquisador começa a observar os mesmos fenômenos repetidamente sem gerar novas descobertas significativas (Van de Ven & Poole, 2017). Isso pode ser um obstáculo para manter a objetividade e a capacidade crítica, exigindo que o pesquisador tenha uma postura reflexiva constante para evitar quedas no nível de engajamento e análise.

Por fim, a generalização dos resultados obtidos em um estudo de campo pode ser um desafio. Como a pesquisa de campo geralmente se concentra em contextos específicos e grupos particulares, a aplicação dos resultados a outras organizações ou cenários pode ser limitada. Esse é um ponto crucial de debate, especialmente quando se trata de pesquisa em organizações,

onde os dados gerados podem ser profundamente contextuais e difíceis de generalizar para diferentes ambientes ou culturas organizacionais (Harvey & Spee, 2023).

### **Conflitos Entre Acadêmicos e Profissionais**

O artigo de Harvey e Spee (2023) destaca o conflito entre acadêmicos e profissionais como um desafio significativo na pesquisa de campo, especialmente no contexto organizacional. Enquanto os acadêmicos têm como objetivo produzir conhecimento rigoroso e teoricamente fundamentado, os profissionais muitas vezes estão mais preocupados com a aplicação prática imediata dos resultados. Esse conflito pode surgir em várias fases da pesquisa, desde a formulação do problema até a análise e interpretação dos dados. Para os profissionais, a pesquisa de campo pode ser vista como demorada e complexa, enquanto os acadêmicos, por sua vez, podem sentir que a aplicação de soluções rápidas compromete a profundidade e a qualidade da análise.

Harvey e Spee (2023) sugerem que uma possível solução para esse dilema é adotar uma abordagem colaborativa, onde acadêmicos e profissionais trabalham juntos para definir o problema de pesquisa, coletar dados e interpretar os resultados. Isso permite que ambas as partes contribuam com sua expertise, resultando em pesquisas que não apenas avançam o conhecimento acadêmico, mas também oferecem soluções práticas para os desafios organizacionais do mundo real

### **Aplicações práticas da pesquisa de campo nos estudos das organizações**

A pesquisa de campo oferece uma abordagem robusta e contextualizada para a compreensão das dinâmicas organizacionais, permitindo aos pesquisadores observar e interagir com os ambientes e os participantes diretamente. Para aplicar essa metodologia de maneira eficaz no estudo das organizações, é fundamental seguir uma estrutura metodológica sólida, a qual inclui diversas etapas essenciais, desde a definição do problema até a coleta, análise e interpretação dos dados.

O **primeiro passo** na realização de uma pesquisa de campo é a definição clara do **problema de pesquisa**. Em organizações, isso envolve identificar uma lacuna no conhecimento sobre a estrutura, os processos ou os comportamentos que ocorrem dentro da organização. A formulação do problema deve ser orientada por uma base teórica clara, mas também precisa ser flexível para acomodar a complexidade e a dinâmica do campo investigado. O objetivo é entender qual fenômeno organizacional será investigado e formular questões amplas que podem ser refinadas à medida que o trabalho de campo avança. Segundo Cicourel (1969), a precisão na definição do problema é crucial para garantir que os resultados possam ser aplicados efetivamente ao contexto estudado. A clareza nas perguntas de pesquisa permite que o estudo busque não apenas a descrição dos fenômenos, mas também a explicação das relações causais que os envolvem.

A **escolha do local e dos participantes é a próxima etapa** essencial na pesquisa de campo. A seleção do local deve ser feita com base na relevância para o problema em questão, levando em consideração a acessibilidade e a viabilidade de interação com os participantes. No contexto organizacional, isso pode significar selecionar uma ou várias organizações que



representem adequadamente o setor ou o fenômeno estudado. A amostragem de participantes deve ser intencional, com o pesquisador escolhendo indivíduos que, com base em suas funções ou experiências, possam oferecer *insights* valiosos sobre o fenômeno em estudo. A diversidade e representatividade dos participantes são importantes para garantir que os resultados sejam aplicáveis a uma gama mais ampla de cenários organizacionais, e não restritos a um único ponto de vista ou grupo (Van de Ven & Poole, 2017).

Uma vez definidos os participantes e o local de pesquisa, **a coleta de dados** em uma pesquisa de campo organizacional deve ser realizada com base em uma combinação de métodos qualitativos e quantitativos. A observação direta é uma das ferramentas mais eficazes, permitindo que o pesquisador capture interações naturais dentro da organização. A observação pode ser passiva, onde o pesquisador se limita a observar sem interferir, ou ativa, quando há alguma interação direta com os participantes. Além disso, entrevistas individuais ou em grupo podem ser realizadas para aprofundar a compreensão sobre as percepções e experiências dos envolvidos. As entrevistas são particularmente valiosas para entender os significados atribuídos pelos participantes aos fenômenos organizacionais. Questionários ou *surveys* também podem ser usados para coletar dados quantitativos, como a frequência de determinados comportamentos ou atitudes, permitindo uma análise complementar que fortalece as conclusões do estudo (Paluck & Cialdini, 2014; Van de Ven & Poole, 2017).

Após a coleta dos dados, **a análise** precisa ser conduzida de maneira cuidadosa e rigorosa. A análise qualitativa envolve a codificação dos dados, identificando padrões, temas ou categorias que emergem das entrevistas, observações e outros registros. A análise de conteúdo, por exemplo, permite que o pesquisador organize as informações em tópicos que ajudam a explicar as dinâmicas sociais e organizacionais observadas (Bardin, 1977). A análise quantitativa, por sua vez, é utilizada quando o estudo envolve dados numéricos, como aqueles obtidos a partir de *surveys* ou questionários. Nesse caso, métodos estatísticos podem ser empregados para identificar relações entre variáveis, como a correlação entre atitudes dos funcionários e a satisfação no trabalho. A triangulação de dados, que envolve a combinação de diferentes fontes e métodos de coleta, é uma prática recomendada para aumentar a validade dos resultados, permitindo que o pesquisador compare dados qualitativos e quantitativos e verifique a consistência das conclusões obtidas (Van Maanen, 1995).

Por fim, ao chegar às **conclusões**, o pesquisador deve integrar os dados coletados com a base teórica que orientou a pesquisa. As conclusões devem ser fundamentadas nas teorias existentes, comparando os dados obtidos com as expectativas formuladas antes da coleta. Isso implica examinar como os resultados confirmam, modificam ou ampliam o entendimento sobre o fenômeno investigado. Além disso, as conclusões devem ter implicações práticas para os gestores ou profissionais da organização, oferecendo soluções ou recomendações baseadas nas descobertas da pesquisa. No entanto, é fundamental que o pesquisador reflita criticamente sobre as limitações do estudo, reconhecendo possíveis vieses ou falhas no processo de coleta de dados. A transparência nas limitações ajuda a fortalecer a credibilidade da pesquisa e fornece uma base sólida para investigações futuras. A pesquisa de campo, por sua natureza exploratória, frequentemente abre novos caminhos para a compreensão das organizações, gerando novas questões e problemas a serem investigados em estudos subsequentes (Schein, 1987; Van de Ven & Poole, 2017).



Assim, a pesquisa de campo no estudo das organizações permite uma análise profunda das dinâmicas internas, das relações entre os participantes e dos fatores que influenciam o comportamento organizacional. A aplicação rigorosa da metodologia de pesquisa de campo é crucial para garantir que os resultados sejam válidos, relevantes e aplicáveis ao contexto estudado, seja ele uma pequena empresa ou uma grande corporação. A flexibilidade e a capacidade de adaptação do pesquisador são essenciais para que a pesquisa reflita a complexidade das interações humanas e organizacionais, permitindo que novas perspectivas sejam constantemente incorporadas ao estudo.

Por fim, cabe considerar que o elo entre teoria e prática é parte fundamental da formulação de uma pesquisa de campo produtiva, com a literatura e a prática no campo se relacionando a todo instante, cooperando, antagonizando e enformando substancialmente os resultados obtidos. De acordo com Gehman (2018), a pesquisa de campo tem sido discutida com maior ênfase nas etapas de análise de dados e de formulações teóricas, e é frequentemente acompanhada de uma “ênfase neurótica na codificação” (Suddaby, 2006, p. 638). Em paralelo, o processo de coleta de dados não recebe particular enfoque, sendo frequentemente descrito de forma linear e procedural, como se ocorresse em um ambiente isolado, tipicamente laboratorial (Aguinis & Solarino, 2019; Aguinis et al., 2021). Essa abordagem reforça uma visão equivocada de que a pesquisa em gestão deve seguir os princípios da ciência laboratorial (Harley, 2019), desconsiderando as nuances e os desafios do trabalho de campo, em desarmonia com a promoção de colaborações produtivas entre acadêmicos e profissionais (McCabe et al., 2021; Simsek et al., 2018).

### **Considerações finais sobre a pesquisa de campo**

A pesquisa de campo emerge como uma ferramenta metodológica indispensável para os estudos organizacionais, oferecendo uma abordagem investigativa que combina observação direta, interação com o contexto estudado e análise reflexiva dos fenômenos. A pesquisa de campo transcende definições rígidas, apresentando-se como um conjunto de técnicas flexíveis, adaptáveis a diferentes áreas do conhecimento, como administração, antropologia e psicologia social.

Entre as qualidades da pesquisa de campo, enfatizamos sua capacidade de capturar a complexidade das interações humanas em seu contexto natural. Essa abordagem permite a coleta de dados ricos e detalhados, que frequentemente revelam nuances que seriam perdidas em métodos laboratoriais ou em análises baseadas exclusivamente em fontes secundárias. Ao integrar métodos qualitativos e quantitativos, a pesquisa de campo também facilita a triangulação de dados, ampliando a validade e a aplicabilidade dos resultados.

Um dos principais problemas identificados é o potencial viés do pesquisador, que pode influenciar os resultados devido à sua interação com os participantes ou ao seu envolvimento emocional no campo. Além disso, a dificuldade de generalizar os achados para outros contextos e a tensão entre rigor acadêmico e aplicabilidade prática são apontadas como limitações que demandam atenção contínua. A contribuição de autores como Paluck e Cialdini (2010; 2014), bem como de Goldenberg (1997), reforça a necessidade de uma postura reflexiva e crítica por parte dos pesquisadores, reconhecendo os limites e as potencialidades do método.

Cabe ainda destacar um aspecto central nas pesquisas organizacionais contemporâneas: o conflito entre acadêmicos e profissionais. Conforme discutido por Harvey e Spee (2023), esse conflito emerge das diferentes expectativas de cada grupo em relação à pesquisa. Enquanto os acadêmicos buscam profundidade teórica e rigor metodológico, os profissionais frequentemente priorizam soluções rápidas e aplicáveis aos problemas organizacionais. A proposta de abordagens colaborativas, mencionada no texto, aponta para um caminho promissor, no qual ambos os grupos podem contribuir para a criação de conhecimento teórico e prático.

Por fim, a pesquisa de campo, além de suas aplicações práticas, desempenha um papel crucial na integração entre teoria e prática. Ao se posicionar como um método flexível e interdisciplinar, ela não apenas promove o avanço do conhecimento acadêmico, mas também oferece *insights* valiosos para a tomada de decisão em organizações. A continuidade das discussões sobre questões teórico-metodológicas, como o equilíbrio entre rigor e relevância prática, será fundamental para fortalecer o impacto das pesquisas de campo no futuro.

### **Apresentação dos artigos desta edição**

Ao longo dos anos, desde sua primeira edição, a RASI passou por diferentes fases e contou com diversas equipes editoriais. No entanto, sempre se manteve fiel à sua missão de divulgar e debater temas, além de apresentar resultados de pesquisas nas áreas de Inovação, Sociedade e Administração. Com a publicação de textos inéditos, a revista busca oferecer aos leitores uma visão atualizada e aprofundada das questões mais relevantes nesse campo de pesquisa.

Neste número, temos o prazer de apresentar uma série de artigos que abordam o crescente impacto da inovação e do empreendedorismo no contexto acadêmico. As universidades, cada vez mais, se posicionam como centros dinâmicos não só de ensino e pesquisa, mas também de transformação social e econômica. As iniciativas empreendedoras dessas instituições, além de enriquecerem o ambiente acadêmico, têm contribuído de maneira significativa para o desenvolvimento regional e nacional. A maioria dos artigos deste número explora essa evolução, trazendo estudos de caso e reflexões sobre o papel das universidades na promoção do empreendedorismo e da inovação. A seguir, apresentamos um resumo dos conteúdos dos artigos deste número, organizados por tema, e não pela ordem de sua publicação:

O artigo **“Uma Autoetnografia de Uma Universidade Empreendedora: Universidade Federal do ABC (UFABC), Brasil”** aborda as iniciativas empreendedoras da Universidade Federal do ABC (UFABC), que se destacam pelo alto grau de inovação. A pesquisa revela como a universidade tem transformado suas práticas acadêmicas com a criação de programas como o *Curiosity Leading Innovations for People and Sustainability (CLIPS)* e a InovaUFABC, além de ações como a Empresa Júnior, que coloca seus alunos em contato direto com grandes empresas. A abordagem construcionista social, aliada à autoetnografia, proporciona uma visão única sobre essas iniciativas, posicionando a UFABC como um modelo para outras instituições no Brasil.

Em uma abordagem também focada no ensino de empreendedorismo, o artigo **“Desenvolvimento de competências empreendedoras em um curso de direito: experiência com “Hackathon”** descreve a experiência de aplicar o modelo de aprendizagem



Hackathon no curso de Direito da Mackenzie. Essa iniciativa visa estimular o engajamento dos alunos com o empreendedorismo, um campo que tradicionalmente encontra resistência no curso de Direito. O estudo mostra como o Hackathon não só aumentou a participação dos alunos, mas também gerou uma integração mais profunda entre a universidade e o setor empresarial, oferecendo aos estudantes novas oportunidades de aprendizado e desenvolvimento de projetos inovadores.

Em outra direção, o artigo **“Uberhub, um Ecossistema de Inovação: uma Análise à Luz da Visão Sistêmica”** apresenta uma análise sistêmica do ecossistema de inovação UberHub, em Uberlândia/MG. O estudo revela como esse ecossistema conecta diferentes atores e fomenta a inovação e o empreendedorismo na região. No entanto, também aponta desafios importantes, como a falta de liderança estratégica, que comprometem o pleno desenvolvimento do ecossistema. Esse artigo é uma reflexão sobre a importância de se criar uma infraestrutura sólida para a inovação, e como o apoio a iniciativas empreendedoras pode fortalecer o ambiente local.

O estudo **“O papel das universidades empreendedoras no desenvolvimento do Ecossistema de Inovação de Sorocaba: os casos da UFSCar e da UNISO”** segue essa linha, analisando as ações de duas universidades do interior de São Paulo – a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e a Universidade de Sorocaba (UNISO) – que têm se destacado no ecossistema de inovação de Sorocaba. Por meio de pesquisa documental e análise de dados secundários, o artigo evidencia como essas universidades têm promovido a inovação e o empreendedorismo, além de atuar como agentes fundamentais no desenvolvimento do ecossistema local. A pesquisa destaca o papel dessas instituições como facilitadoras de uma rede colaborativa entre academia e setor privado, essencial para a geração de soluções inovadoras.

A importância de uma conexão mais estreita entre academia e sociedade também é abordada no artigo **“Criação de um ecossistema de inovação e empreendedorismo através da Universidade: um estudo de caso”**, que apresenta um estudo de caso sobre o campus da Universidade Federal de Lavras em São Sebastião do Paraíso, Minas Gerais. Com foco em inovação e empreendedorismo, a universidade tem criado parcerias com empresas locais e promovido eventos educacionais para estimular a educação empreendedora. O estudo aponta que a diversificação da economia local, impulsionada por essas parcerias, é um fator crucial para o desenvolvimento da região, e que o fortalecimento contínuo desse ecossistema será vital para o sucesso do projeto a longo prazo.

Por fim, o artigo **“As perspectivas de mulheres em posições de liderança em micro e pequenas empresas na cidade de Manaus”** apresenta uma reflexão sobre a liderança feminina nas micro e pequenas empresas em Manaus. A pesquisa qualitativa, que envolveu entrevistas com mulheres em cargos de liderança, revela os desafios que essas líderes enfrentam, como a inovação e a conciliação entre trabalho e vida familiar. A pesquisa destaca, ainda, a necessidade de mudanças paradigmáticas em relação às condições das mulheres no mercado de trabalho, apontando que o aumento de líderes mulheres é essencial para a transformação social e econômica.

A leitura desses artigos proporciona uma visão ampla sobre a dinâmica da inovação e do empreendedorismo nas universidades brasileiras, destacando como essas instituições estão moldando o futuro do país. Além disso, este número traz uma reflexão sobre a liderança

feminina, com uma análise dos desafios enfrentados por mulheres líderes em micro e pequenas empresas. A continuidade das práticas inovadoras, o fortalecimento da educação empreendedora e a ampliação do debate sobre inclusão e equidade no mercado de trabalho são aspectos essenciais para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a transformação social.

Volta Redonda, 28 de janeiro de 2025.

### Referências

- Aguinis, H., & Solarino, A. M. (2019). Transparency and replicability in qualitative research: The case of interviews with elite informants. *Strategic Management Journal*, 40(8), 1291–1315. <https://doi.org/10.1002/smj.3015>
- Aguinis, H., Hill, N. S., & Bailey, J. R. (2021). Best practices in data collection and preparation: Recommendations for reviewers, editors, and authors. *Organizational Research Methods*, 24(4), 678–693. <https://doi.org/10.1177/1094428119836485>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Calás, M. B., & Smircich, L. (1999). *Past Postmodernism? Reflections and Tentative Directions*. *Academy of Management Review*, 24(4), 649–672. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.2553246>
- Cialdini, R. B. (1993). *Influence (rev): The Psychology of Persuasion*. New York: HarperCollins.
- Cialdini, R. B., & Paluck, E. L. (2014). The role of field research in social psychology. In J. M. Levine (Ed.), *Handbook of field research*, 111–123. Sage Publications.
- Cicourel, A. (1969). Theory and method in field research. In *Method and measurement in sociology*, 39–72. Nova York: The Free Press.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing ethnographic fieldnotes*. University of Chicago Press.
- Gehman, J., Glaser, V., Eisenhardt, K., Gioia, D., Langley, A., & Corley, K. (2018). Finding theory-method fit: A comparison of three qualitative approaches to theory building. *Journal of Management Inquiry*, 27(3), 284–300. <https://doi.org/10.1177/1056492617706029>
- Goldenberg, M. (1997). *A arte de pesquisar: Como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Ed. Record.
- Harley, B. (2019). Confronting the crisis of confidence in management studies: Why senior scholars need to stop setting a bad example. *Academy of Management Learning & Education*, 18(2), 286–297. <https://doi.org/10.5465/amle.2018.0107>
- Harvey, W. S., & Spee, A. P. (2023). Walking the tightrope of academic and practitioner expectations in field research. *Management Learning*, 55(5), 769–789. <https://doi.org/10.1177/13505076231213176>



Marconi, M. D. A., & Lakatos, E. M. (2018). *Metodologia do trabalho científico: Projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado dissertações de mestrado e trabalhos de conclusão de curso*. São Paulo: Atlas.

McCabe, A., Osegowitsch, T., Parker, R., & Cox, S. (2021). Knowledge co-production in academic-practitioner research collaboration: An expanded perspective on power. *Management Learning*, 52(5), 604–629. <https://doi.org/10.1177/1350507620988431>

Paluck, E. L. (2010). The promising integration of qualitative methods and field experiments. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 628(1), 59–71. <https://doi.org/10.1177/0002716209351510>

Paluck, E. L., & Cialdini, R. B. (2014). Field research methods. In H. T. Reis & C. M. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology*, 81–98. Cambridge: Cambridge University Press.

Popper, K. (1972): *Objective Knowledge*. New York: Oxford Univ. Press.

Schein, E. H. (1987). *Process consultation: Lessons for managers and consultants*. Addison-Wesley.

Simsek, Z., Bansal, P., Shaw, J. D., Heugens, P., & Smith, W. K. (2018). From the editors—Seeing practice impact in new ways. *Academy of Management Journal*. Advance online publication. <https://doi.org/10.5465/amj.2018.4006>

Suddaby, R. (2006). From the editors: What grounded theory is not. *The Academy of Management Journal*, 49(4), 633–642. <https://doi.org/10.5465/amj.2006.22083020>

Van de Ven, A. H., & Poole, M. S. (2017). Field research methods. In J. A. C. Baum (Ed.), *The Blackwell companion to organizations*, 859–878. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405164061.ch38>

Van Maanen, J., Dabbs, J. M., Jr., & Faulkner, R. R. (1982). *Varieties of qualitative research* (Sage Series on Studying Organizations: Innovations in Methodology, Vol. 5). Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Van Maanen, J. (1995). *Representation in ethnography*. Sage Publications.