

# Guia para Realização de Pesquisa e Publicação em Marketing: Da conceituação ao Processo de Revisão

John O. Summers  
Universidade de Indiana

**O guia é indicado para pesquisadores iniciantes.**

Os assuntos discutidos são:

- desenvolvimento das habilidades necessárias para pesquisa;
- conceituação do estudo
- construção do projeto de pesquisa
- produção do manuscrito
- resposta aos revisores

## **BAIXA ACEITAÇÃO DE MANUSCRITOS NOS PRINCIPAIS JORNAIS DE MARKETING**

Aproximadamente 80% dos manuscritos submetidos são rejeitados na rodada inicial dos revisores. Algumas das razões são:

1. As questões investigadas não são muito interessantes, como por exemplo, estudos descritivos e a falta de implicação teórica.
2. Apesar de bem executada, a pesquisa não contribui muito à literatura e é na verdade réplica de outra pesquisa com pequenas modificações.
3. A base conceitual não é bem desenvolvida. Faltam definições precisas (ex: faltam definições conceituais precisas dos construtos e racionalidade teórica adequada às hipóteses.)
4. A metodologia possui erros graves como: amostragem inadequada para a pesquisa em questão; a validade de uma ou mais medidas é suspeita e/ou o experimento não tem realismo.
5. A escrita é tão confusa que mesmo após correção e nova submissão, o resultado ainda seria um manuscrito inaceitável.

O estudo deve ser mais digno do que os outros que competem pelo mesmo espaço no jornal.

A pergunta a ser feita é: “O que os pesquisadores devem fazer para aumentar as chances de que seu trabalho contribua de forma significativa ao conhecimento em marketing e estar entre aqueles que são eventualmente publicados por um dos jornais mais aceitos?”.

# **PESQUISA ACADÊMICA SOBRE TEMAS SUBSTANTIVOS EM MARKETING**

## 12 regras para os pesquisadores em marketing:

**1) Desenvolva ampla gama de habilidades metodológicas**  
(ex: métodos qualitativos, metodologia de pesquisa e projeto experimental)

Com esta regra, evita-se estar restrito ao que se pode estudar e aprender com o estudo. Por exemplo: Alguém com pouco ou nenhum treinamento com pesquisa qualitativa está limitado quanto ao desenvolvimento de embasamento teórico em sua pesquisa, e os pesquisadores sem habilidade com projeto experimental provavelmente usarão avaliações para testar as hipóteses causais.

Os benefícios de uma variedade de habilidades metodológicas são de longo prazo, pois é possível recorrer a tais habilidades por muitos anos. Muitas técnicas usadas hoje foram desenvolvidas há décadas.

**2) Aprenda ser um leitor crítico**

É importante adotar uma postura crítica ao ler um trabalho, pois somente ao procurar por falhas e limitações na pesquisa que lêem é que os pesquisadores desenvolvem idéias para o trabalho.

Os leitores devem preocupar-se quanto à inexistência de ambigüidade nas definições conceituais e se a teoria fornecida para as hipóteses é convincente.

Quanto à metodologia, devem verificar se não há sérios problemas com variação de métodos compartilhados e se as medidas usadas validam os construtos abordados.

As limitações encontradas em pesquisas já existentes alertam os pesquisadores para oportunidades de realizar contribuições na área pesquisada.

**3) Concentre-se em desenvolver hipóteses a serem testadas**

Ao iniciar a revisão de literatura, é importante começar a pensar em identificar as hipóteses que serão testadas. Isso ajuda a desenvolver estrutura e delimitação aos estudos empíricos. Por outro lado, permite determinar quais artigos da área de interesse são mais específicos para o estudo empírico a realizar. Ao decidir quais hipóteses serão investigadas, deve-se pensar sobre a potencial contribuição à literatura e a viabilidade de uma pesquisa rigorosa.

**4) Use a literatura para estimular seu pensamento**

É importante que a literatura existente seja usada para estimular o pensamento além de somente entender o que cada artigo apresenta. Deve-se perguntar por que estudos diferentes mostram resultados conflitantes e quais inferências podem ser feitas dos estudos como um todo.

Também é importante preocupar-se em como o embasamento teórico atual pode ser melhorado. Por exemplo: Pesquisadores anteriores desprezaram importantes antecedentes ou conseqüências? Pesquisadores do passado falharam em considerar potenciais mediadores ou moderadores?

Os pesquisadores não podem permitir que a literatura limite seu pensamento.

Para que isso não aconteça devem ter em mente o que pessoalmente acreditam sobre o fenômeno abordado. E isso deve ser feito ao longo da revisão e não somente no final.

## **5) Coloque no papel**

Os pesquisadores devem escrever suas idéias conforme aparecem e manter um arquivo para evitar perda de tempo tentando recapturá-las ou perdê-las para sempre.

O mero ato de escrever as idéias geralmente faz com que os pesquisadores percebam ambigüidades e identifiquem problemas.

## **6) Não trabalhe isoladamente**

Sem interagir com outros é difícil conceituar uma boa pesquisa, pois não é fácil avaliar o próprio trabalho, principalmente para iniciantes.

Ao comunicar idéias aos outros, os pesquisadores clarificam e descobrem novas idéias, além de identificar problemas.

Melhor ainda é que essa interação seja feita após a transferência das idéias ao papel.

## **7) Desenvolva definições conceituais precisas para os construtos**

As definições conceituais dos construtos de interesse precisam de atenção especial. Construtos são os tijolos da teoria. Sem definições conceituais bem desenvolvidas é impossível construir uma teoria coerente. Por exemplo, não se pode estabelecer uma relação entre A e B se ambos não estão bem definidos.

Evite desenvolver pseudodefinições. Um construto não pode ser definido por seus antecedentes ou conseqüências. Isso faz com que a ligação entre A e B não seja testável. Outra pseudodefinição é a mera exemplificação do que é um construto.

Antes de mover adiante, é preciso certificar-se de que os construtos estão bem definidos.

## **8) Avalie as hipóteses**

As hipóteses a serem testadas precisam ser avaliadas antes da definição do estudo empírico.

- As hipóteses estão escritas com clareza?
- Todas são falsificáveis?

- Alguma hipótese envolve truísmo ou tautologia?
- Alguma hipótese é trivial a ponto de colocar em dúvida a metodologia caso os resultados sejam negativos?
- A racionalidade teórica de cada hipótese é atraente?
- Há argumentos adicionais que fortaleceriam o embasamento conceitual da hipótese?
- As hipóteses formam um conjunto coerente?

Somente após exaustiva crítica dos aspectos conceituais e revisões necessárias é que o pesquisador deve prosseguir para a fase de projeto.

O momento de revisão da estrutura conceitual é antes que os dados sejam coletados. Após a coleta dos dados, as mudanças na estrutura conceitual são limitadas às medidas disponíveis.

### 9) Identifique as contribuições pretendidas

Neste ponto é importante que as contribuições pretendidas sejam explícitas para que se possa avaliá-las.

#### Contribuições Conceituais:

- definições conceituais aprimoradas dos construtos originais;
- a identificação e definição conceitual de construtos a serem adicionadas à estrutura conceitual (ex: variáveis dependentes, independentes, mediadoras e/ou moderadoras);
- desenvolvimento de conexões teóricas adicionais (ex: hipótese de pesquisa) com sua respectiva racionalidade;
- desenvolvimento de racionalidade teórica adicional para as conexões existentes.

#### Contribuições Empíricas:

- teste das conexões empíricas entre dois construtos que ainda não foram testadas,
- avaliação dos efeitos de uma variável moderadora potencial sobre a natureza da relação entre dois construtos,
- determinação do grau em que uma variável media a relação entre dois construtos,
- investigação das propriedades psicométricas de uma escala importante.

#### Contribuições Metodológicas:

Quando estudos de campo são usados, contribuições metodológicas podem envolver mudanças no desenho de estudos passados que:

- reduzem os problemas potenciais com variação de método compartilhado através do uso de múltiplos métodos de mensuração,
- aumentam a capacidade de generalizabilidade da pesquisa através de procedimentos de amostragem mais adequados,
- permitem a avaliação da plausibilidade de “explicações de terceira variável” para o resultado de estudos passados,
- acentuar a validade do construto de mensurações importantes através do uso de medidas de múltiplos itens e/ou uso de abordagens de medição que não dependam de relatos pessoais.

Tratando-se de experiências laboratoriais, contribuições metodológicas podem envolver modificações nos procedimentos experimentais que servem para:

- aumentar a validade interna, ecológica e/ou externa do experimento,
- melhorar a validade do construto das causas e efeitos putativas (ex: através do desenvolvimento de manipulações das variáveis independentes e/ou melhoria das escalas de itens múltiplos para as variáveis dependentes);
- acentuar validade das conclusões estatísticas,
- aumentar o realismo da experiência,
- diminuir a plausibilidade dos artefatos exigidos.

O importante não é a quantidade de contribuições de um estudo e sim a significância de cada contribuição, preenchimento de um vazio na literatura.

## **10) Desenhando o Estudo Empírico**

Esta regra deve ser cumprida após determinação da estrutura conceitual e das contribuições pretendidas. Nada pode ser feito para melhorar a metodologia depois que os dados forem coletados. Além disso, se houver sérios erros nos dados, a reescrita do manuscrito não consertará esse problema.

Os estudos passados são guias importantes, contudo sempre possuem limitações metodológicas que devemos tentar vencer em nossos próprios estudos.

## **11) Pré-teste de questionários**

Um pré-teste do questionário quase sempre fornece informação valiosa sobre como melhorá-lo, desde que seja rigoroso, para que não provoque a falsa sensação de segurança.

Para determinar o que os participantes do pré-teste realmente pensam sobre o questionário, é preciso ser agressivo ao extrair essa informação. Os participantes podem responder todo o questionário mesmo que muitas partes tenham sido confusas e isso ocorre devido a vários fatores como falta de tempo, falta de habilidade para detectar as falhas, ou apenas não querem criticar.

Pode-se perguntar aos participantes suas interpretações dos itens separadamente com cada um e ainda solicitar a razão por que respondeu de determinada forma. Isso somente funciona se os participantes forem perceptivos e

dispostos a refletirem sobre as questões. Um participante disposto a criticar e contribuir vale mais do que 20 participantes relutantes.

Sempre que possível, é uma boa idéia usar escalas de itens múltiplos, pois são mais confiáveis do que as de item único e podem ser facilmente medidas quando são reflexivas.

Ao construir escalas reflexivas múltiplas, é útil administrar o questionário a uma pequena amostra de aproximadamente 30 participantes após a condução do pré-teste inicial e das revisões. Isso permite que os pesquisadores determinem se seus itens estão produzindo os padrões de correlações esperados.

Quando esse padrão não é alcançado, a matriz da correlação da amostra pode ser usada para identificar problema com os itens. Tais itens podem ser revisados ou descartados baseados numa análise cuidadosa do conteúdo de cada um.

## 12) Pré-teste das experiências

Ao desenvolver o novo projeto de uma experiência, é preciso que esse projeto seja avaliado com cuidado. Além do pré-teste das medidas, os pesquisadores precisam preocupar-se:

Se a experiência tem quantidade suficiente de realismo experimental;

Se a experiência contém os artefatos exigidos;

Se as manipulações fornecem as variâncias propostas nas variáveis independentes;

Se as manipulações causam variâncias não propostas em outras variáveis que podem ter impacto nas variáveis dependentes.

Após revisão e ajustes, os pesquisadores devem solicitar que o orientador comente sobre as fraquezas que a experiência pode ter e selecionar 3 ou 4 pessoas para pré-teste inicial onde os participantes deverão fornecer “insights” verbais ao longo do experimento. Depois de todas as revisões feitas, um pré-teste usando as pessoas da população de interesse deve ser conduzido. A intenção é verificar manipulações e medidas confusas. Isso mostrará se as manipulações estão funcionando como planejado. Se as variáveis dependentes forem avaliadas durante o pré-teste, deverão ser medidas após a manipulação e verificação de confusão.

Com uma amostra suficiente para o pré-teste, não será necessário incluir manipulação e verificação de confusão na experiência principal.

Raramente um projeto de pesquisa novo não apresenta problemas metodológicos, portanto, quando o pré-teste inicial não apresentar defeitos sérios, o pesquisador deve considerar um pré-teste mais rigoroso.

## **DESENVOLVENDO MANUSCRITOS PARA JORNAIS ACADÊMICOS EM MARKETING**

Para relatar os resultados de um estudo bem executado, não é preciso ser talentoso ou criativo, basta ser organizado, preciso e conciso na escrita. Os trabalhos bem escritos apresentam as seguintes características em comum:

- 1) Uma introdução que “venda” o estudo;
- 2) Boa lógica, clareza, e concisão ao longo de todas as seções;
- 3) uma seção de Discussão e Conclusão criativa e perspicaz

### **Introdução – Vendendo o estudo**

Para convencer os leitores da importância de seus estudos, os autores precisam atingir 4 objetivos conforme a seguinte ordem:

1. Estabelecer a importância da área de interesse.
2. Indicar em termos gerais o que foi feito na área.
3. Identificar brechas importantes, inconsistências e controvérsias na literatura relevante.
4. Fornecer uma declaração concisa da proposta e as contribuições do trabalho para a literatura. (As contribuições deverão ser relacionadas com as falhas do item 3.)

Estabelecer a importância do tópico pode ser feito de forma rápida e fácil como sugerido abaixo:

“Os pesquisadores de \_\_\_\_\_ dedicaram atenção considerável no desenvolvimento de modelos de teste de \_\_\_\_\_ (ex: citar vários artigos de êxito na área).”

Depois, o autor deve indicar em termos gerais o que foi feito na área. Não é preciso gastar muito espaço para isso. Não é desejável que os autores registrem descobertas detalhadas de estudos individuais. Veja o exemplo abaixo:

“Pesquisas anteriores abordaram vários aspectos do \_\_\_\_\_: (1) \_\_\_\_\_ (citar 2 ou 3 artigos relevantes), (2) \_\_\_\_\_ (citar 2 ou 3 artigos relevantes), e (3) \_\_\_\_\_ (citar 2 ou 3 artigos relevantes).”

Os resultados dos estudos citados não precisam ser revistos quando o artigo atual focar assuntos diferentes do assunto abordado.

Então, os pesquisadores precisam identificar falhas importantes, inconsistências, e ou controvérsias na literatura. Isso serve para estabelecer a necessidade de pesquisa adicional na área de interesse. Essa tarefa pode ser alcançada de maneira concisa. Por exemplo, veja o modelo abaixo.

“Contudo, em adição, \_\_\_\_\_ engloba várias dimensões inexploradas que atualmente têm atraído a atenção das pesquisas em outras disciplinas (citar 2 ou 3 artigos relevantes). Alguns desses \_\_\_\_\_ inexplorados parecem ser importantes e dignos de investigação no contexto de \_\_\_\_\_. Uma investigação desses assuntos é importante porque \_\_\_\_\_.

Além disso, pesquisa empírica prévia concentrou-se primeiramente em \_\_\_\_\_. Muito pouca pesquisa foi feita sobre \_\_\_\_\_.”

Finalmente, o mais importante é que o pesquisador forneça uma declaração concisa dos propósitos do manuscrito e suas contribuições à literatura. Essa declaração deve seguir a lógica do texto que identifica falhas, inconsistência e/ou controvérsias na literatura. Por exemplo, veja o seguinte modelo:

“Neste estudo procuramos estender \_\_\_\_\_ abordando as falhas em \_\_\_\_\_. O estudo investiga o impacto de quatro \_\_\_\_\_:  
(1) \_\_\_\_\_, (2) \_\_\_\_\_, (3) \_\_\_\_\_, e (4) \_\_\_\_\_. Além disso, inter-relações entre \_\_\_\_\_ são examinadas.”

Os pesquisadores devem evitar desenvolver lista longa de contribuições (conceitual, empírico e metodológica). Inevitavelmente, várias dessas contribuições são de pouca importância e tiram a atenção do leitor do foco central do estudo. Os pesquisadores devem deixar claro quais são as contribuições principais e explicar por que são importantes. É um erro supor que os leitores irão decifrar a importância do estudo através de uma descrição do que foi feito. A falta de clareza ao especificar a importância do estudo na introdução é geralmente o resultado da falta de reflexão sobre isso antes do estudo ser feito.

### **Qualidade da Escrita**

A qualidade da escrita é geralmente um reflexo da clareza de pensamento do autor. Idéias vagas invariavelmente levam à escrita confusa ou à nenhuma escrita. Geralmente, quando os autores têm dificuldade com a escrita, o problema é a clareza de seus pensamentos e não a incapacidade de colocar suas idéias corretamente. Quando a dificuldade aparecer, os autores devem questionar primeiro a compreensão do que querem comunicar.

O manuscrito deve ser escrito com clareza, conciso, e caracterizado por lógica correta. Ao avaliar seu próprio trabalho, os autores geralmente se perguntam se o texto é consistente com suas idéias. Esse padrão é muito baixo, pois faz pouco ou quase nada para garantir que o leitor compreenda a mensagem. Ao invés disso, deve-se adotar o padrão de Stevenson: “Não escreva meramente para ser entendido. Escreva para que você não seja mal compreendido.”

Os autores precisam se perguntar se é possível retirar do texto que escreveram idéias erradas ou idéias nulas. A busca agressiva por interpretações alternativas do texto é a chave para identificar passagens ambíguas ou confusas.



O jargão, vocabulário especializado de uma disciplina, pode ser útil ao acrescentar precisão e concisão à escrita. Contudo, o jargão é geralmente mal usado, ou usado em demasia numa tentativa de fazer com que o manuscrito pareça mais sofisticado. Infelizmente, o efeito geralmente é o oposto. Tais termos devem ser definidos quando aparecerem pela primeira vez, a não ser que seu significado seja (1) invariável e (2) conhecido de todos os leitores.

A concisão na escrita é uma virtude, particularmente ao publicar em jornais de pesquisa. Como o espaço nos jornais é escasso e caro, a razão de contribuição por extensão é uma consideração importante na decisão de um jornal ao aceitar ou não um trabalho para publicação. Enquanto a escrita de forma sucinta é um desafio para os autores iniciantes, examinar artigos bem escritos nos jornais que se pretende publicar é muito útil. Por exemplo, considere as seguintes passagens que lidam com definições conceituais, racionalidade teórica para as hipóteses e metodologia de pesquisa:

Definições conceituais: “ \_\_\_\_\_ é definido como \_\_\_\_\_ ”  
(citar fonte)

Racionalidade para as hipóteses: “A considerável evidência de pesquisas anteriores sugere que \_\_\_\_\_ ” (Citar 2 ou 3 artigos chave)

“Além disso, \_\_\_\_\_ (citar experts) discutem que \_\_\_\_\_, formulam as hipóteses \_\_\_\_\_”

Metodologia de pesquisa: “Os dados foram obtidos através de questionários auto-administrados de \_\_\_\_\_ em três \_\_\_\_\_.”

“Um total de \_\_\_\_\_ respostas foi obtido para uma taxa total de resposta de \_\_\_\_\_”

“ \_\_\_\_\_ foi medido por um \_\_\_\_\_ baseado na pesquisa de \_\_\_\_\_  
(citar artigo chave)”

Cada uma das passagens acima contém muita informação usando poucas palavras.

Outra forma de manter uma extensão razoável no trabalho é ser parcimonioso no uso de referências. Geralmente, duas ou no máximo três referências bem escolhidas fornecerão suporte suficiente para uma posição. Acima de tudo, referências demais tornam o trabalho difícil de ler.

Seções que envolvem revisão de literatura merecem atenção especial. Não basta fornecer uma série de sumários de estudos individuais ao revisar a pesquisa passada. Isso consome espaço em jornal sem acrescentar nada à literatura. Como Churchill e Perreault (1982) observam, uma revisão deve “avançar no campo através de avaliação perspicaz, integrativa e crítica do estado dos trabalhos numa área de pesquisa”. Uma boa seção de revisão fornecerá uma síntese da literatura e deixará claro o que é “sabido” com um pouco de certeza e onde estão as falhas.

## **Uma Seção de Discussão e Conclusão Perspicaz e Criativa**

A seção de discussão e conclusão é a última coisa que os leitores vêem e pode ter um grande impacto em suas impressões sobre a pesquisa. Essa seção deve ser construída sobre a Introdução. Deve reafirmar a importância do estudo mostrando como ele se encaixa na literatura (ex. falhas que o estudo preenche). As contribuições do estudo devem estar claras, comunicando as implicações do estudo para a teoria e prática. Apenas resumir os resultados empíricos não é uma estratégia adequada.

É importante distinguir claramente as conclusões das especulações ao escrever essa seção. As conclusões devem ser apoiadas pelos dados. Contudo, os autores podem ter especulações valiosas e bem informadas a compartilhar. Como Churchill e Perreault (1982) observam, “A boa ciência e a boa ‘especulação’ não são incompatíveis, mas cada uma deve ser claramente rotulada para que não sejam confundidas” (p. 286). Algumas idéias interessantes chegam longe aqui. Enquanto a seção de Discussão e Conclusão não deve ser dominada por especulação, os autores devem identificar novos temas levantados pelas descobertas do estudo e fornecer direções para pesquisas futuras.

## **Edite o Manuscrito**

O rascunho inicial do mais preparado manuscrito sempre pode ser melhorado. Deve ser revisado antes que outros o avaliem. É difícil para os autores editar seu próprio trabalho, pois o que querem comunicar é óbvio para si mesmos. Isso dificulta encontrar ambigüidades ou omissões nos manuscritos. Contudo, há coisas que os escritores podem fazer para reduzir esses problemas. Colocar o manuscrito de lado por algumas semanas reduz a familiaridade com o seu trabalho. Isso os ajuda a desenvolver nova perspectiva e estar mais abertos a mudanças. Outra estratégia envolve analisar o manuscrito do ponto de vista de alguém que sabe pouco ou nada sobre o assunto. Isso inclui, por exemplo, checar para ver se os termos específicos foram definidos claramente e se a lógica de cada argumento e posições tomadas são visíveis. Finalmente, os autores devem perguntar-se se seus alunos entenderiam a maior parte do que escreveram. Caso contrário, o trabalho precisa ser refeito.

## **Solicite Feedback Crítico antes da Submissão**

*“Um colega que leia o que está escrito, depois questione as suposições, pergunte o que há de novo e converse sobre a linguagem, é uma pessoa a ser cultivada”.*

(Markland 1983:142)

Receber feedback de colegas antes de submeter o manuscrito a um jornal pode aumentar consideravelmente as chances de o manuscrito ser aceito para publicação, mas somente se o feedback solicitado for crítico e se os autores receberem de forma positiva. Os autores devem selecionar críticos com extensa experiência em revisão e solicitar que tratem os manuscritos como fariam se os tivessem recebido de um editor de jornal para revisão. Não é preciso que esses

críticos sejam experts no assunto do trabalho. Um revisor forte pode fornecer feedback excelente de manuscritos de diferentes tópicos. O feedback recebido de seus colegas em vários aspectos do manuscrito (ex: definições, racionalidade teórica; medidas dos construtos e escrita) pode fornecer um guia valioso sobre como os autores podem melhorar o trabalho.

Caso essa revisão inicial receba críticas ou sugestões sobre mudanças grandes no trabalho, os autores devem pensar em solicitar críticas de um segundo grupo de colegas, pois é improvável que o primeiro grupo tenha sido crítico o suficiente. Quase todos os documentos aceitos para publicação nos jornais principais foram submetidos à revisão crítica substancial e pelo menos uma revisão grande. A pessoa que gasta um tempo para revisar um artigo e fornecer feedback, presta um grande favor ao autor.

### **Respondendo aos revisores**

Os autores raramente ficam felizes com as reações dos revisores aos seus manuscritos. Após a leitura inicial dos comentários dos revisores, freqüentemente os autores sentem raiva ou ficam deprimidos porque acham que os revisores não foram justos. Há uma tendência natural dos autores de querer provar que os revisores estão errados, o que não é a abordagem correta para a publicação do trabalho.

Os autores precisam parar para recuperar-se de sua reação emocional e desenvolver uma abordagem pragmática para lidar com as revisões. Precisam ter em mente que os revisores não são vingativos e a maior parte do que dizem é válido. Os revisores de jornais importantes tendem a ser pesquisadores de sucesso e gastam de 1 a 2 dias preparando suas revisões para um manuscrito. O processo de revisão deve ser guiado por uma consideração cuidadosa das sugestões e comentários dos revisores e do editor.

Se mesmo após cuidadosa consideração, o comentário de um revisor parecer injustificável, os autores devem examinar se o comentário é produto de algum outro problema com o manuscrito. Por exemplo, os autores podem às vezes sentir que os revisores estão perguntando sobre temas já trabalhados no manuscrito ou que não entenderam o que foi feito. Quando isso acontecer, é melhor que os autores considerem como organizaram e explicaram as coisas no trabalho. Pode ser que os autores precisem comunicar melhor o que foi feito. Os revisores gastam muito tempo e esforço lendo cada manuscrito. Se eles ficarem confusos, provavelmente os editores dos jornais também ficarão.

Além disso, os autores devem procurar por tendências nos comentários de diferentes revisores, pois pode ser que estejam relacionados a um único problema. Reagir separadamente a cada comentário pode criar problemas adicionais e produzir um manuscrito sem nexos. Os autores devem procurar por temas recorrentes de cada revisor. O estudo dos comentários relacionados pode dar aos autores uma melhor compreensão do problema e proporcionar a produção de um trabalho mais consistente. Acima de tudo, qualquer falha percebida pelos revisores merece atenção especial.

Os autores devem responder a todos os comentários de forma positiva, com cortesia e profissionalismo mesmo que discordando.

Após a revisão cuidadosa e resposta aos revisores, os autores devem preparar um conjunto de anotações das revisões que abordem os temas inclusos em cada revisão e os comentários individuais de cada revisor. Outro conjunto deve ser preparado para cada revisor. As anotações de revisão são mais fáceis de serem acompanhadas pelos revisores quando cada um de seus comentários individuais for seguido pela resposta detalhada do autor.

## **O ESTADO DA PESQUISA EM MARKETING: ALGUMAS OBSERVAÇÕES PESSOAIS**

A pesquisa em Marketing tem melhorado muito ao longo das duas últimas décadas. Os pesquisadores procuram fornecer uma base teórica sólida aos seus estudos e as teorias desenvolvidas em outras disciplinas têm sido usadas para tal. Os trabalhos puramente descritivos desapareceram e dá-se mais atenção à como o estudo se encaixa na literatura existente e qual a sua contribuição.

Os estudos quantitativos de hoje são mais rigorosos. Medidas de itens múltiplos dos construtos centrais são mais usadas e procura-se fornecer evidência das propriedades psicométricas das medidas usadas no estudo, principalmente medidas de consistência interna da confiabilidade (ex: coeficiente  $\alpha$ ) □□□Mais atenção é dada ao selecionar indivíduos adequados à pesquisa. Confia-se menos em amostras de alunos de faculdade.

Finalmente, os resultados dos estudos de hoje são menos abertos a interpretações alternativas.

Contudo, há áreas que precisam melhorar:

- Pesquisa para construção de teoria;
- Afirmarções sobre validade discriminante e convergente;
- Uso de dados de auto-relatos de fonte única;
- Realismo experimental.

### **Falta de Pesquisa para Construção de Teoria**

Os pesquisadores em marketing têm devotado pouca atenção à pesquisa para construção de teoria. É raro encontrar artigos empíricos cuja proposta principal seja desenvolver teoria ao invés de apenas apresentar as teorias desenvolvidas em outras disciplinas e/ou testar teorias existentes.

Como disciplina, o marketing tem se contentado em emprestar teorias de outras disciplinas. Vários fatores podem contribuir para essa situação. Primeiro, a maioria dos nossos programas de doutorado não faz um bom trabalho ao ensinar os métodos de pesquisa qualitativa (condução de entrevista de campo e estudos de caso) que são essenciais ao desenvolvimento de teoria fundamental.

Muitos programas de doutorado gastam pouco tempo com esses métodos, apesar de serem mais difíceis de conduzir, analisar, e registrar do que os experimentos. Como resultado, a maioria dos graduandos não desenvolve habilidades em pesquisa para construção de teoria. Além disso, muitos em nossa

disciplina parecem acreditar que a pesquisa qualitativa não seja tão rigorosa ou prestigiosa quanto a pesquisa quantitativa e, portanto, os resultados são difíceis de publicar. Essa crença parece ser reforçada pelo fato de poucas dissertações serem baseadas em pesquisa qualitativa, e por raramente se ver uma pesquisa qualitativa rigorosa publicada em algum dos principais jornais de pesquisa em marketing.

Alguns pesquisadores sentem que os resultados de sua pesquisa não precisam ser objetivamente verificáveis. Em muitos estudos qualitativos publicados nas duas décadas passadas, é quase impossível aos outros pesquisadores determinar se as conclusões do autor são apoiadas adequadamente pelos dados coletados ou replicar tais descobertas.

### **Propriedades Psicométricas das Medidas**

A grande maioria das alegações dos autores sobre a validade convergente de suas medidas não é garantida (ex: métodos diferentes de medidas são raramente usados). Os testes de validade discriminantes são tipicamente muito fracos, e a confiabilidade do teste e re-test raramente é examinada.

Apesar dos autores alegarem que forneceram evidência da validade de suas medidas, geralmente usam as mesmas correlações interitem como evidência tanto da confiabilidade como da validade convergente.

Além disso, em muitos estudos, aparentemente os pesquisadores sacrificaram a validade do conteúdo de algumas de suas medidas ao apagar itens em suas escalas iniciais para desenvolver escalas unidimensionais. Geralmente, os itens restantes refletem um construto muito mais estreito do que o inicialmente verificado. Os pesquisadores precisam dar mais atenção ao uso de escalas formativas (ex: escalas para as quais as medidas observadas sejam consideradas para formar construto abstrato não observado) nas situações onde tentativas de desenvolver escalas reflexivas unidimensionais (ex: escalas cujos marcadores de itens sejam causados pelo construto ou seu reflexo) não resultem em medidas com validade de conteúdo aceitável. Quando isso ocorre, geralmente o construto é composto por vários aspectos diferentes de dimensões que não são altamente correlacionadas.

### **Dados de auto-relato e fonte única**

Um dos problemas dos estudos que empregam pesquisas é que muitos envolvem auto-relatos ou relatos de apenas uma fonte. Os dados nunca são coletados de nenhuma outra fonte, e os indivíduos que responderam a pesquisa fornecem as medidas tanto para as variáveis independentes como dependentes. O problema da fonte única é menos preocupante quando muitas das variáveis são de natureza objetiva ou factual (ex: a idade do entrevistado e os lucros corporativos como percentual de vendas) e, portanto, mais provável de ser verificável independentemente de outras fontes. Contudo, quando a maioria de todas as medidas envolve julgamentos sumários de uma natureza atitudinal ou percentual,

a variação de método comum torna-se um problema grave ao interpretar as correlações entre tais medidas.

Outro problema relacionado com dados de fonte única envolvendo auto-relatos ou informantes-chaves é a consistência. Muitas pesquisas anteriores sobre cognição e atitudes mostram que os entrevistados têm uma tendência de fornecer respostas que eles consideram ser logicamente consistentes. Isso cria problemas, pois assim os entrevistados estão colocando teorias de como as variáveis de interesse devem ser relacionadas.

### **Realismo Experimental**

Talvez o problema mais freqüente com os experimentos em marketing seja a falta de realismo experimental (ex: o grau em que o experimento envolve os participantes, os força a levar sério e lhes causa impacto). Os experimentos que pedem que os participantes simulem sem previamente ter tido tal experiência e/ou experimentos sem conseqüências aos participantes geralmente não têm realismo experimental. Nessas situações, os entrevistados respondem o que consideram ser logicamente correto. Infelizmente, os participantes não são sempre capazes de prever como se comportariam em determinada situação.

### **REVISÃO PARA JORNAIS ACADÊMICOS EM MARKETING**

Apesar de serem alvo freqüente da raiva dos autores, os revisores realizam um trabalho indispensável para a disciplina. Sem eles, nenhum jornal de pesquisa de ponta poderia operar.

A maioria dos revisores está entre os autores mais prolíficos no campo. Eles trabalham como revisores porque querem ajudar a disciplina avançar, porque sentem que devem isso à disciplina, pelo prestígio de ser um membro de uma bancada editorial, e/ou porque gostam do processo de revisão. A maneira como os revisores fazem o seu trabalho tem um enorme impacto na posição dos editores e no trabalho dos autores. Abaixo estão algumas regras para os revisores que ajudam os editores e /ou autores a realizar suas tarefas:

1. Identificar com clareza todos os problemas maiores com os manuscritos que são da área de sua competência.
2. Ao realizar avaliações globais (ex: escrita sem clareza, fraca racionalidade teórica para as hipóteses), fornecer exemplos específicos para tais avaliações.
3. Indicar quais são os problemas graves e quais os problemas simples.
4. Indicar quais falhas são corrigíveis e quais não são.
5. Para falhas corrigíveis, indicar o que pode ser feito para consertá-las.
6. Para as falhas incorrigíveis, indicar o que deve ser discutido na seção de Limitações.
7. Se o manuscrito for considerado como potencialmente publicável com revisões, indicar claramente o que deve ser feito para tornar o artigo aceitável.
8. Ao recomendar a rejeição de um artigo, especificar as razões (ex: falhas incorrigíveis). Fornecer argumento convincente para tal recomendação.

9. Ter tato ao escrever os comentários ao autor. Começar com afirmações positivas. Evitar comentários pessoais e palavras com conotação negativa como “ingênuo”, “totalmente confuso”.
10. Desde que não tome muito tempo, direcionar o autor aos artigos ou livros que podem ser úteis para revisar o manuscrito e projetar o próximo trabalho. Por exemplo, se a racionalidade teórica fornecida para determinada hipótese for fraca, citar pesquisa anterior que possa ajudar os autores a desenvolver racionalidade mais forte mais forte.
11. Evite sugerir que o autor cite literatura que esteja somente levemente relacionada com os assuntos da pesquisa.
12. Evitar pedir que os autores citem os artigos dos próprios revisores a não ser que sejam cruciais à pesquisa.
13. Estar aberto a paradigmas alternativos para o estudo das questões da pesquisa de interesse.
14. Permitir que os autores tenham flexibilidade para escrever o artigo que desejam.
15. Fornecer as revisões em tempo adequado (ex. dentro de 30 dias).

## **SUMÁRIO**

A chave principal para que uma pesquisa seja aceita para publicação e disseminação nos principais jornais é fazer o melhor trabalho possível em cada etapa da pesquisa e do processo de publicação, começando com o desenvolvimento da idéia até a preparação da revisão final no manuscrito. O sucesso de cada etapa depende das etapas precedentes. Por exemplo, é impossível desenvolver medidas de construtos válidas sem ter desenvolvido definições conceituais precisas para tais construtos. Portanto, é importante que os pesquisadores chequem a adequação de cada aspecto concluído antes de seguir para a próxima etapa. Frequentemente, os pesquisadores não buscam feedback de seus colegas até que tenha escrito o primeiro rascunho de seu manuscrito.

Além disso, o feedback só é útil quando solicitado daqueles com altos níveis de experiência. Quem fornece o feedback é altamente crítico, e os que recebem aceitam a crítica construtiva. Estar aberto á críticas é importante principalmente ao atravessar um processo de revisão para um jornal considerado principal. Muitas vezes um estudo publicável não é impresso porque o autor prefere discutir com os revisores, ignorando os comentários, e/ou não consegue incorporar suas sugestões ao manuscrito revisado.

A pesquisa em Marketing melhorou muito, tanto conceitualmente como metodologicamente durante o final do último século. Contudo, ainda há muito que fazer. Falta ao marketing pesquisa para construção de teoria. Os pesquisadores devem reduzir a confiança em dados de auto-relato e fonte única e usar métodos diferentes ao tentar avaliar a validade convergente. Finalmente, pesquisadores precisam estar mais preocupados com o realismo experimental do que com seus estudos.