



# Métodos e dados visuais em Investigação Qualitativa: Natureza, Função e Exemplo Prático com uso de Fotografias

Ana Isabel Rodrigues

**Resumo:** O contexto social nos dias de hoje profundamente marcado por uma cultura visual torna o universo da imagem omnipresente. Partindo desta premissa, toda a representação visual tem potencial para ser estudada e analisada em projetos de investigação qualitativa, permitindo 'visualizar' as dimensões intangíveis da atividade humana. Um estudo que utilize dados visuais pode ser revelador de novas perspectivas que muitas vezes não estão acessíveis através da utilização de outro tipo de dados. Novas abordagens, métodos e técnicas de análise de dados visuais são hoje uma realidade. O presente capítulo inicia com uma reflexão sobre a utilização de métodos e dados visuais em investigação qualitativa, procurando compreender o seu campo de atuação. Este trabalho explora, ainda, alguns exemplos de métodos visuais e ferramentas analíticas aplicadas a dados visuais para, de seguida, partilhar um exemplo prático de aplicação de método e dado visual numa investigação desenvolvida pela autora, tendo por base um conjunto de etapas, explicando cada uma delas, com o propósito de tornar mais claro e organizado o pensamento e metodologia adotada. No final, são igualmente discutidos alguns contributos e limitações no uso do elemento visual em projetos de investigação.

**Palavras-chave:** Investigação Qualitativa; Métodos Visuais; Dados Visuais; Fotografia; Software.

## 1. Introdução

Vivemos numa sociedade intensamente visual, caracterizada por uma cultura visual que nos envolve, omnipresente, que está em todo o lado e em lado nenhum. Para Jay (1993, citado por Rose, 2016) é o tempo do ocularcentrismo, a centralidade do visual aparente das sociedades ocidentais; uma economia assente no visual, consubstanciada na designada era da economia das experiências (Pine & Gilmore, 1998). Por essa razão, novos contextos e fenómenos se revelam ao investigador e, com isso, novos desafios metodológicos. Como Minayo afirma (2016), “nunca poderemos esquecer que teorias e métodos têm a ver com a realidade do mundo” (p. 31). O mundo mudou, a viragem pictorial impôs-se e, conseqüentemente, o elemento visual assume-se, mais do que nunca, como método e *corpus* de análise que merece a devida atenção em projetos de investigação.

A utilização de métodos e dados visuais em investigação qualitativa necessita de um enquadramento e fundamentação teórico-metodológica, de modo a legitimar e tornar mais válida este referencial de dados. Este caminho pela fundamentação permite que este campo de métodos em investigação qualitativa obtenha maior reconhecimento pela academia, onde cada decisão do investigador deverá ser devidamente justificada, alicerçada num quadro referencial conceptual, num processo reflexivo interativo, dando resposta às questões consideradas essenciais para a coerência de um estudo (Gomez, 2021): objetivos, quadro conceptual, perguntas de investigação, métodos e validade. Importa que a decisão de utilizar um método e/ou análise de dados visuais como *corpus* de um estudo, seja cientificamente entendida e justificada face à lógica do estudo onde é aplicado.

Esta é uma das premissas fundamentais que este capítulo apresenta: o investigador deverá, sempre, fundamentar o uso de métodos e dados visuais nos seus estudos, de modo a validar cientificamente a sua utilização. Como afirma Rose (2016) a justificação das nossas opções metodológicas é importante para disciplinar a nossa paixão, mas não para a reduzir ou a esvanecer. Importa ter em linha de conta de que os investigadores são ainda influenciados e enviesados pela ideia de que as palavras são mais intelectualizadas do que as imagens, ainda tida como menos séria enquanto *corpus* de análise (Heisley, 2001).

A adoção de métodos visuais surge assim como um campo de estudo e aplicação consolidado, denominado por Rose (2016) de ‘Métodos de Investigação Visual’ (MIV) (‘Visual Research Methods’ no original). A investigação pode usar imagens disponíveis para análise, as próprias imagens podem ser criadas/produzidas pelo investigador ou pelo próprio indivíduo que está a ser estudado, ou ainda o elemento visual pode surgir como dado para análise ou como elemento que induz e conduz o processo de investigação. Os MIV assumem-se como uma área em fase de afirmação no âmbito da investigação qualitativa (Athelstan & Deller, 2013). Tradicionalmente, os MIV provêm da Antropologia Visual (Collier, 1967) e mais tarde da Sociologia Visual (Harper, 2002).

Recentemente, conquistaram o seu lugar numa variedade de áreas das ciências sociais e humanas como a geografia, saúde ou a psicologia.

O presente capítulo tem como objetivo explorar alguns exemplos de métodos visuais e ferramentas analíticas aplicadas a dados visuais para, em seguida, partilhar um exemplo prático de aplicação de método e dado visual numa investigação desenvolvida pelo autor, tendo por base um conjunto de etapas, explicando cada uma delas, com o propósito de tornar mais claro e organizado o pensamento e metodologia adotada. Assim, começa por focar a natureza e importância dos métodos e dados visuais em investigação qualitativa, atendendo a uma sociedade marcada cada vez mais por uma cultura visual.

Alguns métodos visuais são exemplificados, bem como apresentadas algumas ferramentas de análise de imagens. O capítulo seguinte apresenta um exemplo prático do uso de dados visuais desenvolvido pela autora, incidindo na fotografia como imagem estática. Para tal, apresenta-se um conjunto de etapas, explicando cada uma delas, com o propósito de tornar mais clara e organizada a metodologia adotada.

## 2. Métodos e Dados Visuais em Investigação Qualitativa

### 2.1. A Viragem Pictorial em Investigação Qualitativa: o Campo dos Métodos e Dados Visuais

Como Mitchell (2008) afirma, vivemos num mundo marcado por uma «construção visual do campo social» ou, segundo Knowles & Sweetman (2004), navegamos num mundo social, visualmente. Assistimos a uma viragem pictorial tal como teve lugar no século passado uma viragem linguística (Mitchell, 1994), onde as imagens se assumem como uma forma de comunicação cada vez mais universal. Ainda de acordo com Mitchell (2015), podemos mesmo afirmar que estamos perante uma ciência da imagem, que aborda não apenas objetos, mas também a sua perceção e papel na experiência humana. Outros autores como Heisley (2001) afirmam que estamos a viver um movimento visual, onde o elemento pictorial não deve ser apenas entendido como uma extensão do texto, mas como parte integrante de um produto combinado entre texto e imagem. Na mesma linha, Lester (2020) argumenta que as mensagens mais poderosas, em termos de significado cultural, são aquelas que combinam palavras e fotografias equitativa e respeitosa. Ou seja, as mensagens ganham força na combinação entre o elemento visual e o texto.

Na sociedade contemporânea as imagens são omnipresentes, e exatamente partindo desta premissa, toda a representação visual deve potencialmente ser considerada em todos os estudos científicos sobre a sociedade (Banks, 2018). Todavia, e para que tal suceda, o procedimento metodológico de utilização de métodos e dados visuais precisa de ser explicado devidamente. Rose (2016, p. 327) argumenta que "o valor dos métodos de investigação visual se afirma como sendo revelador: isto é, as imagens podem mostrar elementos que outras formas de análise não podem"<sup>1</sup>. Tradicionalmente, a utilização de métodos e dados visuais em investigação qualitativa provêm da Antropologia Visual (Collier, 1967; Collier & Collier, 1986) e mais tarde da Sociologia Visual (Harper, 2002). Mais recentemente, conquistaram o seu lugar em várias áreas das ciências sociais como, a geografia, a saúde, a psicologia. São considerados dados visuais, a fotografia ou vídeo entre outros, e pode ser incorporado em projetos de investigação qualitativa de diversas formas (Pink, 2004): análise de dados visuais (fotos, vídeos, cartazes, etc.), adoção de fotografias e vídeos para desencadear discussões e conduzir entrevistas sobre certos assuntos, produção de fotografias ou vídeos como elementos de estudo pelo próprio investigador ou participante. Hoje em dia, o uso de métodos e dados visuais constituem-se já uma área reconhecida pela comunidade científica, sendo definidos como métodos que usam materiais visuais de algum tipo, como parte do processo de geração de evidências a fim de responder a questões de investigação em ciências sociais, representando um grupo muito diversificado de métodos (Rose, 2016). Para Athelstan & Deller (2013) a utilização da dimensão visual em investigação qualitativa encontra-se em fase de afirmação.

Os investigadores têm um novo universo de dados, em resultado da cultura visual que nos rodeia, com suporte visual como - pinturas, fotografias, filmes, vídeos, desenhos, diagramas, jogos, *emojis*, entre outros – dando espaço para a introdução de novos elementos interpretativos, originando contextos únicos de significados que enriquecem as análises do fenómeno em estudo, pois o dado visual informa, elucida, documenta, acrescenta valor e sentido. No entanto, importa desenvolver o campo da literacia visual para sabermos de que forma analisar o dado visual, essa habilidade para construir significados a partir das imagens (Giorgis et al. citado em Bamford, 2003), permitindo compreender e usar os elementos visuais com intenção de comunicar com os outros (Ausburn & Ausburn, citado em Bamford, 2003). A literacia visual trabalha a capacidade de enviar e receber mensagens com precisão que são transmitidas por uma variedade de sinais percebidos através do sentido da visão (Rezabek, 2005), fazendo a ligação cognitiva entre o conhecimento que temos e a imagem que vemos. Em suma, adiciona contexto à interpretação da imagem. Lester (2020) designa o processo de aquisição de conhecimento através da análise e interpretação de uma imagem como uma 'dança circular da comunicação visual' (no original 'visual communication circle dance') (ver Figura 1): (i) quanto mais sabemos mais os nossos olhos e cérebro irão sentir; (ii) quando mais sentimos mais a nossa mente irá selecionar; (iii) quanto mais

---

<sup>1</sup> Tradução livre do seguinte excerto: "The value of visual research methods is usually claimed to be revelatory: that is, images can show things that other forms of analysis cannot".

seleccionarmos, mais compreendemos e percebemos o que estamos a ver; (iv) quanto mais percebemos mais nos recordaremos do que estamos a ver e as imagens farão parte da nossa memória de longa duração; (v) quanto mais nos recordarmos mais aprendemos porque comparamos as novas imagens com as que estão guardadas na nossa memória; e por fim, (vi) quando mais aprendemos mais sabemos...e quanto mais sabemos mais vemos, e a “dança da comunicação visual” inicia novamente. Significa, pois, que não é suficiente olhar para uma imagem, é preciso percebê-la, analisá-la e interpretá-la (consoante o objetivo em causa) e, para tal, existem métodos e técnicas específicos que conduzem e norteiam todo este processo.



**Figura 1.** Dança circular da comunicação visual de Paul Lester.

**Fonte:** Traduzido e adaptado de Lester (2020).

Por último, importa ainda acrescentar que o elemento visual pode assumir dois papéis distintos consoante a sua natureza e função (Rodrigues, Garcia & Costa, 2021).

- a) O elemento visual como método: a imagem é usada como estímulo para extrair dados relevantes do participante. Ou seja, a adoção de métodos directos de recolha de informação (e.g. Foto-Elicitação, Fotografia Reflexiva, Photovoice, Video-Elicitação);
- b) Como corpus de análise: dados visuais que contêm informação relevante sobre o objeto em estudo. Os dados visuais assumem-se como unidades de análise que poderão ser o elemento-central de análise ou como complemento de dados textuais. Aqui assume-se como importante identificar a técnica de análise mais adequada em função dos objetivos da investigação (ex. análise de conteúdo, semiótica, análise composicional).

Em ambos os casos, os elementos visuais usados poderão ser provenientes de três fontes distintas: (i) produzidos pelo próprio investigador; (ii) produzidos pelo próprio participante do estudo; (iii) pré-existent, considerados como 3ª fonte ou dados com *corpus* latente na internet (Neri de Souza, 2014; Costa, Taborda & Costa, 2016).

## 2.2. Os Métodos e Análise de Dados Visuais: Alguns Exemplos

Os métodos visuais têm sido cada vez mais usados e aceites pela comunidade científica no âmbito das ciências sociais e humanas, tendo por base contributos que marcam a história deste recente campo do conhecimento em investigação qualitativa (e.g. Banks, 2001, 2018; Harper, 1998; Prosser & Loxley, 2008; Rose, 2016). São métodos com uma abordagem participativa que incentivam a compreensão, o diálogo e uma aprendizagem mútua, profundamente reflexivos e que conduzem à ação (Lorenz & Kolb, 2009).

Nesse sentido, são vários os métodos em investigação qualitativa que assentam no elemento visual como estímulo para obtenção de informação junto do participante. A tabela 1 expõe, de forma sistematizada, alguns métodos visuais com breve descrição e aplicação do mesmo, com vista a identificar a diversidade de abordagens e métodos neste campo.

**Tabela 1.** Alguns exemplos de métodos visuais (descrição e aplicação).

<b>Foto-Elicitação</b>
<b>Descrição:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Baseia-se na ideia simples de aplicar e conduzir uma entrevista usando fotografias como elemento de estímulo;</li> <li>. As fotografias (mais do que palavras) evocam elementos mais profundos da consciência humana;</li> <li>. As fotografias podem captar quase o impossível (um evento passado; uma pessoa falecida...);</li> <li>. Uma fotografia desencadeia uma conversa interessante e profunda;</li> <li>. Podem ser usadas fotografias geradas pelo investigador ou pelo próprio participante;</li> </ul>
<b>Aplicação:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Este método foi primeiramente usado pelo antropólogo Collier (1967) que estudou o fenómeno da migração causada por mudanças económicas e tecnológicas. Realçou o facto do uso de fotos evocar memórias do participante, permitindo a realização de entrevistas mais profundas e ricas;</li> <li>. Os sociólogos Harper (1997, 2002) e Banks (2001) contribuíram bastante para o reconhecimento da foto-elicitação como método visual;</li> <li>. Usada em várias áreas de conhecimento. Alguns exemplos: Saúde (Olliffe &amp; Bottorff, 2007), Turismo (Loeffler, 2004), Gestão (Parker, 2009), Educação (Salmon, 2001) e estudos multiculturais (Kolb, 2008).</li> </ul>
<b>Photovoice</b>
<b>Descrição:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Método visual desenvolvido por Caroline C. Wang e Mary Ann Burris em 1992, tendo sido usado no seu estudo como uma forma de trazer as experiências da vida diária das mulheres das aldeias da província de Yunnan, na China, para a tomada de decisões no âmbito de um projeto de desenvolvimento regional (Wang &amp; Burris, 1994, 1996, 1997).</li> <li>. Técnica usada para analisar e entender fenómenos em profundidade, usada sobretudo como complemento de outros métodos de recolha de informação, textuais ou visuais, consoante os objetivos de investigação;</li> <li>. Método que "dá voz" à experiência humana (Wang &amp; Burris, 1997, p. 381), através da imagem pensada e refletida, neste caso recorrendo à fotografia captada pelo próprio participante. Processo pelo qual as pessoas podem identificar, representar e valorizar a sua comunidade, por meio de uma técnica fotográfica específica.</li> <li>. Objetivos principais: (1) permitir que as pessoas registem e reflitam sobre os pontos fortes e as preocupações de sua comunidade; (2) promover o diálogo crítico e o conhecimento sobre questões importantes por meio da discussão de fotografias em grandes e pequenos grupos; e (3) atingir, com os seus resultados, os criadores de política e tomadores de decisão. (Wang &amp; Burris, 1994)</li> </ul>
<b>Aplicação:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. A Photovoice coloca câmaras nas mãos de pessoas com valiosas experiências vividas para que possam explorar e compartilhar as suas perspetivas sobre saúde, família, comunidade e o seu futuro. Começou com o trabalho de Wang &amp; Burris (1992) (Para mais informação recomenda-se a consulta do website da Photovoice Worldwide® em <a href="http://www.photovoiceworldwide.com/wpsite/">http://www.photovoiceworldwide.com/wpsite/</a>)</li> <li>. Método aplicado na área da saúde (Catalani &amp; Minkler, 2010), etnografia (Stevens, 2006), entre outros campos, por conseguir mostrar um "retrato" muito fidedigno e íntimo de sentimentos, expectativas, necessidades; Não permite a generalização de resultados, mas acentua a interpretação do lado mais humano dos fenómenos;</li> <li>. Apresenta um potencial elevado para cruzamento com outras abordagens, métodos e técnicas.</li> </ul>
<b>Fotografia Reflexiva</b>
<b>Descrição:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Considerada técnica ou estratégia visual participativa e auto-reflexiva com vista a obter opiniões, modos de pensar, sentir do participante, tendo por base um conjunto de fotografias recolhidas, analisadas e comentadas pelo participante em conjunto com o investigador; técnica que trabalha a introspeção de experiências vividas do participante, que deve ser triangulada com outros métodos e técnicas para ajudar à validação contextual;</li> <li>. Técnica visual baseada nas fotografias produzidas pelo próprio participante, em contexto de profunda interação com o seu meio-ambiente e que assenta num procedimento metodológico. Harrington e Lindy (1998) propõem a seguinte metodologia, composta por várias fases: (i) <i>briefing</i> detalhado de explicação dos objetivos do estudo e definição clara da questão de partida para o ato de fotografar; (ii) processo de recolha de fotografias pelo participante e registo da razão que o levou a tirar cada fotografia; (iii) participação num grupo focal ou entrevista por foto-elicitação (com base nas fotografias do participante) para obtenção de resultados; (iv) passagem da entrevista e análise da mesma;</li> <li>. Associada (e por vezes confundida) com a Foto-Elicitação ou Photovoice.</li> </ul>
<b>Aplicação</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Apresenta um potencial elevado para cruzamento com outras abordagens, métodos e técnicas;</li> <li>. Harrington e Lindy (1998) propõem, no seu trabalho, uma descrição detalhada da aplicação da técnica; usada na área da Educação (Schulze, 2007; Steyn, 2009), Saúde (Amerson &amp; Livingston, 2014), e em áreas recentes como o Turismo (Cahyanto et al., 2013).</li> </ul>

Fonte: Autoria própria, adaptado de Rodrigues, Garcia & Costa (2021), acrescentado o método Photovoice à tabela.

Quanto à análise de dados visuais, tomemos como exemplo em concreto a análise de fotografias como imagem estática. Como Lester (2020) refere “análise é o modo, não somente como a mente se envolve com o mundo, mas também como interioriza as suas lições e o que aprende com elas” (p.130)<sup>2</sup>. A análise de elementos visuais permite extrair informação relevante que muitas vezes complementa a análise de outros tipos de dados, como textuais (Rodrigues, 2018). Existem dois aspetos importantes a considerar: (i) por um lado, escolha do modelo de análise que se assume como o referencial analítico e que permite compreender a linha metodológica do estudo; por outro, (ii) a técnica de análise a usar, de modo a ser possível obter informação relevante e válida a partir do elemento visual (i.e. fotografias).

No que diz respeito aos modelos de análise, existem algumas propostas interessantes que permitem encontrar um referencial para análise da fotografia. A título de exemplo, veja-se a ferramenta de Lester (2020) que incide na ideia de uso de várias perspetivas analíticas sob uma fotografia, como que um método crítico que ajude na análise das fotografias de forma a apreciarmos, na totalidade, uma comunicação visual. O autor propõe uma ferramenta baseada em seis perspetivas/dimensões analíticas de uma imagem<sup>3</sup>: pessoal (reação à imagem baseada em impressões subjetivas e pessoais), histórica (determinar a importância da imagem com base na data da produção), técnica (elementos composicionais da imagem), ética (responsabilidade moral e ética que o produtor, o sujeito e o observador têm sobre a imagem), cultural (análise de símbolos usados na imagem que contêm significado num determinado contexto e período) e crítica (elementos que transcendem a imagem em si e que moldam a nossa opinião sobre a mesma). Já Rose (2016) propõe uma ferramenta analítica, designada de uma metodologia crítica visual já referida anteriormente, assente em 4 pilares de análise de uma imagem, a partir dos quais o significado das imagens são construídos: (i) produção da imagem (as circunstâncias e o contexto da produção da imagem contribuem para o efeito que causam, sendo importante analisar aspetos como: Quem? Quando? Porquê? Com que objetivo? Como são criadas? Qual a tipologia/classificação); (ii) a imagem em si (cada imagem tem as suas componentes formais e significados visuais que partem da sua composição); (iii) circulação da imagem (o processo de circulação e movimento da imagem é organizado por quem e porquê? De que forma? Qual o canal?); (iv) a audiência da imagem (quem observa a imagem? De que forma é interpretada? Porquê? Em que contexto?).

Para Rose, estes 4 pilares podem intersear com três modalidades - tecnológica, composicional e social – que contribuem para uma perspetiva mais crítica (e holística) na análise de uma imagem. Para concluir, vejamos a proposta analítica de Browns e Collins (2021) designada de ‘Análise Sistemática Visual e Textual’ (no original ‘Systematic Visuo-Textual Analysis’) para quem pretende analisar e interpretar dados textuais e visuais, de forma que nenhum dos modos de comunicação seja visto como superior ao outro, sendo interpretados conjuntamente e não concebidos de modo individualizado. Para isso a ferramenta analítica que propõem assenta em três elementos (elemento 1: análise apenas da imagem; elemento 2: análise apenas do texto; elemento 3: análise combinada da imagem e texto), cruzada em matriz com dois níveis (ou seja, cada elemento é analisado sob dois níveis): nível 1: identificar e descrever; nível 2: concetualizar.

Todo o processo é iterativo, cíclico, flexível do ponto de vista analítico e não linear, rígido. Esta metodologia sistemática permite um controlo interpretativo do investigador, embora confira margem para avançar e recuar na análise, ligar o específico com o genérico e, desta forma, aprofundar. Todavia, a “atitude do investigador deve ser de abertura crítico-reflexiva” (Browns & Collins, 2021, p. 1287)<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Tradução livre do seguinte excerto: “Analysis is a way the mind not only engages with the outside world, but also internalizes its lessons and learns from them”.

<sup>3</sup> Laster denomina esta ferramenta de “six perspectives for analysing images” ou “six analytical perspectives” (2020, p. 131).

<sup>4</sup> Tradução livre do seguinte excerto: “the researcher's attitude needs to be one of critical-reflexive openness”



### 3. A Utilização de Métodos e Dados Visuais em Investigação Qualitativa: Exemplo Prático

Esta seção apresenta um exemplo prático de um trabalho desenvolvido pelo autor deste capítulo com uso de métodos e dados visuais em investigação qualitativa. Os estudos de suporte à presente exemplificação encontram-se publicados, pelo que se recomenda uma consulta mais aprofundada (Rodrigues, 2015; 2018; Rodrigues, Correia & Kozak, 2015, 2017). Pretende-se partilhar um caso prático com base na sistematização de um conjunto de etapas, explicando cada uma delas, com o propósito de tornar mais claros e organizados o pensamento e a metodologia adotada. Como pressuposto, pretende-se que a decisão em adotar métodos e/ou dados visuais assente numa lógica de modelo interativo que “pretende ajudar a compreender a estrutura real do estudo, bem como planeá-lo e executá-lo (...) (Gomez, 2021, p. 9), onde o desenho de investigação é tratado como uma entidade real e não apenas como uma subtração. Ou seja, todos os passos posteriores encontram-se ligados aos anteriores.

As etapas que servem de suporte à apresentação do exemplo em estudo são as seguintes:

- 1ª etapa: a decisão sobre o uso de elementos visuais deverá ser enquadrada em função de questões consideradas essenciais à coerência do estudo (definição do problema, objetivos do estudo, questões de investigação, quadro conceptual), colocando as seguintes questões: o uso do elemento visual será útil face ao problema a investigar? Irá acrescentar novas perspetivas ao estudo, novos “olhares”, novas dimensões? Irá conferir valor ao estudo?
- 2ª etapa: Definição do quadro conceptual que fundamente a utilização de elementos visuais no projeto de investigação (uso de método ou dado visual; delimitar o campo de uso do dado visual; definir a metodologia que enquadra o uso do elemento visual; identificar o tipo de método e/ou dado visual a adotar em função dos objetivos e questões de investigação);
- 3ª etapa: Procurar os dados visuais indicados, de acordo com as questões de investigação e os objetivos (natureza do método ou dado visual, tipologia, papel a desempenhar no estudo, fonte dos dados a usar);
- 4ª etapa: Definir a estratégia e tática analítica a adotar para a extração de informação do dado visual (modelo e desenho da análise, abordagem analítica indutiva versus dedutiva, sistema de categorias, tipo de codificação), com recurso a software específico de análise qualitativa em função do tipo de utilizador que somos, funcionalidades e nível de domínio do software;
- 5ª etapa: Apresentação de resultados (análise de conteúdo quantitativa e qualitativa? Descrições das fotos e vídeos? Frequência dos elementos visuais contidos nas fotos; definição de forma de visualização dos resultados em tabela? Gráfico? Nuvem de palavras? Os resultados devem responder às questões de investigação, as quais deverão ser devidamente enquadradas pelo referencial teórico.

Com vista a entender o contributo do elemento visual em investigação qualitativa, vejamos o estudo intitulado “Combining Visual and Textual Data for Assessing Destination Image: Lake Tourism Example”<sup>5</sup> em detalhe, tendo por base a premissa do uso complementar de dados visuais e textuais, na linha do que é defendido por Lester (2020, i) “As mensagens mais poderosas, significativas e culturalmente importantes são aquelas que combinam palavras e imagens de forma igual e respeitável”<sup>6</sup>. A partilha do trabalho é feita com base em diferentes níveis de análise, conforme referido anteriormente.

---

<sup>5</sup> Referência principal do estudo: Rodrigues, A. (2018). Insights and Perspectives About Textual with Visual Data Analysis: The Use of Photos as an Example. In: Costa A., Reis L., Souza F., Moreira A. (eds) Computer Supported Qualitative Research. ISQR 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 621. Springer, Cham. Doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-61121-1\\_250](https://doi.org/10.1007/978-3-319-61121-1_250)

<sup>6</sup> Tradução livre do seguinte excerto: “The most powerful, meaningful, and culturally important messages are those that combine words and pictures equally and respectfully”.

### 3.1. 1ª Etapa: Decisão sobre o Uso de Elementos Visuais no Projeto de Investigação

Este trabalho debruça-se sobre o turismo como campo do conhecimento, mais concretamente a área do marketing, em particular o processo de medição da imagem de destinos turísticos. No caso em concreto, procurou-se avaliar a imagem associadas a destinos de lagos, ou seja, territórios que apostam na criação de produtos turísticos associados a um lago artificial ou natural, assumido como o recurso central do desenvolvimento desta atividade (designado de ‘turismo de lagos’).

Esta forma de turismo, em específico, a temática da criação de uma imagem associadas a destinos de lagos, é relativamente recente na área do marketing turístico, pelo que o estudo assumiu também um carácter exploratório. Pretendeu-se compreender a natureza e características específicas do turismo de lagos e a forma como a imagem do mesmo pode ser criada, transmitida e percebida pelos turistas. Foi tomado como caso de estudo, o Lago do Alqueva, o maior lago artificial da Europa, um novo recurso localizado na região do Alentejo (para mais informação sobre o potencial deste recurso consultar Rodrigues, Correia & Kozak, 2013), tendo originado a seguinte questão de partida: *“Dado que o Lago do Alqueva se encontra numa fase bastante inicial de criação de um destino de Lagos, de que forma a ‘imagem’ como uma ferramenta do marketing importante para o desenvolvimento de destinos, pode dar um contributo nesta fase inicial do processo?”*

A formulação de uma questão de partida é assim fundamental, uma vez que é a partir daqui que iniciamos a justificação para uma adoção de elementos visuais no nosso trabalho. A partir desta fase inicial ficou claro que se pretendia explorar o fenómeno em estudo, por um lado; e, por outro, captar e abarcar as múltiplas perspetivas envolvidas no processo (quem cria a imagem do destino e a transmite – os vários agentes do turismo (alojamento, empresas de animação turística, guias intérpretes, entidade regional do turismo, etc.) - e quem a receciona e a percebe (os turistas). Pretendia-se assim, contemplar os vários olhares sobre a temática em estudo (turismo de lagos), procurando dar espaço para o cruzamento de perspetivas. A fundamentação para a adoção do elemento visual, neste caso de fotografias, sobre vários tipos de lagos no geral, e lago do Alqueva, em particular, justifica-se, uma vez que permitia alargar o olhar sobre o tema.

### 3.2. 2ª Etapa: Definição do Quadro Conceptual que Fundamente a Utilização de Elementos Visuais no Projeto de Investigação

A adoção de métodos e dados visuais deu resposta, em parte, aos objetivos gerais deste estudo. Veja-se o seguinte: (1º objetivo) Explorar, em profundidade, duas áreas do conhecimento centrais desta investigação: a imagem de destinos (ID) como uma área consolidada e o ‘turismo de lagos’ como área emergente; (2º objetivo) Explorar e caracterizar a natureza da imagem de destinos de lagos e identificar atributos de imagem; (3º objetivo) Testar um modelo de formação de imagem de destinos de lagos; (4º objetivo) Refletir e propor linhas de estratégia e ação a implementar no futuro com vista a melhorar o posicionamento e vantagem competitiva do Lago do Alqueva, como o maior lago artificial da Europa. Neste caso em concreto, optou-se por uma abordagem metodológica mista com uso complementar de métodos e técnicas Quali-Quanti, dada a natureza multidimensional do construto em análise (imagem de destinos). A abordagem Quali (1ª e 2ª fase do estudo) foi complementada com a abordagem Quanti (3ª fase), tendo sido feita uma recolha sequencial de dados e uma análise e integração interpretativa dos dados Quali e Quanti.

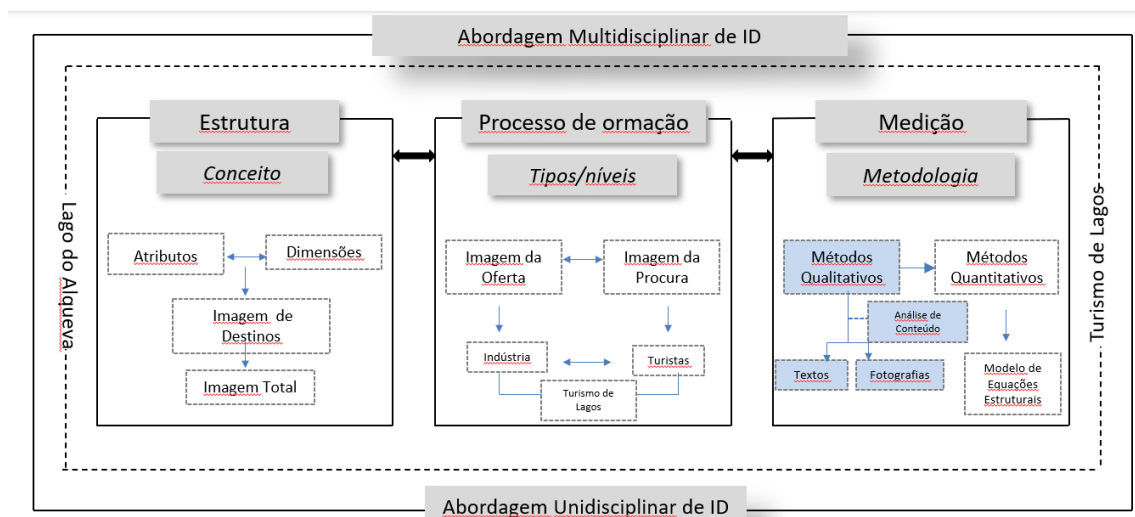
Como primeira etapa de investigação, a adoção de uma abordagem qualitativa revelou-se oportuna ao explorar o turismo de lagos como campo de estudo, extraindo atributos de imagem mais relacionados com esta nova tipologia de destinos. Nesta 1ª fase do estudo exploratória, recorreu-se a dados textuais e visuais, numa ótica de complementaridade, por forma a compreender a natureza do turismo de lagos, bem como os principais atributos de imagem relacionados com esta forma de turismo. Para tal, a análise de textos sobre lagos, bem como fotografias tiradas por turistas, indicaram que esta seria uma abordagem mais enriquecedora, uma vez que as fotografias poderiam acrescentar novas perspetivas e/ou confirmar/corroborar os dados textuais.

Em suma, justificava-se uma análise mais pictorial sobre os destinos de lagos, de modo a perceber o que se promove/realça dos lagos, quer em texto, quer em imagens, fotografias dos turistas (foram identificados nas fotografias elementos pictóricos importantes para entender o tema em estudo,



cruzando-os com a análise de texto como: “águas tranquilas e paradas”, a “relação céu vs. lago”, a “paisagem envolvente ao lago”, a “importância de desportos náuticos no lago”, etc.). Numa segunda etapa, e com vista a incidir mais especificamente no Lago do Alqueva, recorreu-se ao método visual de Foto-Elicitação já explicado na seção anterior, através da realização de entrevistas a profissionais da indústria do turismo que exerciam atividades no Lago do Alqueva (hotéis, empresas de animação turística, entidades públicas de turismo, guias intérpretes, entre outros). O propósito foi o de validar os atributos de imagem e explorar novos atributos, recorrendo-se em fotografias do lago do Alqueva para os respondentes opinarem e comentarem, com base numa grelha, complementado pelo uso de técnicas de extração de dados, como o *Checklist* e a Elicitação-Livre de Palavras.

Por conseguinte, neste caso em concreto, o modelo conceptual do presente estudo integrava já, na sua essência, a justificação para a adoção de uma abordagem visual de investigação. Pretendia-se, desta forma, fundamentar e validar, cientificamente, o uso do elemento visual em investigação, de forma a contrariar a ideia de que o dado visual é “menos sério ou intelectualizado” que o tradicional texto (ver Figura 2). O presente trabalho advoga que o uso do elemento visual em investigação, através de um método ou dado como *corpus* para análise, deve integrar, logo à partida, o desenho do modelo conceptual do estudo, com vista a orientar o processo de investigação.



**Figura 2.** Modelo conceptual do estudo “Medição de imagem de destinos de lagos: o lago do Alqueva como caso de estudo” com referência à utilização do método e dado visual (sombreado a azul). Fonte: Traduzido de Rodrigues (2015, 2018).

### 3.3. 3ª Etapa: Procurar os Dados Visuais Indicados de Acordo com as Questões de Investigação e Objetivos Projeto de Investigação

A decisão de incorporar, nesta 1ª fase do estudo, dados visuais (fotografias de lagos) acompanhadas do seu texto (de forma complementar), pretendeu dar resposta a duas questões de investigação: (i) O que é o turismo de lagos e quais os elementos/atributos que caracterizam esta forma de turismo? (ii) Quais as principais características e dimensões que contribuem para uma concetualização do turismo de lagos? Tratou-se, claramente, de uma fase ainda exploratória, onde a análise de fotografias deu um contributo enriquecedor a esta etapa.

O dado visual, quanto à sua natureza e tipologia, foram então fotografias de destinos de lagos relacionadas assim com o objeto de estudo. Depois de compreender que uma análise exploratória de fotografias daria um contributo relevante ao modelo conceptual do estudo, também validade pela etapa da revisão de literatura surgiram as seguintes questões: Qual a fonte do dado visual a usarmos? De onde provêm essas fotos? Que fontes poderemos equacionar e adotar no nosso estudo, que sejam válidas e em que seja possível fundamentar a nossa escolha? Serão suficientemente representativas e significativas

do fenómeno em estudo? Qual o número indicado de fotos a usar? Que tipo de amostra (estratificada, por conveniência, por *clusters*?). Estas são questões concretas e oportunas às quais interessa responder com o presente trabalho, de forma a validarem a seriedade do uso de uma abordagem visual em investigação, quer nos métodos, quer nos dados.

Neste caso concreto, e após várias pesquisas, de avanços e recuos, considerou-se que uma plataforma de cariz internacional de amantes de lagos (denominados de *Lakelubbers*) criada em 2007, gerida em Smith Mountain Lake, Virgínia, EUA seria a fonte de dados mais apropriada, atendendo aos objetivos do estudo, questões de investigação e modelo conceptual, conforme foi explicado anteriormente (para mais informação consulte o portal disponível em <https://www.lakelubbers.com>). Esta plataforma gere uma base de dados de cerca de 2.151 lagos (dados de out. de 2021), naturais ou artificiais, em todo o mundo, com informação sobre cada lago, acompanhado de fotografias de amantes de lagos. Neste caso, estamos perante uma fonte de dados riquíssima, com informação organizada e estruturada sobre lagos, contendo dados de um perfil de participante que está alinhado com os objetivos do trabalho. Ou seja, os amantes de lagos, pessoas que gostam de viajar para estar junto a lagos e usufruir da sua beleza, tranquilidade e diversidade. Cada lago é único e inspira sensações e emoções únicas.

Após uma leitura flutuante do *corpus* (etapa fundamental numa pré-análise do material, segundo Bardin, 2009), foi possível verificar que este tinha qualidade suficiente para dar resposta às questões de investigação. Não apenas os textos em si, mas também as fotografias que os acompanhavam, como elemento adicional de captação de perceções, perspetivas e olhares sobre o lago como recurso natural (quer seja natural decorrente de fenómenos naturais que o geraram, quer seja artificial decorrente da construção de barragens, por exemplo, dando origem a extensos planos de água como é o caso do Lago do Alqueva em Portugal/Alentejo). Na Figura 3 apresenta-se um exemplo do *corpus* de análise, com texto e fotografias, do lago Como, no norte de Itália. Nesta plataforma é possível encontrar textos e fotografias associados a cada lago que integra a base de dados mundial com 1251 lagos, revelando-se uma fonte de dados clara, válida e legítima. Importa assim explicar convenientemente a fonte de dados visual que foi adotada.

The screenshot shows the LakeLubbers.com website interface. At the top, there's a navigation bar with links like Home, Advertise, Log In, Newsletter, Create Account, Suggest Lake, Articles, About, and Blog. Below this is a search section for finding lakes by name, location, or keyword. The main content area is dedicated to Lake Como, Lombardy, Italy, featuring a large photo gallery, a detailed text description, and various statistics and activities related to the lake. The text describes Lake Como as a unique natural freshwater lake with a Y-shaped basin, surrounded by mountains and a town of Colico. It also lists activities like kayaking, boating, and fishing, and mentions the lake's oligotrophic nature.

**Figura 3.** Um exemplo de *corpus* de análise usado nesta fase exploratória, constituído por textos e fotografias para cada lago considerado na amostra.

**Fonte:** Página oficial de LakeLubbers, disponível em <https://www.lakelubbers.com/lake-como-207/>

No total, constituiu-se um *corpus* de análise composto por 40 descrições de lagos (unidades de análise textuais) e 124 fotografias de lagos (unidades de análise de dados visuais), resultante da definição de uma amostra final de 40 lagos (naturais ou artificiais) localizados na Europa Ocidental. Para cada lago foi feita uma análise de conteúdo (Bardin, 2009) de cada texto e fotografias correspondentes. A Tabela 2 apresenta a amostra final de textos e fotografias como *corpus* de análise.

**Tabela 2.** Exemplo da amostra final de dados textuais e visuais para análise de conteúdo

País	Lago	Código	Nº de fotos	País	Lago	Código	Nº de fotos
Austria	Lake Attersee	AU01	5	Macedonia	lake Ohrid	MA21	5
	Hallstätter See	AU02	5		Lake Prespa	MA22	1
Bulgaria	Smolyan Lakes	BU03	0	Netherlands	Lake IJssel	NE23	2
					Lake Markermeer	NE24	3
Croatia	Plitvice Lakes	CR04	5	Norway	Hornindalsvatnet Lake	NO25	3
Finland	Saimaa	FI05	5	Poland	Śniardwy Lake	PO26	0
	Pääjärvi	FI06	5		Ilawa Lakeland	PO27	0
France	Lac d'Hourtins	FR07	0	Portugal	Alqueva Lake	POR28	5
	Carcan	FR08	3				
	Lake Bourget						
Germany	Lake Constance	GE09	5	Russia	Lake Ladoga	RU29	0
	Lake Muritz	GE10	2		Rybinsk Reservoir	RU30	0
Greece	Lake Kerini	GR11	0	Slovenia	Lake Bohinj	SL31	5
	Lake Volvi	GR12	0		Lake Bled	SL32	6
Hungary	Lake Balaton	HU13	5	Spain	Las Salinas de	SP33	5
	Lake Heviz	HU14	1		Torre Vieja	SP34	4
					Lake Sanabria		
Iceland	Lake Thingvallavatn	IC15	4	Sweden	Vanern	SW35	4
	Lake	IC16	2		Vättern	SW36	3
	Skorradalvatn						
Ireland	Lough Foyle	IR17	2	Switzerland	Lake Geneva	SWT37	4
	Lough Corrib	IR18	5		Lake Neuchatel	SWT38	4
Italy	Lake Garda	IR19	5	United Kingdom	Lough Neagh	UK39	4
	Lake Maggiore	IR20	5		Lough Foyle	UK40	2

Fonte: Traduzido e adaptado de Rodrigues (2015, p.45).

Considera-se crucial justificar esta etapa de amostragem, em benefício da transparência metodológica em investigação qualitativa, mais ainda quando inclui nos seus projetos o uso de dados visuais. Esta preocupação de dimensão ética, ajuda a validar o rigor em investigação. Neste caso, tratou-se de uma amostra intencional e por conveniência que se fechou com base numa série de raciocínios fundamentados pela teoria do turismo de lagos e, ao mesmo tempo, justificados pelas perguntas de investigação que se pretendia dar resposta. Ou seja, a partir da experiência do investigador, em determinado momento do processo, foi possível constatar que, dada a natureza exploratória desta fase e a relação entre o objeto de estudo e o *corpus* de análise a constituir, esta amostra por conveniência era suficiente para responder às questões de investigação. Este princípio aplica-se, quer a dados textuais, quer a dados visuais.

O número total de fotografias, vídeos, *mind maps*, *cartoons* ou outro tipo de dados visual deve ser sempre fundamentado, com rigor, conferindo desta forma validade à adoção do dado visual em investigação qualitativa (premissa fundamental a considerar, como várias vezes tem sido referido ao longo deste capítulo).

### 3.4. 4ª etapa: Definição da Estratégia e Tática Analítica a Adotar para a Extração de Informação do Dado Visual com Recurso a *Software* de Análise Qualitativa

Neste estudo, as fotografias foram analisadas separadamente dos textos, pois o objetivo foi a extração de informação de forma individualizada, por forma a verificar a complementaridade de ambos os dados (textuais e visuais). Como Miles e Huberman referem “fotografias, vídeo ou qualquer outro item que possa ser transformado em texto são passíveis de análise de conteúdo”<sup>7</sup> (1994, p. 240). Esta decisão relativa à estratégia da investigação foi, desde logo, definida no modelo conceptual do estudo. De entre os métodos

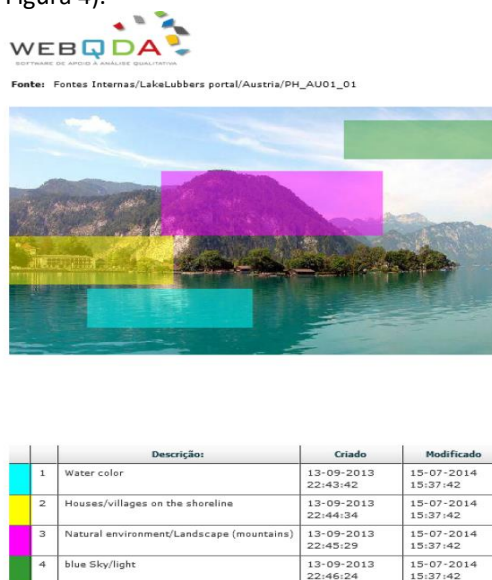
<sup>7</sup> Tradução livre do seguinte texto: “photographs, videotapes, or any other item that can be made into text are amenable to content analysis”.

técnicas de análise qualitativa, a análise de conteúdo foi a adotada, com uma abordagem mais quantitativa, face aos objetivos em causa.

A quantificação não substitui uma análise mais qualitativa das imagens, com o uso de métodos como a semiologia, mas descobre padrões que por vezes são subtis e passam despercebidos (Lutz & Collin, 1993), mas que são úteis aos objetivos do estudo. Neste trabalho, após a análise das 40 descrições de lagos, seguiu-se uma análise das 124 fotografias, com uma tática analítica baseada num processo mais indutivo numa primeira, para depois avançar para uma abordagem mais dedutiva. O modelo de análise baseou-se no cruzamento dos trabalhos de Rose (2016) no domínio da investigação qualitativa e Albert e James (1988) com um modelo de análise de fotografias em turismo. Ou seja, primeiramente fez-se uma codificação mais descritiva (Saldaña, 2009) dos atributos de imagem de forma mais livre (abordagem indutiva) para depois categorizá-los (abordagem dedutiva) em função de um sistema de categorias extraído da revisão de literatura (Beerli & Martin, 2004). A codificação descritiva “assinala etiquetas para os dados com o intuito de os resumir com palavras ou frases curtas, muito frequentemente com um substantivo, o tópico básico de uma passagem dos dados qualitativos” (Neri de Souza, 2014, p.3) .

Este é um dos aspetos fundamentais, a definição clara e precisa dos referenciais teóricos de análise de imagens a aplicar no estudo, pois confere rigor metodológico. A revisão de literatura referente ao campo das metodologias visuais apresenta várias propostas interessantes como foi explorado na seção 2 deste capítulo. Nesta fase houve recurso a *software* de análise qualitativa específico (neste caso o webQDA), pois permitiu aprofundar a análise, facilitar a triangulação de dados e a realização de inferências aos dados codificados. O webQDA (Neri de Souza, Costa & Moreira, 2016) é um *software* direcionado a investigadores, em diversos contextos, que necessitem de analisar dados qualitativos, individual ou colaborativamente, de forma síncrona ou assíncrona. O webQDA segue o desenho estrutural e teórico de outros programas disponíveis no mercado, diferenciando-se destes pela simplicidade de utilização e adaptação a diferentes tipos de investigação, revelando um instrumento de apoio fundamental em todo o processo, não só na análise do material, bem como na própria organização do mesmo. As vantagens são significativas (Costa, 2016; Costa & Amado, 2018). A estratégia e tática analítica dos dados visuais, com uso do webQDA, assentou em 3 passos fundamentais:

- *Passo 1: Todos os objetos presentes em cada foto foram identificados com uso do software WebQDA, através da segmentação da imagem (rótulos a cores), com uma descrição factual do que se observa na foto (ver Figura 4).*



**Figura 4.** Rótulo descritivo de uma fotografia de turismo de lagos, retirada da amostra, analisada com o webQDA.

Fonte: Output original do webQDA, versão 2.0 (Souza, Costa, Moreira & Souza, 2013); imagem do portal <https://www.lakelubbers.com>. Nota: O webQDA apresenta já versões mais atualizadas do software (para mais informação consultar <https://www.webqda.net/>)

- Passo 2: Listagem final obtida com todos os motivos/objetos identificados nas 124 fotos, com registo do nº frequências.** Esta quantificação permitiu perceber, de forma precisa e clara, o conteúdo das fotos e a percentagem de repetição de cada motivo/objeto no total das fotos analisadas (ver Tabela 3). Ou seja, identificar padrões nas fotos de destinos de lagos; o que os turistas mais gostam de fotografar quanto fazem férias junto a lagos; quais as suas perceções e motivações na procura deste tipo de turismo. No total foram quantificados 42 motivos/objetos contidos no *corpus* visual, sobretudo, com base numa codificação descritiva (Saldaña, 2009)

**Tabela 3.** Resultado de parte da análise de conteúdo das 124 fotografias.

<b>Motifs/Objects (total 42 extracted from the photos)</b>	Frequency (nr. of Images in which motif appears)	Frequency (% of images in which motif appears)
Blue Sky	39	31.5%
Vegetation on the shoreline	38	30.6%
Landscape/mountains	36	29.0%
Water's blue color	33	26.6%
Water acts as a mirror	29	23.4%
Open and immense sky	26	21.0%
Anchored boats	18	14.5%
Cultural heritage/monuments	17	13.7%
Uneven waters	17	13.7%
Villages on the shoreline	17	13.7%
Water transparency	13	10.5%
Lake sunset	12	9.7%
Sailing on the lake	8	6.5%
Boat slip/access to water	7	5.6%
Islands	6	4.8%
Air view of the lake	5	4.0%
Marina	5	4.0%
Ports and harbours	5	4.0%
OTHERS		

**Fonte:** Adaptado de Rodrigues, Correia & Kozak (2015, p.306)<sup>8</sup>

- Passo 3: Processo de tematização, categorizando de forma mais indutiva cada motivo/objeto a um tema.** Após a identificação de 42 motivos/objetos nas fotografias foram identificados 5 grandes temas/categorias resultantes da análise de conteúdo visual efetuada (“Elementos Naturais”, “Infraestruturas”, “Atividades e Recreio”, “Cultura e Património” e “Ambiente Natural”), relacionadas com o conceito de turismo de lagos (v. Figura 5). A partir de uma análise de dados visuais, neste caso fotografias, foi possível entender melhor a natureza do conceito de Turismo de Lagos e identificar os atributos que os turistas mais privilegiam e associam a esta forma de turismo. A fotografia deu, desta forma, um contributo valioso ao estudo.

<sup>8</sup> Optou-se por manter os resultados da análise originais para serem usados como evidências e não serem desvirtuados. Os mesmos encontram-se em língua inglesa.



**Figura 5.** Resultado da tematização das fotografias representando os 5 temas/categorias pictoriais

Fonte: Rodrigues, Correia & Kozak (2015, p.308). Fotografias disponíveis no portal <https://www.lakelubbers.com>

### 3.5. 5ª etapa: Apresentação de Resultados da Análise de Dados Visuais

Os resultados obtidos com a análise de dados visuais devem responder às questões de investigação, devidamente contextualizados pelo referencial teórico. Neste exemplo, o elemento visual (fotografias de lagos) complementou a análise de dados textuais (descrições de lagos).

A análise de fotografias conseguiu extrair, e sobretudo, salientar atributos relacionados com um turismo de lagos que os textos não realçavam. Por exemplo, atributos relacionados com céu azul e imenso, a importância da paisagem junto à margem do lago, o azul do lago ou a beleza do plano de água e reflexo das nuvens na água, assim como a importância de atividades náuticas no lago, sobretudo associadas a embarcações sem motor, como a vela, foram elementos extraídos da análise das fotografias, evidenciando a atratividade destes elementos pictoriais junto dos turistas amantes de lagos. Estes resultados corroboram a teoria sobre o uso de dados visuais em investigação, na medida em que adiciona novas perspectivas, novos olhares sobre o fenómeno em estudo, permitindo enfatizar o que é realmente importante para o participante, inclusive aspetos que não ocorreriam de forma imediata ao investigador. Foi precisamente o que sucedeu neste estudo.

A fotografia veio corroborar a análise de textos e captar elementos e dimensões enriquecedoras para o estudo. No final, após análise complementar de fotografias e textos sobre turismo de lagos foi possível responder às duas questões de partida: (i) O que é o turismo de lagos e quais os elementos/atributos que caracterizam esta forma de turismo? (ii) Quais as principais características e dimensões que contribuem para uma concetualização do turismo de lagos?

A Tabela 4 mostra um dos resultados finais obtidos pela estratégia e tática analítica seguida, combinando análise de texto com imagem.



**Tabela 4.** Dimensões e atributos de destinos de Lagos extraídas da análise de conteúdo de dados visuais e textuais.

Categories	Sub-Categories	Attributes/Properties (some examples)
<b>A. Natural Resources</b>	<b>A.1.</b> Physical features of the lake <b>A.2.</b> Richness of nature <b>A.3.</b> Climate	<b>A.1.</b> Origin, type, surface, depth, elevation, length, topography (...) <b>A.2.</b> Protected Areas, flora and fauna (birds, fish); sky, beaches, islands (...) <b>A.3.</b> Temperature (...)
<b>B. General Infrastructure</b>	<b>B.1.</b> Quality of roads <b>B.2.</b> Transport facilities <b>B.3.</b> Nautical facilities and other infrastructures	<b>B.1.</b> Access roads to the lake; circular drives. <b>B.2.</b> Existence of nearby airport; between villages around the lake; between lakes; between islands on the lake. <b>B.3.</b> Marinas, ports, public ramps, boat slips, public piers, berths, swimming areas; boardwalks.
<b>C. Tourist Infrastructure</b>	<b>C.1.</b> Accommodation and catering facilities <b>C.2.</b> Available packages  <b>C.3.</b> Signed trails and paths  <b>C.4.</b> Tourist services and information	<b>C.1.</b> Caravan parks, cottages, real estate, camping, hotels, chalets, vacation rentals (...) <b>C.2.</b> Sightseeing tours, excursions, cruises (half-day, whole-day, evening, lunch), fishing trips (...) <b>C.3.</b> Bicycle trails, climbing trails, hiking trails, nature /scenic trails, walking trails (...) <b>C.4.</b> Maps, tourist offices, visitor/information centres, nature centres, picnic areas, charter
<b>D. Tourist Leisure and Recreation</b>	<b>D.1.</b> Water activities, sports and recreation <b>D.2.</b> Land-based activities, sports and recreation <b>D.3.</b> Winter activities, sports and recreation <b>D.4.</b> Entertainment and events	<b>D.1.</b> Boating, boardwalk, canoeing, fishing, houseboating, lake sightseeing, kayaking, kite-surfing, sailing, swimming. <b>D.2.</b> Biking, birdwatching, climbing, hiking, paragliding, picnicking, sightseeing, rock climbing trekking, walking. <b>D.3.</b> Alpine and Nordic skiing, dog sledding, ice fishing, ice skating, ice climbing, snowboard, snowshoeing, toboggan. <b>D.4.</b> Sport competitions (regattas, tournaments, parades), themed events (wine festivals, evening parties), local attractions (swimming pools, casinos), nightlife.
<b>E. Culture, History and Art</b>	<b>E.1.</b> History of the lake and surrounding region <b>E.2.</b> Museums and historic buildings  <b>E.3.</b> Cultural Attractions and events <b>E.4.</b> Gastronomy	<b>E.1.</b> historic ruins, archaeological ruins and artefacts, local architecture, legends/stories, caves, UNESCO. <b>E.2.</b> Museums, castles, fortresses, fortifications, churches, monasteries, abbeys, chapels, cathedrals, monasteries, (...) <b>E.3.</b> Music festivals and demonstrations, concerts, recitals, exhibitions, theatre, dance performances. <b>E.4.</b> Local dishes, wine, (...)

Fonte: Rodrigues (2015, p.168).

## 4. Contributos e Limitações na Utilização de Métodos Visuais

Em jeito de síntese, e conforme Rodrigues, Garcia e Costa (2021) reconhecem, a adoção de métodos e dados visuais enriquece a investigação qualitativa. Há novas dimensões e perspetivas que surgem da análise do dado visual. A utilização de métodos visuais permite visualizar as dimensões intangíveis da atividade humana (Whincup, 2004), permitindo focar a atenção no que é verdadeiramente importante para o participante, incluindo aspetos que poderiam não ter ocorrido ao investigador (Samuels, 2007). A vantagem de utilização de dados visuais no exemplo que aqui foi partilhado prende-se, essencialmente, com o fácil acesso a fontes de dados disponíveis na internet, o *corpus latente* (Neri de Souza, 2014). Neste caso, uma base de dados com fotografias de lagos de todo o mundo está disponível numa plataforma de amantes de lagos para análise. Há autores que afirmam mesmo que a utilização de dados visuais pode encorajar os participantes a envolverem-se na investigação de forma mais criativa (Seale, 2004).

Uma outra vantagem associada a este tipo de dados e que este trabalho evidencia é o uso complementar de texto e imagem, permitindo corroborar ideias ou identificar novas dimensões do objeto de estudo. Um exemplo concreto trata-se do facto de um dos atributos mais representados nas fotografias analisadas estar relacionado com a paisagem em torno dos lagos, bem como a importância do azul da água do lago. Isso só foi possível perceber com a análise pictorial.

Como Pink (2004) refere, as nossas conversas estão cheias de referências verbais às imagens e o uso exclusivo de palavras não consegue expressar todas as nossas ideias, pelo que o elemento pictorial tem um contributo importante. Há mesmo autores (Lester, 2020) que defendem que não deve haver uma separação do uso de texto e da imagem, devendo ser vistos de forma complementar. Em suma, as imagens parecem ‘soltar as palavras’, por exemplo, em contexto de métodos como o da Foto-Elicitação. As imagens podem ajudar os participantes a expressarem entendimentos complexos em relação às suas experiências, validando os dados textuais (Harper, 2002).

No entanto, a resistência à inclusão de métodos e dados visuais em investigação qualitativa é ainda uma realidade. Heisley (2001) identifica alguns obstáculos: (i) no geral, os elementos pictoriais são ainda considerado menos “sérios” pela academia, em relação aos elementos textuais; (ii) a perceção e entendimento do elemento visual pode ser feita por qualquer pessoa, dando lugar a múltiplas interpretações em função de quem observa; esta perda de controlo sobre o dado em análise pode ser desconfortável e ameaçadora para o investigador; (iii) os investigadores não estão ainda familiarizados com o uso de alguns elementos visuais, como o vídeo como fonte de dados; (iv) os investigadores são ainda influenciados e enviesados pela ideia de que as palavras são mais ‘intelectualizadas’ do que as imagens; (v) parece não existir ainda uma revisão de pares suficiente que possa legitimar a sua adoção; (vi) um campo muito trabalhoso e exigente.

Em suma, os métodos visuais permitem uma maior interação entre os sujeitos, numa relação mais colaborativa entre o investigador e o participante. As aplicações deste campo visual da investigação qualitativa são várias, desde abordagens mais exploratórias de investigação que procuram questionar, desbravar e tomar contacto com o objeto de estudo, sendo também possível aplicar em fases de validação dos próprios resultados obtidos.

## 5. Considerações Finais

Pretendeu-se, com este capítulo, suscitar o interesse do leitor para a adoção de uma abordagem mais visual nos seus projetos de investigação. A utilização de métodos visuais surge como um campo de estudo e aplicação consolidado em investigação qualitativa, ampliando a possibilidade de utilizarmos novas abordagens, novos métodos e novas técnicas, num processo mais interativo, democrático e participativo, quer por parte do sujeito, quer por parte do investigador.

A sociedade pós-moderna é marcada e reconhecida, cada vez mais, pela sua dimensão pictorial, onde a imagem (estática ou dinâmica) pode assumir um papel importante em investigação qualitativa. Esta realidade exige que o investigador valide muito bem as suas opções e decisões, pois só assim é possível que o método e dado visual seja amplamente reconhecido e validado pela comunidade académica. Como foi anteriormente explanado, a Fotografia Reflexiva, a Foto-Elicitação ou a Photovoice são alguns exemplos de métodos e técnicas que usam o dado visual para obtenção de informação. Por seu lado, a análise de conteúdo é uma das técnicas usada para explorar dados visuais, em particular fotografias, entre outras. No exemplo aqui apresentado, trata-se de uma abordagem mais alicerçada numa análise composicional da fotografia, com base nos elementos que constituem a imagem, não havendo lugar a uma interpretação em função de um contexto.

Claramente o uso de um software de análise qualitativa específico, como o webQDA, permitiu organizar as fontes de dados (textos e fotografias), facilitar a triangulação de dados, sistematizar a análise com a respetiva codificação e aprofundá-la. A análise de dados visuais implicou sobretudo, atendendo ao desenho analítico adotado, descrever e transcrever as fotografias (neste caso foi feita uma interpretação mais descritiva e factual dos dados visuais), com base no uso de rótulos/segmentos das imagens que contêm descrições (Rodrigues & Costa, 2020).

As opções e os caminhos são diversificados. As abordagens metodológicas permitirão que o investigador discipline a sua paixão, mas procurando que não a reprima ou a comprima, dando espaço à criatividade e subjetividade tão importante em abordagens naturalísticas do objeto de estudo.

## 6. Referências


- Albers P.C. & James W.R. (1988). Travel photography: a methodological approach. *Annals of Tourism Research*, 15, 134-158.
- Athelstan, A., & Deller, R. (2013). Visual methodologies (Editorial). *Graduate Journal of Social Science*, 10 (2), 9-19.
- Bamford, A. (2003). The visual literacy white paper, Adobe Systems Incorporated, 2003.  
<https://aperture.org/wp-content/uploads/2013/05/visual-literacy-wp.pdf>
- Banks, M. (2018). *Using Visual Data in Qualitative Research*, 2ª ed. London: Sage.
- Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*, London: Sage.
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Browns, N. & Collins, J. (2021). Systematic visuo-textual analysis: a framework for analysing visual and textual data. *The Qualitative Report*, 26(4), 1275-1290. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4838>
- Catalani, C. & Minkler, M. (2010). Photovoice: A review of the literature in health and public health. *Health Education & Behavior*, 37, 424-452.
- Collier, J. (1967). *Visual Anthropology: photography as a research method*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Collier, J., Jr., & M. Collier. (1986). *Visual anthropology: photography as a research method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Costa, A. P. (2016). Cloud computing em investigação qualitativa: investigação colaborativa através do software webqda. *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, 5(2), 153-161.
- Costa, A. P. & Amado, J. (2018). *Análise de conteúdo suportada por software*. 1ª Ed. Oliveira de Azeméis - Aveiro - Portugal: Ludomedia.
- Costa, E., Taborda, C. & Costa, A. P. (2016). Potencialidades da pesquisa na internet para a investigação qualitativa. *Internet Latent Corpus Journal*, 6(2), 1-4.
- Georgis, C., Johnson, N. J., Bonomo, A., Colbert, C. & al, e. (1999). Visual literacy. *Reading Teacher*, 53(2), 146-153.
- Gómez, E. E. (2021). Desenhos de investigação qualitativa. In S. P. Gonçalves, J. P., Gonçalves, J.F., & C. G. Marques (Eds.) (in press). *Manual de investigação qualitativa: conceção, análise e aplicações* (pp. 5-23). Lisboa: Editora Pactor.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17, 13-26.
- Harper (1998). An argument for visual sociology, In J. Prosser (ed.), *Image-based research: a sourcebook for qualitative researchers*. London: Sage.
- Heisley, D. D. (2001). Visual research: current bias and future direction. *Advances in Consumer Research*, 28, 45-47.
- Knowles, C. Sweetman, P. (Eds.). *Picturing the social landscape: visual methods in the sociological imagination*. Londres: Routledge.
- Lester, P. M. (2020). *Visual communication: images with messages*. 8ª ed. USA: Lex Publishing.
- Lorenz, L. S. & Kolb, B. (2009). Involving the public through participatory visual research methods. *Health Expectations*, 12(3), 262-274. doi: 10.1111/j.1369-7625.2009.00560.x
- Lutz, C. A. & Collins, J. L. (1993). *Reading national geography*. Chicago: University of Chicago Press.
- Minayo, M.C.S. (2016). Fundamentos, percalços e expansão das abordagens qualitativas. In A. P. Costa, F. Neri de Souza, F. & D. Neri de Souza (Eds.), *Investigação qualitativa: inovação, dilemas e desafios* (Vol.3, pp.17-48). Oliveira de Azeméis: Ludomedia.
- Miles M. & Huberman A. (1994) *Qualitative data analysis: an expanded source Book*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory. essays on verbal and visual representation*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mitchell, W.J.T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Mitchell, C. (2008). Getting the picture and changing the picture: Visual methodologies and educational research in South Africa. *South African Journal of Education*, 28, 365-383.
- Mitchell, W.J.T. (2015). *Image Science: iconology, visual culture and media aesthetics*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Neri de Souza, F. (2014). Tipologia e codificação de dados corpus latente na internet. *Internet Latent Corpus Journal*, 4(2), 2-10.
- Pine, B.J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76, 97-105.
- Pink, S. (2004). Visual methods. In C. Seale, G. Gobo, J. F. Gubrium, & D. Silverman (Eds.), *Qualitative Research Practice* (pp. 391-406). London: Sage.
- Prosser, J. & Loxley, A. (2008). Introducing visual methods, National Center for Research Methods, Review Paper (unpublished paper). Disponível em <https://www.mendeley.com/viewer/?fileId=4715f47a-3f0a-0973-3d44-6bc70433d0a0&documentId=abaa3f61-c97d-3a0a-baf3-efa2b6f50463>
- Rezabek, L. L., (2005). Why visual literacy: consciousness and convention. *TechTrends: Linking Research & Practice to Improve Learning*, 49(3), 19-20.
- Rodrigues A. (2015). *Lake-Destination Image Assessment: the Case of the Alqueva Lake*. Dissertação de Doutoramento não publicada, 05 dezembro 2015. doi: 10.13140/RG.2.1.4881.0006. Disponível em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/7566>
- Rodrigues, A. (2018). Insights and perspectives about textual with visual data analysis: the use of photos as an example. In: A. P. Costa, L. Reis, F. N. Souza., A. Moreira (Eds.) *Computer supported qualitative research*. ISQR 2017. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 621. Springer, Cham. Doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-61121-1\\_25](https://doi.org/10.1007/978-3-319-61121-1_25)
- Rodrigues, A., Alzás Garcia, T. & Costa, A. P. (2021). Análise de dados visuais e redes sociais com apoio de software. In S. P. Gonçalves, J.F. Gonçalves, & C.G. Marques (Eds. *Manual de investigação qualitativa: conceção, análise e aplicações*. Lisboa: Editora Pactor, pp. 159-192. SBN: 978-989-693-114-8.
- Rodrigues, A. & Costa, A. P. (2020). Análise de Dados Visuais através do webQDA. Artigo publicado no Blog do webQDA a 05.05.2020, disponível em [https://www.webqda.net/analise-de-dados-visuais-atraves-do-webqda/?fbclid=IwAR3LPpfbIABeZDSFeI8DxVOO5u6G-DuV8-iF1Z0\\_mnZEC08J5bG9gKmjOM](https://www.webqda.net/analise-de-dados-visuais-atraves-do-webqda/?fbclid=IwAR3LPpfbIABeZDSFeI8DxVOO5u6G-DuV8-iF1Z0_mnZEC08J5bG9gKmjOM)
- Rodrigues, A., Correia, A., Kozak, M. & Tuohino, A. (2015). Lake-Destination Image Attributes: Content Analysis of Text and Pictures. In A. Correia, J. Gnoth, M. Kozak & A. Fyall, A. (Eds.), *Marketing Places and Spaces*, *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10, 293-314. Emerald Group Publishing Limited. doi:10.1108/S1871-31732015000010022. ISBN: 978-1-78441-940-0, eISBN: 978-1-78441-939-4 ISSN: 1871-3173
- Rodrigues, A., Correia, A. & Kozak, M. (2017). Combining Visual and Textual Data for Assessing Destination Image: Lake Tourism Example, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 27:4, 319-339.
- Rodrigues, A., Correia, A. & Kozak, M. (2013). The Alqueva Reservoir in Portugal: Towards the Development of a New Lake Destination. *Polish Journal of Natural Sciences*, 28 (1), 131-143.
- Heisley, D. D. (2001). Visual research: current bias and future direction. *Advances in Consumer Research*, 28, 45-47.
- Prosser J. & Loxley, A. (2008). Introducing visual methods, disponível em <http://eprints.ncrm.ac.uk/420/1/MethodsReviewPaperNCRM-010.pdf>, consultado em 14 setembro 2020.
- Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. 3ª ed. London: Sage.
- Saldaña, J. (2009). *The coding manual for qualitative researchers*. London: Sage.
- Samuels, J. (2007). When words are not enough: eliciting children's experiences of Buddhist monastic life through photographs. In C. G. Stanczak (Ed.), *Visual Research Methods: Image, Society and Representation*. London: Sage Publications.
- Seale, C. (2004). *Researching society and culture*. London: Sage.
- Souza, F. N., Costa, A. P. & Moreira, A. (2016). *webQDA - Qualitative Data Analysis (versão 3.0)*. Aveiro: Micro IO e Universidade de Aveiro. Disponível em [www.webqda.net](http://www.webqda.net)
- Souza, F. N., Costa, A.P., Moreira, A., & Neri de Souza, D. (2013). *WebQDA Manual do Utilizador*.

- Stevens, C. A. (2006). Being healthy: Voices of adolescent women who are parenting. *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 11, 28–40.
- Wang, C. C. & Burris, M. A. (1994). Empowerment through photo novella: portraits of participation. *Health Education Quarterly*, 21, 171–186.
- Wang, C., Burris, M. & Xiang, Y. (1996). Chinese village women as visual anthropologists: A participatory approach to reaching policymakers. *Social Science & Medicine*, 42(10), 1391-1400
- Wang, C., & Burris, M. A. (1997). Photovoice: concept, methodology, and use for participatory needs assessment. *Health Education & Behavior*, 24(3), 369–387
- Whincup, T. (2004). Imagining the intangible. In C. Knowles & P. Sweetman (Eds). *Picturing the Social Landscape: Visual Methods and the Sociological Imagination*. London: Routledge. 2004.
- Photovoice Worldwide (2021, Novembro 15), What is Photovoice?, <http://www.photovoiceworldwide.com/>

**Ana Isabel Rodrigues**

Instituto Politécnico de Beja, Portugal

 <http://orcid.org/0000-0001-9140-9722>✉ [ana.rodrigues@ipbeja.pt](mailto:ana.rodrigues@ipbeja.pt)