



ANÁLISE DE CONTEÚDO: como tratar os dados e interpretar os resultados?

Lidiane Salvatierra
[organização]



PALMAS
2023

ANÁLISE DE CONTEÚDO:
como tratar os dados
e interpretar os resultados?



Universidade Federal do Tocantins
Editora da Universidade Federal do Tocantins - EDUFT

Reitor

Luis Eduardo Bovolato

Vice-reitor

Marcelo Leineker Costa

Chefe de Gabinete

Emerson Subtil Denicoli

**Pró-Reitor de Administração e Finanças
(PROAD)**

Jaasiel Nascimento Lima

**Pró-Reitor de Assuntos Estudantis
(PROEST)**

Kherlley Caxias Batista Barbosa

**Pró-Reitora de Extensão, Cultura e
Assuntos Comunitários
(PROEX)**

Maria Santana Ferreira dos Santos

**Pró-Reitora de Gestão e
Desenvolvimento de Pessoas
(PROGEDEP)**

Michelle Matilde Semiguem Lima Trombini Duarte

Pró-Reitor de Graduação (PROGRAD)

Eduardo José Cezari

**Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação
(PROPESQ)**

Raphael Sânzio Pimenta

**Pró-Reitor de Tecnologia e Comunicação
(PROTIC)**

Ary Henrique Moraes de Oliveira

Conselho Editorial

Presidente

Ruhena Kelber Abrão Ferreira

Membros do Conselho por Área

Ciências Biológicas e da Saúde

Eder Ahmad Charaf Eddine
Marcela Antunes Paschoal Popolin
Marcio dos Santos Teixeira Pinho

Ciências Humanas, Letras e Artes

Barbara Tavares dos Santos
George Leonardo Seabra Coelho
Marcos Alexandre de Melo Santiago
Rosemeri Birck
Thiago Barbosa Soares
Willian Douglas Guilherme

Ciências Sociais Aplicadas

Roseli Bodnar
Vinicius Pinheiro Marques

Engenharias, Ciências Exatas e da Terra

Fernando Soares de Carvalho
Marcos André de Oliveira
Maria Cristina Bueno Coelho

Interdisciplinar

Ana Roseli Paes dos Santos
Ruhena Kelber Abrão Ferreira
Wilson Rogério dos Santos



O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



ANÁLISE DE CONTEÚDO: como tratar os dados e interpretar os resultados?

Lidiane Salvatierra
[organização]



**PALMAS
2023**

Copyright ©2023 Universidade Federal do Tocantins

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. a violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do código penal.

Projeto Gráfico e Diagramação: Maria Clara | MC&G Editorial

Arte de capa: G. Coelho | MC&G Editorial

Revisão: O conteúdo dos textos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade dos respectivos autores

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E82

Análise de conteúdo: como tratar os dados e interpretar os resultados. [recurso eletrônico] / org. Lidianne Salvatierra. – Palmas : EDUFT , 2023.

Dados eletrônicos (pdf).

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-5 390-064-6

1. Análise de conteúdo 2. Comunicação. 3. Pesquisa 4. Linguagem. 5. Extração de dados. I. Salvatierra, Lidianne. II. Análise de conteúdo: como tratar os dados e interpretar os resultados.

CDD2:23:40141

Bibliotecária: Priscila Pena Machado - CRB-7/6971

Direitos desta edição cedidos à
Editora da Universidade Federal do Tocantins | Eduft
109 NORTE AV NS 15 ALCNO 14 - *Campus de Palmas*, BL IV
Palmas - TO
CEP 77001-090 - Brasil
Tel.: +55 63 3229-4301
www.uft.edu.br/editora

SUMÁRIO

SOBRE A AUTORA	7
APRESENTAÇÃO	9
1. O QUE É A ANÁLISE DE CONTEÚDO?	11
2. QUANDO A ANÁLISE DE CONTEÚDO É UTILIZADA?	17
3. QUEM OU O QUÊ PODEM OFERECER DADOS BRUTOS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO?	21
4. EM QUAIS ÁREAS E EXEMPLOS DE PESQUISAS A ANÁLISE DE CONTEÚDO PODE SER UTILIZADA?	23
5. QUAL A DIFERENÇA ENTRE ANÁLISE DE DISCURSO E ANÁLISE DE CONTEÚDO?	27
6. O QUE É PESQUISA QUALITATIVA E PESQUISA QUANTITATIVA?	29
7. QUAIS AS TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO?	31
7.1. Teste de associação de palavras	32
7.2. Teste de associação de palavras com estrutura de encadeamento	33
7.3. Questionários com questões abertas	33
7.4. Questionários com questões fechadas	35
7.5. Questionários mistos	36
7.6. Entrevistas orais individuais	36
7.7. Entrevistas orais em grupos focais	38
7.8. Observação	38
8. COMO REFINAR O MEU MÉTODO (MATERIAL E MÉTODOS)?	41
8.1. Número amostral	41
8.2. Grupo amostrado	42

8.3. Autorização ética	42
8.4. Identificação da técnica	43
9. COMO É O TRATAMENTO INICIAL DOS DADOS BRUTOS NA ANÁLISE DE CONTEÚDO?	45
9.1. Pré-análise	46
9.2. Codificação	48
9.3. Categorização	50
9.4. Enumeração e inferências	52
10. QUAIS AS TÉCNICAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE BARDIN?	53
10.1. Análise temática ou categorial do conteúdo	54
10.2. Análise lexical ou sintática do conteúdo	58
10.3. Análise da enunciação do conteúdo	65
10.4. Análise de avaliação ou representacional do conteúdo	69
10.5. Análise proposicional do discurso	73
10.6. Análise da expressão do conteúdo	78
10.7. Análise das relações ou coocorrência do conteúdo	81
11. COMO INTERPRETAR MEUS DADOS?	87
11.1 Foco no objetivo da pesquisa	87
11.2 Boa fundamentação teórica	88
11.3. Reflexões iniciais	88
11.4 Softwares e programas para análise	89
REFERÊNCIAS	91



| SOBRE A AUTORA

Lidianne Salvatierra é licenciada e bacharel (2008) em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Rondônia (UNIR); possui especialização (2022) em Docência pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais (IFMG); concluiu o Mestrado (2011) e Doutorado (2016) em Ciências Biológicas pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) participando do Programa Ciências Sem Fronteiras do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) na modalidade Doutorado Sanduíche no Exterior (SWE) na The George Washington University (GWU); e desenvolveu o Pós-Doutorado em Educação pelo Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) na Universidade Estadual de Roraima (UERR), vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Educação.

Atualmente é Professora Adjunta I da Universidade Federal de Tocantins, Campus de Araguaína – CIMBA, e realiza pesquisas nas grandes áreas de Educação e Ensino e Zoologia. Na área da Educação e Ensino, realiza estudos sobre (1) o processo de ensino-aprendizagem, com foco na Aprendizagem Significativa e o uso de conhecimentos prévios, e também avalia a influência de diferentes metodologias de ensino como facilitadores da aprendizagem; (2) etnobiologia, com articulação para instrumentalização no ensino das Ciências, especialmente para a Biologia; (3) na área de CTS (Estudos em Ciência, Tecnologia e Sociedade) aborda o uso de mídias sociais na formação da cultura científica brasileira e letramento científico dos estudantes desde o ensino fundamental até a graduação. Na área de Zoologia, trabalha com a taxonomia e sistemática de invertebrados, com destaque para os aracnídeos.



I APRESENTAÇÃO

O presente livro foi desenvolvido usando como base o clássico “Análise de Conteúdo” de Laurence Bardin. A obra original é uma grande referência de técnicas e outras ferramentas para serem aplicadas em pesquisas e estudos que envolvam a análise de diferentes formas de comunicação. O livro é considerado um manual importantíssimo para a análise qualitativa das comunicações e é a referência-ouro obrigatória para qualquer pesquisador das mais diversas áreas de estudo que esteja trabalhando com dados provenientes de comunicações.

O objetivo deste livro é oferecer um manual resumido e atualizado com foco na aplicação das técnicas e interpretação dos dados coletados, que ainda são duas grandes dificuldades para jovens pesquisadores que estão iniciando seus estudos em Análise de Conteúdo. Resumidamente, o livro almeja: (I) oferecer através de uma linguagem mais simplificada, atualizada e exemplificativa o uso e as técnicas da Análise de Conteúdo; e (II) apresentar de forma organizada e progressiva os passos necessários para que o pesquisador consiga extrair o máximo de informações dos seus dados brutos.

Nesta obra, ao longo de onze capítulos, são oferecidos diversos conceitos e exemplos a respeito da Análise de Conteúdo de uma forma simplificada. Os Capítulos 1 a 4 tratam da introdução à comunicação, definem os tipos de comunicações e linguagens, apresentam as diversas fontes e formas de obtenção de dados brutos para a Análise de Conteúdo e abrangem as diferentes categorias de comunicações menos usuais e investigadas nas pesquisas (como a cores e cheiros). Os Capítulos 5 e 6 abordam as diferenças fundamentais entre a Análise de Conteúdo e a Análise de Discurso, e também entre a Pesquisa Qualitativa e a Pesquisa Quantitativa. O Capítulo 7 apresenta algumas ferramentas amplamente utilizadas na obtenção de dados brutos de comunicação. O Capítulo 8 oferece alguns tópicos que devem ser especialmente

observados para que o Material e Métodos esteja robusto. O Capítulo 9 exhibe como ocorrem os primeiros passos para a aplicação geral da Análise de Conteúdo. O Capítulo 10 é dedicado às diferentes técnicas de aplicação da Análise de Conteúdo. E finalmente o Capítulo 11 sugere caminhos para facilitar a interpretação dos dados.

Todos os exemplos utilizados no livro são hipotéticos e ilustrativos; o tamanho amostral escolhido para as análises é extremamente reduzido e não deve ser replicado ou utilizado como base, pois não oferece peso para generalizações das inferências; os gráficos, tabelas e índices produzidos não utilizaram nenhum programa específico de análise quali-quantitativa, e foram confeccionados majoritariamente no Microsoft Excel® e Microsoft Word®; e o tratamento de dados aplicado em cada técnica pode e deve ser aprimorado, atualizado e modificado a partir das necessidades particulares de cada área de estudo e objetivos da pesquisa.

Como o livro foi concebido para ser utilizado como material de apoio, é imperativo a leitura da obra “Análise de Conteúdo” de Laurence Bardin que oferece especialmente um histórico evolutivo da necessidade de interpretar os significados das comunicações com aporte metodológico a partir do progresso dos estudos nas áreas afins como a linguística, e também é onde o leitor encontrará as informações originais de aplicação de cada técnica.

Espero que o guia seja útil nos seus estudos.

Lidiane Salvatierra

I 1. O QUE É A ANÁLISE DE CONTEÚDO?

Desde quando a **comunicação**, em suas mais diversas formas, começou a ser disseminada, a necessidade de interpretar a comunicação ficou mais urgente. Assim, ferramentas científicas que pudessem ser utilizadas para realizar a interpretação de forma imparcial e extraindo, ao mesmo tempo, o máximo de inferências possíveis, começaram também a serem desenvolvidas.

COMUNICAÇÃO: É qualquer processo que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores por meio de signos (qualquer manifestação que permite conhecer, reconhecer ou prever alguma coisa) e pode ser compreendida através da semiótica (que utiliza os signos e realiza a construção de significados).

SIGNO: É tudo o que transmite uma comunicação. Exemplo: o semáforo de trânsito e suas luzes vermelho, amarelo e verde transmitem uma comunicação visual e amplamente conhecida por todos (pare, atenção e siga, respectivamente).

SEMIÓTICA: Estuda os signos e, a partir desses, oferece uma decodificação interpretativa da comunicação.

Qualquer texto, por mais simples que seja, pode esconder várias simbologias, sentidos, posicionamentos, polêmicas, motivações e muito mais. Caso as ferramentas utilizadas para realizar essas inferências não sejam baseadas em fundamentos metodológicos científicos, o resultado poderá ser apenas uma interpretação unilateral, tendenciosa e não passível de validação. É dentro dessa perspectiva que surge a Análise de Conteúdo (AC).

A Análise de Conteúdo começou a ser utilizada há muitos anos com a interpretação de textos religiosos e ganhou força com o estudo de propagandas de guerra. Atualmente, diversos tipos de estudos em diferentes áreas e com diferentes objetivos são desenvolvidos utilizando a AC.

Analisar um conteúdo, na perspectiva de método científico, é utilizar técnicas que busquem **inferir** algo de forma mais objetiva (**objetividade**) possível a partir de dados coletados, evitando ao máximo a **subjetividade**.

INFERIR: Ato de concluir; Obter uma conclusão a partir de dados prévios; Captar uma informação ou chegar a uma conclusão a partir do que não está explicitamente escrito/falado/mostrado.

OBJETIVIDADE: É resultado de observação imparcial, independente das preferências individuais do pesquisador. A objetividade não é alcançada quando há inferência a partir das opiniões pessoais ou achismos infundamentados. Uma inferência objetiva reflete os dados de forma clara e aponta tendências baseadas em verdades concretas. As extrapolações sobre os significados dos dados podem ser realizadas desde que sejam fundamentadas.

SUBJETIVIDADE: É resultado de observação parcial, e costuma representar opiniões e tendências pessoais do pesquisador. Uma inferência subjetiva reflete os dados de forma unilateral e particular, e aponta tendências baseadas em verdades individuais e relativas.

A Análise de Conteúdo é também um exercício de compreensão da comunicação para além dos significados óbvios e superficiais. A decodificação do conteúdo analisado deve ser cuidadosamente realizada evitando tendências que usualmente acabam gerando resultados qualitativos de baixa qualidade. O Quadro 1 a seguir aponta características do pesquisador que devem ser evitadas quando se trabalha com a Análise de Conteúdo. Cada característica é também explicada em seguida.

Quadro 1: Características que influenciam negativamente as inferências da Análise de Conteúdo.

Tendências que devem ser evitadas na Análise de Conteúdo
1. Superficialidade
2. Obviedade
3. Preconceito
4. Interpretação única
5. Parcialidade

SUPERFICIALIDADE: O grande exercício na AC é ultrapassar as inferências superficiais das comunicações. Cada amostra de um conjunto de comunicações a ser examinado (por exemplo, cada frase de um entrevistado ou cada resposta de uma pessoa) pode ser encarada como uma cebola que tem inúmeras camadas, sendo que a mais externa (superficial) é aquela que todos conseguem ver e o objetivo de um pesquisador deve ser ultrapassá-la e tentar alcançar os significados mais profundos.

OBVIEDADE: A descrição dos dados de forma fidedigna e a inclusão da interpretação mais superficial da comunicação não impede que haja inferência de mais interpretações. O pesquisador deve ter uma postura investigativa e evitar (mas não excluir) apenas a interpretação óbvia imediata. O exercício da Análise de Conteúdo pode gerar informações inéditas, porém para isso é necessário o debruçamento prolongado e criterioso do pesquisador sobre seus dados.

PRECONCEITO: A inferência a partir de preconceitos do pesquisador resulta em aferição equivocada por usualmente serem unilaterais. O jovem pesquisador ainda sem muita familiaridade com a Análise de Conteúdo, e em especial quando se tem um grande volume de dados a serem alvidrados, pode tender a atribuir automaticamente significados imediatos e com viés parcial. Essa é uma atitude que tem que ser conscientemente evitada buscando interpretações de forma crítica e com isenção. A subjetividade é altamente influenciada pelo preconceito.

INTERPRETAÇÃO ÚNICA: O pesquisador não precisa buscar uma única interpretação, porém é sempre necessário que todas as interpretações encontradas sejam amplamente discutidas e fundamentadas. Comunicações complexas e, em especial, aquelas que foram cuidadosamente pensadas com antecedência (como discursos preparados) tendem a possuir vários e diferentes significados.

PARCIALIDADE: Interpretar a partir apenas do que acredita ser a forma correta de pensar, sem explorar outras possibilidades de interpretações oferece uma visão parcial e tendenciosa dos dados. A parcialidade gera resultados interpretados de forma subjetiva e geralmente carregam traços preconceituosos. A parcialidade e o preconceito são tendências confluentes.

Em contraste com as tendências para serem evitadas acima, o Quadro 2 a seguir indica pontos que o pesquisador deve exercitar durante a Análise de Conteúdo. Cada ponto é também explicado em seguida.

Quadro 2: Elementos positivos nas inferências da Análise de Conteúdo.

Exercícios que devem ser realizados na Análise de Conteúdo

1. Organização dos dados
2. Reflexão
3. Tempo
4. Aprofundamento de significados
5. Identificar inter-relações
6. Identificar intra-relações
7. Coerência e Coesão

ORGANIZAÇÃO DOS DADOS: Este tópico se refere tanto à organização no momento da coleta dos dados quanto da organização desses para a análise. Dados mal organizados dificultam a análise. Quanto melhores organizados os dados, menos complexo será o processo da Análise de Conteúdo.

REFLEXÃO: A Análise de Conteúdo é um grande exercício de reflexão sobre os significados, motivações, justificativas, tendências, expectativas, percepções, atitudes e muitos outros símbolos que podem estar inseridos nas comunicações. A reflexão deve ser cuidadosa e deve ser acompanhada de muita (re)leitura tanto dos dados obtidos quanto de referências sobre o tema abordado na pesquisa para aumentar a bagagem de conhecimento e grau de discussão/argumentação do pesquisador.

TEMPO: Quando mais tempo o pesquisador passa tratando e alvidrando os dados brutos, mais refinadas ficam as inferências. A impaciência em obter os resultados finais (talvez pela necessidade de entregar a dissertação ou o artigo mais rápido) acaba em diminuir o tempo de análise dos dados e impede que o pesquisador revise, reelabore, amplie ou descarte ideias iniciais.

APROFUNDAMENTO DE SIGNIFICADOS: A Análise de Conteúdo pode gerar dados inéditos, porém cabe ao pesquisador se debruçar nos possíveis significados das comunicações examinadas buscando o aprofundamento das interpretações.

IDENTIFICAR INTER-RELAÇÕES: Inter-relações são relações recíprocas ou mútuas estabelecidas entre uma coisa e outra;

durante a Análise de Conteúdo, o pesquisador deve identificar relações em que há ou expressam certas correspondências entre diferentes comunicações, e compreender quais fatores influenciaram para as relações semelhantes encontradas.

IDENTIFICAR INTRA-RELAÇÕES: Intra-relações são relações interiores, ou seja, foca no objetivo em si e não na sua relação com outra coisa exterior (inter-relações). Identificar as intra-relações é uma tarefa mais dificultosa, pois busca a relação própria da identidade do sujeito refletida na sua comunicação. Discutir as intra-relações é necessário quando é um dos objetivos da pesquisa e/ou quando a identidade do emissor (suas características) tem influência na sua comunicação.

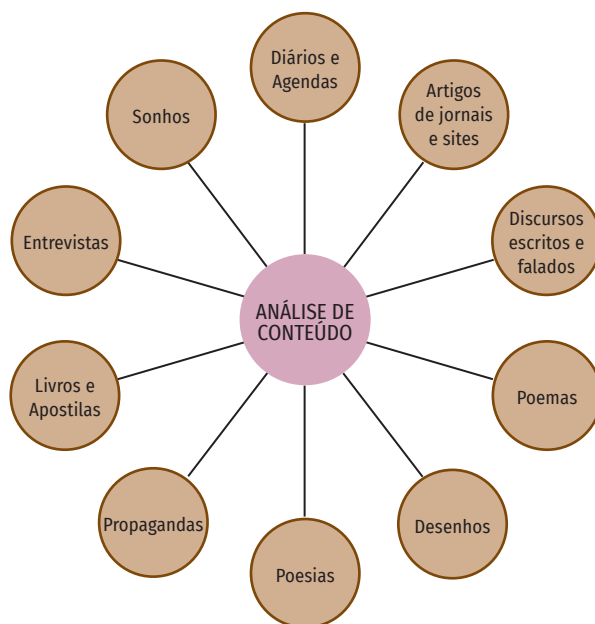
COERÊNCIA E COESÃO: A coerência da Análise de Conteúdo com o tema abordado na pesquisa, que é um princípio de interpretabilidade (que faz com que o texto faça sentido para os outros), e a coesão textual (amarração das ideias entre si) são elementos necessários em qualquer redação e estudo científico. Para a construção de um texto coerente e coeso é importante ter conhecimento sobre o tema abordado e, para isso, a leitura constante é importantíssima.

2. QUANDO A ANÁLISE DE CONTEÚDO É UTILIZADA?

Quando seus dados brutos, ou seja, os dados que oferecerão ou serão parte dos resultados da sua pesquisa são *discursos, respostas, frases, imagens, textos, opiniões, percepções, atitudes* de pessoas, ou seja, *informações* que caracterizam ou foram originadas de uma comunicação.

Veja abaixo (Figura 1) alguns exemplos de meios/formas/objetos de comunicação que podem ser utilizados em projetos de Análise de Conteúdo:

Figura 1: Exemplos de fontes de comunicações usuais que podem ser utilizadas na Análise de Conteúdo.



Observe então que a Análise de Conteúdo é uma ferramenta importantíssima para a análise e discussão de dados oriundos das mais diferentes formas de comunicação e transmissão de informações. O Quadro 3 abaixo apresenta os tipos de comunicações, seus conceitos e alguns exemplos mais frequentes:

Quadro 3: Resumo dos tipos de comunicações, seus conceitos e exemplos.

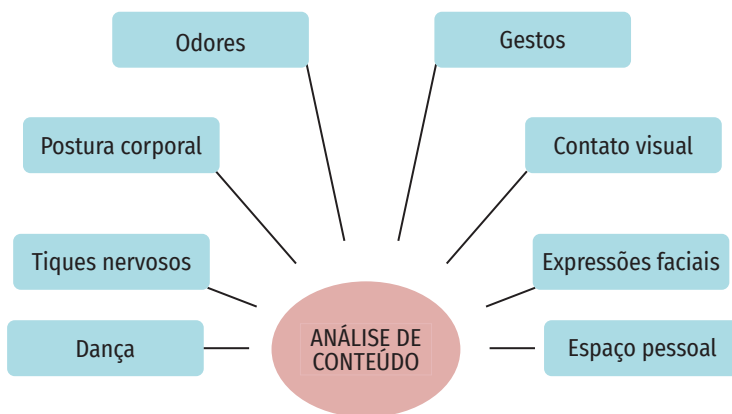
Tipo de Comunicação	Conceito	Exemplos
Linguística – Verbal – Oral	É a troca de informações orais (faladas)	Falas, discursos...
Linguística – Verbal – Escrita	É a troca de informações escritas	Livros, diários, cartas, manuais...
Ícônico – Não-verbal	É a troca de informações por símbolos	Desenhos, grafites, imagens...
Outros	É a troca de informações que não se enquadram nos tipos anteriores	Objetos, gestos, danças, cheiros...

A **Comunicação Linguística** envolve um ato linguístico, ou seja, a produção de um signo (como uma palavra falada ou escrita). A Comunicação Linguística pode ser do tipo **Oral** ou **Escrita** (observe que ambas as formas são do tipo verbal).

A **Comunicação Icônica** envolve a troca de informações por símbolos. A língua de sinais (Libras) é um exemplo clássico de comunicação icônica, onde os símbolos produzidos através das mãos (conformação das mãos) e gestos transmitem uma informação. Como não há troca de informação pela fala ou escrita, a comunicação icônica é do tipo não-verbal.

Existem dados que não se enquadram nos tipos de comunicação mais usuais utilizados em pesquisas de Análise de Conteúdo (Figura 2). Nesses casos, o pesquisador deve identificar, enquadrar ou justificar o tipo de comunicação que é transmitida. Por exemplos, cores e formas podem ser tipos de comunicações visuais não-verbais; já o odor pode ser enquadrado como comunicação olfativa.

Figura 2: Exemplos de fontes de comunicações pouco usuais que podem ser utilizadas na Análise de Conteúdo.





3. QUEM OU O QUÊ PODEM OFERECER DADOS BRUTOS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO?

Os dados brutos podem ser oferecidos por uma pessoa (e.g. Análise de Conteúdo das palestras de um único cientista), por duas pessoas (e.g. Análise de Conteúdo dos diálogos entre uma pessoa religiosa e uma não-religiosa sobre a fé), por um grupo restrito (e.g. grupos de pessoas selecionadas pelo pesquisador observando os critérios escolhidos e delimitados na pesquisa) ou por meios de comunicação em massa (e.g. meios com ampla abrangência de envio de informações como livros e jornais).

Foi mencionado anteriormente que existem várias formas de comunicação, sendo que a mais convencional é a forma falada. As falas de pessoas juntamente com as formas textuais (em especial os livros) são os dois grandes objetos linguísticos que geram os dados brutos utilizados na maioria das pesquisas de Análise de Conteúdo. Dessa forma, é interessante apresentar as formas menos utilizadas que são classificadas como formas de comunicação não-linguística e não-icônica.

São várias as formas de comunicação que não utilizam a linguagem falada ou escrita (comunicação linguística) e nem ícones (comunicação icônica). Danças, cheiros, gestos, tiques e outros comportamentos corporais, objetos físicos (e.g. presença ou ausência de um dado objeto em diferentes ambientes similares) e outras formas de transmissão de informação também podem ser objeto da Análise de Conteúdo.

4. EM QUAIS ÁREAS E EXEMPLOS DE PESQUISAS A ANÁLISE DE CONTEÚDO PODEM SER UTILIZADAS?

Por ter como alvo de análise a comunicação, qualquer área da Ciência pode utilizar as ferramentas da Análise de Conteúdo. Veja os exemplos de títulos e objetivos de trabalhos hipotéticos e áreas de pesquisas ilustrativas abaixo:

Tabela 1: Exemplos hipotéticos de áreas, títulos e objetivos de pesquisas em que a aplicação da Análise de Conteúdo pode estar presente. Legenda: (*) Indica nome fantasia.

EXEMPLOS DE ÁREAS E TÍTULOS
Área: BIOLOGIA
Título: Análise de conteúdo dos livros didáticos da sétima série do Ensino Fundamental sobre o tema “Vírus”
Objetivo: Conhecer os tópicos conteudinais trabalhados dentro do tema “Vírus” nos livros didáticos
Área: MEDICINA
Título: Análise de conteúdo dos artigos publicados na Revista Nacional de Saúde Coletiva* entre 2000 e 2010
Objetivo: Conhecer os temas de pesquisas abordados dentro do periódico selecionado

EXEMPLOS DE ÁREAS E TÍTULOS

Área: GEOGRAFIA

Título: Análise de conteúdo das cartas náuticas sobre perigos de navegação no rio Amazonas

Objetivo: Elencar os principais perigos de navegação no rio Amazonas alertados nas cartas náuticas

Área: MARKETING

Título: Análise de conteúdo das propagandas dos anos 40 sobre hidratante

Objetivo: Identificar e descrever como o hidratante era vendido nas propagandas dos anos 40

Área: JORNALISMO

Título: Análise de conteúdo dos discursos de candidatos à prefeitura de Juriciga* sobre o tema “Emprego”

Objetivo: Conhecer os principais assuntos abordados nos discursos dos candidatos a prefeitos

Área: QUÍMICA

Título: Análise de conteúdo de manuais de laboratório sobre as habilidades cognitivas necessárias para a reprodução de experimentos básicos

Objetivo: Conhecer as habilidades cognitivas elencadas nos manuais de laboratório necessárias para a reprodução de experimentos básicos

Área: MATEMÁTICA

Título: Análise comparativa de conteúdo de ementas de matemática da primeira série do Brasil, Chile e Londres

Objetivo: Conhecer e comparar os conteúdos das ementas de matemática da primeira série do Brasil, Chile e Londres

Área: PSICOLOGIA

Título: Análise de conteúdo de desenhos de crianças de 04 a 07 anos antes e depois de serem adotadas

Objetivo: Investigar as variações temáticas e imagéticas (cores, formas, complexidade) dos desenhos de crianças de 04 a 07 anos antes e depois de serem adotadas

EXEMPLOS DE ÁREAS E TÍTULOS

Área: ENGENHARIA

Título: Análise de conteúdos geológicos nos cursos de Engenharia Civil de Portugal

Objetivo: Discutir como a geologia é abordada nos cursos de Engenharia Civil de Portugal

Área: LETRAS

Título: Análise de conteúdo de poesias produzidas durante o período ditatorial no Brasil

Objetivo: Analisar como as poesias foram influenciadas no sua forma de produção e temática durante a ditadura brasileira

Área: NUTRIÇÃO

Título: Análise de conteúdos imagéticos de alimentos saudáveis em revistas de nutrição esportiva

Objetivo: Evidenciar a escolha das imagens (quais alimentos são apresentados e como são apresentados) de produtos saudáveis nas revistas de nutrição esportivas.

Área: DIREITO

Título: Análise de conteúdos de decretos de liberação de shows em praças públicas em três cidades brasileiras.

Objetivo: Comparar as variações de critérios que visam a liberação de shows em praças públicas em três cidades brasileiras.

Sabendo então que os resultados da pesquisa serão oriundos de algum tipo de comunicação (verbal ou não-verbal), o pesquisador pode utilizar a Análise de Conteúdo.

A Análise de Conteúdo é uma boa ferramenta para pesquisadores com criatividade e também com poucos recursos financeiros. Há diversas formas e possibilidades de construção de projetos científicos abordando a Análise de Conteúdo e com a possibilidade de coleta de dados completos utilizando apenas papel e caneta em uma única visita de coleta ou até mesmo com formulários online enviados por e-mails sem a necessidade de sair do laboratório (e até mesmo de casa).

5. QUAL A DIFERENÇA ENTRE ANÁLISE DE DISCURSO E ANÁLISE DE CONTEÚDO?

Muitos ainda no começo das suas atividades de pesquisa confundem a Análise de Discurso (AD) com a Análise de Conteúdo (AC), e, inclusive, acabam por utilizar os dois métodos como sinônimos. De fato, até certo ponto a AD e a AC são parecidas no sentido de utilizarem as mesmas bases de dados (comunicações) e foco geral de objetivo (interpretar os significados), porém a AD apresenta especificações sobre o que se busca descobrir na análise.

A AD foca nas interpretações ideológicas (**ideologia**) de determinada comunicação, ou seja, as crenças e motivações das ações sociais de indivíduos *e de grupos que estão impressas nas mensagens*.

IDEOLOGIA: É o conjunto de crenças e filosofia atribuídas a uma pessoa, um grupo ou instituição que orientam as suas ações sociais (qualquer ação realizada por um indivíduo em um meio social) e ações políticas (qualquer uso de um poder político para realizar uma ação).

Tabela 2: Comparação entre as diferentes características da Análise de Conteúdo e da Análise de Discurso.

ANÁLISE DE CONTEÚDO	ANÁLISE DE DISCURSO
Qual o foco? Sistematiza e descreve o conteúdo literal	Qual o foco? Trabalha mais em dominar a Teoria do Discurso (ideologia, local de fala, posição social e/ou política do autor)

ANÁLISE DE CONTEÚDO	ANÁLISE DE DISCURSO
<p>O processo é teórico ou técnico?</p> <p>A complexidade é técnica</p>	<p>O processo é teórico ou técnico?</p> <p>A complexidade é teórica</p>
<p>O que é usado para a interpretação?</p> <p>A interpretação é limitada no que foi dito, ou seja, interpreta o texto em si</p>	<p>O que é usado para a interpretação?</p> <p>A interpretação aborda o processo produtivo, ou seja, analisa a condição de produção do texto e interpreta o texto a partir daí</p>
<p>Qual a pergunta do pesquisador?</p> <p>“O que a comunicação disse ou quis dizer?”</p>	<p>Qual a pergunta do pesquisador?</p> <p>“Como a comunicação funciona dentro de um contexto histórico e social (ideológico)?”</p>
<p>O que busca o pesquisador?</p> <p>Revelar um “saber” que está por trás da superficialidade do texto</p>	<p>O que busca o pesquisador?</p> <p>Analisar como a comunicação foi produzida dentro de um determinado contexto histórico e social</p>
<p>Qual o tipo de pesquisa?</p> <p>É uma análise quantitativa e/ou qualitativa</p>	<p>Qual o tipo de pesquisa?</p> <p>É uma análise qualitativa</p>
<p>Qual a origem do material?</p> <p>O material pode ser produzido pela pesquisa</p>	<p>Qual a origem do material?</p> <p>O material normalmente foi produzido antes da pesquisa</p>

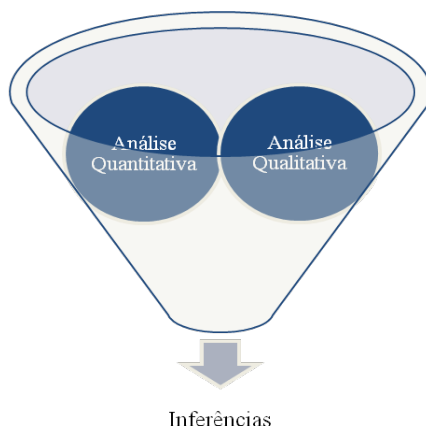
6. O QUE É PESQUISA QUALITATIVA E PESQUISA QUANTITATIVA?

Visto que a Análise de Conteúdo acomoda tanto aspectos de pesquisa quantitativa quanto de qualitativa (Figura 3), são aqui discutidas rapidamente as características dessas pesquisas.

A **Pesquisa Quantitativa** objetiva analisar estatisticamente (ou seja, expressar em valores numéricos) os resultados de determinado projeto. Os pontos principais da análise envolvem medir grandezas, medir quantidades, preparação de tabelas e gráficos.

Na análise quantitativa, o que serve de informação é a frequência ou índices com que surgem certas características do conteúdo. Essa análise é feita através do tabelamento numeral que podem gerar dados estatísticos. Diversos índices mais ou menos complexos estatisticamente podem ser utilizados, porém a frequência simples (com indicação das porcentagens) é a mais usual e recomendada para pesquisadores que ainda não dominam a estatística diferenciada.

Figura 3: Relação entre a Análise Quantitativa e Análise Qualitativa na Análise de Conteúdo.



A **Pesquisa Qualitativa** objetiva interpretar o fenômeno que observa. Os pontos principais da análise envolvem a observação, caracterização e descrição.

Na análise qualitativa, a presença ou a ausência de uma característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem é levada em consideração. Esta análise é feita através do levantamento de índices que indicarão inferências.

A Tabela 2 resume algumas diferenças e características entre a Pesquisa Qualitativa e a Pesquisa Quantitativa

Tabela 2: Comparação entre as diferentes características da Pesquisa Qualitativa e da Pesquisa Quantitativa.

PESQUISA QUALITATIVA	PESQUISA QUANTITATIVA
Qual o foco? O foco é na qualidade, então podem ocorrer várias formas de interpretação	Qual o foco? O foco é na quantidade, então as observações são objetivas
Qual o principal objetivo? É a interpretação	Qual o principal objetivo? É a mensuração
O que é usado para a interpretação? A análise usa a qualidade das informações	O que é usado para a interpretação? A análise usa os valores, as frequências, os números...
Qual a pergunta do pesquisador? “O que é, qual a característica e o que explica esse fenômeno?”	Qual a pergunta do pesquisador? “Qual a frequência e intensidade desse fenômeno?”
O que busca o pesquisador? Busca o significado simbólico das inferências	O que busca o pesquisador? Busca inferências estatísticas
Precisa de padronização para a análise dos dados? Inicialmente não, porém é fundamental quando há a necessidade de comparação	Precisa de padronização para a análise dos dados? Sim, especialmente quando há a necessidade de comparação
Como é a análise? Tende a ser mais indutiva e dialética	Como é a análise? Tende a ser mais dedutiva e lógica



7. QUAIS AS TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO?

Caso a Análise de Conteúdo pretendida não utilize documentos pré-concebidos (livros, diários, artigo, notícias publicadas), diversas técnicas de coleta de dados podem ser implementadas para a obtenção dos dados brutos. A escolha da técnica deve levar em conta os objetivos da pesquisa, o tempo e financiamento disponíveis para a realização do projeto e outros detalhes pertinentes.

É importante observar a necessidade do grau de padronização da aplicação da técnica escolhida. O mínimo de padronização indicada para a Análise de Conteúdo é que o mesmo objeto/forma de coleta (questionário, duração de entrevista) seja aplicado para todos os participantes. Por exemplo, se o questionário fechado for a técnica escolhida, todos os participantes devem preencher o mesmo questionário.

Em caso de necessidade de padronização mais criteriosa, o pesquisador deve indicar o tempo máximo e/ou mínimo para o preenchimento do questionário, organizar para que todos os participantes estejam no mesmo local ou com as mesmas condições durante o processo, e/ou outras formas de padronização exigidas.

A seguir serão apresentadas resumidamente as técnicas mais comuns utilizadas:

- I. Teste de associação de palavras
- II. Teste de associação de palavras com estrutura de encadeamento
- III. Questionários com questões abertas
- IV. Questionários com questões fechadas

- V. Questionários mistos
- VI. Entrevistas orais individuais
- VII. Entrevistas orais em grupo focais
- VIII. Observação

7.1. TESTE DE ASSOCIAÇÃO DE PALAVRAS

Conceito

É um teste que busca coletar as palavras (nomes próprios, substantivos, adjetivos) proximais e mais espontaneamente formadas pelo sujeito a partir do oferecimento de uma outra palavra (palavra indutora/estímulo).

Aplicação

O pesquisador deve selecionar a quantidade e a(s) palavra(s) que funcionarão como referências para que os sujeitos possam realizar a livre associação. Também deve selecionar o volume de palavras a serem coletadas. É importante ter uma expectativa de quantas palavras ao todo poderão ser coletadas a fim de conhecer o número máximo de dados a serem analisados. A coleta pode ser feita de forma oral ou escrita. Na oral, o pesquisador pode anotar cada palavra em uma planilha; e na escrita, pode distribuir uma folha em branco para coletar as respostas escritas e recolher as folhas ao final. Ferramentas online também podem ser utilizadas para coleta das respostas usando, por exemplo, formulários online.

Exemplo de aplicação

Em uma pesquisa que buscou conhecer a associação de palavras ditas por crianças com o tema “Obesidade” e “Dieta”, o pesquisador aplicou o teste para 35 indivíduos, sendo que cada um poderia indicar até cinco palavras para cada tema. Dessa forma, o resultado esperado foi:

- 5 palavras por indivíduo (35 indivíduos ao todo) = 35 (indivíduos) x 5 (número máximo de palavras) = 175 palavras por palavra indutora para serem analisadas para cada tema.
- 175 x 2 palavras indutoras (“Obesidade” e “Dieta”) = 350 palavras coletadas ao todo (dados brutos) que serão os alvos da análise de conteúdo.

7.2. TESTE DE ASSOCIAÇÃO DE PALAVRAS COM ESTRUTURA DE ENCADEAMENTO

Conceito

É semelhante ao teste descrito anteriormente, porém a palavra associada pelo participante se torna imediatamente uma palavra estímulo que gerará outra palavra associada.

Aplicação

É oferecida uma palavra estímulo (PE) inicial pelo pesquisador que gera uma palavra associada pelo participante (PA). Em seguida o participante deverá associar uma nova palavra (PA1) a partir da palavra previamente associada por ele mesmo (PA) que agora é a nova palavra estímulo (PE1) e daí por diante:

$PE \rightarrow PA = PE1 \rightarrow PA1 = PE2 \rightarrow PA2...$

Exemplo de aplicação

Em uma pesquisa que buscou conhecer a associação encadeada de palavras ditas por crianças com o tema “Obesidade”, o pesquisador aplicou o teste para 35 indivíduos, sendo que cada um poderia indicar ao todo cinco palavras por encadeamento. Dessa forma, o resultado esperado foi:

- 5 palavras por indivíduo (n = 35 indivíduos ao todo) = $35 \times 5 = 175$ palavras a partir da palavra inicial (PE) “Obesidade”.

7.3. QUESTIONÁRIOS COM QUESTÕES ABERTAS

Conceito

É a coleta de dados a partir de perguntas abertas que são questionamentos que possibilitam que as respostas sejam oferecidas da forma que o participante decidir responder (Figura 4). As perguntas abertas não oferecem opções de respostas e são excelentes ferramentas para coleta de opiniões e explicações.

Figura 4: Diferença de uma pergunta aberta e uma pergunta fechada.

Exemplos da mesma pergunta em situação aberta e fechada	
Pergunta aberta: <i>O que você acha da situação política no Brasil?</i>	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
Pergunta fechada: <i>O que você acha da situação política no Brasil?</i>	
<input type="checkbox"/> Boa	<input type="checkbox"/> Normal
<input type="checkbox"/> Ótima	<input type="checkbox"/> Ruim
<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Péssima

Aplicação

O pesquisador deve formular todas as perguntas que possibilitem que o objetivo da pesquisa seja alcançado. A quantidade de perguntas deve ser observada dependendo do público que irá participar e da pesquisa em si, pois muitas perguntas podem resultar em respostas pouco elaboradas por conta do cansaço e do tempo necessário para concluir o questionário, e poucas perguntas podem não ser suficientes para uma abordagem adequada e necessária para a apreciação completa dos resultados e sua discussão. A coleta pode ser feita de forma oral, escrita e/ou com uso de ferramentas online.

Exemplo de aplicação

Uma determinada pesquisa buscou conhecer o prato predileto de alunos de uma escola, o pesquisador então escolheu levantar os dados a partir da pergunta aberta: “Qual a comida que você mais gosta de comer? E por quê?”. Como resultados foram obtidas as seguintes respostas:

“Eu amo feijoada, porque eu gosto de feijão e é um prato completo cheio de coisa como farofa e couve” - Aluno 1

“Lasanha, porque eu amo qualquer coisa feita

com queijo e presunto” - **Aluno 2**

“A comida que eu mais gosto é vatapá, lembra a minha avó e eu sinto saudades dela” - **Aluno 2**

“Eu gosto mais de sushi, sou de família japonesa e é o que eu como desde criança” - **Aluno 4**

“Eu comeria pizza o dia todo, não gosto de comida com arroz, feijão, salada e tals. Eu gosto mesmo é de besteira” - **Aluno 5**

7.4. QUESTIONÁRIOS COM QUESTÕES FECHADAS

Conceito

É a coleta de dados a partir de perguntas fechadas que são questionamentos que não possibilitam a elaboração de respostas pelo participante (Figura 4). As perguntas fechadas oferecem as possibilidades de respostas que o participante deve indicar a que mais se aproxima da sua realidade.

Aplicação

A aplicação é semelhante à da técnica anterior.

Exemplo de aplicação

Uma determinada pesquisa buscou conhecer as opiniões de alunos de uma escola sobre a merenda escolar oferecida, o pesquisador então escolheu levantar os dados a partir das perguntas fechadas a seguir:

Pergunta 01: O que você acha da merenda da sua escola?

() Boa () Normal

() Ótima () Ruim

() Excelente () Pêssima

Pergunta 02: Qual a melhor coisa da merenda da sua escola?

() Arroz () Macarrão

() Carne () Frango

() Feijão () Salada

7.5. QUESTIONÁRIOS MISTOS

Conceito

É a coleta de dados a partir de perguntas fechadas e abertas.

Aplicação

A aplicação é semelhante a das técnicas anteriores.

Exemplo de aplicação

Em uma determinada pesquisa que buscou conhecer a qualidade do sono dos médicos plantonistas, o pesquisador escolheu obter os dados para análise a partir das perguntas abertas e fechadas abaixo:

Pergunta 01: *Qual a média de horas você dorme por dia?*

- () Menos que 3h () 5h a 7h
() 3h a 5h () Mais que 7h

Pergunta 02: *Quais os fatores você acredita que mais influenciam na sua qualidade de sono?*

7.6. ENTREVISTAS ORAIS INDIVIDUAIS

Conceito

É um evento que busca coletar as comunicações a partir de um encontro face a face (presencial ou mediado por tecnologias) entre o participante como entrevistado e o pesquisador na posição de entrevistador. As entrevistas podem ser: (a) complexas ou simples; (b) focadas em um único assunto ou em diversos temas; e (c) com o objetivo de obter respostas com embasamento científico e/ou técnico (e.g entrevistas com cientistas sobre temas que trabalham) ou respostas pessoais como atitudes, percepções, opiniões, crenças e histórias, e que buscam compreender sistemas de valores e representações daquele indivíduo (singularidade individual) e/ou de um conjunto de pessoas (multidimensionalidade de um grupo). A entrevista também pode ser classificada

como Entrevista Não Direcionada (livre, aberta, exploratória, informal, não estruturada, não dirigida) ou Entrevista Direcionada (fechada, formal, estruturada ou dirigida) [veja o Tópico Análise da Enunciação para o detalhamento sobre cada uma].

Aplicação

O pesquisador deve selecionar a linguagem, meio e forma de condução da entrevista observando o objetivo da pesquisa e as características do entrevistado. Invariavelmente, há a necessidade de um roteiro mínimo tendo claro quais dados são fundamentais de serem coletados. A entrevista deve ser registrada preferencialmente com a gravação do áudio para preservar a integridade do relato e facilitar a transcrição integral da comunicação. O pesquisador deve prezar pelo exercício de alguns valores fundamentais (Quadro 2) durante a condução da entrevista e evitar algumas práticas prejudiciais como apontadas no Quadro 1.

Exemplo de aplicação

Com o objetivo de conhecer o processo criativo de arquitetos no planejamento de um projeto, o pesquisador escolheu a realização de entrevista livre com 45 profissionais separadamente utilizando um roteiro mínimo para guiar a conversa:

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Pergunta 01: *Como você inicia o seu processo de planejamento de um novo projeto?*

Pergunta 02: *Quais suas fontes de inspiração?*

Pergunta 03: *Quais fatores ou situações que mais ajudam e que mais atrapalham durante o processo?*

Pergunta 04: *Qual é a sua relação com opiniões e críticas de clientes, contratantes e até de colegas?*

Pergunta 05: *Você já concluiu um projeto em que não ficou completamente satisfeito com o resultado? O que fez?*

7.7. ENTREVISTAS ORAIS EM GRUPOS FOCAIS

Conceito

É uma variação da técnica anterior. Um grupo focal pode ser conceituado como um grupo de discussão com tamanho reduzido e que possuem certas características em comuns (e.g. trabalham no mesmo lugar, possuem formação igual...). O tamanho do grupo é definido pelos pesquisadores que devem pensar em um número máximo de participantes por grupo a fim de que todos os participantes possam emitir as suas comunicações (grupos de 3 a 12 pessoas são mais frequentemente utilizados). O tempo de cada sessão também é definido pelo pesquisador e é fundamental que todos os participantes permaneçam do começo ao fim.

Aplicação

O grupo focal deverá ser reunido em um mesmo horário e lugar, e a conversa será mediada pelo pesquisador. O mediador irá conduzir a conversa mantendo o direcionamento com foco nos temas centrais e incentivará a interação de todos os participantes. É fundamental que toda a conversa seja registrada.

Exemplo de aplicação

Ao desenvolver uma pesquisa sobre preconceito contra garis, o pesquisador utilizou 10 grupos focais de 5 servidores cada para discutir as experiências e estratégias de conscientização e educação da população em geral sobre o trabalho de limpeza pública. Cada sessão durou 90 minutos e foi gravada em vídeo.

7.8. OBSERVAÇÃO

Conceito

Consiste em uma técnica baseada no registro do que está sendo presenciado e/ou sentido (no caso, por exemplo, de pesquisa cujo objeto é o cheiro). Não há interferência por parte do pesquisador no momento da observação. O observador então vai utilizar todos os sentidos necessários (audição, visão, olfato) para transcrever a comunicação observada.

Aplicação

O pesquisador se coloca como um observador e deve possuir todas as ferramentas necessárias para registrar o evento determinado. É recomendado que ele se posicione de forma a conseguir obter o máximo

de informações e ao mesmo tempo garantir que a sua presença não seja elemento de interferência. A sua permanência deve durar enquanto todo o episódio estiver transcorrendo.

Exemplo de aplicação

Um laboratório de pesquisa conduziu um estudo sobre a escolha das cores de clínicas médicas especialistas em saúde da mulher. Para a coleta de dados, foram selecionadas e visitadas 50 clínicas e o registro do padrão de cor foi feito através de fotos digitais. Cada clínica teve os seguintes espaços fotografados: 1. Fachada do imóvel; 2. Saguão de Entrada; 3. Sala de Espera; 4. Consultórios; 5. Banheiros; e Corredores.



8. COMO REFINAR O MEU MÉTODO (MATERIAL E MÉTODOS)?

O tópico Material e Métodos (também reconhecido como Metodologia) em uma pesquisa de Análise de Conteúdo deve merecer grande atenção no detalhamento da pesquisa. Assim, alguns cuidados para preservar e garantir a validação do estudo proposto serão discutidos aqui.

8.1. NÚMERO AMOSTRAL

O tamanho da amostra (n amostral) é o número total de elementos que ofereceram os dados brutos necessários para realizar as inferências propostas em uma pesquisa. Dependendo das características da pesquisa o n amostral pode ser: (a) o número total de participantes que preencheram um questionário; (b) o número total de questionários utilizados na análise; (c) o número de documentos analisados; (d) o número de perguntas respondidas; entre outros. A amostragem deve ser cuidadosamente considerada, especialmente quando os resultados obtidos serão generalizados para um todo.

Um n amostral muito baixo pode resultar na impossibilidade de inferir sobre os dados por falta de elementos suficientes para corroborar com o que foi observado. Já um alto n amostral pode resultar em maior necessidade de tempo para o tratamento completo e análise rigorosa dos dados. Assim, fatores como tempo de duração do projeto, disponibilidade financeira, objetivo geral da proposta de pesquisa e outros fatores relevantes devem ser observados na escolha do tamanho da amostragem.

8.2. GRUPO AMOSTRADO

No caso da coleta de dados proveniente da participação de pessoas/voluntários na pesquisa, a determinação e contextualização desse grupo amostrado são fundamentais. Dependendo da importância para a correlação com os resultados da pesquisa a caracterização pessoal (sociodemográfico) e profissional (socioeconômico) devem ser disponibilizados. Assim a definição do perfil dos participantes pode ser realizada a partir dos seguintes dados, por exemplo: (a) Idade; (b) Gênero; (c) Classe Social; (d) Grau de Estudo; (e) Raça e/ou Etnia; (d) Naturalidade e/ou Nacionalidade; (e) Perfil Salarial, entre outros.

8.3. AUTORIZAÇÃO ÉTICA

Em se tratando de pesquisas que envolvam participantes, os mesmos devem estar cientes de que os dados obtidos serão publicados, que as entrevistas, conversas e outros áudios serão gravados, que fotos serão realizadas e assim por diante. Consequentemente é imperativo uma autorização prévia por meio de um **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE):
É um documento obrigatório e fundamental para o início da coleta de dados dentro dos preceitos de uma pesquisa ética. O documento esclarece ao participante da pesquisa sobre diversas informações desde o objetivo da pesquisa até as ações que serão realizadas para evitar o constrangimento dos envolvidos. Ademais, é o documento assinado que comprova que cada participante autorizou a coleta de dados e a sua publicação.

A aprovação da pesquisa por um **Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)** é exigida para todos os projetos que envolvem seres humanos direta ou indiretamente (Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde do Ministério da Saúde). O CEP é responsável pela avaliação e acompanhamento dos aspectos éticos da pesquisa. E o modelo de TCLE a ser distribuído e assinado pelos voluntários é um dos documentos solicitados para a aprovação no CEP. Atualmente a solicitação de autorização é feita via Plataforma Brasil que é um sistema eletrônico criado pelo Governo Federal, porém a maioria das instituições

superiores de ensino e pesquisa possui um CEP institucional (procure informações sobre o CEP da sua instituição).

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA (CEP): É formado por um colegiado interdisciplinar e independente, com função pública, que existe nas instituições que desenvolvem diretamente ou indiretamente pesquisas com seres humanos no Brasil. O objetivo maior é garantir que as pesquisas aprovadas possuem critérios e mecanismos para defender a integridade dos pesquisadores, participantes e voluntários observando os padrões éticos exigidos por lei.

8.4. IDENTIFICAÇÃO DA TÉCNICA

É recorrente encontrar diversas produções acadêmicas que indicam no Material e Métodos que a pesquisa utilizou a Análise de Conteúdo sem o detalhamento da técnica utilizada. O não apontamento da técnica escolhida dentro da Análise de Conteúdo implica em um Material e Método incompleto.

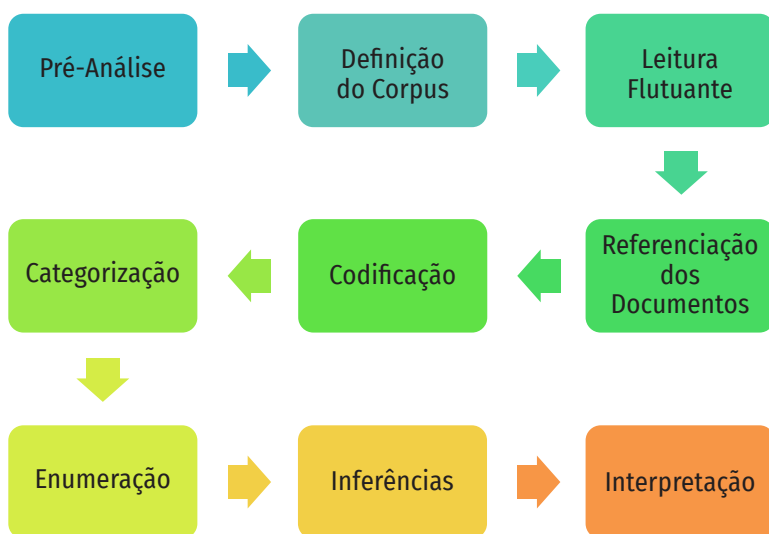
Dessa forma, é fundamental apresentar um texto semelhante ao sugerido a seguir: *A presente pesquisa utilizou para a análise de dados o método de Análise de Conteúdo de Bardin e a técnica* (inserir o nome da técnica ou técnicas da AC utilizadas).

9. COMO É O TRATAMENTO INICIAL DOS DADOS BRUTOS NA ANÁLISE DE CONTEÚDO?

Para realizar a análise e interpretação dos dados é necessária antes a organização desses para extrair o máximo de inferência e também para facilitar o entendimento dos resultados. É importante notar que dependendo do tipo da técnica de análise escolhida para ser aplicada na pesquisa alguns passos podem ser omitidos, modificados ou adicionados.

De modo geral, a Análise de Conteúdo apresenta as seguintes etapas (Fluxograma 1):

Fluxograma 1: Etapas gerais do tratamento dos dados da Análise de Conteúdo.

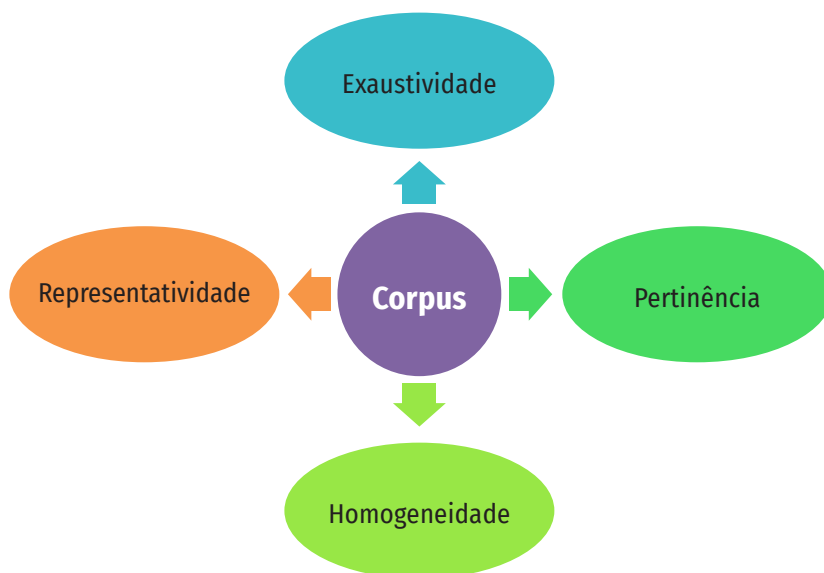


9.1. PRÉ-ANÁLISE

O primeiro passo é a **Pré-Análise** e consiste na sistematização dos dados brutos buscando a seleção do material (*Corpus*) que será analisado, levantamento das hipóteses interpretativas e as pré-fundamentações das inferências observadas.

CORPUS: É o conjunto de documentos selecionados. A escolha do Corpus depende dos objetivos da pesquisa. O Corpus pode ser escolhido a priori ou depois do início da pesquisa, e também pode ser composto por um único documento. É importante que cada unidade do Corpus (cada entrevista, questionários, propaganda) tenha um número de referência (*Referenciação do documento*) para facilitar a sua identificação dentro de todo o conjunto de dados.

Figura 5. Características utilizadas para selecionar o Corpus.



O *Corpus* precisa apresentar as seguintes regras (Figura 5):

- **Exaustividade:** deve conter todos os documentos necessários para realizar a análise. Os documentos que forem excluídos ou não incluídos deverão ser justificados.
- **Representatividade:** deve representar um certo número de dados que permita com que os resultados da pesquisa possam ser generalizados dentro do universo investigativo proposto.
- **Homogeneidade:** os documentos devem possuir a mesma natureza dentro de critérios previamente escolhidos pelo pesquisador. Documentos muito diferentes entre si sem um ponto central mínimo de semelhança prejudicam a análise da pesquisa especialmente quando se quer comparar os documentos. A homogeneidade pode ser controlada a partir da padronização da coleta dos dados.
- **Pertinência:** deve poder responder aos questionamentos e objetivos da pesquisa proposta. Documentos que foram coletados, mas que não irão contribuir para a pesquisa, devem ser excluídos e justificados.

Na **Pré-Análise** é iniciada uma sucessão de leituras que parte de uma “leitura flutuante” para uma “leitura aprofundada”.

LEITURA FLUTUANTE: É uma leitura rápida, quase um “passar de olhos” em todos os documentos para identificar alguns elementos iniciais.

A leitura flutuante permite identificar “Objetos de Referência” que podem ser palavras, formas ou outros signos específicos que ajudem a facilitar a categorização e indicar inferências. Essa leitura inicial pode ser compreendida ainda como um grande exercício de *Brainstorming* para levantamento de suposições a serem aprofundadas depois.

É sugerido que um dos passos da Pré-Análise seja a referência dos documentos para que facilite a sua identificação no *Corpus*. Ou seja, se o *Corpus* é composto por questionários deve-se enumerar cada um diferentemente (e.g. Q1, Q2/ O1, O2/ Participante O1, Participante O2/ Escola_A_Aluno_A, Escola_A_Aluno_B). A forma de referência dos documentos é de livre escolha do pesquisador.

9.2. CODIFICAÇÃO

Após a **Pré-Análise** é iniciada a **Codificação**. A **codificação** é a transformação dos dados brutos em dados representativos na forma de unidades menores (recortes).

***CODIFICAÇÃO:** Também chamada de Unitarização. É o elenco de elementos da comunicação que passaram por uma análise mais criteriosa e que servirão como embasamento para as inferências e interpretações realizadas.*

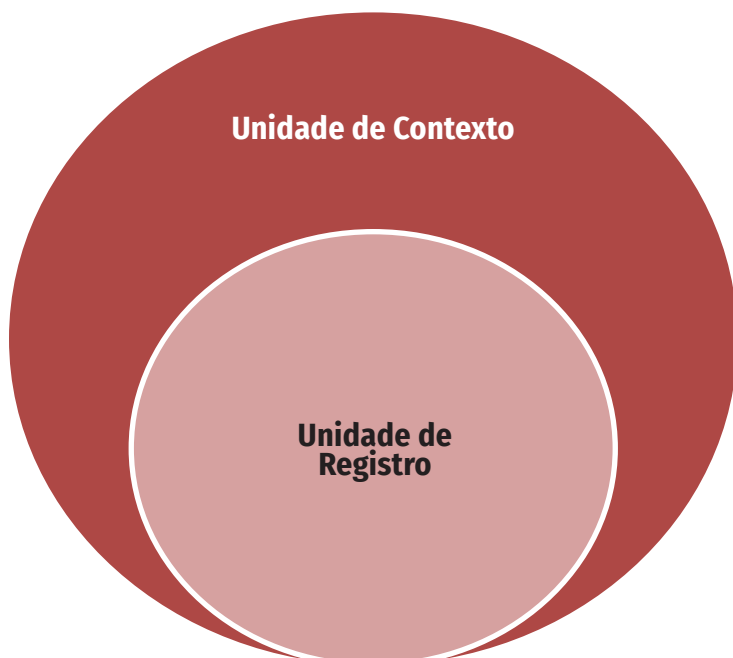
Observe (Tabela 3) que dependendo do tipo de análise que será utilizada na pesquisa as etapas serão diferentes:

Tabela 3. Variações dos passos entre os tipos de técnicas da Análise de Conteúdo.

TÉCNICA	PASSOS
Análise Temática ou Categorical	Pré-Análise + Codificação (Definição das Unidades de Registro e Unidades de Contexto) + Categorização
Análise Lexical ou Sintática	Pré-Análise + Codificação (Definição das Unidades de Registro e Unidades de Contexto) + Estudo dos Códigos. A Categorização é opcional
Análise de Enunciação	Pré-Análise + Codificação + Análise Lógica + Categorização (Análise Sequencial)
Análise de Avaliação ou Representacional	Pré-Análise + Codificação + Componentes do Enunciado Avaliativo (Objeto de Avaliação + Conector Verbal + Termo Avaliativo) + Categorização (Intensidade das atitudes)
Análise Proposicional do Discurso	Pré-Análise + Codificação + Referentes-núcleos + Categorização (opcional) + Modalização + Modelos Argumentativos.
Análise da Expressão	Pré-Análise + Codificação + Estudo fraseológico + Categorização (opcional)
Análise das Relações ou Coocorrência	Pré-Análise + Codificação + Categorização + Codificação de Presença e Ausência + Cálculo das Coocorrências

Como observado na Tabela 3, para a Análise Categorical ou Temática, a codificação usará as Unidades Menores (ou Unidades de Análise) que são conhecidas como **Unidades de Registro** e **Unidades de Contexto**. Como a Análise Temática é a mais utilizada nas pesquisas de Análise de Conteúdo, iremos aprofundar a codificação desse tipo de análise aqui.

Figura 6. Relação entre a Unidade de Contexto e a Unidade de Registro.

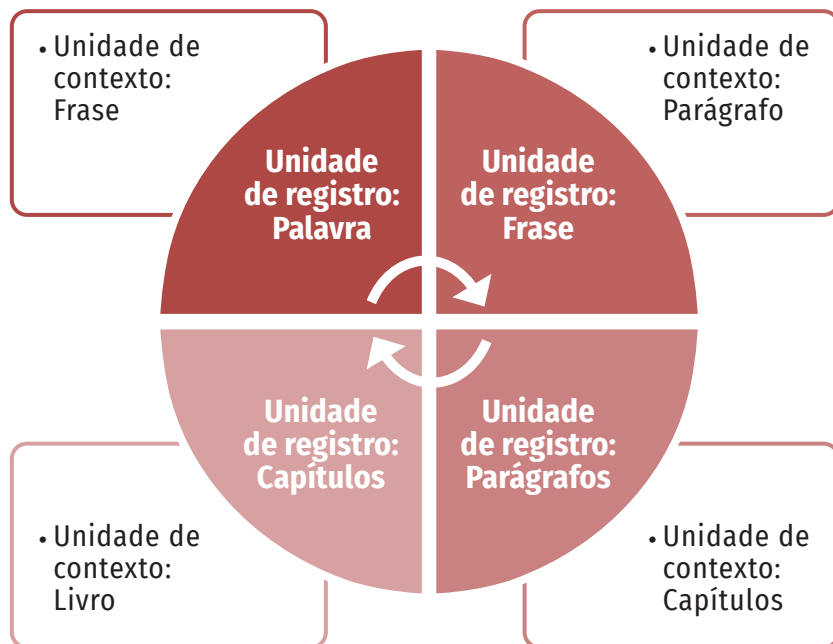


A **Unidade de Registro** (UR) (ou Unidade de Significado) são unidades de base que representam a categorização a ser interpretada. A UR é a menor parte do conteúdo que vai representar as categorias. De forma geral, a Palavra é considerada a menor unidade a ser utilizada dentro de uma Análise de Conteúdo e o Tema (representado por frases) é a escolha mais frequente.

A UR é de escolha do pesquisador, mas usualmente é escolhido um recorte semântico como um parágrafo, frase ou conjunto, palavra, tema (i. e. núcleo de sentido), sujeito (i. e. entrevistado, representações de sujeitos com mesmas características, personagem de filmes), ações (e. g. acontecimentos), documento inteiro (e. g. entrevista, livro, artigo, filmes). Mais de um tipo de UR pode ser utilizado na mesma pesquisa.

A **Unidade de Contexto** (UC) embasa (dá significado e contextualiza) a Unidade de Registro, e é uma dimensão maior que engloba a Unidade de Registro (Figuras 6-7).

Figura 7. Exemplos simplificados da relação entre a Unidade de Contexto e a Unidade de Registro.



9.3. CATEGORIZAÇÃO

A **Categorização** é o agrupamento das Unidades de Registro que se assemelham ao passo de ser possível a definição de um único título que permita a generalização desses elementos internos. Objetiva a representação simplificada dos dados brutos e permite a compartimentalização dos dados em grupos menores facilitando tanto a análise geral quanto específica da pesquisa.

CATEGORIZAÇÃO: É o processo que facilita identificar elementos semelhantes que permitam a formação de conglomerados. O processo de categorização visa a ordenação de ideias que a princípio parecem distantes entre si. O agrupamento das Unidades de Registro é um exercício de

identificação de quais delas possuem temáticas em comuns. A Categorização pode ter sido definida antes ou depois da coleta dos dados.

As categorias podem começar a serem criadas a partir de critérios oriundos da leitura flutuante e passarem por aprimoramentos e reformulações ao longo de todo processo. As categorias podem ser escolhidas a priori como forma de delimitação orientada pelos objetivos da pesquisa ou para compor o conjunto inicial das hipóteses. É fundamental que a categorização seja feita da mesma forma para todos os documentos.

A categorização ocorre por critérios de classificação que devem ser descritos e justificados no método da pesquisa. O leitor deve compreender o motivo pelo qual aquelas ideias foram agrupadas juntas em um determinado grupo e também entender o porquê não foram agrupadas nos demais.

Há regras para a categorização que devem ser observadas:

- **Regra da Exclusão Mútua:** Uma Unidade de Registro não pode ser categorizada duas vezes.
- **Regra da Homogeneidade:** As categorias devem estar na mesma dimensão fundamentativa, ou seja, há coerência e correlação na escolha das diferentes categorias entre si e com a proposta do estudo.
- **Regra da Pertinência:** As categorias devem fazer sentido para a análise, ou seja, devem ajudar os objetivos da pesquisa.
- **Regra da Exaustividade:** Todas as informações significativas na comunicação estão alocadas em alguma categoria.
- **Regras da Objetividade e Fidelidade:** As categorias devem ser claras ao passo de não gerar dúvidas sobre a inserção dos elementos dentro delas.

Reconhece-se que em alguns casos, alguma regra não seja seguida em uma determinada pesquisa, e dessa forma será preciso indicar o motivo.

Como a categorização é a classificação de elementos, pode ser expressa tanto por uma palavra (mais usual) ou por uma frase (menos usual e não deve ser muito longa), e subcategorias podem ser elencadas também.

9.4. ENUMERAÇÃO E INFERÊNCIAS

A **Enumeração** é a forma que serão contadas, por exemplo, as Unidades de Registro e faz parte da análise quantitativa da pesquisa. A Enumeração ajuda na contagem das frequências encontradas, e a frequência simples é a medida mais utilizada. Veja alguns indicadores quantitativos que podem ser aferidos:

- **Medidas frequenciais:** As unidades podem ter pesos diferentes (frequência ponderada) ou ter o mesmo peso (frequência normal). O peso será escolhido pelo pesquisador dependendo da fundamentação teórica escolhida e aplicada.
- **Intensidade:** Cada forma de expressão pode receber um valor diferente que denota maior ou menor intensidade sobre um tema em comum.
- **Ordem:** A ordem do aparecimento da codificação (sucessão ordeal) pode ter um importante significado e pode ser medido.
- **Coocorrência:** Quantidade de vezes que duas ou mais Unidades de Registro ocorrem em uma Unidade de Contexto.
- **Análise de Contingência:** Avalia a distribuição e o tipo de associação.
 - * **Associação:** Quantidade de vezes que um dado elemento aparece próximo de outro.
 - * **Equivalência:** Quantidade de elementos que possuem o mesmo significado.
 - * **Oposição:** Quantidade de vezes que um dado elemento nunca está próximo de outro.

Após a realização dos passos acima, e observando a técnica que será aplicada, os dados passarão de um estado bruto para um estado significativo e poderão passar para as fases de inferências, interpretações e discussão.

10. QUAIS AS TÉCNICAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE BARDIN?

Ao todo são reconhecidas sete técnicas (também chamadas de análises) dentro da Análise de Conteúdo (Tabela 4). A utilização de cada técnica vai produzir resultados diferenciados, dessa forma a escolha da técnica depende da pergunta da sua pesquisa. Consequentemente, é importante refletir primeiramente sobre o objetivo da pesquisa (*Qual o tipo de conhecimento que se deseja produzir?*) e sua relação com a Análise de Conteúdo para não correr o risco de aplicar a técnica inadequada. Adicionalmente, uma pesquisa dependendo dos seus objetivos pode utilizar mais de um tipo de técnica de AC.

Tabela 4. Resumo das características e objetivos de cada técnica da Análise de Conteúdo.

TÉCNICA	CARACTERÍSTICA	OBJETIVOS DAS PESQUISAS
Análise Temática ou Categorical	Identificação dos núcleos de sentidos	Conhecer e medir as atitudes/percepções/opiniões; Elencar os temas abordados sobre determinado assunto
Análise Lexical ou Sintática	Realização do estudo do código do texto; As palavras são ponto central da análise	Conhecer como a comunicação foi organizada em nível sintático e lexical; Verificar a complexidade gramatical da comunicação; Comparar comunicações na sua forma

TÉCNICA	CARACTERÍSTICA	OBJETIVOS DAS PESQUISAS
Análise de Enunciação	Os termos significativos são ponto central da análise; Identificação das intensidades	Conhecer e medir a intensidade das atitudes dos emissores a partir das suas comunicações
Análise de Avaliação ou Representacional	Conhecimento dos direcionamentos e intensidades contidas nas comunicações	Conhecer a atitude dos emissores a partir das suas comunicações
Análise Proposicional do Discurso	Identificação dos referentes-núcleos Identificação das modalizações Construção dos modelos argumentativos	Conhecer o desenvolvimento e direção da construção da comunicação a partir de modelos argumentativos que refletem a ação cognitiva da sua produção
Análise da Expressão	Observação do uso das palavras e suas intensidades	Conhecer o emissor observando elementos textuais da comunicação
Análise das Relações ou Coocorrência	Identificação dos temas/palavras que sempre aparecem relacionadas entre si Identificação dos temas/palavras que nunca aparecem conjuntas	Identificar os temas/palavras que coocorrem nas comunicações

A seguir cada técnica é detalhada e são apresentados exemplos da sua aplicação e interpretação. Um fluxograma tentativo das ações e elementos que compõem cada tratamento também é apresentado.

10.1. ANÁLISE TEMÁTICA OU CATEGORIAL DO CONTEÚDO

É a técnica mais antiga e utilizada dentro da Análise de Conteúdo. Será utilizada em pesquisas que objetivem transformar os dados brutos em categorias que facilitem a compreensão e discussão sobre o tema da pesquisa. Como esta técnica possui a maior amplitude de aplicação nas pesquisas é muito difícil definir em qual tipo de estudo é melhor aplicado, porém – fazendo um esforço para aqueles que ainda não estão familiarizados – essa técnica é mais adequada para:

- Conhecer e medir as atitudes/percepções/opiniões de sujeitos sobre um objeto de estudo (e.g. “O que os turistas acham dos parques da Disney?”);
- Elencar os temas abordados em determinada comunicação sobre o objeto de estudo (e.g. “Quais os problemas ambientais abordados no Projeto de Desenvolvimento Sustentável proposto pelo Governo da França?”);

A Análise Temática é caracterizada pela busca dos **núcleos de sentidos** a partir do desmembramento temático (**categorização**) dos dados (Fluxograma 2).

NÚCLEOS DE SENTIDOS: *Corresponde a ideia central daquele dado (e.g. texto, frase, resposta) e é a partir dela que será escolhida a sua categorização.*

CATEGORIZAÇÃO: *É o processo de incluir um dado dentro de categorias que são classes que agrupam elementos semelhantes (Reagrupamento analógico). Dependendo da pesquisa pode ocorrer ainda a criação de subcategorias.*

REAGRUPAMENTO ANALÓGICO: *Agrupamento de duas ou mais entidades distintas que apresentem uma relação de semelhança estabelecida entre si. Usando um exemplo extremamente didático fazemos o reagrupamento analógico quando juntamos banana, maçã e uva dentro da Categoria “Frutas”. Essas três entidades são alimentos diferentes e com características diferentes (e.g. cor, forma, sabor), porém são relacionadas entre si por todas serem consideradas frutas.*

Os dados (e.g. cada pergunta do questionário/ cada frase/ cada documento) serão classificados dentro de núcleos de sentidos de acordo com as significações que apresentam e, em seguida, alocados em categorias. Veja o exemplo abaixo desse processo:

Em uma pesquisa hipotética que teria como objetivo identificar as atitudes de pessoas sobre morar em outro país e obtendo os dados brutos da pesquisa a partir das respostas da pergunta aberta “*Você gostaria de morar em outro país? Por quê?*” poderíamos encontrar as seguintes afirmações abaixo:

Participante 1 – “*Não, porque toda a minha família está aqui e eu não gostaria de viver longe deles.*” [ATITUDE NEGATIVA]

Participante 2 – “*Sim, porque emprego no Brasil está em falta e o salário é muito baixo.*” [ATITUDE POSITIVA]

Na codificação, a Unidade de Registro escolhida foram as frases significativas e a Unidade de Contexto foram as respostas completas.

Iniciando a categorização temática, primeiramente poderemos identificar que o núcleo de sentido do dado do Participante 1 é uma atitude negativa (e.g. não quer sair do país), e o do Participante 2 é uma atitude positiva (e.g. gostaria de sair do país). Ou seja, para o objetivo de pesquisa, somente com essa análise seria possível transformar esses núcleos de sentidos em CATEGORIA POSITIVA e CATEGORIA NEGATIVA.

Porém, como discutido ao longo deste livro, é necessário aprofundar os sentidos para que a pesquisa seja mais completa. Dessa forma, deveremos utilizar as justificativas para novamente encontrar os núcleos de sentidos e categorizar os dados. Observe como isso pode ser feito:

Participante 1 – “*Não, porque toda a minha família está aqui e eu não gostaria de viver longe deles.*” [MOTIVOS FAMILIARES]

Participante 2 – “*Sim, porque emprego no Brasil está em falta e o salário é muito baixo.*” [MOTIVOS FINANCEIROS]

Identificamos que o Participante 1 justificou que não mudaria do Brasil por causa da família, assim foi sugerida a CATEGORIA “MOTIVOS FAMILIARES”; e no caso do Participante 2, que justificou que mudaria do Brasil por questões financeiras, foi escolhida a CATEGORIA “MOTIVOS FINANCEIROS”. Observe que o nome da categoria ajuda a identificar o núcleo de sentidos dos dados, mas que outros nomes de categorias também funcionariam como Categoria “Emotiva” ou “Família” no lugar de “Motivos Familiares” e também Categoria “Falta de Emprego” ou “Emprego” no lugar de “Motivos Financeiros”.

O nome da categoria é de escolha do pesquisador e não há uma pré-definição obrigatória a ser seguida. É apenas recomendado que o nome da categoria consiga refletir de forma simplificada os significados que todos os elementos agrupados possuem em comum.

A categorização constituirá os resultados e basearão a análise descritiva (qualitativa) da pesquisa e deve ser apresentada, preferencialmente, na forma de tabela com a representação quantitativa das frequências. Utilizando o exemplo anterior poderíamos confeccionar a seguinte tabela:

ATITUDE	CATEGORIA	NÚMERO DE CITAÇÕES/ FREQUÊNCIA
Negativa	Motivos Familiares	1 (50%)
Positiva	Motivos Financeiros	1 (50%)

Outra forma de apresentação dos dados também poderia ser com a divisão de subcategorias:

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	NÚMERO DE CITAÇÕES/ FREQUÊNCIA
Negativa	Motivos Familiares	1 (50%)
Positiva	Motivos Financeiros	1 (50%)

A tabela abaixo é um exemplo da união de todo os elementos obtidos para serem utilizados nas inferências, interpretações e discussão:

Atitude	Categoria	Citações/ Frequência	Unidade de Registro	Unidade de Contexto
Negativa	Motivos Familiares	1 (50%)	"[...] família [...] não gostaria de viver longe deles." (P1)	"Não, porque toda a minha família está aqui e eu não gostaria de viver longe deles." (P1)
Positiva	Motivos Financeiros	1 (50%)	"[...] emprego [...] está em falta e o salário é muito baixo." (P2)	"Sim, porque emprego no Brasil está em falta e o salário é muito baixo." (P2)

O Fluxograma 1 reflete os passos gerais para realizar a Análise Categrorial ou Temática de Conteúdo. Ao longo da apresentação das demais técnicas será discutida a ideia de que é de grande valia a inclusão da Análise Categrorial em adição às outras técnicas escolhidas.

10.2. ANÁLISE LEXICAL OU SINTÁTICA DO CONTEÚDO

É o tipo de análise que busca identificar e avaliar o uso gramatical (léxico e/ou sintático) das palavras, ou seja, o repertório linguístico, para caracterizar a comunicação. Dessa forma, diferentemente da Análise Temática, em vez de procurar os núcleos de sentidos, iremos realizar o **estudo do código** da comunicação.

A Análise Lexical é uma técnica que favorece pesquisas onde há a necessidade de comparação entre dois ou mais textos do ponto de vista lexical e sintático, como por exemplo para verificar a diferença de qualidade dos textos.

ESTUDO DO CÓDIGO: É caracterizado por destrinchar as palavras e como elas foram utilizadas na construção de determinada comunicação.

Nesse tipo de análise pode-se elencar as seguintes informações a serem extraídas dos dados brutos:

- a) número de palavras presentes (tanto para avaliar o comprimento da frase/texto quanto para a ocorrência de palavras específicas ou gerais);
- b) número de palavras com alta ou baixa complexidade lexical (repertório de vocábulos lexicais);
- c) frequência de palavras repetidas (substantivos, verbos, adjetivos, gírias, artigos, preposições e outras);
- d) análise da sintaxe (organização das frases);
- e) identificar as **palavras plenas** (substantivos, adjetivos, verbos) e as **palavras-instrumento** (artigos, preposições, pronomes, advérbios, conjunções). A identificação das palavras plenas e as palavras-instrumento juntamente como a frequência permite o cálculo da **riqueza do vocabulário**.

RIQUEZA DO VOCABULÁRIO: É calculado dividindo o número total de palavras presentes no texto (independente do número de palavras repetidas) pelo número de total de vocábulos (sem contar as palavras repetidas). Veja o exemplo abaixo:

A frase “Eu vou, eu vou, pra casa agora eu vou” tem 9 palavras (número total de palavras incluindo as repetidas), mas só possui 5 vocábulos (contagem das palavras sem repetições). O cálculo da riqueza será feito dividindo o primeiro valor pelo segundo: $9/5 = 1.8$.

A interpretação da análise da riqueza ocorre da seguinte forma: quanto mais próximo do valor de 1 mais rico é o texto, pois o número de palavras com frequência única será maior. Os valores da riqueza são melhores utilizados quando você está comparando a riqueza entre dois ou mais textos.

Dos dados (e.g. cada pergunta do questionário/ cada frase/ cada documento) serão extraídas as informações que o pesquisador escolheu para realizar o estudo dos códigos. Veja o exemplo abaixo de como esse processo pode ser feito:

Em uma pesquisa hipotética que tem como objetivo comparar a escrita de dois críticos de cinema sobre o mesmo filme usaremos um texto de cada um para estudar o código.

Texto do Crítico 1 – *“O filme Cavaleiros da Justiça relata a história de cinco personagens que descobrem que possuem poderes especiais e precisam salvar o mundo frente a uma ameaça alienígena. Porém, apesar da sinopse relativamente simples e sem novidades, o filme é um relato dos problemas humanos contemporâneos. Aborda as questões de injustiças sociais e contribui significativamente para a representação de gênero a partir da significativa complexidade e força feminina das personagens principais.”.*

Texto do Crítico 2 – *“Cavaleiros da Justiça é um filme de ação com grandes efeitos especiais e um elenco estrelado. As cenas de lutas são de tirar o fôlego, os diálogos são épicos e as reviravoltas deixam de queixo caído o espectador.”.*

Neste caso simplificado, para a codificação, as Unidades de Registros escolhidas foram as frases e a Unidade de Contexto foi a crítica completa. Se a crítica fosse um texto muito longo, as Unidades de Registros poderiam ser cada parágrafo e a Unidade de Contexto o texto completo. Ou ainda, as Unidades de Registros poderiam ser frases e a Unidade de Contexto o parágrafo completo.

A análise dos dados acima pode ser iniciada pelo comprimento geral do texto, número de frases e média de palavras por frases:

Texto do Crítico 1: 70 palavras, 3 frases e 23 palavras médias por frase.

Texto do Crítico 2: 38 palavras, 2 frases e 19 palavras médias por frase.

Em seguida, podemos identificar o número e porcentagens de palavras plenas e palavras-instrumento:

Texto do Crítico 1: 40 palavras plenas (57%) e 30 palavras-instrumento (43%)

Texto do Crítico 2: 23 palavras plenas (60%) e 15 palavras-instrumento (40%)

Podemos também verificar a frequência das palavras plenas e palavras-instrumento para calcular a riqueza de vocabulário. Nesse momento é recomendado que as palavras sejam tabeladas:

continua...

Texto do Crítico 1			
Palavras Plenas	Frequência	Palavras-Instrumento	Frequência
Cavaleiros	1	Da, De, Dos	8
Ser (É)	1	Um, Uma	2
Justiça	1	E	4
Cinco	1	A, O, As	8
História	1	Que	2
Filme	2	Sem	1
Relata	1	Frente	1
Personagens	1	Porém	1
Descobrem	1	Apesar	1
Possuem	1	Para	1
Ameaça	1	(a) Partir	1
Alienígena	1		
Mundo	1		
Salvar	1		
Precisam	1		
Especiais	1		
Poderes	1		
Contemporâneos	1		
Humanos	1		
Problemas	1		
Relato	1		
Novidades	1		
Simple	1		
Relativamente	1		
Sinopse	1		
Aborda	1		
Questões	1		
Injustiças	1		
Sociais	1		
Contribui	1		

continua...

Texto do Crítico 1			
Palavras Plenas	Frequência	Palavras-Instrumento	Frequência
Significativamente	1		
Representação	1		
Gênero	1		
SignificantE	1		
Complexidade	1		
Força	1		
Feminina	1		
Personagens	1		
Principais	1		
Vocábulo: 51 palavras			
Texto do Crítico 2			
Palavras Plenas	Frequência	Palavras-Instrumento	Frequência
Cavaleiros	1	Da, De	5
Ser (É, São)	3	Um	2
Justiça	1	E	2
Especiais	1	Com	1
Efeitos	1	As, O, Os	5
Grandes	1		
Ação	1		
Filme	1		
Fôlego	1		
Tirar	1		
Lutas	1		
Cenas	1		
Estrelado	1		
Elenco	1		
Deixam	1		
Reviravoltas	1		

continua...

Texto do Crítico 2			
Palavras Plenas	Frequência	Palavras-Instrumento	Frequência
Épicos	1		
Diálogos	1		
Queixo	1		
Caído	1		
Espectador	1		
Vocábulo: 26palavras			
<p>Agora que tabelamos as palavras plenas e palavras-instrumentos, conseguiremos obter o valor da riqueza. O cálculo da riqueza dos dois textos será então:</p> <p>Texto 1: 70/51: 1.37</p> <p>Texto 2: 38/26: 1.46</p> <p>Finalmente, pra fechar o elenco de informações, podemos reler os textos e identificar o uso de gírias:</p> <p>No Texto 1 não foi encontrado gírias, o que indica uma escrita mais formal (denotativa).</p> <p>No Texto 2 temos a presença de duas gírias: “<i>tirar o fôlego</i>” e “<i>de queixo caído</i>”. A presença de gírias e expressões populares são características de escrita informal (conotativa).</p> <p>Veja agora como um pesquisador poderia discutir a comunicação dos dois críticos utilizando os dados que acabamos de extrair:</p> <p><i>“A partir dos resultados descritos acima, é possível identificar que os críticos possuem diferentes níveis de complexidade lexical e utilizam a sua comunicação com foco em diferentes tipos de leitores. O crítico 1 demonstrou ter maior domínio interpretativo do filme abordado pela maior presença de palavras, frases e riqueza de vocábulos, e pela abordagem denotativa da crítica. Ao contrário, o crítico 2 mostrou-se mais econômico na elaboração da crítica e apelou para a linguagem conotativa. Dessa forma, podemos concluir que o crítico 1 busca escrever para leitores mais críticos e imersivos cinematicamente, e o crítico 2 conversa com o público mais despojado e menos exigente.”</i></p> <p>Pesquisadores que possuem maior familiaridade com os estudos da gramática, linguística e afins possuem um grande arcabouço de possibilidade de extração de informações dos dados brutos para suas análises sintáticas e lexicais. O exemplo apresentado acima é apenas ilustrativo de como essa técnica é trabalhada dentro da Análise de Conteúdo.</p>			

Finalmente, não há exigência do que é necessário extrair para realizar a Análise Sintática ou Lexical, e – para uma análise mais completa e dependendo do objetivo da pesquisa – é altamente recomendada a utilização dessa técnica juntamente com a Análise Categorial ou Temática. Observe que o exemplo acima não utilizou o passo da Categorização, pois ficou restrito aos aspectos do código.

No caso da adição da Análise Categorial, as temáticas e assuntos abordados na comunicação poderiam ser descritos e avaliados também.

A categorização do texto de cada crítico poderia ser feita da seguinte forma:

Texto do Crítico 1 – “O filme *Cavaleiros da Justiça* relata a história de cinco personagens que descobrem que possuem poderes especiais e precisam salvar o mundo frente a uma ameaça alienígena. Porém, apesar da sinopse relativamente simples e sem novidades [CATEGORIA HISTÓRIA], o filme é um relato dos problemas humanos contemporâneos. Aborda as questões de injustiças e contribui significativamente para a representação de gênero a partir da significativa complexidade e força feminina [CATEGORIA SIGNIFICADO] das personagens principais.”

Texto do Crítico 2 – “*Cavaleiros da Justiça* é um filme de ação com grandes efeitos especiais [CATEGORIA EFEITOS ESPECIAIS] e um elenco estrelado [CATEGORIA ELENCO]. As cenas de lutas são de tirar o fôlego [CATEGORIA CENAS], os diálogos são épicos [CATEGORIA FALAS] e as reviravoltas deixam de queixo caído o espectador [CATEGORIA HISTÓRIA].”

No **Texto 1**, foram identificadas duas categorias:

1. **Categoria História:** parte da crítica que aborda o enredo do filme.
2. **Categoria Significado:** parte da crítica que aborda os significados, interpretações, metáforas e outros elementos que o filme discute ou ilustra.

No **Texto 2**, foram identificadas cinco categorias:

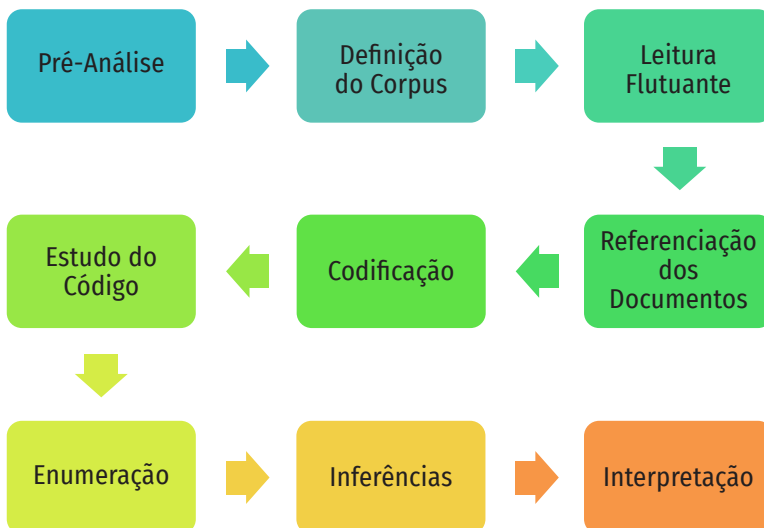
1. **Categoria História:** parte da crítica que aborda o enredo do filme.
2. **Categoria Efeitos Especiais:** parte da crítica que aborda as técnicas sonoras e digitais na criação de cenas e do filme em geral.
3. **Categoria Elenco:** parte da crítica que aborda os atores.
4. **Categoria Cenas:** parte da crítica que aborda as cenas.
5. **Categoria Falas:** parte da crítica que aborda os diálogos.

Uma forma de interpretar e incluir as informações da Análise Categórica no texto anteriormente produzido a partir da Análise Lexical seria:

“Com relação à abordagem conteudinal da crítica, foram identificadas duas categorias versadas pelo crítico 1 e cinco categorias pelo crítico 2. O crítico 1 no âmbito da Categoria História teceu rápidos comentários (≈ três frases) sobre a sinopse do filme e dedicou a continuidade do texto (≈ quatro frases) para relacionar os assuntos contemporâneos e, em especial, a importância da representação dos personagens com lutas sociais (Feminismo e Empoderamento) e problemáticas atuais (Injustiça Social). No texto do crítico 2, apesar de mais categorias observadas, que envolveram a dissertação sobre os atores (Categoria Elenco), as cenas (Categoria Cenas), os diálogos (Categoria Falas) e a tecnologia utilizada (Categoria Efeitos Especiais), os comentários são brevíssimos (menos de uma frase por categoria). Com isso, tem-se o reforço dos aspectos distintos da escrita em abordagem entre os dois críticos.

O Fluxograma 2 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise Lexical ou Sintática da Análise de Conteúdo. Observe que após as etapas de Pré-Análise e a Codificação, ocorre o Estudo do Código (que invariavelmente acaba oferecendo os dados para a Enumeração) e não há a Categorização visto que o passo anterior já oferece dados importantes e suficientes para as inferências dependendo do objetivo da pesquisa. No caso da inclusão da Análise Categórica em uma Análise Lexical, a Categorização pode ser um passo adicionado após o Estudo do Código e antes das Inferências.

Fluxograma 2: Etapas gerais da Análise Lexical ou Sintática da Análise de Conteúdo.



10.3. ANÁLISE DA ENUNCIÇÃO DO CONTEÚDO

É o tipo de análise que busca verificar como o sujeito criou, organizou e dinamizou a sua comunicação. Busca investigar o processo que gerou o que foi falado avaliando questões como:

- a) estrutura gramatical
- b) organização do discurso
- c) elementos paralinguísticos
- d) coesão e coerência

A técnica é recomendada para ser aplicada a partir de coleta de dados baseada na **entrevista não direcionada**, e com um número amostral reduzido visto que o tratamento dos dados é exaustivo. Se a pesquisa objetiva a comparação entre emissores e suas comunicações (por exemplo, a comparação de duas entrevistas de pessoas diferentes) é imperativo a **padronização** na coleta destas.

ENTREVISTA NÃO DIRECIONADA: *Também é chamada de livre, aberta, exploratória, informal, não estruturada, não dirigida. O entrevistador apresenta o tema geral do estudo e o entrevistado discorre livremente sobre ele, ou seja, não há direcionamento da entrevista por parte do entrevistador (esse apenas centralizar o discurso dentro do assunto geral). As comunicações podem ser aprofundadas, reformuladas e esclarecidas (ou seja, o entrevistar pode solicitar mais detalhes sobre uma fala ou maior elaboração sobre uma ideia emitida pelo entrevistado).*

ENTREVISTA DIRECIONADA: *Também é chamada de fechada, formal, estruturada ou dirigida. As perguntas já estão pré-formuladas e o entrevistado segue uma linha pré-definida para a coleta de respostas. Dúvidas e informações extras não podem ser adicionadas posteriormente, o que não permite o esclarecimento, reformulação ou aprofundamento das ideias do entrevistado.*

PADRONIZAÇÃO: *Quando é objetivo da investigação a comparação de documentos, a uniformização da coleta dos dados é fundamental. Por exemplo, se os dados serão obtidos através de entrevistas e essas serão comparadas entre si, as entrevistas devem abordar o mesmo assunto ou terem as mesmas perguntas, o tempo dado para a formulação das respostas deve ser o mesmo, e todas as demais condições devem seguir o mesmo formato.*

Os passos da Análise de Enunciação começam com a transcrição do material na íntegra, seguido da Análise Lógica e da Análise

Sequencial (ou de Rupturas). Após a transcrição, de oração por oração serão identificadas as formas de raciocínio da formulação de cada (Análise Lógica) e cada frase deve ter separada por um “/” ou colocada em uma linha diferente (ou outra forma que o pesquisador entender facilitar a apresentação e análise).

Em seguida, ocorrerá a Análise Sequencial que pode ser realizada de duas formas: uma análise para identificar o assunto abordado em cada frase e/ou uma análise para identificar a evolução do discurso por conglomerados (conjunto de frases sequenciais e/ou parágrafos inteiros).

Para realizar a Análise Sequencial é necessário utilizar a Análise Categorical já que o objetivo é compreender, especialmente, os núcleos de sentidos das frases. Cada tema similar pode ser enumerado ou referenciado de forma igual (no caso da Análise Sequencial das frases) e na margem também pode ser identificada a dinâmica organizacional (no caso da Análise Sequencial de conglomerados).

Em uma pesquisa hipotética que tem como objetivo compreender os sentidos dos conceitos atribuídos e suas formulações por crianças de 6 anos de idade sobre a pergunta “O que é vida?”, podemos utilizar os discursos obtidos através de uma entrevista. Utilizando o discurso hipotético a seguir veremos como a Análise de Enunciação pode ser realizada:

Discurso 1 – “A vida é...eu não sei. Uma pessoa tem vida quando tá respirando. Quando não tá respirando a pessoa não tá viva. Eu tô respirando, então tô com vida. Mas tem que comer também, se não morre de fome. Eu tenho um cachorro e ele precisa comer pra ficar vivo. Meu cachorro é engraçado. Animais tem vida também. As plantas eu não sei, mas acho que sim. A planta precisa de água pra viver.”

Para a codificação, as Unidades de Registros escolhidas foram as palavras significativas e as Unidades de Contextos foram as frases completas onde as palavras foram mencionadas.

Realizando a primeira parte da Análise de Enunciação, ou seja, a Análise Lógica, iremos separar frase por frase na forma de lista numerada:

1. A vida é...eu não sei.
2. Uma pessoa tem vida quando tá respirando.
3. Quando não tá respirando a pessoa não tá viva.
4. Eu tô respirando, então tô com vida.
5. Mas tem que comer também, se não morre de fome.
6. Eu tenho um cachorro e ele precisa comer pra ficar vivo.
7. Meu cachorro é engraçado.
8. Animais tem vida também.
9. As plantas eu não sei, mas acho que sim.
10. A planta precisa de água pra viver.

continua...

Em seguida, iremos realizar a Análise Sequencial identificando o tema abordado em cada frase e indicar entre parênteses um código para cada tema encontrado:

1. *A vida é...eu não sei.*
2. *Uma pessoa tem vida quando tá respirando.* (A)
3. *Quando não tá respirando a pessoa não tá viva.* (A)
4. *Eu tô respirando, então tô com vida.* (A) + (B)
5. *Mas tem que comer também, se não morre de fome.* (A)
6. *Eu tenho um cachorro e ele precisa comer pra ficar vivo.* (A) + (B)
7. *Meu cachorro é engraçado.*
8. *Animais tem vida também.* (B)
9. *As plantas eu não sei, mas acho que sim.* (B)

Legenda dos códigos temáticos escolhidos: (A) Explicação fisiológica; (B) Exemplos de organismos vivos.

Para realizar a identificação dos temas abordados pela criança, utilizamos a Análise Categral que resultou na definição de duas categorias:

1. **Categoria Explicação Fisiológica:** incluiu frases que tratam de aspectos ou necessidades fisiológicas de um ser vivo como respirar e alimenta
1. **Categoria Exemplos de Organismos Vivos:** incluiu frases que apresentam citações de tipos de seres vivos como cachorro e plantas.

Perceba que a frase 1 e 7 não receberam código, pois a frase 1 não apresenta nenhum núcleo temático e a frase 7 não agrega valor à temática central. Dessa forma, é importante citar que nem todas as frases necessitam ser consideradas na análise caso o pesquisador entenda que não afetarão os resultados da pesquisa.

Perceba também que as frases 4 e 6 receberam dois códigos, pois podemos identificar que a primeira parte da frase 6, por exemplo, indica um ser que a criança entende ter vida (um cachorro) e ela afirma que a condição fisiológica de se alimentar é importante para que ele se mantenha vivo (precisa comer pra ficar vivo).

Em seguida é possível continuar com a Análise Sequencial caracterizando a ordenação em si das frases para compreender o dinamismo da comunicação:

1. *A vida é...eu não sei.* } Sequência I: Negação
 2. *Uma pessoa tem vida quando tá respirando.* (A)
 3. *Quando não tá respirando a pessoa não tá viva.* (A)
 4. *Eu tô respirando, então tô com vida.* (A) + (B)
 5. *Mas tem que comer também, se não morre de fome.* (A)
 6. *Eu tenho um cachorro e ele precisa comer pra ficar vivo.* (A) + (B)
 7. *Meu cachorro é engraçado.* } Sequência III: Fuga do tema
 8. *Animais tem vida também.* (B)
 9. *As plantas eu não sei, mas acho que sim.* (B) } Sequência VI: Retomada ao raciocínio
- continua...

A partir do exemplo acima, os resultados poderiam ser discutidos da seguinte forma:

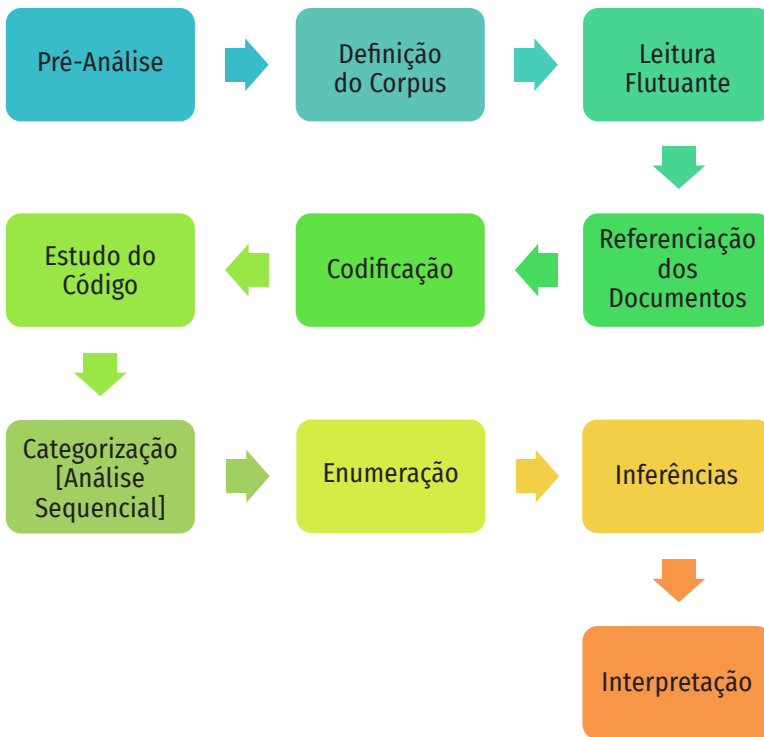
“A criança 1 demonstrou uma rápida atitude negativa com relação ao questionamento, porém em seguida conseguiu desenvolver de forma articulada a relação de condições fisiológicas para que a vida ocorra. A criança indicou que um ser vivo pode ser caracterizado por realizar o processo de respiração e que a alimentação é também um ato importante para a manutenção da vida. Ocorreu uma rápida fuga do tema, mas imediatamente a criança fez considerações adicionais sobre os tipos de seres que são vivos. Dessa forma, foi possível identificar uma linha de pensamento articulada, lógica e com conhecimentos científicos acurados dentro da linguagem da criança.”.

O exemplo apresentado acima representa uma possibilidade simplificada de como a técnica de Análise de Enunciação pode ser efetuada. Particularmente, a parte da Análise Sequencial dos conglomerados pode ser realizada observando diferentes elementos e com diferentes objetivos de avaliação desses agrupamentos. Por exemplo, o pesquisador dependendo do seu objetivo de pesquisa, pode decidir que é mais adequada a identificação de quais os sentimentos estão acionados em cada grupo de frases (e.g. alegria, raiva) em vez da avaliação da linha de raciocínio ilustrada no exemplo aqui proposto. Outros pesquisadores podem optar pela identificação dos aspectos de confusão mental presentes (e.g. lucidez, confusão), das atitudes sobre o tema (e.g. atitude positiva, negativa, neutra ou ambivalente), ou qualquer outra proposta de identificação adequada à proposta de investigação.

O Fluxograma 3 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise de Enunciação do Conteúdo. Após as etapas de Pré-Análise e a Codificação, é iniciada com a Análise Lógica e há a necessidade da realização de Análise Categorical para a Categorização durante a Análise Sequencial.

Adicionalmente, a pesquisa que utilizada essa técnica de análise pode ser vastamente aprofundada com a aplicação também das técnicas de Análise Sintática, por exemplo.

Fluxograma 3: Etapas gerais da Análise de Enunciação do Conteúdo.



10.4. ANÁLISE DE AVALIAÇÃO OU REPRESENTACIONAL DO CONTEÚDO

É o tipo de análise que busca conhecer o comunicador da mensagem, principalmente a partir da expressão de um juízo de valor (opinião). Permite analisar as formas de atitudes, percepções, atos, juízos de valores e tomadas de posições para decifrar o locutor. Resumidamente, a técnica é utilizada para medir as atitudes do emissor e, assim, inferir considerações sobre ele.

Nessa análise não é necessário decompor todo o texto, apenas realizar a avaliação das porções que exprimem as atitudes do locutor. Assim, três componentes (chamados de **Componentes do Enunciado Avaliativo**) precisam ser identificados:

- I Objetos de Avaliação (AO):** Se referem às pessoas, coisas e/ou ações que foram avaliadas pelo locutor. Precisam ser apresentados em maiúsculo ou podem ser substituídos por símbolos caso necessite ser censurado.

II. Termos Avaliativos (cm): São termos utilizados para qualificar os Objetos de Avaliação. Esses termos podem ser facilmente avaliados com a indicação se são positivos (emite uma qualidade/sentimento positivo) ou negativos (emite uma qualidade/sentimento negativo) (Sistema Bipolar). Precisam ser apresentados em itálico.

III. Conectores Verbais (c): São palavras que ligam os objetos e os termos anteriores.

Após a identificação dos componentes que estarão espalhados no texto, ocorrerá a “edição” do texto buscando a sua simplificação dentro da fórmula “Objeto de Avaliação + Conector Verbal + Termo Avaliativo”. Em seguida é realizada a classificação da intensidade da atitude.

Quando à intensidade, Laurence Bardin (2000) discute e apresenta em seu livro a identificação da intensidade a partir de uma Escala Diferencial Semântica (Osgood, Suci & Tannenbaum, 1957), porém aqui será utilizado um sistema valorativo simplificado que indica se a atitude é Positiva, Negativa, Neutra ou Ambivalente. A escolha do sistema de identificação de intensidade é de escolha do pesquisador.

ATITUDE POSITIVA: Reflete sentimentos ou avaliações positivas, de afeição, de afinidade, de simpatia, carregados de adjetivos de enaltecimento.

ATITUDE NEGATIVO: Reflete sentimentos ou avaliações negativos, de aversão, de repulsa, de hostilidade, de preconceito, de distanciamento, carregados de adjetivos pejorativos.

ATITUDE NEUTRA: Reflete sentimentos ou avaliações isentos.

ATITUDE AMBIVALENTE: Reflete sentimentos ou avaliações igualmente positivas e negativas.

Para aplicar a técnica de Análise de Avaliação ou Representacional utilizaremos o seguinte texto hipotético abaixo sobre a opinião de um colega de trabalho sobre a ética e competência profissional do seu supervisor:

Sujeito 1 – “*Eu já trabalhei em muitos lugares, mas aqui com relação ao meu superior é o pior. O supervisor parecia ser uma pessoa bacana, mas é muito mau caráter. Ele não ajuda ninguém e ainda atrapalha as nossas vendas. A única coisa boa é que ele deposita o salário em dia*”.

Para codificação, as Unidades de Registros escolhidas foram as fórmulas editadas (Objeto de Avaliação + Conector Verbal + Termo Avaliativo) e as Unidades de Contextos foram as frases completas.

Como tido anteriormente, não há a necessidade de utilizar todo o texto para a análise e, dessa forma, iremos identificar os trechos significativos (em negrito) e realizaremos apenas a extração dos três componentes importantes para a análise.

Como resultado teremos a seguinte edição a partir da fórmula “Objeto de Avaliação + Conector Verbal + Termo Avaliativo”:

- a) O SUPERVISOR/ é / mau caráter
- b) ELE/ não / ajuda
- c) ELE/ atrapalha
- d) ELE/ deposita / salário em dia

Em seguida podem ser identificadas as intensidades de cada comunicação:

ATITUDES NEGATIVAS
O SUPERVISOR/ é / mau caráter
ELE/ não / ajuda
ELE/ atrapalha
ATITUDES POSITIVAS
ELE/ deposita / salário em dia

Observando a tabela acima, é possível identificar que as quatro fórmulas analisadas apresentavam dois tipos de atitudes que puderam ser categorizadas em Positiva ou Negativa.

Para a Enumeração, a frequência simples da ocorrência de cada categoria pode ser utilizada:

CATEGORIA	FREQUÊNCIA(%)
Atitudes Negativas	3(75%)
Atitudes Positivas	1(25%)
Total	4(100%)

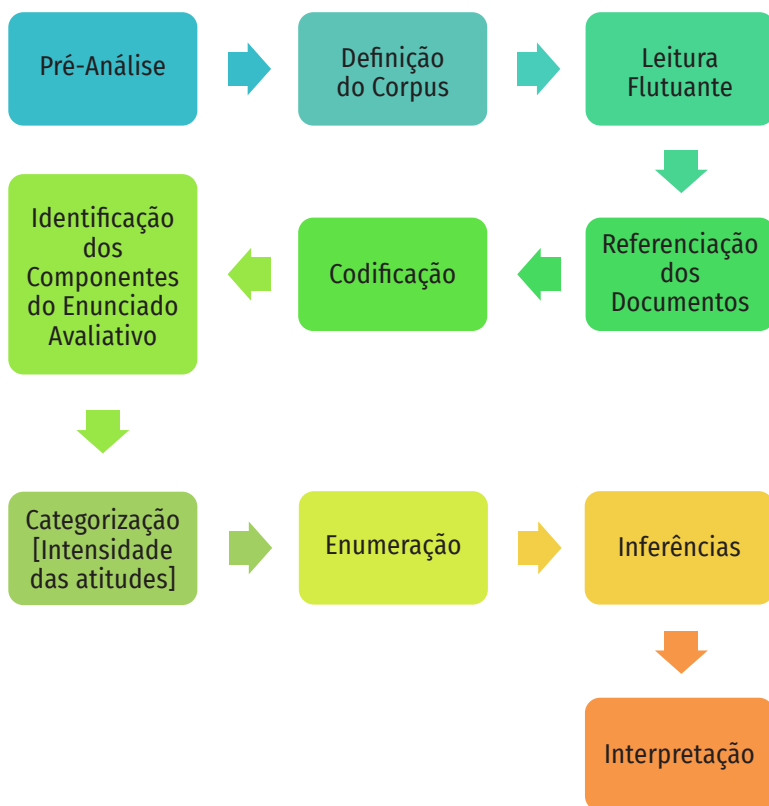
continua...

A discussão dos dados acima poderia ser apresentada da seguinte forma:

“Avaliando as atitudes do subordinado com relação ao seu supervisor, foi notado que as percepções são majoritariamente negativas (75%) e pautadas em questões tanto de comportamento pessoal quanto de atuação profissional. Adicionalmente, também foi apontada uma atitude positiva (25%) com relação apenas ao cumprimento do compromisso da pontualidade de pagamento do salário”.

O Fluxograma 4 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise de Avaliação ou Representação do Conteúdo. Após as etapas de Pré-Análise e a Codificação, é iniciada a identificação dos trechos significativos e em seguida dos Componentes do Enunciado Avaliativo (Objeto de Avaliação + Conector Verbal + Termo Avaliativo) onde há a edição das fórmulas a serem analisadas. Cada fórmula passa para a Categorização das intensidades dos significados contidos.

Fluxograma 4: Etapas gerais da Análise de Avaliação ou Representacional do Conteúdo.



10.5. ANÁLISE PROPOSICIONAL DO DISCURSO

É considerada uma variante da Análise Categral ou Temática, e busca a compreensão do modelo argumentativo das comunicações. Apesar de Laurence Bardin descrever a técnica, José Pires com o livro *Teoria e Prática da Análise Proposicional do Discurso* (2008) oferece uma proposta mais atualizada, aprimorada e compreensiva para sua utilização. Dessa forma, a seguir é explicada de forma simplificada a sua aplicação, porém recomenda-se a leitura dos dois trabalhos citados anteriormente para maior conhecimento dos detalhes minuciosos do tratamento dos dados.

A técnica é aplicada começando com a definição de **referentes-núcleos** (ou **núcleos de referência**) que são geralmente substantivos ou pronomes em número de 10 a 20. Palavras relacionadas e sinônimas dos referentes-núcleos devem ser indicadas como **Equivalentes Paradigmáticos**.

REFERENTES-NÚCLEOS: *São os temas ao que a oração está se referindo. Os temas são extraídos utilizando a técnica de Análise Categral ou Temática.*

O trecho hipotético abaixo será utilizado pra exemplificar a identificação de Referentes-núcleos:

“A política é uma forma de representar o povo. As pessoas comuns não reconhecem como os deputados são muito importantes. Gestores públicos dependem da população para ajudar a resolver os problemas da cidade.”

Observe que o texto acima trata de uma fala que gira em torno da relação entre representantes políticos com o povo. Dessa forma, os dois sujeitos foram identificados como Referentes-núcleos na tabela abaixo. Um código foi destinado para cada Referente-núcleo e os Equivalentes Paradigmáticos foram incluídos ao lado.

CÓDIGO	REFERENTES-NÚCLEOS	EQUIVALENTES PARADIGMÁTICOS
Po	Povo	Povo, Pessoas comuns, População
De	Deputados	Deputados, Gestores públicos

Para a codificação, as Unidades de Registros sugeridas são os próprios referente-núcleos e as Unidades de Contextos as frases que as contextualizam.

Após a identificação dos Referentes-núcleos, devem ser identificadas as **modalizações** que articulam o discurso analisado.

MODALIZAÇÕES: São palavras que tornam o discurso mais significativo. Por exemplo, na afirmação “Ele tem **muita** certeza que a medicação estava **totalmente** errada”, a palavra “muito” é um elemento modalizador que intensifica a certeza que alguma pessoa teve sobre algo importante, e a palavra “totalmente” reforça que algo de muito errado foi realizado. Ou seja, as modalizações são caracterizadas por elementos que dão maior significado ao que está sendo expresso. Muitos elementos inclusive podem ser caracterizados como intensificadores positivos ou negativos dependendo do contexto em que é utilizado.

Por exemplo, na frase “Ela gostava **bastante** da matéria”, a palavra “bastante” é um elemento positivo, pois valoriza a ação do verbo gostar; já na frase “Ela odiava **bastante** a matéria”, a palavra “bastante” é um elemento negativo, pois reforça a ação do verbo odiar”.

Veja um exemplo de identificação das modalizações utilizando o trecho anterior:

“A política é uma forma de representar o povo. As pessoas comuns não reconhecem como os deputados são **muito** importantes. Gestores públicos dependem da população para ajudar a resolver os problemas da cidade.”

Observe que no texto acima a palavra “muito” foi utilizada para intensificar a importância dos deputados. Dessa forma, foi identificada como modalizadora.

IMPORTANTE: Podem existir comunicações sem modalizadores. A ausência de modalização não interfere na qualidade da comunicação ou dos resultados da pesquisa.

Ainda, podem ser identificadas as modalizações específicas dos verbos. Usualmente utiliza-se as categorias verbais, tempos verbais e formas verbais para este fim:

Categorias Verbais:

- I. **Verbo Factivo (F):** verbo que indica que o emissor considera que a proposição proferida é verdadeira. Exemplo: “Ele **sabe** isso”.
- II. **Verbo Estático (E):** verbo que expressa estado ou condição no lugar de ações. Exemplo: “Ele **ama** isso”.
- III. **Verbo Declarativo (D):** verbo que exprime uma asserção. Exemplo: “Ele **afirma** isso”.

Tempos verbais:

- I. **Presente (P):** verbo que indica uma ação que ocorre no momento da fala. Exemplo: “Ele **vê**”.
- II. **Pretérito (Pto):** verbo que indica uma ação que ocorreu

um tempo antes do presente, ou seja, que já passou. Exemplo: “Ele **via**”.

III. Futuro (F): verbo que indica uma ação que ainda ocorrerá. Exemplo: “Ele **verá**”.

Formas verbais:

I. Infinitivo (I): expressa a ação. Exemplo: “**Negar**”.

II. Particípio (Pa): expressa o resultado da ação. Exemplo: “**Negado**”.

III. Gerúndio (G): expressa o processo da ação. Exemplo: “**Negando**”.

Modos verbais:

I. Indicativo (In): indica um fato ou certeza. Exemplo: “Ele **fala**”.

II. Subjuntivo (Sub): indica uma possibilidade. Exemplo: “*Talvez ele fale*”.

III. Imperativo (Im): indica uma ordem. Exemplo: “**Fale!**”.

Exemplo de identificação de modalização verbal:

“A política é uma forma de representar o povo. As pessoas comuns não **reconhecem** como os deputados **são** muito importantes. Gestores públicos **dependem** da população para **ajudar a resolver** os problemas da cidade.”

Observe os verbos destacados acima e sua categorização na tabela abaixo. A modalização verbal irá identificar as características de cada verbo em cada oração de interesse para a discussão dos dados da pesquisa. Ou seja, nem todas as orações serão analisadas e, da mesma forma, nem todos os verbos presentes na comunicação completa.

Frases	Categoria Verbal			Tempo Verbal		Forma Verbal			Modo Verbal			
	F	E	D	P	Pto	F	I	Pa	G	In	Sub	Im
A política é uma forma de representar o povo.				x						x		
As pessoas comuns não reconhecem como...				x						x		
...os deputados são muito importantes				x						x		
Gestores públicos dependem da população...				x						x		
...para ajudar a resolver os problemas da cidade.”							x					

IMPORTANTE: Na modalização verbal, a forma de categorização do verbo que será utilizada (categoria, tempo, forma, modo) é de escolha do pesquisador.

Ao final da análise devem ser construídos os **modelos argumentativos** que resumem todos os dados extraídos de cada frase onde os referentes-núcleos foram encontrados juntamente com as demais informações na forma de um código.

MODELOS ARGUMENTATIVOS: São o cômputo do conjunto de códigos que facilita a identificação dos referentes-núcleos e das modalizações obtidas. São resultados da verificação das marcas linguísticas das comunicações para avaliar as modulações do discurso. Podem ser ainda conceituados como o resumo ou até mesmo uma tradução codificada das orações.

Utilizando todos os dados extraídos até o momento, consolidaremos todas as tabelas produzidas, excluindo dados que foram considerados menos informativos (Categoria Verbal e Forma Verbal), para incluir também a concatenação das siglas utilizadas para formar os modelos argumentativos:

Frases	Referentes-núcleos		Tempo Verbal				Modo Verbal			Modalização	Modelos Argumentativos
	Po	De	D	P	Pto	F	In	Sub	Im		
A política é uma forma de representar o povo.	x	x		x			x				PoDePyIn
As pessoas comuns não reconhecem como os deputados são muito importantes	x	x		x			x			Muito	PoDePyIn
Gestores públicos dependem da população para ajudar a resolver os problemas da cidade."	x	x					x				PoDeyIn

Observe que o modelo argumentativo da primeira frase é PoDePyIn e indica que a oração aborda o Povo (Po) e os Deputados (De), retrata uma afirmação corrente com um verbo no Presente (P) e no Indicativo (I). A sigla Y ou y é utilizada como "e" antes do último código: Po + De + P + y + In (Povo, Deputados, Verbo no Presente e Modo no Indicativo).

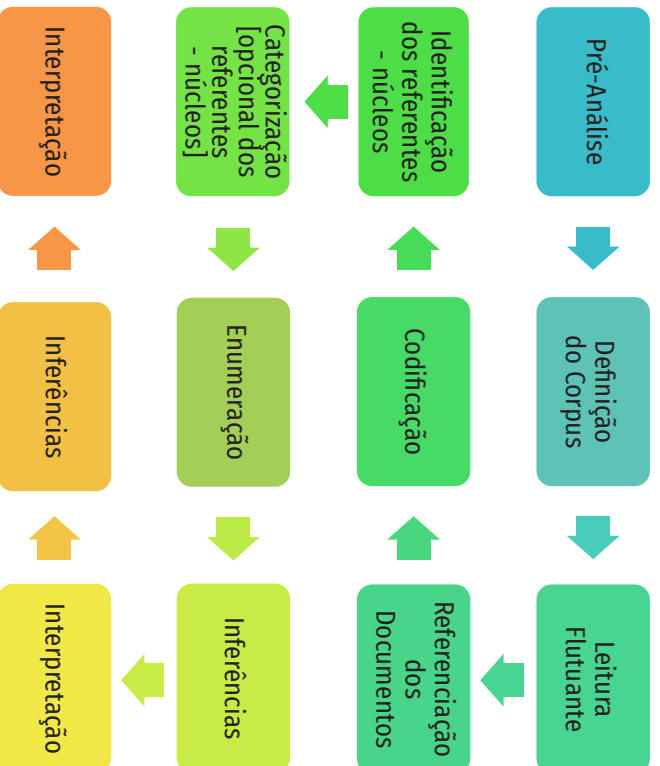
Para a Enumeração, a frequência simples da ocorrência de cada modelo argumentativo pode ser utilizada.

Uma forma inicial e resumida começar a interpretar os dados obtidos poderia ser:

“As proposições PoddePvln e PoddeYvln são semanticamente semelhantes: todas se referem à relação que o autor afirma haver entre o Povo e os Deputados. Os modelos argumentativos explicam que a construção cognitiva da comunicação objetivou explicar a relação, e até mesmo a sugestão de interdependência, entre os indivíduos comuns e os políticos. O modelo argumentativo PoddePvln envolve proposições que caracterizam a crença do emissor sobre a falta de reconhecimento atual pela população da importância dos políticos. As duas frases que representam o modelo PoddePvln (A política é uma forma de representar o povo e As pessoas comuns não reconhecem como os deputados são muito importantes) expressam que o emissor percebe desarmonia entre os sujeitos e que, ao mesmo tempo, sugere que a situação é deletéria em certo nível. A frase “gestores públicos dependem da população para ajudar a resolver os problemas da cidade” (PoddeYvln) reforça a ideia de que o emissor busca transparecer que a relação abordada deve ser modificada para benefícios de ambos.”

O Fluxograma 5 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise Proposicional do Discurso. Após as etapas de Pré-Análise e a Codificação, é iniciada a identificação dos referentes-núcleos e dos equivalentes paradigmáticos. O passo de Categorização pode ser utilizado para formar conglomerados a partir dos referentes-núcleos caso o processo facilite a análise e também na ocorrência de um grande número de referentes-núcleos. Em seguida há a observação das modalidades e construção dos modelos argumentativos.

Fluxograma 5: Etapas gerais da Análise Proposicional do Discurso.



10.6. ANÁLISE DA EXPRESSÃO DO CONTEÚDO

É o tipo de análise que avalia a forma do discurso para extrair características do seu emissor e também do seu entorno. Os índices utilizados na avaliação das comunicações buscam identificar graus de tensão e outros sentimentos expressos pelo locutor. O pesquisador, dependendo do objetivo da pesquisa e da possibilidade de captação de dados prévio sobre o emissor, pode utilizar os conhecimentos dos traços pessoais, da situação social, econômica e cultural do autor da fala para embasar suas análises, mas também pode buscar inferir esses elementos somente a partir das suas comunicações.

Diversos índices podem ser utilizados na técnica, sendo que os indicadores fraseológicos são os mais recomendados aqui por serem mais facilmente obtidos:

- a) Construção/organização da frase: é avaliado o processo da construção da comunicação
 - i. *A comunicação foi longa ou curta?*
 - ii. *A comunicação foi confusa ou direta?*
 - iii. *O discurso é cheio de erros gramaticais?*
 - iv. *Qual o número de palavras por frase?*
 - v. *Qual o tamanho da resposta?*
 - vi. *Quantas frases com atitudes positivas, negativas, neutras e ambivalentes ocorrem?*
 - vii. *O texto se refere muito ao passado, presente ou futuro?*
- b) Ordem das palavras: é avaliada a ordenação em si das palavras
 - i. *Algumas palavras estão sempre próximas na oração?*
 - ii. *Algumas palavras estão sempre distantes na oração?*
- c) Escolha/conotação das palavras: são avaliados os sentidos e usos das palavras escolhidas para a comunicação
 - i. *Quais palavras foram utilizadas?*
 - ii. *Essas palavras exprimem que tipo de sentimentos?*
 - iii. *Quais palavras não estão presentes?*

A Enumeração pode ser realizada a partir de algumas fórmulas aplicadas ao discurso:

- a) **Type Token Ratio (TTR):** é uma fórmula que divide o número de palavras únicas (L) pelo número total de palavras (O). Essa fórmula mede a riqueza lexical do discurso.

$$\frac{L}{O}$$

Interpretação: Quanto maior o valor obtido, maior a riqueza lexical.

$$\frac{O}{L}$$

Observação: A fórmula pode ser utilizada de forma invertida e, nesse caso, quanto maior o valor obtido, menor a riqueza lexical.

- b) **Quociente de Gênero Gramatical (QGG):** é uma fórmula que usa a relação relativa dos substantivos, verbos, adjetivos e advérbios para identificar se o discurso é descritivo ou dinâmico. No cálculo dividi-se o número de verbos (V) mais advérbios (Adv) pelo número de substantivos (S) mais adjetivos (Adj).

$$\frac{O + Adv}{S + Adj}$$

Interpretação: Resultado maior que 1 indica um discurso no **estilo dinâmico**; Resultado menor que 1 indica um discurso no **estilo descritivo**.

ESTILO DINÂMICO: *Textos com mais verbos e advérbios sugerem que a elaboração foi intensificada e menos técnica pelo orador.*

ESTILO DESCRITIVO: *Textos com mais substantivos e adjetivos sugerem que a elaboração é mais técnica.*

Bardin faz a citação do Discomfort-Relief Quotient (DRQ) e Quociente de Perturbações da Fala (QPF), porém não serão abordados aqui por considerar que a sua utilização não é amplamente aplicada, sendo mais restrita às pesquisas das áreas da Psicologia.

Uma pesquisa hipotética com pacientes que desenvolveram Transtorno de Estresse Pós-Traumático após vivenciarem um terremoto teve como objetivo indicar o nível de intensidade da condição depois de seis meses de tratamento. O estudo utilizou a análise das respostas à pergunta “O que significa o Terremoto para você hoje?” após terem concluído os seis meses de tratamento. Nesse caso, poderíamos obter os seguintes relatos:

Paciente 1 – *“Medo. Pânico. Desastre. A pior coisa que existe. Odeio. Nunca mais quero presenciar ou ouvir falar sobre isso.”.*

Paciente 2 – *“É uma coisa da natureza, né... Simplesmente existe e não tem muito coisa o que se fazer para não existir. Passar por isso foi muito complicado, mas não tinha o que fazer. Agora é absorver o que aconteceu, entender que é um desastre natural e seguir em frente. Espero que essa experiência fique no passado e que nunca mais se repita.”.*

Para codificação, as Unidades de Registros escolhidas foram trechos que expressam características do emissor e as Unidades de Contextos foram as frases completas.

Utilizando alguns índices discutidos anteriormente, poderemos extrair os seguintes dados:

Paciente 1: É uma resposta curta. A maior parte das frases foi construída por apenas uma única palavra que expressa um sentimento negativo. A maior parte das palavras pode ser considerada sinônima ou possui significação semelhante (e.g. *Medo, Pânico, Pior e Odeio*). O TTR é igual a 1 (18 palavras únicas/ 18 palavras ao todo). O QGG é igual a 1.6 (6 verbos + 2 advérbios/ 4 substantivos + 1 adjetivo).

Paciente 2: É uma resposta longa. Algumas passagens indicam sentimentos de conformidade como *“simplesmente existe”* e *“não tinha o que fazer”*. Outras passagens indicam uma atitude resolutiva como *“Agora é absorver o que aconteceu”* e *“seguir em frente”*. O texto em si denota que o sentimento geral é de compreensão e até mesmo aceitação sobre o tema. O TTR é igual a 0.72 (44 palavras únicas/ 61 palavras ao todo). O QGG é igual a 2.3 (13 verbos + 6 advérbios/ 7 substantivos + 1 adjetivo).

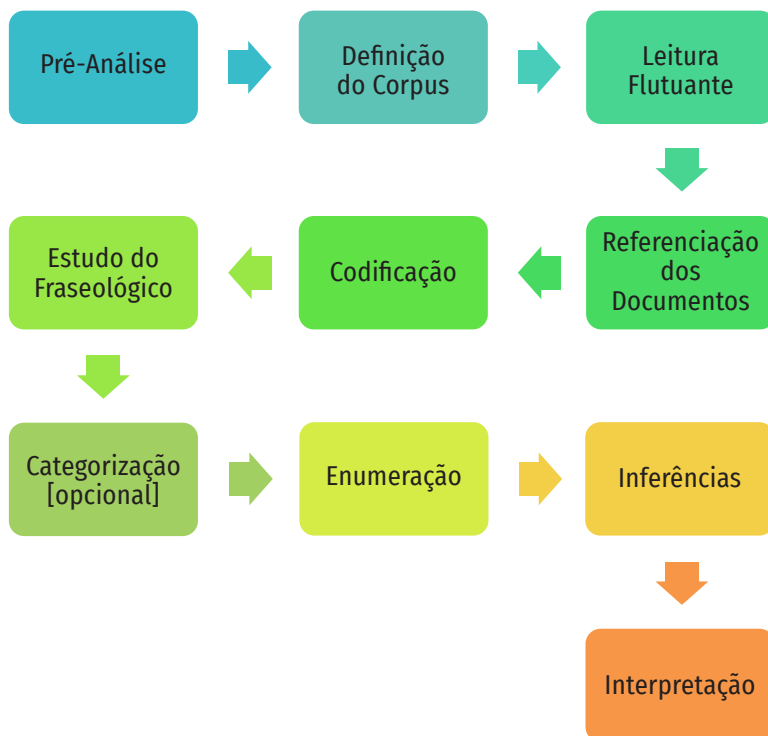
Assim, uma possível interpretação dos dados acima observando o objetivo da pesquisa seria:

“O relato do Paciente 1, após seis meses de tratamento para Transtorno de Estresse Pós-Traumático em decorrência da experiência de um terremoto, demonstra que o indivíduo ainda se encontra com atitudes negativas com a evocação de termos como “Medo” e “Raiva”, que são naturalmente esperados e normalizados, porém não há a indicação de superação do ocorrido e nem de definições de ações atuais ou futuras em busca de resiliência. As memórias traumáticas ainda estão muito evidentes e as expressões emocionais nas falas do Paciente 1 são explícitas. Dessa forma, sugere-se a continuidade e possível reavaliação das estratégias terapêuticas do tratamento.

Já o relato do Paciente 2, aponta um progresso importante no processo de superação do trauma e indica uma decisão de prosperar apesar do ocorrido. O texto produzido pelo Paciente 2 indica um processo reflexivo mais elaborado que envolveu a compreensão (“É uma coisa da natureza, né”), definição de culpa ou responsabilidade (“...mas não tinha o que fazer”), resolução (“Agora é absorver o que aconteceu”) e expectativas futuras (“Agora é [...] seguir em frente”). Com isso, pode-se inferir que o tratamento proveu resultado e que a sua continuidade é importante para uma maior remissão dos efeitos traumáticos ocasionados pelo evento.

O Fluxograma 6 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise Proposicional do Discurso. Após as etapas de Pré-Análise e Codificação, é iniciada o estudo fraseológico. O passo de Categorização pode ser utilizado na análise para identificar diversas características do emissor e do seu meio.

Fluxograma 6: Etapas gerais da Análise de Expressão de Conteúdo.



10.7. ANÁLISE DAS RELAÇÕES OU COCORRÊNCIA DO CONTEÚDO

É o tipo de análise que busca evidenciar e discutir as relações entre dois ou mais elementos que ocorrem ou que não ocorrem na mesma unidade de contexto. Elementos que aparecem com muita frequência juntos indicam uma relação associativa importante, e o contrário também é verdade; ou seja, elementos que pouco se associam indicam uma dissociação relevante. Dessa forma o pesquisador irá avaliar os dados a partir, por exemplo, dos seguintes questionamentos:

- a) *Porque a palavra A sempre aparecer junto da palavra B?*
- b) *Porque a palavra A nunca aparecer junto da palavra B?*
- c) *Porque o tema A está sempre relacionado com o tema B?*
- d) *Porque o tema A está sempre em oposição ao tema B?*

O procedimento de aplicação da técnica segue os seguintes passos:

- 1) **Escolha das Unidades de Registro (UR):** é uma palavra ou tema específico dentro da Unidade de Contexto.
- 2) **Escolha das Unidades de Contexto (UC)** é um corte da comunicação que servirá de contexto.
- 3) **Categorização:** categorização das Unidades de Contextos.
- 4) **Realização da Codificação de Presença (+) e/ou Ausência (-):** pode ser confeccionada com a tabulação da presença e ausência dos termos em cada UR de forma a identificar se há coocorrência.
- 5) **Cálculo das coocorrências:** Diversos índices podem ser utilizados para o cálculo (e.g. Índices Jaccard (IJ) de coocorrência, Cosseno de Salton).

Em uma pesquisa hipotética sobre o que é preciso para ser feliz na opinião dos brasileiros e utilizando as respostas à pergunta *“O que você precisa para ser feliz hoje?”*, poderíamos ter os seguintes dados brutos:

A1 – *“Dinheiro, amor, paz, saúde”.*

A2 – *“Saúde, dinheiro e segurança”.*

A3 – *“Hoje eu só preciso de dinheiro”.*

A4 – *“Nada, eu já tenho tudo o que preciso para ser feliz”.*

A5 – *“Sinceramente, com dinheiro e saúde você consegue felicidade e todo o resto”.*

A6 – *“Se a minha família estiver com saúde, eu estou feliz”.*

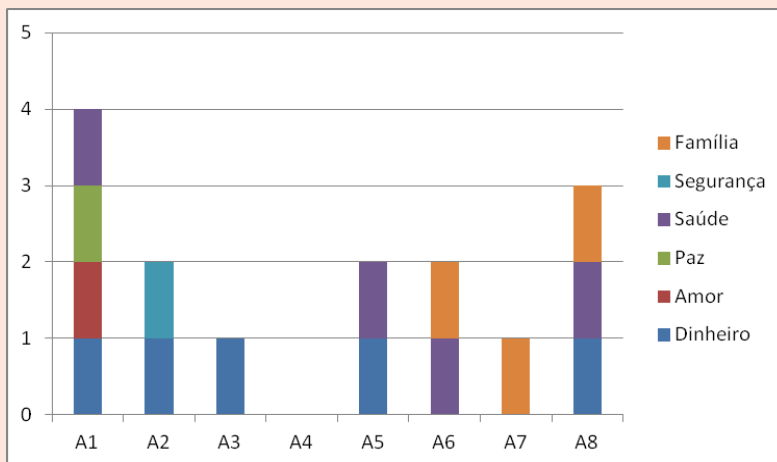
A7 – *“Só da minha família”.*

A8 – *“Dinheiro e saúde para minha família”.*

Inicialmente, pode-se construir uma tabela de presença e ausência para melhor identificar os temas/objetos recorrentes que nas falas dos participantes que foram indicados como fatores para a felicidade.

PARTICIPANTE	TEMAS						
	Dinheiro	Amor	Paz	Saúde	Segurança	Família	Outro
A1	+	+	+	+	-	-	-
A2	+	-	-	+	+	-	-
A3	-	-	-	-	-	-	+
A4	-	-	-	-	-	-	+
A5	+	-	-	+	-	-	-
A6	-	-	-	+	-	+	-
A7	-	-	-	-	-	+	-
A8	+	-	-	+	-	+	-

A tabela acima pode ser transformada em gráfico com a demonstração de quantos e quais temas apareceram nas respostas de cada participante. O gráfico abaixo ilustra tanto a presença dos temas por respostas (e.g. O participante A1 citou quatro fatores que indicam correlação com o tema Felicidade que foram Saúde, Paz, Amor e Dinheiro) quanto também incluí a ausência de elementos informados (e.g. O participante A4 não citou nenhum elemento).



Para codificação, as Unidades de Registros escolhidas para a análise foram as palavras que indicaram elementos significativos sobre o tema da pergunta e as Unidades de Contextos foram as frases completas. A categorização das Unidades de Registros é importante para identificar os núcleos de sentidos e facilitar a análise e discussão.

Assim, pode-se construir uma tabela clássica com as categorias de análise adotadas e as Unidades de Registro e Contexto.

Assim, pode-se construir uma tabela clássica com as categorias de análise adotadas e as Unidades de Registro e Contexto.

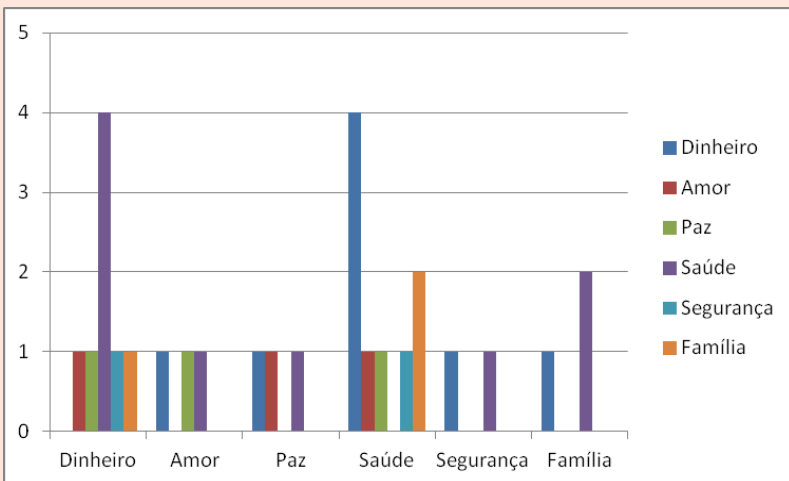
CATEGORIA	UNIDADES DE REGISTRO	UNIDADES DE CONTEXTO
Elementos materiais	Dinheiro	A1 – “Dinheiro, amor, paz, saúde”. A2 – “Saúde, dinheiro e segurança”. A3 – “Hoje eu só preciso de dinheiro”. A5 – “Sinceramente, com dinheiro e saúde você consegue felicidade e todo o resto”. A8 – “Dinheiro e saúde para minha família”.
Sentimentos	Amor	A1 – “Dinheiro, amor, paz, saúde”.
	Paz	A1 – “Dinheiro, amor, paz, saúde”.
	Saúde	A1 – “Dinheiro, amor, paz, saúde”. A2 – “Saúde, dinheiro e segurança”. A5 – “Sinceramente, com dinheiro e saúde você consegue felicidade e todo o resto”. A6 – “Se a minha família estiver com saúde, eu estou feliz”. A8 – “Dinheiro e saúde para minha família”
	Segurança	A2 – “Saúde, dinheiro e segurança”.
Pessoas	Família	A6 – “Se a minha família estiver com saúde, eu estou feliz”. A7 – “Só da minha família”. A8 – “Dinheiro e saúde para minha família”.
Outros	Nada	A4 – “Nada, eu já tenho tudo o que preciso para ser feliz”.

Sobre as Categorias acima elencadas: a palavra “Dinheiro” foi incluída na Categoria Elemento Material por ser algo palpável; “Amor”, “Paz”, “Saúde” e “Segurança” foram alocadas em “Sentimentos” por serem estados, reações ou emoções não palpáveis; “Família” foi incluída em “Pessoas” por refletirem um agrupamento de pessoas específicas para cada indivíduo; e a Categoria “Outros” foi elencada para acomodar respostas que não se enquadraram nas categorias anteriores.

Finalmente, para verificar a coocorrência das palavras, pode ser confeccionada uma tabela de frequência em que cada tema apareceu na mesma citação de outro:

Concorrências	Dinheiro	Amor	Paz	Saúde	Segurança	Família
Dinheiro	0	1	1	4	1	1
Amor	1	0	1	1	0	0
Paz	1	1	0	1	0	0
Saúde	4	1	1	0	1	2
Segurança	1	0	0	1	0	0
	1	0	0	2	0	0

A tabela acima pode ser melhor visualizada a partir de uma representação gráfica:



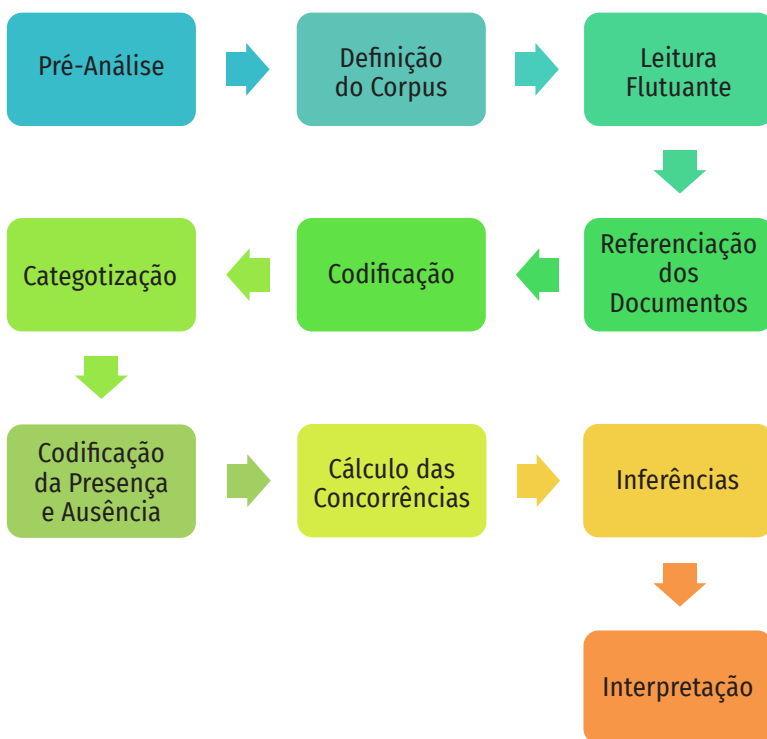
Com os dados extraídos e tratados acima, uma forma de interpretação dos resultados seria:

“Ao observar a lista de frequência dos elementos indicados pelos participantes, percebe-se que seis fatores ao todo foram correlacionados com o tema Felicidade: Dinheiro, Amor, Paz, Saúde, Segurança e Família. A classificação temática dos elementos citados resultou no elenco de três categorias principais: Categoria Elemento Material (Dinheiro), Categoria Sentimentos (Amor, Paz, Saúde e Segurança) e Categoria Pessoas (Família). Com relação à frequência, os sete fatores receberam quinze citações em conjunto sendo que o elemento Dinheiro foi o mais citado (n = 5), seguido de Segurança (n = 4) e Família (n = 3), os demais foram mencionados uma única vez.

A análise de coocorrência identificou que os elementos Dinheiro e Saúde apareceram com mais frequência em conjunto (n = 4), seguidos de Família e Saúde (n = 2). A coocorrência entre Dinheiro e Saúde com a Felicidade já é discutida há bastante tempo. Diversos estudos corroboram que o bem-estar físico e mental (Saúde) e o bem-estar financeiro (Dinheiro) são necessários para que o indivíduo atinja o estado pessoal de felicidade. Dessa forma, a seguir são discutidas de forma mais aprofundada as relações entre esses elementos.”

O Fluxograma 7 abaixo representa os passos gerais para realizar a Análise das Relações ou da Coocorrência do Conteúdo. Após as etapas de Pré-Análise, Codificação e Categorização, é realizada a Codificação da presença e ausência dos temas e o cálculo das coocorrências.

Fluxograma 7. Etapas gerais da Análise das Relações ou da Coocorrência do Conteúdo.





| 11. COMO INTERPRETAR MEUS DADOS?

A etapa mais difícil definida pelos jovens pesquisadores durante o desenvolvimento da pesquisa é a interpretação e discussão dos dados obtidos. De fato, grande parte das críticas e sugestões de correções que retornam aos autores, após a revisão dos artigos submetidos, pelos pares se concentra no tópico de Discussão. Infelizmente não há uma fórmula ou passo a passo que ensinem a construção de uma discussão de qualidade.

A única forma de desenvolver as habilidades de interpretação e discussão dos dados de uma pesquisa é a constante prática de reflexão crítica, levantamento de argumentos que ajudem a explicar o fenômeno observado, aproximação dos fundamentos teóricos com os dados obtidos, e uma contumaz leitura científica para aumento do arcabouço crítico do pesquisador.

Assim, abordaremos aqui algumas sugestões de reflexões que ajudem o pesquisador durante a interpretação e discussão dos dados:

11.1 FOCO NO OBJETIVO DA PESQUISA

É fundamental que a interpretação e discussão dos dados estejam dentro do objetivo proposto pela pesquisa. É preciso então guiar a análise dos dados a partir dos questionamentos propostos. Usualmente, mediante a coleta de grande quantidade de dados, a análise pode revelar igualmente uma grande possibilidade de interpretações incluindo de abordagens que inicialmente não foram propostas pela pesquisa. Assim, é preciso a delimitação do que será interpretado para evitar que o foco da pesquisa não seja perdido.

11.2 BOA FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Lembre que a interpretação tem como objetivo a busca pelos significados mais amplos que os dados podem oferecer, e isso é feito mediante a conexão do que está sendo observado com outros conhecimentos científicos obtidos em estudos anteriores. Consequentemente, pesquisadores que constroem uma boa fundamentação teórica e que mantêm uma base de dados atualizada sobre o tema proposto conseguem fazer conexões com ideias pré-estabelecidas por outros autores mais facilmente.

11.3. REFLEXÕES INICIAIS

Com o objetivo de colaborar com o início da análise e interpretação dos dados, os destaques abaixo oferecem caminhos que podem facilitar o começo das inferências do pesquisador. As perguntas/reflexões sugeridas dependem do objetivo da pesquisa e cabe ao pesquisador avaliar se as variáveis e estruturas indicadas abaixo necessitam ser sinalizadas na pesquisa e se pesam na discussão dos dados.

- **Refletir sobre as condições de produção:** Identificar o que gerou a produção da comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *Qual o motivo que gerou aquela comunicação? Alguém pediu para o emissor produzir aquilo?*
- **Refletir sobre emissor:** Identificar as variáveis socioeconômicas e sociodemográficas de quem emitiu a comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *Quem está falando aquilo? Um homem? Uma mulher médica? Uma criança pobre? A idade da pessoa influenciou na comunicação analisada? O emissor tem alguma condição neurológica que afetaria o seu discurso?*
- **Refletir sobre destinatário:** Identificar as variáveis socioeconômicas e sociodemográficas de quem recebeu a comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *Para quem aquele comentário está sendo dirigido?*
- **Refletir sobre as estruturas psicológicas da comunicação:** Identificar os sentimentos que transparecem na comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *Aquele texto foi produzido a partir da ativação de alguma emoção? A comunicação exprime algum sentimento como alegria ou raiva?*
- **Refletir sobre as estruturas sociológicas:** Identificar os valores morais que denotam na comunicação.

- **Pergunta/reflexão:** *A resposta foi produzida a partir da ativação de alguma moralidade? É uma resposta ética?*
- **Refletir sobre as estruturas políticas:** Identificar aspectos políticos da comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *A comunicação tem viés político?*
- **Refletir sobre as estruturas históricas:** Identificar o contexto histórico da comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *Trata do presente, passado ou futuro? Conta a história de algo que aconteceu de verdade? A comunicação precisa ser contextualizada historicamente?*
- **Refletir sobre as estruturas culturais:** Identificar o contexto cultural da comunicação.
 - **Pergunta/reflexão:** *A cultura em que o emissor vive influenciou na sua comunicação? A comunicação trata de uma cultura diferente da sua?*

11.4 SOFTWARES E PROGRAMAS PARA ANÁLISE

Atualmente há diversos programas que permitem a organização e análise dos dados a serem interpretados na Análise de Conteúdo e em análises qualitativas de forma geral. A utilização de diferentes plataformas tecnológicas permite o rápido tratamento dos dados e também facilita o momento de interpretação e discussão pela geração diferenciada de gráficos e tabelas informativos.

Os programas que auxiliam na análise de dados qualitativos são chamados de CAQDAS (Computer Aided Qualitative Data Analysis Software). O quadro 3 abaixo indica apenas alguns CAQDAS e sites disponíveis com ferramentas para a Análise de Conteúdo. É importante notar que muitos programas não possuem interface em português, não possuem licença de utilização livre e gratuita, porém, como demonstrado aqui, a não utilização de ferramentas digitais mais elegantes não impede a condução de uma pesquisa de Análise de Conteúdo de qualidade.

Adicionalmente é recomendada a consulta ao TAPoR (<http://tapor.ca/tools>) que mantêm uma página atualizada para pesquisa de diversas ferramentas para uso em análises qualitativas de comunicação.

Quadro 3: Exemplos de programas que ajudam na pesquisa de Análise de Conteúdo.

PROGRAMA/SOFTWARE	OBJETIVO/SITE OFICIAL
ATLAS.ti®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.atlasti.com
MAXQDA®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.maxqda.com
NVIVO®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.qsrinternational.com/nvivo-qualitative-data-analysis-software/home
IRaMuTeQ®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.iramuteq.org
Ethnographic®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.qualisresearch.com
Quirkos®	Ferramenta de processamento de dados qualitativos e quantitativos. Site: www.quirkos.com
Tri-deux-mots	Ferramenta de teste de associação livre de palavra. Site: www.cibois.pagesperso-orange.fr/Trideux.html
AntWordProfiler®	Ferramenta de análise de frequência de palavras, complexidade de vocábulos e textos. Site: www.laurenceanthony.net/software/antwordprofiler

REFERÊNCIAS

- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. São Paulo: Pioneira, 1998.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, p. 229, 2011.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, Georgs. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.
- BEDINELLI Rossi, George; SERRALVO, Francisco Antonio; NASCIMENTO João, Belmiro. Análise de Conteúdo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 4, set. p. 39-48, 2014.
- BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**. Portugal: Porto, 1994.
- BRASIL. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. **Dispõe sobre diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 13 jun. 2013.
- CABRINI GRÁCIO, Maria Cláudia; TANNURI DE OLIVEIRA, Ely Francina. Análise de cocitação de autores: um estudo teórico-metodológico dos indicadores de proximidade, aplicados ao GT7 da ANCIB. **Liinc Em Revista**, v. 9, n. 1, 2013.
- CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem [online]**, v. 57, n. 5, p. 611-614, 2004.
- CARSON, David; COVIELLO, Nicole. Qualitative research issues at the marketing/ entrepreneurship interface. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 14, n. 6, p. 51-58, 1996.
- CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; CALIXTO, Pedro; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. Análise de Conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 24, n. 1, p. 13-18, jan./abr. 2014.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- CIBOIS, Philippe. **Tri-Deux-Mots**. Versão 2.2. Paris: Sciences Sociales, 1998.
- CONNER, Mark; SPARKS, Paul. Ambivalence and attitudes. **European Review of Social Psychology**, v. 12, p. 37-70, 2002.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Tradução de Sandra Regina Netz. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ELO, Satu; KYNGÄS, Helvi. The qualitative content analysis process. **Journal of Advanced Nursing**, v. 62, n. 1, p. 107-115, 2008.

FAUX, Robert. A description of the uses of content analyses and interviews in educational/psychological research. **Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research**, v. 1, n. 1, p. 1-9, 2000.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Bookman, 2004.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de Conteúdo**. Brasília: Liber Livro, 2005.

FREITAS SILVA, Grazielle Roberta; DE FREITAS MACÊDO, Kátia Nêyla; BRASIL DE ALMEIDA REBOUÇAS, Cristiana; ALVEZ E SOUZA, Ângela Maria. Entrevista como técnica de pesquisa qualitativa. **Online Brazilian Journal of Nursing**, v. 5, n. 2, Jan., p. 246-257, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRANEHEIM, Ulla Hällgren; LUNDMAN, Berit. Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. **Nurse education today**, v. 24, n. 2, p. 105-112, 2004.

HAMERS, Lieve; HEMERYCK, Yves; HERWEYERS, Guido; JANSSEM, Marc; KETERS, Hans; ROUSSEAU, Ronald; VANHOUTTE, André. Similarity measures in scientometric research: the Jaccard index versus Salton's cosine formula. **Information Processing & Management**, v. 25, n. 3, p. 315-318, 1989.

IKEDA, Ana Akemi; CHANG, Sandra Rodrigues da Silva. Análise de conteúdo - uma experiência de aplicação na pesquisa em comunicação social. **Revista IMES Comunicação**, São Caetano Sul, v. 6, n.11, p. 5-13, 2005.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **A interação pela linguagem**. São Paulo: Contexto, 2003.

LEYDESDORFF, Loet; VAUGHAN, Liwen. Co-occurrence matrices and their applications in information science: extending ACA to the web environment. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 57, n. 12, p.1616-1628, 2006.

LÜDKE Menga; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Pesquisa em educação**:

abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 2013.

MAI, Jens-Erik. Analysis in indexing: document and domain centered approaches. **Information Processing and Management**, v. 41, p. 599-611, 2005.

MCTAVISH, DONALD G.; PIRRO, Ellen B. Contextual content analysis. **Quality and Quantity**, v. 24, p. 245-265, 1990.

MENDES, Rosana Maria; MISKULIN, Rosana Giaretta Sguerra. A análise de conteúdo como uma metodologia. **Cadernos de Pesquisa [online]**, v. 47, n. 165, p. 1044-1066, 2017.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento. Pesquisa qualitativa em saúde.** 9 ed. revista e aprimorada. São Paulo: Hucitec, 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 1994.

MINAYO; Maria Cecília de Souza, COSTA; Antônio Pedro. **Técnicas que fazem uso da palavra, do olhar e da empatia. Pesquisa qualitativa em ação.** Portugal: Ludomedia, 2019.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORGAN, David L. Qualitative content analysis: A guide to paths not taken. **Qualitative Health Research**, v. 3, p. 112-121, 1993.

MORSE, JANICE; FIELD, Peggy Anne. **Qualitative research methods for health professionals.** 2 ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.

OLIVEIRA, Ellen Synthia Fernandes de; BAIXINHO, Cristina Lavareda; PRESADO, Maria Helena Carvalho Valente. Qualitative research in health: a reflective approach. **Revista Brasileira de Enfermagem [online]**, v. 72, n. 4, p. 830-831, 2019.

PIERIN, Angela M. G.; PADILHA, Katia Grillo; GELAIN, Ivo. Perspectivas da pesquisa qualitativa para a enfermagem. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 2, n. 3. p. 86-9, 1989.

PIRES, José. **Teoria e Prática da Análise Proposicional do Discurso.** João Pessoa: Idéia, 2008.

POTTER, William James; LEVINE-DONNERSTEIN, Deborah. Rethinking validity and reliability in content analysis. **Journal of Applied Communication Research**, v. 27, p. 258-284, 1999.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva.** São Paulo: TA Queiroz, 1991.

QUEZADA, Maribel. **El mensaje medio a medio: qué encierran los diarios, la radio y la TV.** Santiago: Editorial Universitaria, 1992.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: método e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

RUBBIN, Herbert J; RUBBIN, Irene S. **Qualitative interviewing the art of hearing data**. Londres: Sage Publication, 1995.

SANTOS, Sílvia R. Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa biomédica. **Jornal da Pediatria**, v. 75, n. 6, 401, 1999.

SILVA, Andressa Henning; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de conteúdo: Exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 17, n. 1, p. 1-14, 2015.

THIOLLENT, Michel. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. 5 ed. São Paulo: Polis, 1987.

TURATO, Egberto Ribeiro. **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa. Construção teórico-epistemológica: discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas**. 2a ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

WOODRUM, Eric. "Mainstreaming" content analysis in social science: Methodological advantageobstacles and solutions, **Social Science Research**, v. 13, n. 2, p. 1-9, 1984.

