

ANÁLISE DE CONTEÚDO: UMA METODOLOGIA DE PESQUISA QUALITATIVA

Márcia Regina Gonçalves Cardoso¹

Guilherme Saramago de Oliveira²

Kelma Gomes Mendonça Ghelli³

A análise de conteúdo tem sua origem no final do século passado. Suas características e diferentes abordagens, entretanto, foram desenvolvidas, especialmente, ao longo dos últimos cinquenta anos. Mesmo tendo sido uma fase de grande produtividade aquela em que esteve orientada pelo paradigma positivista, valorizando sobretudo a objetividade e a quantificação, esta metodologia de análise de dados está atingindo novas e mais desafiadoras possibilidades na medida em que se integra cada vez mais na exploração qualitativa de mensagens e informações. Neste sentido, ainda que eventualmente não com a denominação de análise de conteúdo, se insinua em trabalhos de natureza dialética, fenomenológica e etnográfica, além de outras (MORAES, 1999, p. 8).

Resumo:

Este artigo tem como principal finalidade apresentar algumas definições, análises e reflexões sobre a Análise de Conteúdo, enquanto metodologia de pesquisa de natureza qualitativa, no campo das Ciências Sociais.

Palavras-chave:

Análise de Conteúdo. Metodologia. Pesquisa Qualitativa. Ciências Sociais.

Abstract:

The main purpose of this article is to present some definitions, analyzes and reflections about Content Analysis, as a qualitative research methodology, in the field of Social Sciences.

Keywords:

Content Analysis. Methodology. Qualitative research. Social Sciences.

1. Ideias Iniciais

¹ Doutora. Universidade Federal de Uberlândia.

² Doutor. Professor da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia.

³ Doutora. Universidade Federal de Uberlândia.

Em Ciências Sociais as pesquisas podem ser realizadas utilizando-se de um rico arcabouço metodológico. A escolha do melhor método dependerá, dentre outras coisas, da natureza do objeto de pesquisa e dos objetivos da investigação.

Dentre esses métodos, a Análise de Conteúdo pode ser uma excelente opção quando o objetivo for analisar os dados provenientes das comunicações, buscando compreender os significados e os sentidos das mensagens, que vão além de uma leitura comum.

Conforme Triviños (1987), a Análise de Conteúdo tem uma longa trajetória em sua construção, mas foi com Berelson e Lazarsfeldt (*apud* Triviños, 1987) que o método ganhou maturidade em relação ao seu emprego e à sua fundamentação teórica, quando esses autores publicaram em 1948, uma obra sobre a Análise de Conteúdo estabelecendo, entre outras coisas, as regras e os princípios de análise.

Publicada em Paris no ano de 1977, a obra da professora Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, é considerada a de maior destaque quando o assunto é Análise de Conteúdo, sendo um verdadeiro manual sobre a operacionalização do método, seus princípios e conceitos fundamentais. Por esse motivo, será essa a obra a ser tomada por base na descrição do método, visto que o objetivo deste texto é descrever e analisar um conjunto de informações sobre a natureza e as características da Análise de Conteúdo como método de pesquisa qualitativa aplicável às Ciências Sociais, inclusive à Educação.

A pesquisa qualitativa, segundo Godoy (1995),

[...] não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados. Parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo a medida que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (GODOY, 1995, p. 58).

Minayo (2007, p. 24) enfatiza que a pesquisa qualitativa “[...] trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes” e, a partir desse conjunto de fenômenos humanos gerados socialmente, busca compreender e interpretar a realidade.

A Análise de Conteúdo tem um significado especial no campo das investigações sociais e “[...] constitui-se em bem mais do que uma simples técnica de análise de dados,

representando uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias”, defende Moraes (1999, p. 2).

Ainda segundo Moraes (1999, p. 2), a Análise de Conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda sorte de comunicações. “Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum”.

O sentido de um texto nem sempre é manifesto e o seu significado não é único. Moraes (1999) diz que esses outros significados podem ser de natureza psicológica, sociológica, política ou histórica.

A Análise de Conteúdo é um método que pode ser aplicado tanto na pesquisa quantitativa como na investigação qualitativa, mas com aplicação diferente, afirma Triviños (1987), podendo ainda ser aplicada na versão quali-quantitativa de pesquisa, usando a abordagem qualitativa, mas com o emprego de dados estatísticos.

Sobre isso, Bardin (1977, p. 114) esclarece que a análise quantitativa funda-se na *frequência* de aparição de certos elementos da mensagem, enquanto a análise qualitativa “[...] recorre a indicadores não frequenciais suscetíveis de permitir inferências; por exemplo, a *presença* (ou a *ausência*), pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição”.

A Análise de Conteúdo, enquanto procedimento de pesquisa, desempenha um importante papel nas investigações no campo das pesquisas sociais, já que analisa com profundidade a questão da subjetividade, ao reconhecer a não neutralidade entre pesquisador, objeto de pesquisa e contexto. O que não a descredencia no aspecto da validade e do rigor científicos, já que tem status de metodologia, com princípios e regras bastante sistematizados.

Sobre a questão da subjetividade em pesquisa qualitativa, Moraes (1999, p. 3) acrescenta que “[...] de certo modo a análise de conteúdo, é uma interpretação pessoal por parte do pesquisador com relação à percepção que tem dos dados”. Não é possível uma leitura neutra, objetiva e completa. Os valores e a linguagem do objeto analisado “[...] e do pesquisador, bem como a linguagem cultural e os seus significados, exercem uma influência sobre os dados da qual o pesquisador não pode fugir”.

Segundo Moraes (1999), a questão de múltiplos significados de uma mensagem e das múltiplas possibilidades de análise que possibilita, estão intimamente relacionados ao contexto. Para Franco (2008) as

Condições contextuais que envolvem a evolução histórica da humanidade; as situações econômicas e socioculturais nas quais os emissores estão inseridos, o acesso aos códigos linguísticos, o grau de competência para saber decodificá-los, o que resulta em expressões verbais (ou mensagens) carregadas de componentes cognitivos, subjetivos, afetivos, valorativos e historicamente mutáveis. Sem contar com os componentes ideológicos impregnados nas mensagens socialmente construídas [...] (FRANCO, 2008, p. 20).

Para entender os significados de um texto, é preciso considerar, portanto, além do conteúdo explícito, o autor, o destinatário, as formas de codificação e transmissão da mensagem, e o contexto em que a comunicação se verifica.

O contexto dentro do qual se analisam os dados deve ser explicitado em qualquer Análise de Conteúdo. Embora os dados estejam expressos diretamente no texto, o contexto precisa ser reconstruído pelo pesquisador. Isto estabelece certos limites. Não é possível incluir, nessa reconstrução, todas as condições que coexistem, precedem ou sucedem a mensagem, no tempo e no espaço. Não existem limites lógicos para delimitar o contexto da análise. Isto vai depender do pesquisador, da disciplina e dos objetivos propostos para a investigação, além da natureza dos materiais sob análise. (MORAES, 1999, p. 3).

Por essa razão, Franco (2008, p. 10) afirma que a Análise de Conteúdo, se situa “[...] no âmbito de uma abordagem metodológica crítica e epistemologicamente apoiada numa concepção de ciência que reconhece o papel ativo do sujeito na produção do conhecimento”. Completa a autora, que o método tem como ponto de partida a mensagem, seja ela verbal (oral ou escrita), gestual, silenciosa, figurativa, documental ou diretamente provocada. Necessariamente, ela expressa um significado e um sentido. Sentido que não pode ser considerado um ato isolado, já que a emissão das mensagens está necessariamente vinculada às condições contextuais de seus produtores

Segundo Bardin (1977), a matéria-prima da análise de conteúdo pode constituir-se de qualquer material oriundo de comunicação verbal ou não-verbal, tais como:

- Material escrito como: agendas, diários, cartas, respostas a questionários, a testes, jornais, livros, anúncios publicitários, panfletos, cartazes, textos jurídicos, literatura, comunicações escritas trocadas dentro de uma empresa.

- Oral como: entrevistas, exposições, discursos.
- Icônico: sinais, grafismos, imagens, fotografias, filmes, pintura, etc.
- Outros códigos semióticos (isto é, tudo o que não sendo linguístico, pode ser portador de significações): música, dança, vestuário, posturas, gestos, comportamentos diversos, tais como os ritos e as regras de cortesia, arte, mitos, estereótipos.

Contudo, os dados advindos dessas diversas possibilidades de fontes chegam em estado bruto, sendo o conteúdo manifesto e explícito das mensagens; é com base nele que se inicia a análise. Mas os dados não falam por si; eles precisam ser trabalhados de forma objetiva e sistemática pelo analisador para que se possa abstrair deles o(s) seu(s) significado(s), ou seja, o conteúdo oculto. Nesse processo, a contextualização deve ser considerada.

O analista é como um arqueólogo. Trabalha com *vestígios*: [...]. Mas os vestígios são a manifestação de estados, de dados e de fenômenos. [...], o analista tira partido do tratamento das mensagens que manipula, para *inferir* (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o seu meio, por exemplo. Tal como um detetive, o analista trabalha com *índices* cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos (BARDIN, 1977, p. 39).

De posse desses saberes preliminares, visando sedimentar o caminho para melhor compreensão do tema, é hora de apresentar a conceituação de Análise de Conteúdo. Serão apresentadas duas conceituações, uma em complementaridade à outra. Para Bardin (1977) a Análise de Conteúdos é, portanto,

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

Bardin, (1977, p. 38) destaca que na Análise de Conteúdo interessa tanto as condições de quem produz a mensagem (o emissor e seu contexto), quanto de quem a recebe e os efeitos que ela produz. A isso ele denomina *variáveis inferidas*, por ser um termo mais abrangente que somente condições de produção. Assim, “[...] a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores”, passíveis ou não de quantificação.

Outra definição importante de Análise de Conteúdo, e bem afinada com a de Bardin, é a de Bauer (2008):

Ela é uma técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada. Este contexto pode ser temporariamente, ou em princípio, inacessível ao pesquisador. A AC muitas vezes implica em um tratamento estatístico das unidades de texto. Maneira objetivada refere-se aos procedimentos sistemáticos, metodicamente explícitos e replicáveis: não sugere uma leitura válida singular dos textos. Pelo contrário, a codificação irreversível de um texto o transforma. A fim de criar nova informação desse texto. [...] A validade da AC deve ser julgada não contra uma 'leitura verdadeira' do texto, mas em termos de sua fundamentação nos materiais pesquisados e sua congruência com a teoria do pesquisador, e à luz de seu objetivo de pesquisa. Um *corpus* de texto oferece diferentes leituras, dependendo dos vieses que ele contém (BAUER, 2008, p. 191).

O termo *corpus* aqui empregado refere-se ao conjunto de documentos ou de outro material selecionado para análise sistemática.

O uso da Análise de Conteúdo é bastante variado visto que a mesma pode ser aplicada a todas as formas de comunicação, com objetivos também diversificados. Como exemplo, Gomes (2007) cita as seguintes situações:

(a) análise de obras de um romancista para identificar seu estilo ou para descrever a sua personalidade; (b) análise de depoimentos de telespectadores que assistem a um programa ou de depoimentos de leitores de jornal para determinar os efeitos dos meios de comunicação de massa; (c) análise de livros didáticos para desvendamento de ideologia subjacente (GOMES, 2007, p. 84).

Como método de investigação, Moraes (1999) afirma que a Análise de Conteúdo pode ser considerada como um único instrumento, mas marcado por uma grande variedade de formas, justamente porque seu campo de aplicação, a comunicação, é muito vasto. A Análise de Conteúdo é adaptável a todo tipo de portador de mensagem.

Há várias maneiras para analisar conteúdos de materiais de pesquisa. Conforme Bardin (1977), as principais técnicas de Análise de Conteúdo são: Análise Categorical, Análise do Discurso, Análise de Avaliação, Análise de Enunciação, Análise de Expressão, Análise das Relações (Co-ocorrências e Estrutural).

Contudo, será a Análise Categorical a servir de base para descrever as principais fases de uma Análise de Conteúdo, já que no conjunto das técnicas da análise de conteúdo, Bardin (1977) afirma ser esta, a mais antiga e, na prática, a mais utilizada. A Análise Categorical funciona por operações de desmembramento do texto em unidades

(decomposição), para serem em seguida agrupadas em categorias, passando-o pelo crivo da classificação e do recenseamento, segundo a frequência de presença (ou de ausência) de itens de sentido.

2. Análise de Conteúdo: princípios e fundamentos

As diferentes fases da Análise de Conteúdo, segundo Bardin (1977), organizam-se em torno de três polos cronológicos: a pré-análise; a análise do material; o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Contudo, não há fronteiras nítidas entre a coleta das informações, o início do processo de análise e a interpretação. Isso ilustra bem o aspecto de *vai e vem* citado pela autora nesse processo de pesquisa.

A seguir será apresentada a descrição das principais características das etapas do método de Análise de Conteúdo (pré-análise; análise e interpretação), referenciadas, principalmente, em Bardin (1977).

2.1 Pré-análise

Geralmente, esta primeira fase possui três missões: *a escolha dos documentos* a serem submetidos à análise (corpus), a formulação das *hipóteses* e dos *objetivos* e a elaboração de *indicadores* que fundamentem a interpretação final.

a) A escolha dos documentos. A primeira tarefa do analista é a leitura de todos os materiais a analisar para decidir quais deles, efetivamente, estão de acordo com os objetivos da pesquisa. Nem todos os documentos selecionados inicialmente farão parte da amostra.

A constituição do corpus da investigação implica, muitas vezes, escolhas e regras. Eis as principais regras: *Regra da exaustividade*: uma vez definido o campo do corpus é preciso ter em conta todos os elementos desse corpus. Não se pode deixar de fora elementos importantes por dificuldade de acesso, por exemplo. *Regra da representatividade*: A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial. *Regra da homogeneidade*: os documentos selecionados devem obedecer a critérios precisos de escolha. *Regra de pertinência*: os documentos retidos devem corresponder ao objetivo da pesquisa.

Na Análise de Conteúdo pode-se utilizar dados primários (construídos no processo de pesquisa, como transcrições de entrevistas), mas os materiais clássicos utilizados nessas investigações são comunicações (verbal ou não-verbal) utilizadas para outros propósitos, como jornais, livros, memorandos.

b) *A formulação das hipóteses e dos objetivos.* Uma hipótese é uma afirmação provisória que o pesquisador se propõe a verificar, recorrendo aos procedimentos de análise. Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova. Quanto aos objetivos, sua explicitação clara ajuda a delimitar os dados efetivamente significativos para uma determinada pesquisa.

c) *A referenciação dos índices e a elaboração de indicadores.* Se se considerarem os textos como uma manifestação contendo índices que a análise vai fazer falar, o trabalho preparatório será o da escolha destes, em função das hipóteses, e sua organização sistemática em indicadores.

Por exemplo: supõe-se que a emoção e a ansiedade se manifestam por perturbações da palavra durante uma entrevista terapêutica. Os *índices* (frases interrompidas, repetição, gaguez, sons incoerentes) e a sua frequência de aparição, vão servir de *indicador* do estado emocional subjacente.

d) *A preparação do material.* Antes da análise propriamente dita, o material reunido deve ser preparado. Por exemplo: as entrevistas gravadas são transcritas para o papel, as respostas a questões abertas são anotadas em fichas, etc.

2.2 A análise do material

É o momento de tratar o material coletado na fase anterior, transformando-o em dados passíveis de serem analisados, através de operações de codificação.

O processo de codificação dos materiais implica o estabelecimento de um código que possibilite identificar rapidamente cada elemento da amostra recortada para pesquisa. Este código poderá ser constituído de números e/ou letras ou qualquer outra forma de representação que o analista quiser criar em seu referencial de codificação. Para Bauer (2008),

A codificação e, conseqüentemente, a classificação dos materiais colhidos na amostra, é uma tarefa de construção, que carrega consigo a teoria e o material de pesquisa. Esse casamento não é conseguido de imediato; o pesquisador necessita dar tempo suficiente para orientação, emendas e treinamento do codificador (BAUER, 2008, p. 199).

A codificação corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto, por processos de decomposição, classificação, agrupamento e enumeração, que permitem atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão, suscetível de esclarecer

o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices. Na análise de um editorial de moda, por exemplo, todas as expressões que remetem a questões de *gênero* recebem o código *g*, as que expressam a temática *padrão de beleza* recebem o código *p*, as que falam de inclusão de pessoas *fora do padrão* recebem o código *i*. E a aparição desses temas recebem números (*g2, p3, i3*).

Para o processo de codificação, é necessário escolher as *unidades de registro e de contexto* (conforme o caso), as *regras de contagem dos elementos* e as *categorias*. A elaboração do referencial de codificação também segue algumas regras.

a) *A unidade de registo*. É a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial. A unidade de registo pode ser de natureza e de dimensões muito variáveis. Segundo Moraes (1999, p. 5)

[...] para a definição das unidades de análise [...] pode-se manter os documentos ou mensagens em sua forma íntegra ou pode-se dividi-los em unidades menores. A decisão sobre o que será a unidade é dependente da natureza do problema, dos objetivos da pesquisa e do tipo de materiais a serem analisados (MORAES, 1999, p. 5).

Conforme o material de pesquisa, a unidade pode ser: a palavra, a frase, o tema, ou mesmo os documentos em sua forma integral.

Entre as unidades de registo mais utilizadas podem ser citados:

- *A palavra*: Todas as palavras do texto podem ser levadas em consideração, ou podem-se reter unicamente às palavras-tema. Pode-se ainda, por exemplo, efetuar a análise de uma categoria de palavras: substantivos, adjetivos, verbos, advérbios.

- *O tema*: Fazer uma análise a partir do tema consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem a comunicação e cuja frequência de aparição pode significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido. O tema é geralmente utilizado como unidade de registo para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças, etc. As entrevistas, as reuniões de grupos, os psicodramas, as comunicações de massa, etc., são frequentemente analisados tendo o tema por base.

- *O personagem*: Neste caso, a grelha é geralmente estabelecida em função das características ou atributos do personagem (traços de caráter, papel, estatuto social, familiar, idade, etc.). As obras de ficção (filmes, fotonovelas,

peças de teatro) podem ser analisadas segundo os seus personagens, do mesmo modo que os artigos de imprensa, etc.

- *O documento*: o documento ou unidade do gênero (um filme, um artigo, um livro, um relato), por vezes serve de unidade de registo.

b) *A unidade de contexto*. Quando existe ambiguidade na referenciação do sentido dos elementos codificados (unidades de registo), necessário é que se definam *unidades de contexto* (próximo ou longínquo), superiores à unidade de registo, as quais permitem compreender o sentido verdadeiro dos itens obtidos, repondo-os no seu contexto. Isto pode, por exemplo, ser a frase para a palavra e o parágrafo para o tema.

c) *Regras de enumeração*.

- *A presença (ou ausência)* de determinados elementos ou unidades de registo (palavras, temas ou outras unidades) pode ser representada por letras (a, b, c, d).

- *A frequência* simples (quantidade de aparições) das unidades de registo no material pesquisado, pode ser representada por números (0, 1, 2, 3).

- Se o analisador avaliar que a aparição de determinado elemento tem maior importância do que outro, pode-se recorrer ao sistema de *Frequência ponderada*. Por exemplo, se considerar que a aparição de *b* e *d* possui uma importância dupla da de *a*, *c* e *f*, afetam-se todos os elementos com coeficientes, no momento da codificação, ficando assim: a = 1; b = 2; c = 1; d = 2; e = 1; f = 1.

- *A direção*: A direção diz respeito a um caráter qualitativo de frequência (não quantitativo) e pode ser favorável, desfavorável ou neutra (eventualmente ambivalente). Nesse caso, os elementos do texto recebem um sinal ou uma nota. Por exemplo: + = positivo; - = negativo; 0 = neutro; ± = ambivalente).

- *A ordem*: a ordem de aparição das unidades de registo (numa entrevista, por exemplo), pode ser o índice pertinente. Se *d* precede *a*, isto pode ter uma significação mais importante (no quadro da inferência) do que a frequência.

d) *Categorização*: A categorização é um procedimento de classificação e agrupamento de dados considerando a parte comum existente entre eles, ou seja, significa reunir um

grupo de elementos (unidades de registo) sob um título genérico, com base nos caracteres comuns (semelhança) destes elementos. Para Moraes (1999)

[...] a análise do material se processa de forma cíclica e circular, [...]. Os dados não falam por si. É necessário extrair deles o significado. Isto em geral não é atingido num único esforço. O retorno periódico aos dados, o refinamento progressivo das categorias, dentro da procura de significados cada vez melhor explicitados, constituem um processo nunca inteiramente concluído, em que a cada ciclo podem atingir-se novas camadas de compreensão (MORAES, 1999, p. 6).

O *critério* de categorização pode ser *semântico*, originando as categorias temáticas (por exemplo, todos os temas que significam a ansiedade, ficam agrupados na categoria ansiedade, enquanto que os que significam a descontração, ficam agrupados na categoria descontração). Pode ser *sintático*, definindo-se categorias a partir de verbos, adjetivos, substantivos, etc. As categorias podem ainda ser constituídas a partir de critérios *léxicos*, com ênfase nas palavras (classificação segundo o sentido, sinônimo) ou podem ser fundadas em critérios *expressivos* (por exemplo, categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem). Cada conjunto de categorias, entretanto, deve fundamentar-se em apenas um destes critérios.

Um conjunto de categorias boas deve atender às seguintes condições: a) *A exclusão mútua* (significa que um mesmo elemento não pode ser classificado em duas categorias diferentes); b) *A homogeneidade*: Um único princípio de classificação deve governar a organização das categorias; c) *A pertinência*: Uma categoria é considerada pertinente quando está adaptada ao conteúdo analisado, ao objetivo e ao quadro teórico definido; d) *A objetividade e a fidelidade*: As diferentes partes de um mesmo material, ao qual se aplica a mesma grelha categorial, devem ser codificadas da mesma maneira. E) *A produtividade*: Um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos.

Sobre as grelhas categoriais, elas são elaboradas pelo analista em função das características ou atributos do material pesquisado e dos objetivos propostos. Como um mesmo objeto de pesquisa pode ser analisado sob várias perspectivas diferentes, é preciso elaborar uma grelha diferente para cada investigação. Contudo, a fim de facilitar a compreensão sobre o tema, será apresentado um exemplo de grelha proposta por Bardin (1977), adaptada por nós.

Trata-se de uma investigação realizada através de questões abertas dirigidas a homens e mulheres, que exploram as relações psicológicas que o indivíduo mantém com o automóvel. As perguntas foram as seguintes:

- A que é, geralmente, comparado um automóvel?
- Se o seu automóvel lhe pudesse falar, o que é que lhe diria?

Após a transcrição de todas as respostas, o critério de classificação escolhido pelo analista para elaborar as categorias foi o objeto de referência citado na comparação (mulher, animal, outro meio de locomoção), e o tipo de relação demonstrado pelos entrevistados (afetividade, cumplicidade, rivalidade) com o automóvel.

Tabela 1 - Exemplo de grelha de análise, utilizável para estudar a relação simbólica e afetiva indivíduo/automóvel.

<i>Objeto de comparação</i>		<i>Tipo de Relação</i>							
		Puramente funcional	Relação amorosa	De dominação	De dependência	De cumplicidade	De rivalidade	Ausência de relação	Percentagens absolutas e relativas
<i>Seres Humanos</i>	Homem								
	Mulher								
	Criança								
	Amigo								
<i>Animais</i>	Dinâmicos ex: tigre								
	Astênicos ex: veado								
<i>Outros meios de locomoção</i>	Transporte coletivo								
	Veículos individuais								
	Automóveis								
<i>Objetos diversos</i>									
<i>Ausência de objeto de comparação</i>									
<i>Percentagens absoluta e relativas*</i>									

*Indica-se para cada caso o número ou a percentagem de temas pertencentes às duas categorias cruzadas.

Fonte: Bardin (1977, p. 61).

2.3 Tratamento dos resultados obtidos e interpretação

O processo de análise do material pesquisado resulta na enumeração e na sistematização das características de seus elementos. Como resultado do processo de descrição é produzido um texto síntese para cada uma das categorias, de modo a expressar o conjunto de significados presentes nas diversas unidades de análise.

Feito isso, é hora de interpretar, ou seja, conceder significação nova a estas características. Bardin (1977) esclarece que a interpretação proposta pelo método de Análise de Conteúdo consiste em descobrir por detrás do discurso aparente,

geralmente simbólico e polissêmico, um sentido não explícito. E isso exige grande esforço de interpretação do analista.

Para Gomes (2007),

[...] a interpretação dentro de uma perspectiva de pesquisa qualitativa não tem como finalidade contar opiniões ou pessoas. Seu foco é, principalmente, a exploração do conjunto de opiniões e representações sociais sobre o tema que pretende investigar. Esse estudo do material não precisa abranger a totalidade das falas e expressões dos interlocutores porque, em geral, a dimensão sociocultural das opiniões e representações de um grupo que tem as mesmas características costuma ter muitos pontos em comum ao mesmo tempo que apresentam singularidades próprias (GOMES, 2007, p. 79).

Na pesquisa qualitativa a interpretação assume lugar especial. É o momento de confrontação entre teoria fundante, objetivos, hipóteses e achados da pesquisa (os indicadores), a fim de proceder inferências e redigir sínteses interpretativas. Nesse processo de interpretação dos resultados obtidos pode-se recorrer às operações estatísticas como prova de validação, conforme o tipo de estudo e a natureza do material analisado.

Nesse caso, operações estatísticas permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise.

Concluindo essa breve descrição das etapas do método de Análise de Conteúdo, os resultados obtidos, a confrontação sistemática com o material e o tipo de inferências alcançadas na fase da interpretação, podem servir de base a uma nova investigação, a partir de outras dimensões teóricas, ou através de técnicas diferentes.

3. Considerações Finais

Neste texto, a metodologia de Análise de Conteúdo foi abordada na perspectiva de pesquisa qualitativa no campo das Ciências Sociais, visando à sua conceituação, descrição de suas etapas e análise. Buscou-se inserir esse método de pesquisa numa discussão de natureza qualitativa e enfatizar os aspectos positivos que dele podem decorrer, a fim de demonstrar a sua importância no desenvolvimento de investigações que pretendam esclarecer em riqueza de detalhes o fenômeno social estudado.

Em suma, Análise de Conteúdo é um método importante na pesquisa qualitativa, já que busca analisar os sentidos e os significados das comunicações, considerando

tanto as condições de quem produz a mensagem (o emissor e seu contexto), quanto de quem a recebe e os efeitos que ela produz, a fim de melhor compreender e interpretar a realidade.

Portanto, com base no material pesquisado, é possível inferir que a Análise de Conteúdo é um método de análise das comunicações que visa obter, por procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, conhecimentos relativos ao emissor da mensagem, ao receptor, ao meio, considerando as condições de produção/recepção das mesmas.

A validade da Análise de Conteúdo deve ser julgada não contra uma “leitura verdadeira” do texto, já que o significado de um texto não é único, mas em termos de sua congruência nos materiais pesquisados e sua coerência com a fundamentação teórica da pesquisa, e à luz de seu objetivo.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2008.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise do conteúdo**. Brasília: Liber Livro, 2008.

GODOY A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, mar-abr, p. 57-63, 1995.

GOMES, R. Análise e interpretação de dados em pesquisa qualitativa. In: DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Revista e atualizada. 25. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 79-108.

MINAYO, M. C. S. O desafio da pesquisa social. In: DESLANDES, S. F.; GOMES, R.; MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Revista e atualizada. 25. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 9-29.

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

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.