

ORGANIZADORAS

Laura Wottrich (Coord.)

Nísia Martins do Rosário

# EXPERIÊNCIAS METODOLÓGICAS NA COMUNICAÇÃO



| São Paulo | 2022 |



Direção editorial	Patricia Biegung Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patricia Biegung
Coordenadora editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Editoração eletrônica	Lucas Andrius de Oliveira Peter Valmorbida Potira Manoela de Moraes
Imagens da capa	Sketchepedia, Rawpixel.co, Visnezh - Freepik.com
Tipografias	Swiss 72, Andreas, Sofia Pro
Revisão	Agnaldo Alves
Organizadoras	Laura Wottrich (Coord.) Nísia Martins do Rosário

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E96

Experiências metodológicas na comunicação / Laura Wottrich (Coordenador), Nísia Martins do Rosário (Organizador). – São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

Livro em PDF

ISBN 978-65-5939-551-4

DOI 10.31560/pimentacultural/2022.95514

1. Comunicação. 2. Metodologia. 3. Pesquisa. 4. Linguística. I. Wottrich, Laura (Coordenador). II. Rosário, Nísia Martins do (Organizador). III. Título.

CDD 302.2

Índice para catálogo sistemático:

I. Comunicação

Janaina Ramos – Bibliotecária – CRB-8/9166

**PIMENTA CULTURAL**

São Paulo · SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

[livro@pimentacultural.com](mailto:livro@pimentacultural.com)

[www.pimentacultural.com](http://www.pimentacultural.com)



2 0 2 2

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia:** métodos de investigação na imprensa. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

PEREIRA, Marcos Abílio. Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital. *In: IV ENCONTRO DA COMPOLÍTICA*, 2011, Rio de Janeiro. **Anais[...]** Rio de Janeiro. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/anais2/anais-2011/>. Acesso em: 29 mar. 2022.

SATO, Silvio Koiti. Abrindo a embalagem na rede: reflexões sobre consumo e cultura digital a partir dos unboxing vídeos. *In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO*. 2016, São Paulo. **Anais[...]** São Paulo: ESPM/FAAP, 2016.

SCHLOSSER, D. F.; FRASSON, A. C.; CANTORANI, J. R. H. Softwares livres para análise de dados qualitativos. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, v. 12, n. 1, p. 539-550, 2019. Disponível em: <https://periodicos.utfrpr.edu.br/rbect/article/view/9550>. Acesso em: 1º abr. 2022.

SHUM, Lawrence. O meio digital e a produção midiática. **Revista Cibertextualidades**, Porto, Universidade Fernando Pessoa, ano 3, n. 3, p.131-140, 2009.

Silva, Grazielle Roberta Freitas; Macêdo, Kátia Nêyla de Freitas; Rebouças, Cristiana Brasil de Almeida; Souza, Ângela Maria Alves e. Entrevista como técnica de pesquisa qualitativa. **Online Brazilian Journal of Nursing**, v. 5, n. 2, p. 246-257, 2006.

STRELOW, Aline. O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010. *Intexto*, v. 2, n. 25, p. 67-90, 2011.

TRAVANCAS, Isabel. A entrevista no Jornalismo e na Antropologia: pesquisando jornalistas. *In: MAROCCO, Beatriz (org.)*. **Entrevista na prática jornalística e na pesquisa**. Porto Alegre: Libretos, 2012. p.15-30.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em Educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WAINBERG, Jacques A.; PEREIRA, Manuel L. P. Estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 1983-1997. *Revista Famecos*, v. 6, n. 11, p. 27-37, 1999.

# 4

Everton Cardoso

Maria Clara Sidou Monteiro

## **ANÁLISE DE CONTEÚDO:** perspectivas teóricas e metodológicas no campo da Comunicação

DOI: 10.31560/pimentacultural/2022.95514.04

## INTRODUÇÃO

A pesquisa em Comunicação coloca uma série de desafios e questões que estão diretamente relacionadas às possibilidades e às escolhas metodológicas feitas em cada projeto ou trabalho, bem como aos recortes e objetivos. É nesse sentido que a Análise de Conteúdo (AC) é um dos caminhos possíveis para propostas que tenham como meta realizar coleta de dados de cunho quantitativo e, a partir disso, avançar na direção de formulações inferenciais de viés qualitativo.

De modo muito geral, a AC é tida como uma aproximação metódica com relação a objetos que se encontram dispersos e cujas dimensões são difíceis de se apreender a partir de uma visada rápida e superficial. De acordo com Krippendorff (2018), representa uma possibilidade de se coletar indícios não observáveis na superfície dentro de uma coleção. Mas, para além desse processo inicial de coleta e organização de dados, é o momento da interpretação disso tudo que se coletou que vai oferecer uma leitura mais ampla e precisa de uma determinada realidade, aproximando-se do caráter indiciário proposto por Braga (2008) para a Comunicação<sup>24</sup>.

É nesse sentido que se resolve uma discussão que há muito ronda a AC: a de que seria um método quantitativo – isso, em geral, encarado como um aspecto negativo. Formas mais recentes de uso e discussões sobre a aplicação da metodologia, porém, têm apontado que, no fundo, essa desvalorização da AC parte de um equívoco de que o método se resumiria a organizar um processo de coleta e organização de cifras e produção de gráficos e tabelas. Ignora-se, assim, toda a possibilidade interpretativa que os dados podem oferecer se tomados como indícios que, iluminados por um marco teórico, são

<sup>24</sup> No trabalho referido, Braga (2008) se debruça sobre trabalhos de pesquisa que utilizam estudo de caso como método. Esse olhar que ele lança, no entanto, é amplo o suficiente para dar conta da pesquisa em Comunicação, de modo geral, como bem sinaliza o texto.

capazes de levar a um conjunto de inferências acerca de determinados produtos ou processos comunicacionais e toda a teia de sentidos e elementos que se estrutura ao redor deles. A AC, portanto, se configura como um gesto interpretativo da realidade, uma leitura de fenômenos comunicacionais que pode – e deve – conter abstrações e teorizações.

Entre as principais possibilidades abertas por essa opção metodológica está a de trabalhar com dados que estão dispersos em uma quantidade grande de documentos – sejam estes de que formato ou natureza forem. E, conforme aponta Bauer (2002), uma das qualidades da AC seria precisamente a possibilidade de reduzir a complexidade desses objetos de estudo. É nesse sentido que o autor afirma que a classificação do material permite que se acessem algumas características desse conjunto de modo mais preciso e que seriam inacessíveis em uma leitura flutuante.

O planejamento e a implantação de procedimentos que são repetidos em cada documento analisado são garantias de que se possa identificar presenças, padrões, constâncias e predominâncias, bem como o oposto disso tudo – ausências, divergências e ocorrências esporádicas. Uma abordagem menos metódica, por outro lado, deixaria o estudo sujeito às percepções e vieses de quem está fazendo a leitura e análise. Quando devidamente categorizado, então, um conjunto numeroso de elementos – amostra cuja natureza e características serão debatidas mais adiante – torna-se possível de ser observado e avaliado.

Outra possibilidade que se apresenta com a aplicação da AC é fornecida por Fonseca Júnior (2006): permite que se elabore conhecimento profundo a respeito de processos comunicacionais em suas múltiplas nuances e dimensões. Pode, por exemplo, servir para produzir conhecimento sobre os agentes, processos de produção e efeitos de sentido que não seriam visíveis apenas com uma observação imediata dos produtos da Comunicação.

Seja utilizada sozinha, seja combinada com outros métodos de investigação, o fato é que a AC permite que se desenhem percursos que levam à organização de dados cuja credibilidade está garantida justamente pelo rigor empregado nesses passos. Além disso, essas cifras são replicáveis e válidas na medida em que os procedimentos são verificáveis e acessíveis. Ou seja, tão importante quanto os resultados que se venha a obter é o caminho para se chegar até eles<sup>25</sup>. O método, então, consiste em uma interpretação sistemática e pública que permite, entre muitos movimentos possíveis, o levantamento de índices, a construção de panorâmicas e o estabelecimento de comparações entre diferentes objetos (GOLIN; CARDOSO; SIRENA, 2015).

Tendo isso em vista, o objetivo deste capítulo é problematizar a presença da Análise de Conteúdo como estratégia metodológica em pesquisas em Comunicação no Brasil. Para isso, tomou-se por base as 1.877 teses e dissertações que fizeram parte da investigação “A análise metodológica no aprendizado e consolidação da prática de pesquisa no campo da comunicação”. Dentro desse montante, 223 trabalhos utilizaram a AC como método principal e foram, por isso, tomados para esta discussão. Além disso, este texto busca apresentar algumas questões relevantes sobre a metodologia e sua aplicação.

## ANÁLISE DE CONTEÚDO APLICADA NA COMUNICAÇÃO

Ao analisarmos os 223 trabalhos que compõem o *corpus* selecionado para a elaboração deste capítulo, deparamo-nos com 132 teses e dissertações que abordaram a Análise de Conteúdo com base no livro

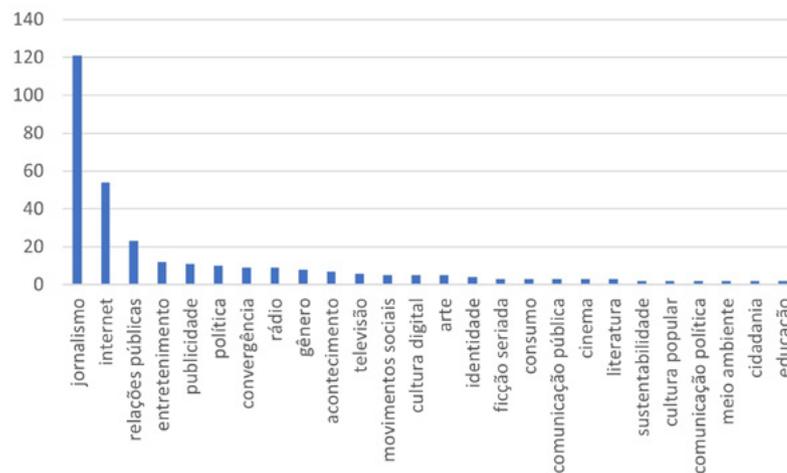
25 É importante já desde o princípio enfatizar a importância do registro e da apresentação clara e detalhada de todos os passos da pesquisa, desde como e em que condições foi realizada a coleta inicial do material a ser analisado, bem como todas as adições, exclusões e outras opções que sejam feitas no percurso. Além disso, é fundamental que se justifiquem essas escolhas, obviamente sempre segundo o problema e os objetivos do estudo.

homônimo de Laurence Bardin, mostrando um predomínio da já clássica obra produzida nos anos 1970 pela pesquisadora francesa. Em segundo lugar, presente em 43 pesquisas, temos o texto da autora Heloiza Herscovitz, capítulo intitulado “Análise de conteúdo em jornalismo” e incluído no livro *Metodologia de pesquisa em jornalismo*, cuja primeira edição é de 2007. Os livros *Análise de conteúdo clássica: uma revisão* e *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*, ambos de Martin Bauer, foram citados em 21 investigações. Demais autores que aparecem como referências metodológicas da AC foram Wilson Fonseca Júnior (12 trabalhos), Klaus Krippendorf (7) e Christian Kolmer (2). Além desses, 40 trabalhos não apresentaram nenhum autor sobre AC nas referências.

A relevância da Análise de Conteúdo como método de pesquisa está presente em diferentes áreas, inclusive na Comunicação. Com base na pesquisa que proporcionou a discussão deste livro, a AC foi indicada como principal método pelos autores de 223 teses e dissertações no conjunto de 1877 trabalhos oriundos dos Programas de Pós-Graduação (PPGs) em Comunicação do Brasil com notas 5 e 6 na última classificação feita pela Capes. Os PPGs da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul se destacaram com a maior quantidade de pesquisas publicadas com a AC, com 50 e 53 investigações cada.

Um dos motivos da presença da Análise de Conteúdo nas investigações do campo comunicacional pode ser o fato de ser considerada, segundo Flick (2004, p. 204), “[...] mais fácil de controlar do que os outros métodos de análise de dados”. Como nossa área ainda é relativamente nova em comparação às outras ciências, como as Exatas, os pesquisadores estão atravessando os métodos em busca do delineamento metodológico da Comunicação. Assim, a AC se apresenta como alternativa para os nossos objetos empíricos, diversos em suas especificidades, e que precisam ser categorizados.

Figura 1 – Subáreas de pesquisa



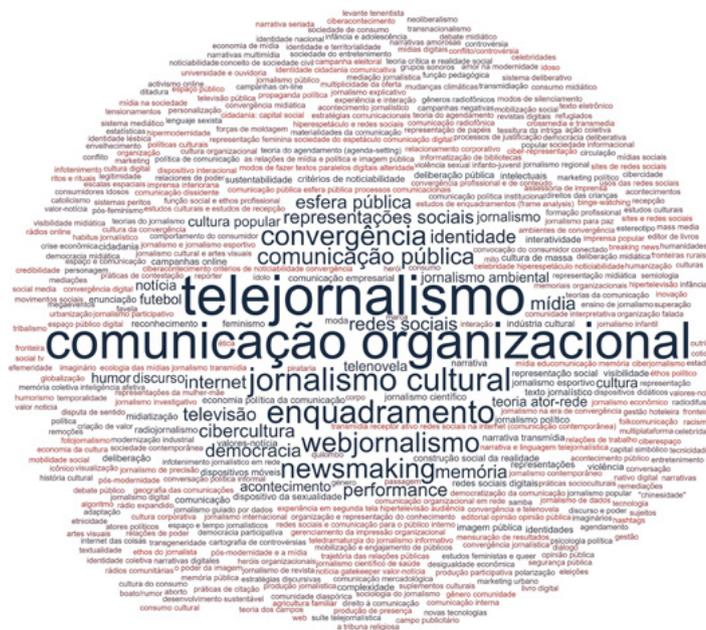
Fonte: CARDOSO; MONTEIRO, 2022.

Ao observarmos a figura 1 com as subáreas de pesquisa, percebemos a preponderância do jornalismo com a maior parte dos trabalhos que priorizaram na Análise de Conteúdo como método principal. Em seguida, temos investigações que abordaram temáticas relacionadas à internet. É importante ressaltar que pesquisas poderiam se encaixar em mais de uma subárea, como exemplo temos as teses e dissertações sobre o jornalismo on-line.

Sobre a instância teórica dessas investigações, representadas pela figura 2, percebemos que o telejornalismo está presente como base para 12 trabalhos, seguido por 11 pesquisas voltadas para comunicação organizacional. Outras abordagens incluem jornalismo cultural, convergência, webjornalismo, comunicação pública e mídia. Lembramos que essas são representações teóricas citadas na construção dos capítulos nos trabalhos que utilizaram a Análise de Conteúdo. A instância teórica é feita pelo cruzamento de abordagens com intuito

de compreender objetos comunicacionais complexos. Por isso, precisamos também discutir sobre os assuntos e objetos empíricos que demandaram dos pesquisadores o entrelaçamento com a AC.

Figura 2 – Nuvem de palavras das instâncias teóricas

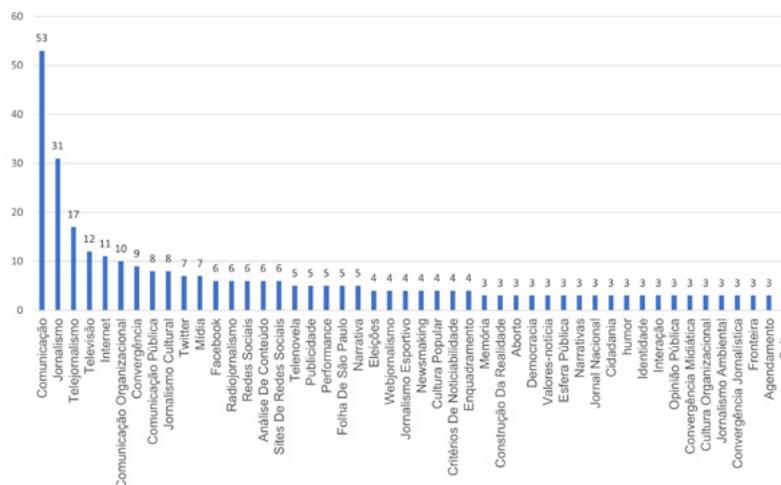


Fonte: CARDOSO; MONTEIRO, 2022.

Com base na busca por palavras-chave nos trabalhos com AC, representada na figura 3, percebemos uma tentativa de afirmação do campo da Comunicação. Isso é estratégico, pois ao colocarem a palavra Comunicação associada à Análise de Conteúdo, os motores de busca apresentarão os trabalhos como resultado, tornando o método uma forte opção metodológica para a compreensão dos objetos empíricos. Novamente, vemos o Jornalismo e, mais especificamente,

o Telejornalismo como assuntos abordados sob o olhar desse método. Podemos afirmar que os meios de comunicação são temáticas que acabam analisadas pelos seus conteúdos produzidos e midiaticizados. Esta ligação é presente também nos objetos empíricos.

Figura 3 – Palavras-chave



Fonte: CARDOSO; MONTEIRO, 2022.

É importante enfatizar, nesse aspecto, que toda pesquisa é, no fundo, uma contribuição para o campo de estudos em Comunicação e, portanto, deve ser projetada tendo isso em vista. Para tal, é fundamental que se faça um bom estado da arte, seja de trabalhos com temáticas próximas, seja de estudos com procedimentos metodológicos semelhantes. Além do mapeamento de possíveis referências teóricas a serem mobilizadas na discussão, é a partir disso que quem está planejando consegue vislumbrar as contribuições tanto às áreas mais específicas como à grande área de conhecimento. Desenhando-se, desse modo, projetos cuja relevância advém da confluência dos interesses mais pessoais com as necessidades da pesquisa como um todo, preenchendo lacunas ou mesmo problematizando interpretações construídas previamente.



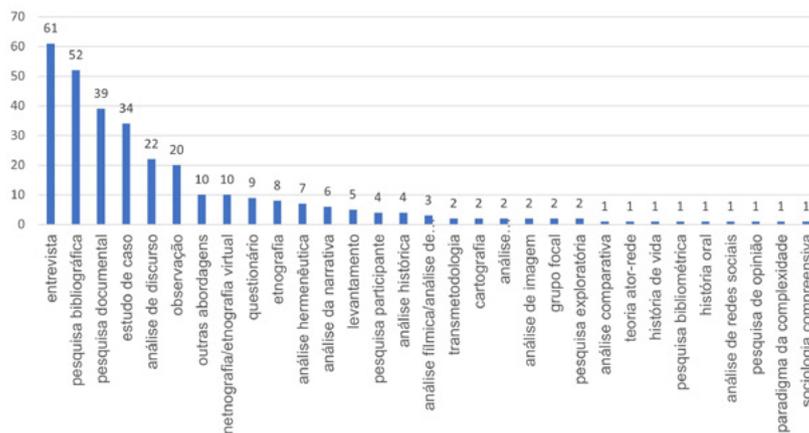
deve pelo fato de este método proporcionar a categorização do *corpus* (FLICK, 2004) a fim de trazer uma estrutura esquemática e analítica tão necessária para o campo comunicacional.

É preciso ter sempre presente, porém, que a construção de um objeto de pesquisa pressupõe mais do que tomar um elemento da realidade empírica. É, antes, uma construção conceitual e abstrata. Parte-se, por isso, de um marco teórico que ao mesmo tempo serve de base para a elaboração da pesquisa em si e de substrato para a discussão a ser travada e que resultará em avanços teóricos – seja pela revisão, reformulação ou reafirmação do que antes já se pensara sobre o mesmo objeto. É nesse sentido que uma moldura teórica bem construída – tendo ela também sido confrontada com o estado da arte – pode levar a resultados de pesquisa bastante promissores. E isso não exatamente do ponto de vista da organização de dados, mas do percurso reflexivo que vem depois disso.

Ao tentar dar conta dessa multiplicidade de possibilidades que se abre no campo de pesquisa em Comunicação, é frequente que se recorra a uma combinação de métodos e técnicas de pesquisa de modo a coletar indícios de maneira mais ampla e, portanto, chegar a uma leitura aprofundada da realidade empírica. No caso dos trabalhos selecionados para esta pesquisa, percebe-se uma variedade grande de combinações<sup>26</sup> da AC com 31 procedimentos diferentes complementares acionados por autores. De modo predominante, as técnicas de entrevista e pesquisa bibliográfica vêm sendo utilizadas como estratégias de coleta de indícios que dialogam com aqueles obtidos a partir da AC propriamente dita. Contribuem, pois, para a elaboração de um contexto que permite angular o olhar e seguir por um processo inferencial que seja capaz de dar conta de aspectos relevantes do objeto de estudo.

26 Essas informações foram possíveis de esmiuçar por meio dos capítulos metodológicos publicados em 190 teses e dissertações do escopo voltado para análise de conteúdo. Ainda nesta linha, avaliamos que 144 trabalhos foram denominados como *quali-quantis* por considerarem essa como uma característica do método.

Figura 5 – Procedimentos metodológicos secundários



Fonte: CARDOSO; MONTEIRO, 2022.

Krippendorff (2018) sinaliza que o contexto que se mapeia para inserir uma AC tem diferentes dimensões: dentro do próprio texto há um contexto – uma palavra dentro de uma frase, está dentro de um parágrafo, este dentro do texto e assim por diante; o próprio texto está inserido num contexto comunicacional maior – as condições de produção, a cultura profissional, as relações econômicas, os gêneros textuais, os tipos de produtos, entre outros elementos; e há um contexto da análise em si, expresso pelo marco teórico que se delinea para o projeto e que gera o eixo de problematização e os objetivos. Essas técnicas e métodos combinados com os processos que categorizam conteúdos, portanto, contribuem para que se possa cercar o objeto de estudo e estabelecer conexões que, sem isso, não seriam possíveis de se vislumbrar.

Cardoso e Vainfas (1997), por exemplo, examinam a aplicação de AC em estudos de cunho histórico: o processo inferencial deve estar inserido num contexto construído pelos pesquisadores e que busca reproduzir o universo simbólico no qual se inserem os discursos analisados.

A riqueza dessa construção, portanto, está em permitir o aprofundamento das abordagens e, adicionalmente, em viabilizar que cada pesquisa seja única. Um contexto construído com rigor metodológico e explicitado no trabalho, então, confere credibilidade e lança sempre olhares únicos sobre cada objeto.

Como bem adverte Bauer (2002), a Análise de Conteúdo não pode ser tomada como um reflexo, uma imagem que apenas repete os objetos empíricos. Ela é, assim como qualquer método, um gesto de interpretação operado por quem está desenvolvendo a pesquisa. Na mesma linha, Krippendorff (2018) pondera que os textos não são objetos planos e opacos, mas transparentes e plenos de camadas de sentidos e de relações com outros documentos.

Estão inseridos e são marcados por circunstâncias, significados e conexões, o que faz com que seus traços não sejam qualidades objetivas e intrínsecas, mas relacionais. Os sentidos de um texto, portanto, são resultantes de um processo que, além da instância de produção, inclui a de recepção e todos os fatores que incidem sobre esse processo – sejam eles sociais ou individuais. É por isso que se pode afirmar que os sentidos são tão múltiplos quanto um texto pode ser polissêmico.

No processo de análise, que inclui tantos fatores, emerge uma leitura das muitas possibilidades de leitura gerada pelos indícios coletados e que permitem aproximar-se de valores, atitudes, simbolismos e visões de mundo subjacentes ao processo comunicacional concretizado por textos e outros produtos. A Análise de Conteúdo, portanto, sempre se constitui como uma confluência de sentidos atribuídos por quem conduz a investigação com aqueles sociais do objeto, ou seja, compartilhados por grupos. Os contextos, portanto, são determinantes para os resultados.

## PERSPECTIVAS TEÓRICAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Ainda que, como já discutido, cada pesquisa tenha seu desenho próprio a partir da problematização proposta, há um conjunto de passos típicos da Análise de Conteúdo que são importantes de se observar. Inicialmente, em geral se recomenda um olhar inicial para o material. A pré-análise, como traz Fonseca Júnior (2006), consiste em uma leitura flutuante cujo princípio central é conhecer os textos com que se vai trabalhar. Nesta etapa, recomenda-se coletar impressões e fazer apontamentos de modo mais livre. Estes depois servirão de base para escolhas a serem feitas no decorrer do processo e mesmo para a delimitação do problema e dos objetivos<sup>27</sup>.

Decorrente dessa leitura e dessas definições iniciais também é a escolha de qual tipo de pesquisa se pretende seguir, como propõe Bauer (2002). Para o autor, é possível que se estructurem investigações de diferentes caracteres. São possíveis, por exemplo, estudos mais descritivos, ou seja, que se centram em trazer elementos de um determinado objeto, esmiuçando suas características e lógicas. Nesse sentido, é possível, por exemplo, inserir um objeto específico dentro de uma categoria – um jornal específico entre todos os jornais, ou pelo menos o que se entende por jornal – ou mesmo de se identificar o que torna esse objeto diferente dos demais, único. Estudos desse gênero, portanto, contribuem para os processos de conceituação.

27 Mesmo que o problema e os objetivos gerais e específicos possam ser ajustados no decorrer da pesquisa, conforme se vai aprofundando tanto no levantamento teórico quanto na organização dos dados, é fundamental que haja um norte minimamente estabelecido, sob pena de o estudo resultar inconsistente por falta de um rumo claro. Em caso de reparos ou redirecionamentos é preciso que se tenha em conta o impacto disso em tudo que já se produziu e que se venha a produzir, para que o resultado não seja de conclusões incongruentes ou inconsistentes.

Também são possíveis investigações comparativas, em que um mesmo conteúdo pode ser analisado em contextos diferentes – uma mesma temática em veículos de comunicação diferentes, por exemplo. Neste caso, é importante que se busque manter paralelos comparáveis entre os objetos, ou seja, que se aja de modos semelhantes no tratamento de cada um para que, ao compará-los, existam parâmetros bem estabelecidos. Ainda são possíveis estudos longitudinais, que abarquem um período longo. Estes são capazes de mostrar tendências, regularidades e irregularidades, dando uma dimensão historicizante do tratamento dos conteúdos e, portanto, do objeto. E, claro, há sempre a possibilidade de combinar diferentes abordagens e delinear pesquisas que sejam capazes de apreender indicadores socioculturais.

A partir desse primeiro contato com os objetos e levando em consideração o rumo central do estudo, prossegue-se à seleção das unidades de análise, à composição da amostra, à codificação, à categorização, à produção de inferências e à redação do relato. No caso das unidades de análise, são os objetos concretos mesmo. Exemplos disso seriam cada edição de uma publicação, uma seção de um determinado periódico ou um gênero textual ou um autor dentro de uma coleção. Essa escolha, atrelada ao eixo de problematização, vai estabelecer o recorte da pesquisa.

No caso da composição da amostra, ou seja, o conjunto de textos ou documentos a serem analisados, Bardin (2011) propõe quatro regras: exaustividade, o que quer dizer se todos os elementos que compõem o recorte composto estão incluídos; homogeneidade, se é composta por documentos de mesma natureza; pertinência, ou seja, a adequação das unidades de análise aos objetivos, ao objeto e aos procedimentos escolhidos; e representatividade, quando a amostra selecionada permite que possam generalizar os resultados para o todo. É importante ponderar, entretanto, que amostras muito heterogêneas exigem que se aumente a amostra em termos quantitativos. Para a

composição de uma amostra quando não se pode incluir toda a coleção de objetos, há algumas estratégias possíveis. As mais conhecidas são a amostragem aleatória – quando se realiza algum tipo de sorteio – e semana, mês ou ano composto<sup>28</sup>.

Nesse sentido, devem ser considerados os objetivos de cada projeto, sobretudo em termos de abrangência e profundidade. Uma amostra mais robusta, por exemplo, permite analisar tendências dentro de uma coleção, podendo abranger décadas e levando o estudo para uma visada mais generalizante. Por outro lado, uma amostra mais enxuta pode permitir que se explorem aspectos mais específicos, detalhes e elementos menos perceptíveis. É claro que fatores mais práticos também devem ser ponderados, como a capacidade de realização do projeto em termos de recursos humanos, estrutura e prazo de execução.

Feitas essas escolhas, sugere-se a elaboração de um instrumento de pesquisa, que bem pode ser um formulário ou uma tabela. Nele devem estar as categorias a serem analisadas e os respectivos códigos. Se uma categoria é o tema predominante no texto, por exemplo, deverá haver opções de preenchimento do tema. Isso valeria para o local a que o tema se refere, ao posicionamento do autor ou autora e assim por diante. É sempre importante, no entanto, que se deixe espaço para que o analista registre códigos que não foram contemplados na elaboração do instrumento, pois podem sinalizar algo interessante ou inesperado.

De acordo com Fonseca Júnior (2006, p. 294), esse processo de codificação nada mais é que a “[...] transformação dos dados brutos de forma sistemática, seguindo regras de enumeração, agregação e classificação”. É nesse momento, portanto, que quem vai realizar a

28 Uma semana composta de um jornal, por exemplo, é formada tomando a edição de segunda-feira da semana 1, de terça-feira da semana 2, de quarta-feira da semana 3 e assim por diante. Já um ano composto de uma revista seria formado pelo mês de janeiro do ano 1, fevereiro do ano 2, março do ano 3 e assim sucessivamente. Esse tipo de amostragem permite driblar eventuais edições especiais ou mesmo a recorrência de temáticas por um tempo excessivo na pauta. Mas, claro, esses efeitos devem ser considerados, afinal muitas vezes eles não chegam a ser um problema.

análise dos textos propriamente começa a fazer os registros a partir das categorias que respondem à problemática central.

Ao se proceder à codificação do material, Bardin (2011) recomenda que se fique atento para regras de enumeração, ou seja, o modo de contagem dos códigos: a presença ou ausência no *corpus*; a frequência com que aparece na amostra; a frequência ponderada, ou seja, concedendo pesos diferentes para a aparição de elementos diferentes segundo sua relevância; a intensidade com que aparecem; a tendência de ocorrência na coleção; em que ordem aparecem; ou se aparecem simultaneamente com outros códigos.

A seguir, a pesquisa deve seguir para a categorização dos dados codificados, que nada mais é que a condensação, o refinamento das categorias por reagrupamento a fim de tornar os dados mais sintéticos. Por exemplo, no caso de referências geográficas, pode-se codificar a partir da cidade, mas depois agrupar por estados ou países, de modo a obter dados mais apropriados para a discussão que se queira fazer. Se a intenção for discutir a questão a partir de uma perspectiva nacional, por exemplo, uma discussão por estados pode ser a mais apropriada. No entanto, é prudente que, ao se desenvolver o instrumento de pesquisa, se pense que é mais fácil agrupar dados que separá-los – no caso geográfico, se codificado por cidade, depois pode-se agrupar por estado; mas se codificado por estado, torna-se impossível desmembrar isso posteriormente sem ter de refazer a análise.

O conjunto final de categorias, então, deve ser elaborado tendo em vista não só o referencial construído, mas também o processo inferencial que se pretende levar a cabo posteriormente. É nesse sentido que Bardin (2011) aponta que é importante que o conjunto de categorias obedeça a alguns princípios: devem ser excludentes, ou seja, só é possível pertencer a uma; têm homogeneidade, o que quer dizer que devem ser de um mesmo gênero; têm de ser pertinentes com relação ao material analisado e aos objetivos da pesquisa; devem ser rigorosas e objetivas; e precisam

fornecer material fértil para a discussão. O fim dessa fase, portanto, é gerar uma nova informação sobre o objeto de pesquisa a partir de sua transformação em um conjunto de indícios inteligíveis (BAUER, 2002).

Finalmente, chega-se ao processo de produção das inferências, que nada mais é que a interpretação do material já tratado, uma elaboração teórica a partir do que se encontrou em relação e em tensão com o levantamento teórico. A meta central desta fase, então, é fazer o percurso inverso que se fizera no trabalho até então: se, antes, partiu-se da teoria para se produzir uma análise de algo empírico, agora, tomam-se os resultados da análise empírica como base para a reelaboração da teoria e do conhecimento. É, pois, o momento de contribuir para o avanço do conhecimento comunicacional.

O conjunto de inferências, inclusive, pode ter alcance e amplitude variáveis. É possível que se empreenda uma discussão bastante específica, analisando as marcas, traços, características e ausências do objeto de modo mais restrito, mas ao mesmo tempo abre-se a possibilidade de fazer formulações mais gerais sobre fenômenos comunicacionais. Não se pode perder de vista, porém, que essas inferências que extrapolam o caso específico têm suas limitações, visto que são elaboradas a partir de um gesto interpretativo de quem pesquisa. Deriva, assim, do referencial teórico e de um processo de elaboração intelectual que sempre conterá o problema de pesquisa – ou pelo menos idealmente o conterá.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como já descrito anteriormente, é um engano bastante comum pensar-se que o processo de AC se encerra quando os dados coletados são organizados, quantificados e transformados em gráficos, tabelas ou mesmo texto que os apresentem. É a partir desse processo

que o gesto de quem pesquisa mais uma vez se torna fundamental: faz-se o percurso inverso àquele que deu origem à pesquisa. Se o princípio de tudo está em estabelecer um marco teórico, o fim está justamente em retornar a esse arcabouço para que dele advenha o tensionamento sobre o objeto empírico. Ou seja, os dados coletados por meio da categorização e quantificação precisam ser discutidos em contraposição às questões que foram anteriormente levantadas e teorizados a partir delas. É aqui, como bem pontuam diversos autores, que se dá o processo de produção de conhecimento e de reelaboração do que antes de pensava acerca desse objeto. É dessa “[...] operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada”, então, que saem as contribuições ao campo de pesquisa (FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 284).

Nesse sentido, os trabalhos aqui analisados escolheram a AC como método capaz de ajudar na compreensão dos seus diversos objetos e contextos, principalmente no âmbito do Jornalismo. As investigações buscaram na Análise de Conteúdo a possibilidade de categorização sem perder de vista o empírico, assumindo a difícil tarefa de elaborar conhecimentos que possam ser aplicados no futuro dentro do campo comunicacional.

Apesar da sua forte presença nas teses e dissertações investigadas, percebemos a predominância de poucos referenciais teóricos sobre a AC, e ainda em alguns trabalhos, a ausência total. Porém, para implementar a Análise de Conteúdo de acordo com os objetivos de cada pesquisa é necessária a reflexão teórico-metodológica, a fim de avaliar se ela é o melhor caminho para compreensão do fenômeno social. Por isso, é indispensável o diálogo com mais autores, que argumentam teoricamente sobre o método, inclusive no campo da Comunicação. Exemplos de referências possíveis são os livros *Notícia em fragmentos: análise de conteúdo no Jornalismo*, que discute o papel da AC em relação com diversos objetos empíricos (JORGE, 2015),

e *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*, que pretende oferecer orientações detalhadas para uma utilização mais adequada da metodologia (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021).

Por fim, reafirmamos o papel fundamental do rigor metodológico, seja no levantamento teórico, no estabelecimento dos eixos de pesquisa, na seleção do material, na elaboração da análise, na computação dos dados e na discussão e formulação de inferências. Este é um desafio a ser assumido pelas investigações, evidenciando a AC como uma aliada na definição dos próximos objetos comunicacionais.

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BAUER, M. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. *In*: BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189-217.
- BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008.
- CARDOSO, C.; VAINFAS, R. História e análise de texto. *In*: CARDOSO, C.; VAINFAS, R. (org.). **Domínios da história: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 375-400.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 1981.
- FONSECA JUNIOR, W. C. Análise de conteúdo. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 280-304.
- FRANÇA, V. O objeto e a pesquisa em Comunicação: uma abordagem relacional. *In*: MOURA, C.; LOPES, M. I. **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.
- GOLIN, C.; CARDOSO, E.; SIRENA, M. Jornalismo e sistema de cultura: construção de panorâmicas, índices e padrões comparativos entre periódicos.

*In:* JORGE, T. M. (org.). **Notícia em fragmentos**: análise de conteúdo no jornalismo. Florianópolis: Insular, 2015. p. 186-203.

JORGE, T. M. (org.). **Notícia em fragmentos**: análise de conteúdo no jornalismo. Florianópolis: Insular, 2015.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis**: an introduction to its methodology. 4. ed. London: Sage Publications, 2018.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.