

Nota Introdutória

 institucional.us.es/ambitos/

December 21, 2017

Editores del monográfico

Carolina Afonso

ISEG (Lisbon School of Economics and Management), Universidade de Lisboa
carolinaafonso@iseg.ulisboa.pt

Ronaldo Linhares

Universidade Tiradentes (Brasil)
nuneslinhares.ronaldo8@gmail.com

António Pedro Costa

Ludomedia e Universidade de Aveiro (Portugal)
apcosta@ua.pt

USOS E DOMÍNIOS DE APLICAÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

A análise de conteúdo foi primeiramente desenvolvida no âmbito das Ciências da Comunicação nas primeiras décadas do século XX. Nesta fase a análise de conteúdo estava muito associada à análise dos meios de comunicação social com o objectivo de compreender o seu impacto na sociedade. Actualmente a análise de conteúdo evoluiu para outras áreas e trata-se de uma técnica que analisa sobretudo as formas de comunicação verbal, escrita ou não escrita, que se concretizam entre indivíduos, abarcando assim tanto o texto literário como entrevistas ou discursos.

Hoje em dia a análise de conteúdo é uma técnica de investigação muito utilizada em investigação qualitativa. Em termos de definição, a análise de conteúdo é definida por Bardin (1977, p. 48) como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objectivos 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”.

Cole (1988) citado por Elo e Kyngäs (2008) acrescenta que análise de conteúdo é um “método para análise de comunicação de mensagens escritas, verbais ou visuais”. É um método flexível, onde não existem orientações simples para a análise dos dados, o que faz com que seja um desafio para o investigador. Uma das vantagens deste método consiste na utilização de grandes volumes de informação e fontes de dados sejam utilizadas para



confirmar evidências.

Para Bardin (1977), “parece difícil definir a análise de conteúdo a partir do seu território, pois, à primeira vista, tudo o que é comunicação (e até significado) parece suscetível de análise” (p. 33). Como foi sustentado anteriormente, a análise de conteúdo é a única que incide sobre material não estruturado, como entrevistas, artigos de meios de comunicação, documentos históricos ou de cariz sociológico, prestando-se assim a analisar diferentes fontes de conteúdos, que podem tanto ser verbais como não verbais (Silva & Fossá, 2013). Os domínios de aplicação da análise de conteúdo apresentam assim um leque bastante alargado.

A análise de conteúdo tem sido vista por vários autores como uma análise que permite o tratamento de “conteúdo sensível” (Krippendorff, 1980, citado por Elo & Kyngäs, 2008, p.108), e como sendo “flexível quanto ao *design* da pesquisa” (Harwood & Garry, 2003, citados por Elo & Kyngäs, 2008, p.108). Por esta mesma razão, os usos e domínios de aplicação da análise de conteúdo tem incidido em áreas tão variadas como a literatura, a política social (estudos de influência e análise de propaganda), economia (estudos de motivação e funcionamento de grupos), terapêutico (análise de personalidade), representações sociais, e também na área da saúde que, segundo Hsieh & Shannon (2005), é uma área onde a análise de conteúdo tem sido amplamente utilizada. De referir como exemplo os estudos feitos por Graneheim & Lundman (2004) e Elo & Kyngäs (2008), que aplicaram as técnicas e métodos da análise de conteúdo em contextos de estudos de caso em enfermagem. Graneheim & Lundman (2004), por exemplo, recorreram a entrevistas para descrever estratégias de adaptação relacionadas com as tensões diárias da vida de indivíduos com diabetes, e a observação para esclarecer como uma mulher com demência e distúrbios comportamentais atua na relação com a prestadora de cuidados e como esta atua em relação à mulher. Também à área da psicologia educacional se verificou a utilização da análise de conteúdo. Faux recorreu à análise de conteúdo no campo da psicologia educacional, com o objectivo de analisar a forma como os alunos universitários aplicaram o conhecimento adquirido para resolver determinados problemas apresentados através de *case studies* (2000).

A área do marketing também utiliza a análise de conteúdo. Carson e Coviello (1996) abordam a emergência da investigação qualitativa no contexto de pesquisa em marketing e empreendedorismo. Devido às semelhanças entre estas áreas, os modelos e processos de pesquisa apropriados para o marketing podem também ser aplicados e/ou adaptados à área de empreendedorismo e vice-versa. Para este tipo de investigação, a investigação qualitativa pode ser a abordagem mais indicada, particularmente, em termos de estudos longitudinais e transversais, pois tal como referem Hofer e Bygrave (1992) citados por Carson e Coviello (1996), o facto dos processos de empreendedorismo envolverem discontinuidades e processos dinâmicos, o estudo dos mesmos devem ser de carácter longitudinal.

Neste contexto, podemos verificar que a análise de conteúdo é multidisciplinar e nesta edição da Âmbitos temos vários exemplos de estudos em diversas disciplinas que são ilustrativas dos diversos usos e aplicações desta técnica.

REFERÊNCIAS

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

CARSON, D., & Coviello, N.: “Qualitative research issues at the marketing/entrepreneurship interface”. *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 14 (1996)., nº6, pp. 51-58.

ELO, S., & Kyngäs, H.: “The qualitative content analysis process”. *Journal of Advanced Nursing*, vol. 62 (2008), nº1, pp. 107-115.

FAUX, R. B.: “A description of the uses of content analyses and interviews in educational/psychological research”. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, vol. 1 (2000), nº1, pp. 1-9.

GRANEHEIM, U. H., & Lundman, B. (2004).: “Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness”. *Nurse education today*, vol. 24 (2004), nº2, pp. 105-112.

SILVA, A. H., & Fossá, M. I. T.: “Análise de conteúdo: Exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos”. *Qualitas Revista Eletrônica*, vol. 17 (2015), nº1, pp. 1-14.

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.39, edición de invierno, 2017-2018.