

## ANÁLISE DE CONTEÚDO

Muitas vezes os pesquisadores precisam analisar os textos que foram transcritos de uma entrevista. Porém, uma simples leitura não significa que o texto foi analisado. É preciso buscar os significados das expressões, das palavras, do conteúdo do texto. O que está transcrito não necessariamente é o que o entrevistado quis dizer.

Quer dizer que se eu ler e interpretar o texto não quer dizer que eu o analisei? A resposta é sim, mas não com profundidade. Com uma simples leitura (e releitura) você terá analisado o texto, mas não terá analisado o conteúdo dele.

Para se analisar um texto com profundidade é preciso usar de técnicas de análise, sendo a técnica de **Análise de Conteúdo** a mais conhecida e utilizada. O conceito da Análise de conteúdo é *“um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis e em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ extremamente diversificados”* (BARDIN, 2011).

Assim, com a Análise de Conteúdo você poderá saber se sua leitura realmente é válida e poderá enriquecê-la, descobrindo conteúdos e estruturas que demonstrem o propósito das mensagens.

Por sua vez, a Análise de Conteúdo contempla diversas técnicas, sendo a análise temática (ou análise por categorias) a mais antiga e utilizada. Ela consiste no desmembramento do texto em unidades chamadas categorias, segundo reagrupamentos. Os critérios de agrupamento podem ser semânticos, sintáticos, léxicos e expressivos, e tem por objetivo identificar o que um elemento tem em comum com os outros, podendo resultar em subcategorias.

Uma categoria deve ser:

- *Exclusiva*: um elemento deve pertencer a somente uma categoria, não sendo possível inseri-lo em outra categoria;
- *Produtiva*: as categorias devem produzir resultados férteis, como construtos ou eixo central de uma estrutura de significados.

Vamos a um exemplo rápido. Veja o trecho abaixo de uma entrevista transcrita. O pesquisador estava entrevistando um consumidor de carro, que participou de um programa realizado pela montadora Fiat, no qual os consumidores davam idéias para um carro a ser construído. O objetivo do programa era colher ideias para um carro conceito, não necessariamente viável de ser construído - seria carro ideal.

<p><b>Pesquisador:</b> Você pensava muito antes de enviar uma ideia?</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Sim. Eu tive uma ideia maluca que podia colocar uma impressora dentro do carro, porque eu mesmo, diversas vezes estou no meio do trânsito, aqui no Rio o trânsito é maluco, você está no meio da Linha vermelha ou você está indo para uma entrevista de emprego e se esquece de imprimir o currículo, e agora?! Estou no meio de um engarrafamento, não tem para onde fugir, tem hora marcada (...) se tivesse uma impressora dentro do carro ia quebrar galho para caramba. Para o homem moderno, essas facilidades seriam de grande ajuda.</p>
<p><b>Pesquisador:</b> E o programa tinha algum regulamento? Ou seja, alguma explicação de como funcionava para você dar suas idéias?</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Tinha. Muita gente obviamente não lê né, esse tipo de regulamento e tal. Mas estava bem intuitivo, dava para saber bem o que era possível colocar ou não. Se não me engano quando você entrava no site eles já iam explicando algumas coisas, no momento do cadastro. Quando era o feito o cadastro já tinham várias explicações.</p>
<p><b>Pesquisador:</b> Você acha que participantes com profissões mais relacionadas à carro, como engenheiro, designer, tiveram mais facilidade para gerar ideias?</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Não, não necessariamente. Acho que eles têm <i>know how</i> técnico para saber a viabilidade, mas saber o que é melhor ideia ou não, isso pode vir de qualquer pessoa. Vem da necessidade, disparando um <i>insight</i>, mas isso independe de informação. Normalmente eu sempre visitava sites de carro e sempre trabalhei na área desde os meus 16 anos, sempre estava bem envolvido no assunto. Eu faço isso até hoje. Meio que um <i>hobby</i> até.</p>
<p><b>Pesquisador:</b> Eu vi que quem dava mais ideias ganhava pontos. Essa pontuação tornava as pessoas competidoras?</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Aí eu acho que as pessoas que eram mais engajadas conseguiam participar com mais afinco ali do projeto. Na verdade assim, eu acho que a ideia não era fazer um fórum de discussão, a ideia principal da Fiat era coletar ideias boas para algo que fosse viável economicamente, tecnicamente. Então acho que esse objetivo de coletar muitas ideias foi muito bom.</p>
<p><b>Pesquisador:</b> Como você se sente por ter participado desse programa?</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Eu sinto que aprendi. Eu saí do projeto no mínimo vacinado com relação a projetos comunitários. Eu sei como as pessoas reagem, como as pessoas ficam competitivas, como idéias podem surgir de qualquer lugar. O mínimo que aprendi foi isso, que é uma realidade e tem muita coisa interessante para ser aprendida com o público em geral.</p>

Agora vamos identificar categorias no texto. Vamos criar uma coluna à esquerda, assim podemos escrever o nome da categoria nesta nova coluna enquanto grifamos as palavras e expressões que expressem essa categoria.

A identificação de categorias é um trabalho subjetivo do analista. Ele deve ler e reler o texto a fim de encontrar palavras e expressões que possam ser encaixadas em uma mesma

categoria. Diferentes analistas podem identificar diferentes categorias em um mesmo texto (por isso é interessante que textos extensos sejam analisados por dois ou mais analistas para se chegar a um consenso de categorias). Foram identificadas quatro diferentes categorias para o exemplo acima:

- **Fonte das idéias:** categoria que ilustra as origens das idéias enviadas pelos entrevistados.
- **Perfil dos participantes:** categoria que ilustra hábitos, descrições e comportamentos dos entrevistados.
- **Objetivo do programa:** categoria que ilustra como o entrevistado percebeu o objetivo do programa. Interessante de identificar, para saber se o objetivo foi bem assimilado pelos participantes.
- **Conseqüências do programa:** resultados percebidos pelo participante ao final de sua participação.

	<b>Pesquisador:</b> Você pensava muito antes de enviar uma idéia?
<b>Fonte das ideias</b>  <b>Perfil dos participantes</b>	<b>Entrevistado:</b> Sim. Eu tive uma ideia maluca que podia colocar uma impressora dentro do carro, porque eu mesmo, <b>diversas vezes estou no meio do trânsito</b> , aqui no Rio o trânsito é maluco, você está no meio da Linha vermelha ou você está indo para uma entrevista de emprego e esqueci de imprimir o currículo, e agora? Estou no meio de um engarrafamento, não tem para onde fugir, tem hora marcada... se tivesse uma impressora dentro do carro ia quebrar galho para caramba. Para o <b>homem moderno</b> , essas facilidades seriam de grande ajuda.
	<b>Pesquisador:</b> E o programa tinha algum regulamento? Digo, alguma explicação de como funcionava para você dar suas idéias?
<b>Perfil dos participantes</b>	<b>Entrevistado:</b> Tinha. <b>Muita gente obviamente não lê né, esse tipo de regulamento e tal.</b> Mas estava bem intuitivo, dava para saber bem o que era possível colocar ou não. Se não me engano quando você entrava no site eles já iam explicando algumas coisas, no momento do cadastro. Quando era o feito o cadastro já tinham várias explicações.
	<b>Pesquisador:</b> Você acha que participantes com profissões mais relacionadas à carro, como engenheiro, designer, tiveram mais facilidade para gerar ideias?
<b>Perfil dos participantes</b>  <b>Fonte das idéias</b>	<b>Entrevistado:</b> Não, não necessariamente. Acho que eles <b>tem knowhow técnico para saber a viabilidade</b> , mas saber o que é melhor ideia ou não, isso <b>pode vir de qualquer pessoa. Vem da necessidade, disparando um insight</b> , mas isso independe de informação. Normalmente eu sempre visitava <b>sites de carro</b> e sempre trabalhei na área desde os meus 16 anos, sempre estava bem envolvido no assunto. <b>Eu faço isso até hoje. Meio que um hobby até.</b>

	<b>Pesquisador:</b> eu vi que quem dava mais idéias ganhava pontos. Essa pontuação tornava as pessoas competidoras?
<b>Perfil dos participantes</b> <b>Objetivo do programa</b>	<b>Entrevistado:</b> Aí eu acho que as pessoas que <b>eram mais engajadas elas conseguiam participar com mais afinco</b> ali do projeto. Na verdade assim, eu acho que a ideia não era fazer um fórum de discussão, <b>a ideia principal da Fiat era coletar ideias boas para algo que fosse viável economicamente, tecnicamente.</b> Então acho que <b>esse objetivo de coletar muitas ideias foi muito bom.</b>
	<b>Pesquisador:</b> Como você se sente por ter participado desse programa?
<b>Conseqüências do programa</b> <b>Perfil dos participantes</b> <b>Fonte das idéias</b>	<b>Entrevistado:</b> <b>Eu sinto que aprendi. Eu saí do projeto no mínimo vacinado com relação a projetos comunitários.</b> Eu sei como as pessoas reagem, como as <b>pessoas ficam competitivas, como idéias podem surgir de qualquer lugar.</b> O mínimo que aprendi foi isso, que é uma realidade e tem muita coisa interessante para ser aprendida com o público em geral.

Atenção: importante verificar se as regras de exclusividade e produtividade foram cumpridas. Nesse caso, percebemos que sim, pois:

- Os elementos destacados no texto podem pertencer somente a uma das quatro categorias identificadas. Por exemplo, não faria sentido classificar uma expressão destacada em “fonte de ideias” na categoria “perfil dos participantes” - EXCLUSIVIDADE
- As categorias forneceram novos insights, como, por exemplo, para quem deve ser comunicado um programa como esse (perfil dos participantes) ou tipos de inspirações que a empresa pode entregar a fim de o participante gerar mais ideias (sites de carro, situações do dia-a-dia) - PRODUTIVIDADE

Portanto, a partir da categorização, podemos escrever a seguinte Análise do Conteúdo do texto:

Foram identificadas várias fontes de ideias que os consumidores podem utilizar ao participar de um programa como esse. Podem surgir ideias em situações improváveis como no meio do trânsito (atrelada a uma necessidade), ao visitar sites de carro e podem vir de qualquer pessoa. Excertos da entrevista: *“diversas vezes estou no meio do trânsito”, “pode vir de qualquer pessoa.”, “Vem da necessidade, disparando um insight”, “sites de carro”, “ideias podem surgir de qualquer lugar”.*

Também se pode traçar um tipo de perfil das pessoas que participaram do programa. São pessoas modernas, algo avessas a ler regulamentos que preferem usar ferramentas de forma intuitiva, pessoas com ou sem Know How técnico (pessoas com Know How contribuiriam com ideias mais viáveis de serem implementadas), que estão inseridas no assunto “carro”, e são algumas vezes competitivas. Excertos: *“homem moderno”, “muita gente obviamente não lê né, esse tipo de regulamento”, “tem know how técnico para saber a viabilidade”, “Eu faço isso até hoje. Meio que*

*um hobby até”, “mais engajadas elas conseguiam participar com mais afinco”, “as pessoas ficam competitivas”.*

Quanto ao objetivo do programa, que era gerar ideias para um carro conceito, não necessariamente viável de ser construído, percebeu-se que o participante teve uma percepção equivocada do projeto, tentando criar um carro viável economicamente. Excertos: *“a ideia principal da fiat era coletar ideias boas para algo que fosse viável economicamente, tecnicamente. Então acho que esse objetivo de coletar muitas ideias foi muito bom”*

Por fim, foi identificado que o participante terminou o programa com uma sensação de aprendizado. No entanto, o uso de uma metáfora (vacinado) pode significar que ficou um pouco desapontado com os resultados. Excerto: *“Eu sinto que aprendi. Eu saí do projeto no mínimo vacinado com relação a projetos comunitários”.*