

ANÁLISE DE CONTEÚDO: FAZEMOS O QUE DIZEMOS? UM LEVANTAMENTO DE ESTUDOS QUE DIZEM ADOTAR A TÉCNICA

Andressa Hennig Silva

Doutoranda em Administração (PPGA/UFSM)
Docente Assistente na Fundação Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA),
ahs.andressa@gmail.com

Daniele Estivaleta Cunha

Universidade Federal de Santa Maria – UFSM
daniele.estivaleta@gmail.com

Eliana Gasparly

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM
Especialista em Gestão de Pessoas e Bacharel em Administração pela Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC.
Gestora de Projetos no SEBRAE/RS
elianagasparly@yahoo.com.br

Gilnei Luiz de Moura

Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria
Mestrado em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina
Doutorado em Administração pela Escola de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.
Professor Associado da Universidade Federal de Santa Maria
mr.gmoura.ufsm@gmail.com

Kristina Kielling Figueira

Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria
Mestrado pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFSM) - Santa Maria.
kristinakielling@gmail.com

Tatiane de Andrade Neves Hörbe

Graduação em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria
Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA/UFSM.
Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA/UFSM.
tatianehorbe@gmail.com

RESUMO

Este estudo apresenta um levantamento de pesquisas que empregam a técnica, análise de conteúdo, publicadas nos anais dos eventos da ANPAD. Analisou-se, como a técnica proposta por Bardin (1977) foi empregada, uma vez que, compreende as fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados. Investigar a produção científica de uma área, através da bibliometria não é uma proposta nova, entretanto, especificamente sobre o objeto deste estudo, não foi encontrado nenhum estudo. A análise dos 31 artigos selecionados evidencia que grande parte dos estudos que dizem empregar a técnica não esclarecem sua operacionalização, prejudicando assim, a credibilidade da análise de conteúdo, enquanto método de análise de dados qualitativos.

Palavras-chave: Análise de conteúdo. Categorias de análise. Bardin.

1. INTRODUÇÃO

A hegemonia dos estudos quantitativos no campo da administração, que empregam na análise dos dados estatística descritiva e multivariada, teste de hipóteses entre outros, vem sendo questionada e faz crescer, mesmo que timidamente, os estudos qualitativos, que, em sua maioria, adotam a técnica de análise de conteúdo com o intuito de analisar os dados coletados (DELLAGNELO; SILVA, 2005).

A análise de conteúdo consiste em uma técnica de análise de dados popularizada por Laurence Bardin (1977), por meio da obra *L'analyse de contenu*, a qual é definida como um método empírico. Triviños (1987) aponta que esta obra teve grande impacto no Brasil e, desde então, tem sido amplamente aplicada, e também criticada, ainda suscitando questionamentos e controvérsias na academia. A evolução da técnica, caracterizada por períodos oscilantes de aceitação e negação, provocou questionamentos e contradições, que com o passar do tempo contribuiu com o aperfeiçoamento da técnica. Segundo Bardin (2011, p.15), “a análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplica a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Sendo assim, para Bardin (2009), a análise de conteúdo, configura-se como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que faz uso de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

A técnica é empregada na investigação psicossociológica, nos estudos das comunicações de massas, entre outros. Para a autora supracitada, o livro pode ser utilizado como um manual metodológico a ser adotado por psicólogos, sociólogos, linguistas, ou qualquer outra especialidade ou campo de estudo. Análise de conteúdo, como, um conjunto de técnicas, com o passar dos anos, passou por reformulações desde as primeiras propostas da análise clássica (KRIPPENDORFF, 1980). Uma vez que, a análise contemporânea, sofre as influências tecnológicas pelo uso de softwares computacionais, que tem o intuito de substituir a análise manual.

Mesmo que o foco deste ensaio teórico seja a análise de conteúdo, não se afirma que esta se constitui como a técnica de análise de dados mais oportuna e favorável, mas, que se configura como uma técnica de uso, cada vez mais frequente e legitimada principalmente nos estudos qualitativos no campo da administração (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). E a importância de verificar como a técnica está sendo empregada, justifica-se, uma vez que, o rigor metodológico é o que confere

validade a um estudo. Minayo (2000), ressalta a importância de transpor o nível do senso comum e subjetivismo na interpretação dos dados.

A questão de pesquisa, que este estudo pretende responder, consiste em verificar: *Como está sendo empregada a técnica de análise de dados, análise de conteúdo, nos estudos do campo da administração ao longo dos últimos anos?* Este trabalho apresenta um levantamento das pesquisas que adotam a técnica análise de conteúdo publicadas nos anais dos eventos da ANPAD -Associação Nacional de Pesquisa em Administração. Para tanto, analisou-se como a análise de conteúdo, proposta por Bardin (1977) foi empregada nestas publicações, uma vez que, a técnica compreende 3 fases, a saber: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A bibliometria tem como objetivo analisar a produção científica existente em livros, artigos publicados em anais de eventos, documentos e periódicos (VANTI, 2002). Investigar a produção científica de uma área, um determinado assunto ou até mesmo técnicas de tratamento dos dados coletados através da bibliometria não é uma proposta nova, é muitas vezes o ponto de partida para o estado da arte da temática em questão. Entretanto, especificamente sobre o objeto deste estudo, a técnica de tratamento dos dados, análise de conteúdo, não foi encontrado nenhum estudo empírico sobre a verificação de sua aplicação.

Sendo assim, a revisão bibliométrica permitirá traçar um panorama sobre a utilização da técnica nas pesquisas em administração no Brasil, uma vez que a ANPAD, é referência no país em pesquisas publicadas no campo da administração. A escolha de investigar os eventos científicos se justifica, uma vez que, estes representam um espaço aberto para o debate, divulgação e exposição de pesquisas, junto ao público conhecedor de teorias, métodos e técnicas de pesquisa em determinada(s) área(s).

Além do resumo e da introdução, o artigo está organizado de acordo com a seguinte sequência: referencial teórico, abordando o conceito e os procedimentos da análise de conteúdo; procedimentos metodológicos; apresentação e discussão dos resultados; considerações finais e referências.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A TÉCNICA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Bardin (1979) infere que a análise de conteúdo abarca as iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens, com o intuito de realizar deduções lógicas e justificadas a respeito da origem das mensagens. A proposta de Bardin (2006) constitui-se de algumas etapas para a consecução da análise de conteúdo, organizadas em três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

A primeira etapa, denominada pré-análise, é a fase que compreende a organização do material a ser analisado com vistas a torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais. Compreende a realização de quatro processos: (i) a leitura flutuante (estabelecer os documentos de coleta de dados, o pesquisador toma conhecimento do texto, transcreve entrevistas); (ii) escolha dos documentos (seleção do que será analisado); (iii) formulação de hipóteses e objetivos (afirmações provisórias, que o pesquisador se propõe a verificar); (iv) elaboração de indicadores (através de recortes de textos nos documentos analisados, os temas que mais se repetem podem constituir os índices). Nesta fase, é importante que se atente aos seguintes critérios na seleção dos documentos (BARDIN, 2006):

- Exaustividade: atentar para esgotar a totalidade da comunicação;
- Representatividade: os documentos selecionados devem conter informações que representem o universo a ser pesquisado;
- Homogeneidade: os dados devem referir-se ao mesmo tema;
- Pertinência: os documentos precisam ser condizentes aos objetivos da pesquisa.

Exploração do material é a segunda etapa, diz respeito a codificação do material e na definição de categorias de análise (rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos, sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos) e a identificação das unidades de registro (corresponde ao segmento de conteúdo, temas, palavras ou frases) e das unidades de contexto nos documentos (unidade de compreensão para codificar a unidade de registro que corresponde ao segmento da mensagem). Esta etapa é de suma importância, pois irá possibilitar o incremento das interpretações e inferência. Sendo assim, a codificação, a classificação e a categorização são básicas nesta fase (BARDIN, 2006). Na construção das categorias, o pesquisador deve-se ater ao

critério exclusividade, a fim de que um elemento não seja classificado em mais de uma categoria.

A terceira e última etapa consiste no tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Nesta etapa ocorre a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica (BARDIN, 2006).

É importante ressaltar que outros autores propõem fases semelhantes as propostas por Bardin, com apenas algumas particularidades de nomenclatura que não alteram o processo em si. Para ilustrar cita-se Flick (2000), que com base em Mayring (1983), propõe os seguintes passos para a análise de conteúdo: síntese da análise de conteúdo; análise explicativa de conteúdo e por fim, a análise estruturadora de conteúdo. Neste estudo optamos por referenciar Bardin, em função de ser o autor mais referenciado na área da administração (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

3. MÉTODO DE TRABALHO

A bibliometria, método escolhido para a execução deste estudo, surgiu devido à necessidade de estudar e analisar as atividades de produção e comunicação científica. Araújo (2006) aponta que bibliometria é a técnica quantitativa que serve para medir os índices de produção e disseminação do conhecimento científico.

A revisão bibliométrica foi eleita para esta pesquisa, por ser o método que melhor responde o problema de pesquisa proposto: *Como está sendo empregada a técnica de análise de dados, análise de conteúdo, nos estudos do campo da administração ao longo dos últimos anos?* A fim de responder o problema de pesquisa, recorreu-se ao banco de dados dos artigos provenientes anais dos eventos promovidos pela ANPAD. A opção por esses anais de congressos se deu, em função de serem considerados os veículos brasileiros mais representativos da produção e publicação científica na área da administração.

A estratégia utilizada, para a realização da revisão bibliométrica sobre análise de conteúdo, empregou a seguinte sequência de passos:

1º Passo- Seleção do banco de dados. Optou-se pelos anais dos eventos da ANPAD, pois a intenção da revisão é identificar como a técnica, análise de conteúdo, esta sendo utilizada no campo da administração no Brasil.

2º Passo- Definição das palavras-chave para a pesquisa e *download* dos artigos. As palavras-chaves utilizadas foram: “análise de conteúdo”; “categorias”; “categorias de análise”; “análise”; “análise categorial”; “análise léxica” e “Bardin”.

3º Passo- Análise dos artigos. Os artigos selecionados através das palavras-chaves foram lidos e analisados, a fim de, verificar a forma de aplicação da técnica.

O processo de identificação e seleção de artigos resultou em uma relação de 34 artigos, entretanto, os 03 resultados da palavra-chave “categorias de análise”, já haviam sido encontrados na busca de outras palavras-chaves, sendo assim o corpus de análise é composto por 31 artigos. O quadro 01 ilustra os resultados obtidos através da busca das palavras-chaves, identificados pelo evento no qual foi publicado, ano de publicação e o número de artigos publicados em tais eventos. Cabe salientar que as palavras: “análise categorial”, “análise léxica” e “Bardin”, não apresentaram nenhum resultado, e que, a palavra “análise” apresentou 1.469 resultados, por identificar que a referida palavra apresentou resultados muito abrangentes, optou-se por excluir esses resultados do corpus de análise.

Apresenta-se a distribuição do corpus de análise, ou seja, a totalidade de artigos a serem analisados nesta seção, no quadro 01. O referido quadro, também possibilitou realizar um mapeamento dos eventos que mais publicaram e também o ano de sua publicação, a saber:

QUADRO 01- PERFIL DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Evento	Ano	Número de artigos publicados
3 Es (Encontro de Estudos em Estratégia)	2005	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	1998	02
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2002	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2003	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2005	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2006	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2007	04
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2008	06
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2009	01
EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2010	03

EnANPAD (Encontro da ANPAD)	2012	02
ENEO (Encontro da Divisão de Estudos Organizacionais da ANPAD)	2008	03
EnGPR (Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho)	2007	01
EMA (Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD)	2008	01
EMA (Encontro da Divisão de Marketing da ANPAD)	2010	01
Simpósio (Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD)	2010	01
Simpósio (Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica da ANPAD)	2012	01

Fonte: (elaborado pelos autores)

Observando o quadro 01, percebe que o evento que mais apresenta publicações abrangendo a técnica análise de conteúdo é o **Encontro da ANPAD (EnANPAD)**, totalizando 22 publicações no período de 1998 à 2012, seguido pelo Encontro da Divisão de Estudos Organizacionais da ANPAD (ENEO), com 03 publicações no ano de 2008. Os eventos: EMA e Simpósio, totalizam 02 artigos cada, durante o período de 2008 à 2012. O evento 3 Es, assim como, o EnGPR, apresentaram apenas um artigo nos anos de 2005 e 2007 respectivamente. Cabe salientar que a sessão seguinte compreende a análise dos artigos selecionados, e apenas após esta análise poder-se-á indicar quais as publicações que utilizaram os preceitos da técnica.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 PERFIL DOS RESULTADOS

Como já referido anteriormente, o corpus de análise deste estudo está constituído de 31 artigos publicados, distribuídos em seis diferentes eventos promovidos pela ANDAP. Com vistas a apresentar os resultados encontrados na busca por artigos que em seu corpo fizessem menção aos termos “análise de conteúdo” e “categorias”, o quadro 02 foi elaborado. Este quadro é composto pelo termo de busca, o título da publicação a ser analisada, bem como o evento e o ano em que foi publicado.

QUADRO 02- RESULTADO DA PESQUISA POR TERMO

Termo	Título artigo	Evento/ano
Análise de conteúdo	1. Comparação de Anúncios BTB e BTC. Um Estudo Exploratório com Uso da Análise de Conteúdo.	EnANPAD/2007
	2. A Análise de Conteúdo aplicada aos Parágrafos de 'Ênfase' e de 'Informação Relevante' dos Pareceres da Auditoria Independente emitidos para as empresas do Setor Elétrico	EnANPAD/2007
	3. Informação e emoção na propaganda: uma análise de conteúdo na Internet no Brasil	EMA/2008
	4. Propaganda na Internet: uma Análise de Conteúdo das Estratégias e Estruturas de Execução de Mensagens no Brasil	EnANPAD/2008
	5. O Capital Intangível em Empresas de Alta Tecnologia: Uma Análise de Conteúdo em Relatórios de Empresas Listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa)	Simpósio/2010
	6. A Minoria Modelo Uma Análise de Conteúdo das Representações de Orientais em Propagandas de Mídia Impressa no Brasil	EnANPAD/2012
	7. Pesquisa em Contabilidade, Teoria Institucional e Análise de Conteúdo – Interfaces e Sinergias	EnANPAD/2010
	8. Propaganda de Artigos de Luxo e não de Luxo: uma Análise de Conteúdo Comparativa	EnANPAD/2006
	9. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios	EnANPAD/2010
	10. Análise de Conteúdo das Estratégias nos Relatórios da Administração de Companhias Abertas	3 Es/2005
Categorias	1. Tamanho do Conjunto de Consideração: um Estudo Comparativo entre Três Categorias de Serviços	EnANPAD/2002
	2. A Definição de Categorias Para o Estudo de Comportamentos Proativos na Recuperação de Informações	EnANPAD/1998
	3. O Conteúdo da Estratégia de Produção: As Categorias de Decisão da Função Produção e a Construção de Edificações	EnANPAD/1998
	4. Gestão por Competências e Ganho Social para o Trabalhador: Categorias de Análise	EnGPR/2007
	5. Pesquisas de Clima Organizacional: O Uso de Categorias na Construção Metodológica e Análise de Resultados	EnANPAD/2007
	6. O Conhecimento do Consumidor sobre Preços: Um Exame de Produtos de Oito Categorias de Bens Duráveis	EnANPAD/2007
	7. Categorias Marxianas e Frankfurteanas para o Poder Simbólico como Poder Real	EnEO/2008
	8. Categorias Frankfurteanas para uma Tipologia da Violência nas Organizações	EnEO/2008
	9. Aprendizagem Organizacional: uma análise sobre o debate e a escolha de categorias para estudos de caso	EnEO/2008
	10. Pensando categorias de análise para o exercício da prática da Autogestão	EnANPAD/2008
	11. Motivação na Aprendizagem Organizacional: Construindo as Categorias Afetiva, Cognitiva e Social	EnANPAD/2008
	12. Categorias de exercício do poder em organizações coletivistas de trabalho	EnANPAD/2008
	13. Gestão de Competências: da Experiência Organizacional à Proposta Setorial e/ou por Categorias Profissionais – Um Estudo de Modelos no Brasil	EnANPAD/2008
	14. Ação, Devoção e Desilusão: Incluindo as Categorias Cultura e Tempo na Análise da Função Gerencial	EnANPAD/2008
	15. Categorias de assédio moral no ambiente organizacional: uma proposta de análise	EnANPAD/2009
	16. Proposta de Gerenciamento por Categorias no Pequeno Varejo: Do Planejamento à Virada de Loja	EMA/2010
	17. É possível ser mais feliz consumindo as mesmas coisas? A Influência de Diferentes Percepções de Categorias	EnANPAD/2012

	Mercadológicas na Saturação do Consumo de Alimentos	
	18. Sistemas Setoriais de Inovações Sustentáveis: categorias de análise, tipologias e medidas de mensuração	Simpósio/2012
	19. Logística reversa: categorias e práticas empresariais em programas implementados no Brasil – um ensaio de categorização	EnANPAD/2005
	20. Iniciativas de Implementação de Gerenciamento de Categorias nas Operações de Varejo Alimentar no Brasil: um Estudo de Casos	EnANPAD/2003
	21. As Categorias Identitárias que (Re)Produzem Discriminações: Estudo da Discriminação Exercida por Gays	EnANPAD/2010
Categorias de análise	1. Gestão por Competências e Ganho Social para o Trabalhador: Categorias de Análise	EnGPR/2007
	2. Pensando categorias de análise para o exercício da prática da Autogestão	EnANPAD/2008
	03. Sistemas Setoriais de Inovações Sustentáveis: categorias de análise, tipologias e medidas de mensuração	Simpósio/2012

Fonte: elaborado pelos autores

O quadro 02 evidencia a totalidade de publicações encontradas, que serão analisadas nas próximas sessões. Cabe ressaltar que o termo “análise de conteúdo” totalizou 10 artigos; “categorias” 21 artigos e o termo “categorias de análise” apresentou 03 artigos, sendo que estes já estavam contabilizados quando na busca do termo “categorias”, portanto, foram excluídos da análise. Sendo assim os 31 estudos, divididos entre as palavras-chave: análise de conteúdo e categorias, serão analisados a seguir.

4.2 ANÁLISE DOS ARTIGOS: “ANÁLISE DE CONTEÚDO”

Após a seleção dos artigos que apresentam o termo análise de conteúdo em seu título, resumo ou até mesmo no corpo do texto, averiguou-se, em cada um deles a forma de tratamento da referida análise. O quadro 03, apresenta o título e uma breve análise do artigo, indicando seu propósito e a forma de tratamento da análise de conteúdo em cada publicação.

QUADRO 03- ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES- ANÁLISE DE CONTEÚDO

Título artigo	Análise do artigo
1. Comparação de Anúncios BTB e BTC. Um Estudo Exploratório com Uso da Análise de Conteúdo.	A pesquisa foi realizada com o grupo de 34 funcionários da empresa RBS TV Chapecó. Os autores utilizaram o grupo de foco, para a coleta de dados e para o tratamento dos dados a técnica de análise de conteúdo. Entretanto, não mencionam como ocorreu a aplicação da técnica, e, na apresentação dos dados, realizam apenas, um relato do grupo de foco.
2. A Análise de Conteúdo aplicada aos Parágrafos de ‘Ênfase’ e de ‘Informação Relevante’ dos	A pesquisa compreende uma amostra de 138 companhias, das quais foram extraídos 136 pareceres de auditoria, os quais se constituem nos instrumentos de pesquisa. Os autores referenciam que para o tratamento dos dados utilizaram a análise de conteúdo proposta por Bardin (1994), considerando que as unidades de análise são os

Pareceres da Auditoria Independente emitidos para as empresas do Setor Elétrico	parágrafos dos pareceres classificados como: Ênfase (informações prestadas com incerteza em relação a fato relevante) ou Informações Relevantes (informações prestadas em relação a fato relevante, sem que se tenha incerteza sobre o fato). De acordo com os autores, é aplicada a forma de análise que trata as unidades por tema (análise temática), mas não expressam claramente a forma de condução da técnica.
3. Informação e emoção na propaganda: uma análise de conteúdo na Internet no Brasil	A população-alvo da pesquisa foi constituída por todas as propagandas veiculadas em web sites brasileiros dentre os mais visitados segundo o site "IBest". Para analisar os dados coletados, os autores citam a análise de conteúdo segundo Acevedo et al (2006), amparado em estudos apresentados por Berelson (1952), Karsarjian (1977) e Kolbe e Burnett (1991), afirmando que a análise objetiva de um conteúdo deve ser realizada através da criação de categorias analíticas e que compreendem diversos passos que o pesquisador deve percorrer. No decorrer do texto, explicam como empregaram cada uma dos passos anteriormente citados.
4. Propaganda na Internet: uma Análise de Conteúdo das Estratégias e Estruturas de Execução de Mensagens no Brasil	Realizou-se análise de conteúdo numa amostra de 156 anúncios, veiculados em seis categorias de sites mais visitados. A amostragem por conveniência foi submetida à análise de conteúdo com a utilização de um instrumento de codificação elaborado com base nos conceitos de Clow e Baack (2001). Os dados foram analisados com a utilização de distribuições de frequências, estatísticas descritivas e tabulações cruzadas. O instrumento de coleta de dados foi desenvolvido por quatro duplas de codificadores - mestrandos na área de marketing - e foi dividido em três partes de acordo com a categoria de análise: (1) categorias gerais; (2) categorias de estratégia e (3) categorias de estrutura de execução, conforme modelo de Clow e Baack (2001). Entretanto, os autores mostram máximo interesse na quantificação dos resultados encontrados, não explicitando a forma de utilização da análise de conteúdo
5. O Capital Intangível em Empresas de Alta Tecnologia: Uma Análise de Conteúdo em Relatórios de Empresas Listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa)	O estudo objetivou verificar qual a frequência e o tipo de divulgação e em quais setores e empresas do segmento de alta tecnologia listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) mais divulgam informação sobre itens de Capital Intelectual (CI). Para o alcance do objetivo realizou-se uma pesquisa do tipo análise de conteúdo onde se analisou, com abordagem qualitativa, os 57 relatórios financeiros coletados no sitio da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Os autores citam Gibbs (2008), para referenciar a categorização, e fazem uso de cinco categorias de CI segundo García-Meca e Martinez (2007) e Arvidsson (2003). Após a verificação das categorias predeterminadas, contabilizam sua frequência nos relatórios. Sendo assim, parecem não aplicar a técnica análise de conteúdo na íntegra.
6. A Minoria Modelo Uma Análise de Conteúdo das Representações de Orientais em Propagandas de Mídia Impressa no Brasil	Os autores relatam que o objetivo do estudo consiste em analisar de que forma orientais são representados em peças publicitárias em revistas no Brasil, avaliando se tais retratos reforçam ou negam o estereótipo de "Model Minority" atribuído ao grupo, apontado em pesquisas anteriores. Afirmando que através da metodologia de pesquisa quantitativa denominada "análise de conteúdo", foram analisadas 200 propagandas veiculadas em quatro publicações de temática distinta. Os autores afirmam ter replicado a abordagem metodológica utilizada no artigo de Taylor e Lee (1994) e Taylor, Landreth e Bang (2005), conhecida como análise de conteúdo. Entretanto não esclarecem como operacionalizaram a análise de conteúdo.
7. Pesquisa em Contabilidade, Teoria Institucional e Análise de Conteúdo – Interfaces e Sinergias	O principal objetivo deste trabalho foi evidenciar desenvolvimentos teórico-metodológicos que as técnicas de Análise de Conteúdo podem trazer para a pesquisa contábil realizada com o auxílio da Teoria Institucional. Para tal, construiu-se como uma pesquisa bibliográfica. Este estudo não teve como objetivo a aplicação da técnica.
8. Propaganda de Artigos de Luxo e não	O objetivo desta pesquisa foi comparar a propaganda de produtos de luxo e não luxo, o método foi a análise de conteúdo quantitativa indireta.

de Luxo: uma Análise de Conteúdo Comparativa	Segundo George (in: GRAWITZ, 1976, pág. 592, citado por FREITAS <i>et al.</i> , 1996), tal método busca identificar a frequência de temas, palavras ou símbolos numa comunicação. Foi utilizado o pacote estatístico SPSS para a análise dos dados por meio de distribuições de frequências, tabulações cruzadas e testes de qui-quadrado. Os autores apresentam os resultados estatísticos em forma de tabelas, e não deixam claro como utilizaram a análise de conteúdo.
9. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios	O ensaio teórico tem como objetivo realizar uma análise a respeito da técnica análise de conteúdo nas pesquisas em administração. O estudo analisa criticamente as controvérsias e as potencialidades da técnica nas pesquisas qualitativas em administração. O estudo não teve a intenção de aplicá-la.
10. Análise de Conteúdo das Estratégias nos Relatórios da Administração de Companhias Abertas	Este artigo objetiva demonstrar a relação do conteúdo reportado nos Relatórios de Administração de companhias abertas, referente às estratégias das empresas, com a aplicação e captação de recursos financeiros próprios, de terceiros e de acionistas, evidenciados na Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos. Como população alvo para o estudo foram consideradas as 500 Maiores e Melhores Empresas do Brasil (2004). Os autores referenciam Bardin (1977) e Richardson (1999), afirmando o uso da análise de conteúdo, entretanto, logo a seguir inferem a utilização da análise descritiva, tendo como suporte ferramental estatístico o <i>software Estatística</i> 6.0, para análise das variáveis.

Fonte: elaborado pelos autores

Após a análise das publicações, pode-se observar que do total de 10 estudos, apenas 01 explicita e demonstra a aplicação da técnica, sendo este o artigo de número 03. Dois destes estudos, não tinham a intenção de aplicar a técnica, mas sim, de relatar as potencialidades de seu uso, bem como discutir a aplicação desta nos estudos organizacionais, são os artigos de número 07 e 09. A maioria das publicações que dizem fazer uso da técnica, na verdade, não a explicitam com clareza ou parecem não ter aplicado na íntegra conforme Bardin (1977), ou até mesmo, outros autores que escrevem sobre análise de conteúdo. Esta constatação é preocupante, uma vez que, à medida que não existe rigor na fase da análise dos dados coletados de um estudo, este pode perder credibilidade. E a falta de credibilidade nos estudos, faz com que o método de análise também perca sua legitimidade ao longo do tempo, sendo então prejudicial aos pesquisadores que se valem dessa estratégia para analisar os dados de suas pesquisas.

4.3 ANÁLISE DOS ARTIGOS: “CATEGORIAS”

Nesta sessão as publicações advindas através do termo categorias, serão analisadas, a fim de, verificar se os estudos que carregam este termo seja em seu título, resumo ou no corpo do texto, aplicam ou fazem menção a técnica análise de conteúdo. A opção pelo termo categorias se dá em função de que Bardin (1977),

afirma que a análise se concretiza na medida em que o autor estabelece categorias de análise para então nestas categorias discorrer sobre os dados. Dessa forma, o quadro 04 explicita o título e a análise do referido artigo.

QUADRO 04- ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PALAVRA-CHAVE- CATEGORIAS

Título artigo	Análise do artigo
1. Tamanho do Conjunto de Consideração: um Estudo Comparativo entre Três Categorias de Serviços	Este artigo foi excluído da análise, pois ao realizar <i>download</i> , o arquivo aparece com o seguinte título-Avaliação dos Enunciados da Escala MARKOR: Um Estudo Longitudinal.
2. A Definição de Categorias Para o Estudo de Comportamentos Proativos na Recuperação de Informações	Este estudo explora o relacionamento existente entre as características técnicas de um projeto de sistema de informação e apoio à decisão e os comportamentos dos usuários no seu uso. O objetivo desse trabalho é identificar características de sistema que possibilitem condições para a pro atividade dos usuários. O método de análise dos dados foi baseado na modelagem dos dados qualitativos (Pozzebon & Freitas, 1998). Assim, o estudo não teve a intenção de aplicar a técnica.
3. O Conteúdo da Estratégia de Produção: As Categorias de Decisão da Função Produção e a Construção de Edificações	Segundo os autores, este artigo foi desenvolvido com o intuito de suscitar a discussão das questões estratégicas inerentes à produção neste setor industrial. A fim de minimizar a subjetividade e facilitando a análise dos dados, as entrevistas foram analisadas através da construção de uma <i>unordered meta-matrix</i> (Miles & Huberman, 1984). Esta matriz tem a função de agrupar os dados por questionamento e por entrevistado e facilitar a análise dos mesmos. Portanto, este estudo não se propõe a faz uso da análise de conteúdo.
4. Gestão por Competências e Ganho Social para o Trabalhador: Categorias de Análise	Este trabalho propõe a construção de categorias de análise para aferição de possíveis ganhos sociais dos trabalhadores atuantes em organizações que adotam o sistema de gestão por competências. Adota-se, para fins deste estudo, a proposta de Minayo (1992, 2001) de interpretação qualitativa de dados. Esta pesquisa não menciona a análise de conteúdo como forma de analisar os dados coletados.
5. Pesquisas de Clima Organizacional: O Uso de Categorias na Construção Metodológica e Análise de Resultados	O objetivo do artigo é discutir a importância da categorização, apresentando os principais resultados de um levantamento, que envolveu 504 empresas que atuam no mercado brasileiro e 121.218 respondentes. As categorias da pesquisa (<i>identidade; satisfação e motivação; aprendizado e desenvolvimento, e liderança</i>) foram elaboradas partindo-se do pressuposto de que as pessoas vivem experiências decorrentes de suas relações no ambiente de trabalho. Os autores não explicitam a forma com que definiram essas categorias e também não mencionam a análise de conteúdo como estratégia de análise dos dados.
6. O Conhecimento do Consumidor sobre Preços: Um Exame de Produtos de Oito Categorias de Bens Duráveis	O objetivo do artigo foi descrever a variação do Conhecimento do Consumidor sobre Preços entre produtos de distintas categorias de bens duráveis e averiguar relações entre ele e, como determinantes, Envolvimento com a Categoria de Produto, Exposição à Propaganda e Uso da Relação Preço-Qualidade. Para a análise dos dados, aplicaram-se testes do Qui-quadrado e análises de regressão múltipla. O estudo também não tem a intenção do uso da análise de conteúdo.
7. Categorias Marxianas e Frankfurteanas para o Poder Simbólico como Poder Real	O objetivo do artigo é resgatar as categorias marxianas “reificação”, “alienação” e “falsa consciência” e as frankfurteanas “unidimensionalização” e “falsas identificação e

	<p>projeção” que são profundamente relevantes para uma compreensão da condição do homem na atualidade. Os autores não se referem a análise de conteúdo neste estudo.</p>
<p>8. Categorias Frankfurteanas para uma Tipologia da Violência nas Organizações</p>	<p>O presente ensaio teórico objetiva apresentar as diversas caracterizações da temática “violência nas organizações” e como esta se naturaliza e banaliza no cotidiano do ambiente de trabalho. Neste artigo, a análise de conteúdo não foi citada.</p>
<p>9. Aprendizagem Organizacional: uma análise sobre o debate e a escolha de categorias para estudos de caso</p>	<p>O artigo tem por base pesquisa teórica, sobre processos de aprendizagem organizacional em entidades ligadas ao movimento sindical brasileiro para apresentar as possibilidades de se elaborar categorias teóricas para uso em investigações nas organizações. Os autores não fazem menção a análise de conteúdo .</p>
<p>10. Pensando categorias de análise para o exercício da prática da Autogestão</p>	<p>O estudo objetivou analisar as práticas de gestão e o exercício dos princípios da economia solidária e da autogestão. As categorias foram inicialmente conceituadas, com base em referencial teórico específico e posteriormente, baseando-se em entrevistas semi-estruturadas, observação participante e análise documental, foram analisadas. A análise de conteúdo não fez parte deste estudo.</p>
<p>11. Motivação na Aprendizagem Organizacional: Construindo as Categorias Afetiva, Cognitiva e Social</p>	<p>Os autores afirmam que buscam a compreensão do entrelaçamento das categorias afetivas, cognitivas e sociais da motivação no interior do processo de aprendizagem organizacional. Não fazem uso da análise de conteúdo neste estudo.</p>
<p>12. Categorias de exercício do poder em organizações coletivistas de trabalho</p>	<p>O objetivo deste artigo é apresentar os resultados parciais alcançados pela pesquisa “Autogestão e Poder”, no que se refere à análise das categorias de exercício de poder propostas por Faria (2004). Os dados analisados até aqui foram obtidos por meio de entrevistas com participantes de quatro organizações que desenvolvem processos autogestionários. Por meio de análise de conteúdo procurou-se identificar os elementos constituintes das categorias de exercício do poder que se expressavam nas falas dos entrevistados. Após a realização e transcrição das entrevistas, o conteúdo das mesmas e dos documentos foi discutido entre os pesquisadores, que trouxeram, em momentos de análise coletiva, a contextualização dos discursos ali presentes. A análise de conteúdo agregou às categorias do exercício do poder iniciais outras dimensões, ampliando o poder de explicação da realidade da teoria de referência inicial. Ao longo da análise os autores explicitam as categorias e os elementos constituintes.</p>
<p>13. Gestão de Competências: da Experiência Organizacional à Proposta Setorial e/ou por Categorias Profissionais – Um Estudo de Modelos no Brasil</p>	<p>Este artigo analisou a experiência de construção de modelos de competência com características setorializadas ou por categorias profissionais, discutindo como foram pensadas e objetivadas ações setoriais e por categorias profissionais na formulação de competências, considerando as diferentes experiências desenvolvidas por entidades de classe brasileiras. O estudo não menciona o uso da análise de conteúdo.</p>
<p>14. Ação, Devoção e Desilusão: Incluindo as Categorias Cultura e Tempo na Análise da Função Gerencial</p>	<p>A proposta deste artigo é aprofundar a análise sobre a função gerencial, incorporando duas categorias de análise organizacional: cultura e tempo. Foram escolhidos como unidades de observação e análise os gerentes comerciais de <i>shopping centers</i> – SC. A metodologia adotada foi essencialmente qualitativa, os dados foram coletados primordialmente com 20 entrevistas com roteiro semi-estruturados, e sua análise contou com as técnicas de análise de conteúdo (BARDIN, 1977) e de discurso (ORLANDI, 2001). Os autores não relatam de forma clara os procedimentos das</p>

	técnicas de análise (conteúdo e discurso), relatam ao longo da apresentação dos dados, a frequência das respostas dos entrevistados.
15. Categorias de assédio moral no ambiente organizacional: uma proposta de análise	Este trabalho se propõe a comparar categorias de análise de assédio moral identificadas em estudos de pesquisadores brasileiros partindo-se de abordagem teórica e empírica. O estudo não menciona a análise de conteúdo, como forma de análise dos dados.
16. Proposta de Gerenciamento por Categorias no Pequeno Varejo: Do Planejamento à Virada de Loja	O artigo propõe uma possibilidade de realizar o gerenciamento por categorias no pequeno varejo. A metodologia utilizada para desenvolvimento foi estudo de caso em uma indústria de bebidas. O estudo não tem a intenção do uso da análise de conteúdo.
17. É possível ser mais feliz consumindo as mesmas coisas? A Influência de Diferentes Percepções de Categorias Mercadológicas na Saturação do Consumo de Alimentos	Este estudo procura estender o conhecimento existente sobre categorias mercadológicas e saturação. Foram realizados 03 experimentos. Dessa forma, o estudo não pretende empreender a técnica análise de conteúdo.
18. Sistemas Setoriais de Inovações Sustentáveis: categorias de análise, tipologias e medidas de mensuração	O presente artigo tem como objetivo identificar prováveis categorias de análise integrando a inovação em sua perspectiva sistêmica e a sustentabilidade. A revisão da literatura possibilitou identificar cinco categorias de análise e descrição do sistema setorial. O estudo não menciona o uso da análise de conteúdo.
19. Logística reversa: categorias e práticas empresariais em programas implementados no Brasil – um ensaio de categorização	O objetivo principal deste artigo visa analisar, sob a perspectiva teórica de diferentes autores, uma amostra de 27 programas de logística reversa em diversificados setores empresariais no Brasil. Foram analisados de acordo com a teoria fundamentada, citada por Easterby-Smith et al (1999:108), na qual os dados são analisados segundo uma visão holística do assunto estudado utilizando a interpretação do pesquisador. Os autores não fazem menção ao uso da análise de conteúdo.
20. Iniciativas de Implementação de Gerenciamento de Categorias nas Operações de Varejo Alimentar no Brasil: um Estudo de Casos	Este artigo visa preencher uma lacuna na literatura no que diz respeito a processos de implementação de iniciativas de Gerenciamento de Categorias nas operações de varejo, através da apresentação de resultados de um estudo sobre a adoção desta ferramenta de ECR (Efficient Consumer Response) no setor de varejo de alimentos no Brasil. A metodologia de estudos de casos (Yin 1989, 1993) foi escolhida para conduzir a investigação. O estudo não aborda a análise de conteúdo.
21. As Categorias Identitárias que (Re)Produzem Discriminações: Estudo da Discriminação Exercida por Gays	Este artigo estudou a possível existência de discriminação no local de trabalho praticada por gays e direcionada tanto a heterossexuais como também a gays. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com oito trabalhadores homossexuais masculinos que trabalham no setor de serviços, todos eles funcionários de empresa pública e de economia mista. As entrevistas foram transcritas e analisadas por meio da técnica de análise do discurso (AD). Consequentemente, o estudo não pretende utilizar a técnica análise de conteúdo.

Fonte: elaborado pelos autores

Ao analisar o quadro 04, constatou-se que grande parte das publicações não tem a intenção de aplicar a técnica análise de conteúdo, cerca de 18 artigos. Apenas uma publicação menciona a forma de realização da análise na íntegra, o artigo de número 12. A publicação de número 14 também relata que fez uso da análise

segundo Bardin (1977), entretanto não esclarece a forma de condução de análise e a formação das categorias. Ressalta-se também que a publicação de número 01, não foi passível de análise, tendo em vista que, ao realizar o *download* no sítio da ANPAD, ocorreram problemas. Pode-se perceber que o termo categorias, computou resultados muito abrangentes, sendo que a maioria não apresentava a análise de conteúdo, como técnica de análise de dados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste estudo foi determinada pelo fato de que diferentes pesquisadores apropriam-se da técnica, análise de conteúdo, no intuito de analisar os dados qualitativos de suas pesquisas, no entanto, aplicam a técnica de forma inapropriada, isto é, não adotam e/ou não demonstram as etapas previstas pelos proponentes da análise de conteúdo (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

Após a realização da revisão bibliométrica sobre a utilização da análise de conteúdo, nos eventos da ANPAD, pode-se constatar que grande parte dos pesquisadores que decidem por emprega-la, não explicita a forma de condução de tal análise. Observou-se certa falta de preparo dos pesquisadores quanto ao uso da técnica, pois após analisar 31 artigos, percebe-se que apenas dois realmente explicitam a aplicação de forma plena. Tal fato torna-se preocupante, visto que, põe em cheque a credibilidade dos estudos realizados, e também a legitimidade da técnica. Devido a importância desta técnica, principalmente quando a análise diz respeito a dados qualitativos, deve ser conduzida com maior rigor, evitando assim que se instaure a falta de credibilidade.

Evidencia-se também, que a maioria das publicações está concentrada no evento EnANPAD, tal fato pode ser explicado, visto que, este é o evento mais antigo da associação, e ocorre anualmente. Observamos certa preocupação por parte de alguns autores em preservar a técnica, através de publicações que discutem a aplicação e os desafios do uso.

Como contribuição deste estudo de levantamento, espera-se emergir discussões acirradas sobre a utilização da técnica de análise, buscando esclarecer certas peculiaridades da análise de conteúdo, demonstrando assim, seu potencial de aplicação nas pesquisas de cunho qualitativo no campo da administração.

Ressalta-se que este estudo apresenta algumas limitações, como o fato de ter analisado apenas as publicações que constavam nos anais dos eventos da ANPAD,

assim como, os termos que foram usados para a busca dos estudos. Também salientamos que a subjetividade implícita na avaliação de cada artigo, pode ter representado conclusões diferenciadas para uma mesma situação, muito embora os artigos tenham sido analisados por mais de um avaliador com conhecimento sobre a técnica. Os resultados aqui apresentados consideraram simultaneamente estudos produzidos em momentos distintos no tempo (de 1998 à 2012), desconsiderando, assim, eventual evolução longitudinal da produção científica analisada.

Como sugestão de futuros estudos, indicamos a ampliação da amostra, incluindo periódicos nacionais e internacionais. Sugerimos também a inclusão de novos termos para a busca de artigos como, por exemplo: “estudo qualitativo”, “análise qualitativa” e “análise temática”. A fim de que possa ser vislumbrado um panorama amplo das pesquisas que consideram a análise de conteúdo como estratégia para analisar os dados coletados.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BAUER, M.; GASKELL, G. **Qualitative researching with text, image, and sound**. London: Sage, 2008.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais** (8a ed.). São Paulo: Cortez, 2006. DELLAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In M. M. F. Vieira & D. M. Zovain (Orgs.), **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática** (pp. 97-118). São Paulo: FGV, 2005.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of qualitative research** (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage publications, 2000.
- GAUZENTE, C. Using Qualitative Methods in Franchise Research—An Application in Understanding the Franchised Entrepreneurs' Motivations. **Forum: Qualitative social research-sozialforschung**. Volume 3, No. 1, Art. 20, January 2002.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Artmed, 2009.
- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011.
- ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea: Estudos Neolatinos**. vol.7 no.2 Rio de Janeiro July/Dec. 2005.

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

VERGARA, S. C. **Método de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ABSTRACT

This paper presents a survey of research employing the technique, content analysis, published in the annals of events ANPAD. It was analyzed as the technique proposed by Bardin (1977) was employed since, comprising the steps: 1) pre-analysis, 2) holding the material, and 3) treatment of the results. Investigate the production of a scientific field through bibliometrics is not a new proposal, however, specifically on the subject of this study, we found no study. The analysis of the 31 selected articles shows that most studies say that employing the technique did not explain its operation, thereby undermining the credibility of content analysis as a method of qualitative data analysis.

Keywords:: Content analysis. Categories of analysis. Bardin.