

Análise de Conteúdo Interpretativista como método para Estudos Organizacionais: um manual para uma operacionalização analítica

Interpretive Content Analysis as a Method for Organizational Studies: a handbook for analytical operationaliza- tion

Bruno Melo Moura¹ 

André Luiz Maranhão de Souza-Leão¹ 

Diogo Henrique Helal¹ 

¹Universidade Federal de Pernambuco, Departamento de ciências administrativas, Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD), Recife, Pernambuco, Brasil.

Resumo

Objetivo: Este ensaio metodológico tem como objetivo apresentar uma sistematização da Análise de Conteúdo de vertente Interpretativista, como uma abordagem robusta para estudos que se debruçam sobre fenômenos sociais contemporâneos no campo da Administração e dos Estudos Organizacionais.

Método/abordagem: Partindo de uma contextualização histórica, o artigo explora a evolução da análise de conteúdo desde suas origens quantitativas e descritivas; destaca as formulações qualitativas mais difundidas, como a de Bardin; apresenta a alternativa da Análise de Conteúdo Interpretativista, articulando-a com abordagens etnográficas e semiológicas; e discute implicações de seu uso através de softwares e inteligência artificial.

Contribuições teóricas/práticas/sociais: O ensaio concebe uma operacionalização da Análise de Conteúdo Interpretativista, de modo a instruir futuros pesquisadores que optem por adotar tal método de análise de dados qualitativos.

Originalidade/relevância: Tal concepção representa a contribuição do ensaio, elaborado para indicar que a adoção consciente da vertente interpretativa da análise de conteúdo enriquece a pesquisa organizacional, permitindo uma compreensão mais profunda e contextualizada de práticas sociais.

Palavras-chave: Análise de Conteúdo. Análise de Conteúdo Interpretativista. Estudos Organizacionais. Ensaio metodológico.

Abstract

Purpose: This methodological essay aims to present a systematization of Interpretivist Content Analysis as a robust approach for studies that focus on contemporary social phenomena in the field of Administration and Organizational Studies.

Method/approach: Starting from a historical contextualization, the article explores the evolution of content analysis from its quantitative and descriptive origins; highlights the most widespread qualitative formulations, such as Bardin's; presents the alternative of Interpretivist Content Analysis, articulating it with ethnographic and semiological approaches; and discusses the implications of its use through software and artificial intelligence.

Theoretical/practical/social contributions: The essay conceives an operationalization of Interpretivist Content Analysis, in order to instruct future researchers who choose to adopt this method of qualitative data analysis. **Originality/Relevance:** This concept represents the essay's contribution, designed to indicate that the conscious adoption of the interpretative approach to content analysis enriches organizational research, allowing for a deeper and more contextualized understanding of social practices.

Keywords: Content Analysis. Interpretative Content Analysis. Organizational Studies. Methodological Essay.

Introdução

O desenvolvimento das Ciências Administrativas perpassa pela contínua atualização de metodologias que permitam aos seus pesquisadores atualizar o conhecimento acadêmico ao lidar com novos fenômenos socialmente estabelecidos (Van der Heijden et al., 2022). Dentre as vertentes metodológicas utilizadas, há uma predominância na tradição quantitativa, quando se busca compreender os fenômenos organizacionais através de propostas objetivas, testes de hipóteses e o possível falseamento de resultados de estudos anteriores (Smith & Brown, 2021). De maneira complementar, a vertente qualitativa surgiu como uma alternativa e se consolidou como possibilidade de aprofundar as discussões acadêmicas, propor interpretações e estabelecer diálogos interdisciplinares com áreas correlatas, como Antropologia, Sociologia, Psicologia, Educação etc. (Green & White, 2023).

Há, portanto, diversas formas de realizar pesquisas para área da Administração, mas que devem atender a uma destas vertentes prévias ou a combinação das duas – i.e., estudos qualiquantitativos ou mistos (Johnson & Clark, 2022). De forma geral, o que determina a natureza de um estudo na área é uma combinação de fatores que impactam no planejamento da pesquisa, determinantes para estabelecer soluções ao problema/fenômeno a ser investigado (Busetto et al., 2020).

Por um lado, os estudos caracterizados como quantitativos costumam seguir com rigor um plano pré-estabelecido, fundamentado em hipóteses claras e variáveis definidas operacionalmente (Gupta & Sharma, 2021). Consequentemente, permitem aos pesquisadores se concentrar em enumerar ou medir eventos, sua média, dispersão, moda, correlação, variância e diversas outras medidas estatísticas (Johnson & Brown, 2021). Por outro, as investigações qualitativas são propostas como alternativas a tal rigidez, podendo ser planejadas e ajustadas ao longo da execução da pesquisa (Maxwell, 2020). Neste sentido, desponta como uma oportunidade de extrapolar a descrição dos dados obtidos. Tal movimento de extrapolação comumente é exercido por um esforço interpretativo ou crítico, quando pesquisadores buscam compreender o fenômeno social através do contexto, perspectivas e lentes teóricas mais amplas (Green & Black, 2021).

Assim, é possível pontuar que ambos os caminhos – ou a combinação deles – são válidos para estabelecer contribuições acadêmicas para os Estudos Organizacionais, desde que indiquem de maneira clara os procedimentos metodológicos de análise de dados que hão de ser utilizados no estudo (Davis & White, 2020). Dentre as abordagens de análise de dados qualitativos mais populares para pesquisadores das Ciências Administrativas, a Análise de Conteúdo emerge como uma solução democrática por poder ser combinada a ambas as naturezas de pesquisa – i.e., quantitativa, qualitativa, qualiquantitativa ou mista (Brown & Green, 2020; Taherdoost, 2022).

Tal qual outras abordagens metodológicas, a Análise de Conteúdo foi apresentada inicialmente como uma proposta de forte orientação quantitativa (Berelson, 1952), se consolidando, posteriormente, como uma alternativa propriamente qualitativa (Bardin, 2016). Todavia, mais recentemente, a Análise de Conteúdo tem se popularizado não por esta caracterização – quanti, quali ou a combinação de ambos –, mas pelo uso de softwares de tratamento de dados (Frieze, 2019) e, posteriormente, inteligência artificial (Gilardi et al., 2024).

Portanto, é válido reiterar que a Análise de Conteúdo se consolidou como uma das principais abordagens metodológicas para o tratamento de dados qualitativos nos na Administração e nos Estudos Organizacionais (Mozzato & Grzybovski, 2011). Sua aplicação permite aos pesquisadores investigarem de forma sistemática uma vasta gama de comunicações, desde documentos internos e relatórios anuais até entrevistas e conteúdos de mídia social, transformando dados brutos em inferências significativas sobre uma vasta gama de dimensões organizacionais. A crescente legitimidade desta técnica no campo se deve à sua capacidade de oferecer rigor e profundidade na análise de fenômenos complexos (Lage & Godoy, 2008).

Historicamente, a Análise de Conteúdo surgiu com uma forte orientação quantitativa. Em sua concepção tradicional, a técnica era vista como um método para a descrição objetiva e sistemática do conteúdo manifesto das mensagens, focando na frequência de palavras e categorias para identificar padrões (Berelson, 1952). Essa perspectiva, embora útil para mapear grandes volumes de texto de forma descritiva, mostrava-se limitada para capturar a complexidade e a subjetividade inerente aos fenômenos sociais. Com a evolução da pesquisa qualitativa, emergiu uma nova perspectiva, popularizada no Brasil principalmente pela obra de Laurence Bardin. A Análise de Conteúdo Qualitativa, embora ainda sistemática, passou a valorizar a inferência e a interpretação, buscando desvendar o conteúdo latente por trás das mensagens (Bardin, 2016).

Apesar disto, a abordagem permaneceu fortemente marcada por sua orientação positivista de ciência, manifestada, sobretudo, na busca por objetividade, replicabilidade e controle, características herdadas de um modelo de ciência inspirado nas ciências naturais e funcionalmente orientado. Assim, mesmo tendo se consolidado como abordagem qualitativa de análise de textos, essa perspectiva mais tradicional do método continuou vinculado a uma racionalidade funcionalista que concebe o conhecimento como reflexo direto da realidade empírica, sustentando-se na crença de que significados podem ser sistematicamente extraídos dos dados por meio de procedimentos técnicos neutros, utilizando a categorização como um fim em si mesma para descrever o funcionamento de um sistema, o que, inclusive, levou a usos automatizados, com uso de softwares que realizam análises lexicais ou geram nuvens de palavras como representações de resultados de análise (Gondim & Bendassolli, 2014).

Em resposta a essa lógica, desenvolveu-se a Análise de Conteúdo Interpretativista, uma abordagem alternativa que se alinha a tradições de pesquisa mais culturalistas e críticas. Associada a perspectivas como a etnográfica e a semiológica, esta vertente não busca apenas descrever ou categorizar, mas interpretar profundamente os significados, as práticas e os contextos culturais em que a comunicação organizacional se insere (Altheide, 1987). Essa virada interpretativista na análise de conteúdo não representa apenas uma reconfiguração metodológica, mas uma ruptura epistemológica mais profunda com os pressupostos funcionalistas que historicamente marcaram essa técnica. Nessa perspectiva, o texto não é um repositório de significados estáveis a serem extraídos, mas um campo simbólico onde se inscrevem disputas de sentidos, ambivalências e polissemias. A análise, portanto, não busca generalizar regularidades, mas compreender os processos de produção, circulação e negociação dos sentidos. Assim, o foco se desloca para a reflexividade e a densidade contextual da análise, em que os pesquisadores são intérpretes ativos que constroem o sentido a partir dos dados.

Diante desse panorama, este ensaio tem por objetivo apresentar e atualizar a sistematização da Análise de Conteúdo Interpretativista como abordagem válida para estudos que se debruçam sobre fenômenos sociais contemporâneos. Argumenta-se que, ao integrar princípios da etnografia e da semiótica, a análise de conteúdo pode superar uma aplicação meramente técnica e se tornar uma poderosa ferramenta para a compreensão das complexas teias de significado que constituem as organizações na atualidade.

Considerando que a análise de conteúdo é uma técnica multifacetada que evoluiu significativamente desde suas primeiras aplicações, optamos por percorrer sua trajetória e aplicabilidade para os estudos organizacionais. Tal trajetória reflete os próprios debates epistemológicos das ciências sociais, transitando de um paradigma estritamente positivista para abordagens mais interpretativas e críticas.

Nos Estudos Organizacionais essa evolução se manifesta em quatro grandes correntes de aplicação, que, embora distintas, por vezes se sobrepõem na prática: a tradicional, a qualitativa, a interpretativa e através de softwares, incluindo os desafios em tempos da popularização da inteligência artificial. Consequentemente, foram elaboradas seções respectivas que tratam de cada uma dessas correntes. Na sequência, o presente ensaio apresenta uma operacionalização da Análise de Conteúdo Interpretativista, de modo a auxiliar futuros pesquisadores que optem por realizar esta abordagem válida e atual para tratar de fenômenos sociais.

Análise de Conteúdo: uma metodologia tradicional

A gênese da análise de conteúdo está ligada à necessidade de analisar de forma objetiva e sistemática grandes volumes de texto, especialmente no campo da comunicação de massa e da propaganda política no início do século XX (Krippendorff, 2018). O trabalho de Harold Lasswell, que realizou análises de imprensa e propaganda desde 1915, estudando a propaganda na Primeira Guerra Mundial, é um marco histórico que ilustra essa fase inicial. O principal objetivo era quantificar a ocorrência de certos símbolos e palavras para medir sua intensidade e efeito (Lasswell, Leites, & Associates, 1949).

Nesta abordagem tradicional, o rigor científico é sinônimo de objetividade, replicabilidade e quantificação. O foco recai sobre o conteúdo manifesto – aquilo que é explicitamente dito ou escrito. A principal ferramenta analítica é a contagem de frequência de unidades de registro – palavras, termos, símbolos –, que são agrupadas em categorias predefinidas pelos pesquisadores antes do início da análise. Berelson, auxiliado por Lazarsfeld, foi fundamental na sistematização dessa abordagem nas décadas de 1940 e 1950, com sua célebre definição de análise de conteúdo como uma técnica de investigação que visa a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. O resultado é, frequentemente, uma série de tabelas e gráficos que descrevem a distribuição de temas, oferecendo um panorama descritivo dos dados (Neuendorf, 2017).

Nos Estudos Organizacionais, essa abordagem ainda encontra espaço em pesquisas que buscam mapear tendências em relatórios anuais, comunicados de imprensa ou grande volume de feedback de clientes. Por exemplo, um estudo pode quantificar a frequência com que termos como "sustentabilidade", "inovação" ou "diversidade" aparecem nos relatórios de empresas de um determinado setor ao longo do tempo para inferir mudanças no discurso corporativo. No entanto, a principal crítica a essa abordagem é seu caráter reducionista, pois, ao focar apenas na frequência, ela ignora o contexto, a ambiguidade e as nuances de significado, tratando a linguagem como um mero repositório de informações a serem contadas (Holsti, 1969) – ademais, não é fácil sustentar a premissas de que a quantidade de vezes que um determinado léxico aparece em um texto o faz mais relevante que outros.

Apesar das críticas, a análise de conteúdo tradicional continua sendo uma ferramenta válida para estudos que demandam uma visão panorâmica e quantificável de grandes volumes de dados textuais, especialmente quando o foco é a identificação de padrões de ocorrência e a descrição de tendências (Neuendorf, 2017; Taherdoost, 2022). Entretanto, suas limitações são particularmente evidentes em pesquisas qualitativas, em que a necessidade de extrapolar o que está além do conteúdo manifesto exige grande experiência e capacidade interpretativa do pesquisador.

Análise de Conteúdo Qualitativa: uma proposta alternativa

A virada qualitativa nas ciências sociais impulsionou uma releitura da análise de conteúdo, buscando superar as limitações do quantitativismo. A obra de Laurence Bardin (2016) é central para essa transição, propondo um método que, embora sistemático, se abre à dimensão interpretativa. O foco se desloca da simples identificação de conteúdos manifestos para a inferência sobre o conteúdo latente, em que o contexto do texto se torna base de inferência ampla e transversal do material analisado.

A sistemática proposta por Bardin mais amplamente adotada se organiza em três fases cronológicas: (1) a pré-análise, que envolve a organização do material e a formulação de hipóteses; (2) a exploração do material, em que se realizam a codificação e a categorização dos dados; e (3) o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, momento em que os dados codificados são analisados para produzir sentido. A categorização, nesta perspectiva, embora seja usualmente confirmatória (*a priori*), com códigos previamente definidos a partir da literatura, pode ser emergente (*a posteriori*), ou seja, construídas a partir da leitura exhaustiva do material e como produto desse processo. Assim, a exploração do material é uma etapa crucial, pois dela depende a riqueza das interpretações e inferências (Bardin, 2016).

Essa abordagem parece ter se difundido na Administração e nos Estudos Organizacionais justamente por seu viés funcionalista e positivista (Mozzato & Grzybovski, 2011). O pesquisador busca identificar categorias para descrever um fenômeno, mas a interpretação muitas vezes se limita a confirmar ou refutar hipóteses de forma linear. A crítica mais forte e recorrente a essa abordagem é o fato de carregar um ideário de metodologia quantitativa, onde a categorização, por vezes esquemática, pode obscurecer a visão dos conteúdos, impedindo o alcance de aspectos mais profundos do texto (Flick, 2009).

No contexto brasileiro, Santos e colegas (2022) consideram que há em demasia o uso da abordagem de Bardin, mas pouquíssima qualidade empregada na análise realiza. Segundo os autores, o uso predominante da proposta de Bardin raramente é feito por análises qualitativas aprofundadas. Contraditoriamente, os resultados dos estudos que citam a perspectiva da Bardin costumam realizar uma execução superficial e sintética.

Tal superficialidade pode estar associada a duas limitações que a Análise de Conteúdo Qualitativa funcionalista precisa lidar (Elo et al., 2014; Valle & Ferreira, 2025). Por um lado, a ausência de um papel significativo dos pesquisadores, quando estes se tornam co-responsáveis por propor signos, significados e interpretações aos dados analisados (Portella & De Lima, 2024). Por outro, pelo crescimento, muitas vezes inescrupuloso, do uso de softwares que apesar de padronizar um grande quantitativo de dados, são incapazes de propor interpretações verossímeis aos fenômenos sociais investigados (Braga et al., 2019).

Análise de Conteúdo Interpretativista: a busca por uma compreensão humanizada

A Análise de Conteúdo Interpretativista (ACI) ou Reflexiva (ACR) é apresentada como uma alternativa às abordagens tradicionais – quantitativa – ou qualitativa, de caráter positivista, que majoritariamente são utilizadas (Mende, 2022; Nicmanis, 2024). Se trata de um esforço em extrapolar uma padronização sistemática dos dados, buscando compreender significados inerentes ao contexto e às condições em que foram produzidos (de Souza-Leão et al., 2020; Moura et al., 2024).

Esta abordagem alternativa parte do pressuposto de que a linguagem não é um espelho da realidade, mas uma prática social que constrói ativamente o mundo (Fairclough, 2003). Portanto, o objetivo extrapola a descrição do conteúdo de uma mensagem, buscando compreender como os significados são produzidos, negociados e contestados em um contexto cultural específico. Essa abordagem reconhece que a realidade pode ser interpretada de várias maneiras e que o entendimento é dependente de interpretação subjetiva, onde um texto sempre envolve múltiplos significados (Drisko & Maschi, 2024).

Esta vertente se aproxima de outras tradições de pesquisa qualitativa, como a etnografia e a semiótica, para enriquecer sua capacidade analítica. A Análise de Conteúdo Etnográfica (ACE), proposta por Altheide (1987), é um exemplo proeminente. Na ACE, o pesquisador realiza uma imersão nos documentos e no contexto em que foram produzidos, movendo-se de forma iterativa e reflexiva entre a coleta de dados, a codificação e a análise. As categorias não são fixas, mas emergem e são refinadas ao longo do processo, buscando capturar a perspectiva dos próprios atores sociais. O foco está em entender "como" as pessoas usam a comunicação para dar sentido às suas vidas e construir suas realidades sociais (Altheide & Schneider, 2013).

De acordo com Espírito Santo e Soares (2015), a ACE permite aplicar uma análise interpretativa e reflexiva a diversas formas de dados, como conteúdo de mídia, entrevistas e notas de campo, revelando o significado mais profundo por trás da comunicação. Se trata de uma abordagem fundamentalmente sistemática, mas com maior flexibilidade, já que é adaptável à medida que novas percepções emergem. Logo, se torna particularmente útil para examinar narrativas de mídia, conversas públicas, dinâmicas comunitárias e histórias organizacionais.

Outra abordagem que enriquece a Análise de Conteúdo Interpretativista é sua combinação com preceitos estabelecidos em estudos semióticos (Bell & Milic, 2002). Por estarem epistemologicamente próximas, é muito comum que se combine a perspectiva da sistematização de dados propostos pela análise de conteúdo com a abordagem semiótica que é fundamentada na pragmática da linguagem associada aos signos e contexto em que os dados são produzidos (Cullum-Swan & Manning, 1994;

White, 2018). De acordo com Serafini e Reid (2023), esta combinação determina a multimodalidade da análise de conteúdo, como uma estratégia analítica capaz de ser combinada com quaisquer perspectivas contributivas para compreender fenômenos sociais, desde que respeitando e incorporando as condições e os contextos investigados.

É válido elucidar que a semiótica estuda os textos – verbais ou visuais – como um sistema de signos, analisando como significantes – a forma, como uma palavra ou imagem – se articulam a significados – o conceito – para produzir sentido dentro de um código cultural (Hancock, 2005; Oswald, 2012). A semiologia visa a uma interpretação do contexto investigado que, ao ser combinada a perspectiva sistemática da análise de conteúdo permite observar e interpretar padrões simbólicos que revelam a relação entre o significante e o significado (Vespestad & Clancy, 2021).

Os preceitos semióticos são frequentemente adotados para decodificar formas específicas de comunicação, revelando as mitologias e os valores culturais que determinados fenômenos sociais mobilizam para se conectar com os sujeitos (Cullum-Swan & Manning, 1994; Mick et al., 2004). Mais recentemente, o avanço da tecnologia digital e das mídias sociais ampliaram a importância da compreensão semiótica, tornando-se ainda mais relevante para examinar como organizações constroem identidade e criam ressonância emocional no contexto em que interagem (Dhanesh, Duthler, & Li, 2022; Bhatti & Bashir, 2024).

De maneira complementar, a tríade semiótica – i.e., signo, objeto e interpretante – aprofunda os resultados obtidos pela sistematização da análise de conteúdo (Tavares & Martins, 2020). Mais recentemente, estudos têm explorado a "semiótica verde" e como elementos visuais como cor, imagem, logotipo e fonte influenciam as experiências de marca e o comportamento do consumidor em relação a produtos ecologicamente corretos (Worakittikul et al., 2024).

Assim, seja através da ACE ou dos preceitos semiológicos, a postura interpretativa adotada na análise de conteúdo indica que o pesquisador reconhece sua subjetividade como um viés contributivo ao estudo realiza; se trata de uma das principais ferramentas que permitem a compreensão do fenômeno investigado (Serafini & Reid, 2023). Ao realizar a versão interpretativista, os achados da pesquisa são capazes de traduzir práticas culturais mantendo um rigor metodológico que, diferentemente das abordagens anteriores, tem seu rigor fundamentado na profundidade, da coerência e da capacidade de persuasão da interpretação oferecida, sempre fundamentada nos dados e articulada com a teoria (de Souza-Leão et al., 2020; Moura et al., 2024).

Neste sentido, a execução da ACI está intimamente associada à construção do problema de pesquisa, do planejamento de coleta e organização dos dados, mas, prin-

cipalmente, a partir da capacidade dos pesquisadores em se familiarizar e, posteriormente, se distanciar do contexto e fenômeno social investigado (Busetto et al., 2020). Para tanto, costumam considerar como oportuno realizar as etapas iniciais da pesquisa – coleta e organização dos dados – através de softwares. Oportunidade que pode se revelar como uma ameaça, considerando as implicações éticas do uso de softwares e, mais recentemente, de inteligência artificial para etapas analíticas de maneira indiscriminada e temerárias (Lee et al., 2020; Schäffer & Lieder, 2023).

Análise de Conteúdo via Software: um alerta à perda do caráter humanizado da abordagem interpretativista

A evolução tecnológica tem transformado profundamente a prática da análise de conteúdo, especialmente nas ciências sociais e na Administração. O surgimento dos softwares de Análise Qualitativa de Dados Assistida por Computador (CAQDAS, do inglês Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software), como NVivo, ATLAS.ti, MAXQDA e QDA Miner, marcou um ponto de virada a partir das décadas de 1980 e 1990. Essas ferramentas foram inicialmente desenvolvidas para auxiliar na organização, codificação, recuperação e visualização de grandes volumes de dados textuais, facilitando a gestão de projetos de pesquisa qualitativa e a identificação de padrões e temas (Johnston, 2017; Silver & Lewins, 2014).

Os CAQDAS permitem que pesquisadores gerenciem eficientemente transcrições de entrevistas, documentos, notas de campo e outros materiais textuais, aplicando códigos, criando categorias e explorando relações entre elas. Essa capacidade de sistematização e organização é particularmente valiosa em Administração e Estudos Organizacionais, em que a complexidade dos dados e a necessidade de rigor na análise são elevadas. Por exemplo, a análise de relatórios corporativos, comunicações internas ou discursos de liderança pode ser otimizada pelo uso dessas ferramentas, que permitem uma codificação consistente e a exploração de redes de conceitos (Frieze, 2019).

Mais recentemente, a ascensão da Inteligência Artificial (IA) e, em particular, dos Large Language Models (LLMs) como ChatGPT e GPT-4, introduziu uma nova fronteira para a análise de conteúdo. Essas tecnologias prometem automatizar tarefas que antes exigiam intenso trabalho manual, como a codificação inicial, a sumarização de textos e a identificação de temas emergentes (Gilardi et al., 2024). Estudos recentes têm explorado o potencial dos LLMs para auxiliar na Análise de Conteúdo Qualitativa, demonstrando sua capacidade de gerar esquemas de codificação indutivos e até mesmo atuar como um segundo codificador com altos níveis de concordância em certas tarefas (Gök, 2024). Essa automação pode acelerar o processo de pesquisa, reduzir custos e permitir a análise de conjuntos de dados ainda maiores, abrindo novas

possibilidades para a pesquisa em Administração e Estudos Organizacionais (Reyes Flores & Mejía Rivera, 2024).

No entanto, a integração de IA e LLMs na análise de conteúdo não está isenta de desafios e levanta importantes questões éticas e metodológicas. A principal preocupação reside no risco de vieses algorítmicos. Os LLMs são treinados em vastos corpora de texto que podem conter e replicar vieses sociais, culturais e ideológicos existentes, o que pode levar a interpretações distorcidas ou a reforçar preconceitos nos resultados da análise (Gök, 2024; Costa et al., 2023). A "caixa preta" dos algoritmos, que torna difícil compreender como as decisões são tomadas, também representa um desafio para a transparência e a auditabilidade da pesquisa (Gilardi et al., 2024).

Além disso, a dependência excessiva de ferramentas automatizadas pode levar a uma análise superficial que negligencia a profundidade contextual, a nuance interpretativa e a sensibilidade cultural que apenas o pesquisador humano pode oferecer. A IA pode identificar padrões, mas a compreensão do "porquê" e do "como" esses padrões se manifestam em um contexto social complexo ainda exige a capacidade crítica e reflexiva do pesquisador (Gök, 2024). Há também o risco de desinformação e a geração de "alucinações" por parte dos LLMs, quando informações plausíveis, mas incorretas, são apresentadas como fatos, comprometendo a validade da pesquisa (Gilardi et al., 2024).

Diante desses desafios, a comunidade acadêmica tem enfatizado a necessidade de uma abordagem híbrida e ética. A tecnologia deve ser vista como uma ferramenta de apoio, um "copiloto" para o pesquisador, e não como um substituto. Isso implica que o pesquisador deve manter o controle total sobre o processo analítico, validando os resultados gerados por software, interpretando-os criticamente e garantindo que a análise esteja alinhada com os objetivos da pesquisa e as considerações éticas (Gök, 2024; Costa et al., 2023).

Análise de Conteúdo em tempos de IA: desafios e cuidados

A transparência sobre o uso de ferramentas de IA, a documentação dos prompts utilizados e a validação humana dos resultados são práticas essenciais para garantir a integridade e a credibilidade da pesquisa em um cenário cada vez mais digitalizado (Gilardi et al., 2024). Mais do que isso, enquanto a abordagem interpretativa implementa a capacidade subjetiva dos pesquisadores, o da IA parece inibir o papel crescente dessa alternativa metodológica (Zhang et al., 2024).

Neste sentido, é válido buscar um caminho em que se combine ambas as oportunidades. Por um lado, incorporar os aprimoramentos inerentes de se viver e investigar fenômenos que são impactados pelos adventos tecnológicos – redes sociais e IA (Morgan, 2023). Por outro lado, quão importante é que se aprofunde a sensibilidade dos pesquisadores adquirida com o crescimento da alternativa

interpretativa nos estudos organizacionais (Sorooshian, Tavana, & Ribeiro-Navarrete, 2023).

Desde pelo menos a década de 1980, o debate sobre a inserção de tecnologias inteligentes nos processos de análise de conteúdo já mobilizava pesquisadores. Um marco importante foi o trabalho de Cuilenburg e colegas (1988), que refletiu sobre os limites e as possibilidades da inteligência artificial para o reconhecimento sintático e semântico de textos, apontando desde então o caráter “cooperativo” entre máquina e pesquisador no processo interpretativo. Naquele momento, a IA era vista mais como instrumento de apoio técnico — por exemplo, para *parsing* sintático ou recuperação de padrões léxicos — do que como agente analítico autônomo. Essa discussão pioneira já explicitava uma tensão central que permanece atual: a IA pode automatizar certas etapas operacionais, mas não substitui a dimensão interpretativa que caracteriza a vertente mais complexa da análise de conteúdo.

Com o passar todo tempo e, especialmente, nas últimas décadas, com a expansão dos modelos de linguagem e, mais recentemente, dos modelos generativos de larga escala (LLMs), esse debate foi substancialmente reconfigurado. Estudos recentes mostram que essas tecnologias alcançam desempenho satisfatório em tarefas classificatórias ou descritivas — como extração de entidades ou sumarização de grandes volumes de dados — mas têm performance menos consistente em tarefas de compreensão contextual e inferência interpretativa (Platt & Platt, 2023). Assim, embora a IA possa ser usada como “pré-analisadora”, otimizando tempo e ampliando o escopo de dados, a construção de sentido — central à ACI — ainda depende de mediações humanas.

Lee et al. (2020) apresentam como abordagens híbridas combinando IA e análise qualitativa podem aumentar a confiabilidade e eficiência, sem renunciar à validade interpretativa. A IA auxilia, por exemplo, na identificação de padrões textuais complexos, na organização de categorias iniciais ou na exploração de grandes *corpora*, liberando o pesquisador para a tarefa de interpretar criticamente as nuances semânticas, contextuais e simbólicas dos materiais analisados. Essa relação dialógica entre máquina e pesquisador se aproxima, inclusive, da ideia de “assistente analítico” — e não de substituto do pesquisador.

Mais recentemente, Kuckartz e Rädiker (2024) enfatizam que a IA generativa não apenas amplia as capacidades técnicas da análise de conteúdo, mas também instaura novos modos de conduzir a análise qualitativa, permitindo ciclos iterativos entre pesquisador e dados mediados por IA. Isso amplia as possibilidades de triangulação metodológica e cria espaço para novas formas de reflexividade analítica. Contudo, os autores também alertam para dilemas éticos e epistemológicos relevantes, como transparência metodológica, proteção de dados e preservação da autoria intelectual.

Portanto, mais do que opor IA e ACI, parece mais fecundo compreender como este aparato tecnológico atua como vetor de reconfiguração da prática interpretativa: um mediador potente, porém não neutro. Sua integração demanda do pesquisador um olhar crítico sobre o que é delegado à máquina, o que é interpretado humanamente e como essas fronteiras são negociadas no desenho metodológico. Mais que isso, a IA potencializa, mas não dissolve, a centralidade do intérprete humano na produção de sentidos — o que a torna uma ferramenta promissora, desde que situada dentro de um projeto analítico consciente e epistemologicamente consistente.

Logo, neste ensaio buscamos apresentar como tal combinação pode ser operada, seguindo os princípios éticos previamente estabelecidos em pesquisas que recorrem a ACI. Esta operacionalização foi elaborada como manual para auxiliar pesquisas futuras que tratem de fenômenos sociais possam encontrar um trajeto metodológico estabelecido em etapas e que considere – de maneira atualizada – o fácil acesso a softwares de IA, sem renunciar à subjetividade de estudos interpretativos.

Operacionalização da Análise de Conteúdo Interpretativista

Para estabelecer uma operacionalização verossímil para investigar fenômenos sociais que, muitas vezes, são indissociáveis de atividades e práticas digitais, é fundamental que os pesquisadores busquem observar a transitividade entre as ambiências virtuais e presenciais. De acordo com Kozinets (2020), em seu manual sobre a netnografia – ou etnografia virtual – vivemos numa sociedade em que as práticas contemporâneas são uma contiguidade entre atos executados simultaneamente digital e materialmente.

Neste sentido, após a determinação do problema de pesquisa e de um mapeamento básico de como o fenômeno é – possivelmente – exercido também na ambiência online, é necessário definir a estratégia de coleta de dados. Independentemente se forem dados de ordem primária – e.g., entrevistas, observações participantes, diários dos pesquisadores etc. – ou secundária – e.g., interações online, documentos públicos, peças publicitárias etc. Tal definição é fundamental, visto que indica que ferramentas tecnológicas – i.e., softwares – podem ser utilizados para auxiliar na primeira etapa da ACI.

Logo, a Figura 1 foi elaborada para apresentar as cinco etapas a serem realizadas pela operacionalização da ACI descrita neste ensaio. Estas etapas foram propostas a partir da observação de como o método vem sendo abordado em estudos seminais (Heracleous, 2004/ Nordqvist, Hall, & Melin, 2009) e recentes (Mende, 2022; Nicmanis, 2023; Sorooshian, Tavana, & Ribeiro-Navarrete, 2023). Principalmente, seguem a operacionalização estabelecida por Moura, Souza-Leão e colegas (de Souza-Leão et al., 2019; 2020; Moura et al., 2024; Souza-Leão et al., 2020) para análises qualitativas de caráter interpretativista.

Conforme pode ser observado, esta primeira etapa é a única que não se relaciona diretamente a capacidade subjetiva dos pesquisadores – representada por formas retangulares. A “transcrição ou descrição inicial do conteúdo” refere-se ao esforço em transformar em texto os dados coletados pelo estudo. Deve ser seguida pela “padronização dos dados” – possivelmente se usando planilhas ou esquemas similares, quando se busca estabelecer uma sistematização mínima da análise vindoura. Ambas as fases da primeira etapa podem – e devem – ser executadas através do uso de softwares que facilitem ou minimizem os esforços operacional dos pesquisadores. Aqui, é válido e viável o uso de IA, mas sempre sendo acessadas como ferramentas que precisam ser revisadas, para identificar quaisquer erros cometidos pelos softwares.

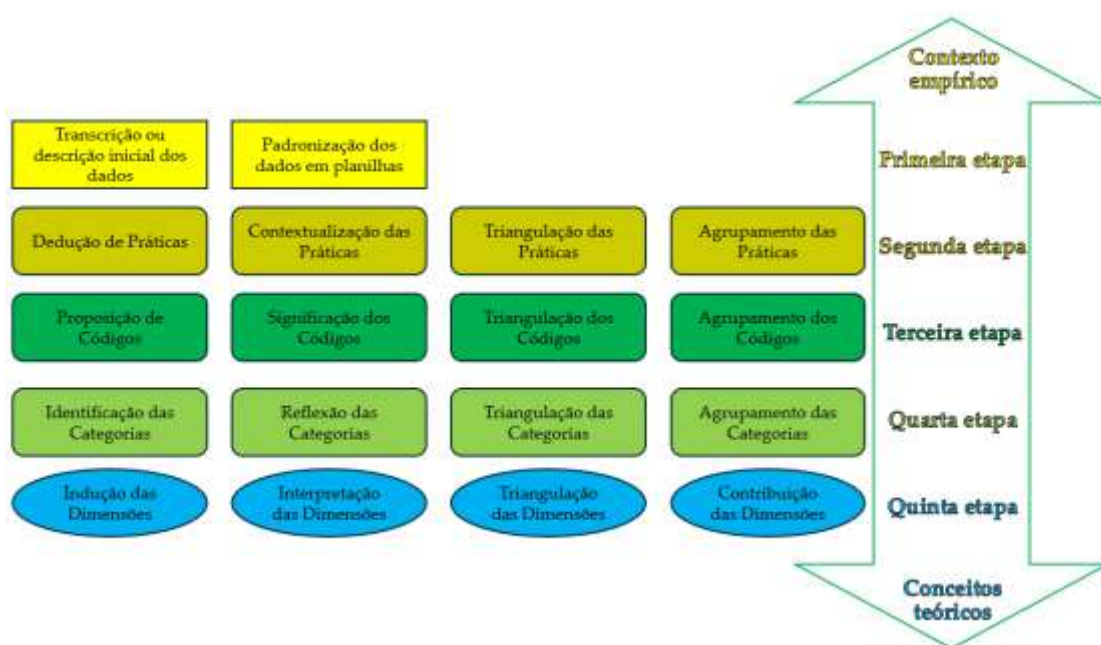


Figura 2. Etapas da Análise de Conteúdo Interpretativa

Fonte: elaborado pelos autores

A partir daí tem início o processo analítico de codificação propriamente dito, orientado por uma lógica de produção de códigos emergentes. Nesse sentido, vale destacar que optamos por nomear de formas diferentes os níveis de codificação, de acordo com sua função analítica. A segunda etapa se debruça sobre **práticas sociais**, aqui entendidas como manifestações advindas de contextos socioculturais e intersubjetivos de produção evidenciadas nos textos analisados. A análise deve ser iniciada pela “inferência de práticas”, que precisa preservar a singularidade do que estão contemplando, mas também compreender como atos similares podem ser sintetizados como uma única prática. A “contextualização das práticas” diz respeito

ao esforço dos pesquisadores em denominar as práticas considerando o contexto em que os dados foram coletados. Deve ser seguida por uma “triangulação das práticas”, quando os nomes das práticas e sua descrição são validados como capazes de refletir o fenômeno investigado e os participantes do estudo. Por fim, o “agrupamento das práticas” compreende a busca por observar semelhanças entre práticas autônomas entre si, mas que apresentam condições parecidas e são exercidas em contextos relativamente próximos.

A terceira etapa se debruça sobre a produção de **códigos empírico-conceituais**, que dão um primeiro salto de abstração analítica, elencando o contexto empírico da análise a um primeiro esforço de conceituação emergente, dialogando com conceitos teóricos ou fundamentados na literatura. Deve ser iniciada pela “proposição de códigos”, quando são denominados e descritos em termos mais genéricos os agrupamentos das práticas previamente estabelecidos. Na sequência, os pesquisadores são levados a executar a “significação dos códigos”, quando atribuem interpretações contextuais que captam ao interagir com os dados. Dentre as fases a serem operadas, se trata da que mais recorre aos preceitos semióticos. É seguida, portanto, por uma nova rodada de discussão e validação dos achados do estudo, denominada como fase da “triangulação dos códigos”. Enfim, esta etapa – similarmente ao que ocorreu na anterior – deve ser finalizada num agrupamento dos códigos que partilhem de contextos ou significados próximos.

Consequentemente, a quarta etapa também se inicia ao fim da anterior, quando os agrupamentos dos códigos são organizados em **categorias teórico-conceituais** mais amplas, que corresponde à “identificação das categorias”. Logo, a próxima fase desta etapa é a “reflexão das categorias”, quando se busca compreender a inter-relação entre os achados da pesquisa e discussões previamente estabelecidas na literatura. A “triangulação das categorias” permite, portanto, aos pesquisadores identificarem as possíveis contribuições de seu estudo e as maneiras que preenchem lacunas de estudos anteriores. Assim, esta quarta etapa deve ser finalizada pelo “agrupamento de categorias”, quando alguns achados do estudo dialogam entre si e apresentam alguma sobreposição.

A última etapa da operacionalização da ACI se trata de um processo em que os pesquisadores estabelecem uma conexão explícita entre os achados do estudo e conceitos teóricos previamente estabelecidos na literatura. Neste sentido, é iniciada pela “interpretação das dimensões” e seguida pela “concepção das dimensões”. Tal interpretação diz respeito a tentativa de apresentar – de maneira inédita –, aprofundar ou atualizar conceitos válidos para o campo de conhecimento ao qual o estudo pretende contribuir. Para que isso ocorra, precisa ser validada pela “triangulação das dimensões” e encerrada pela “contribuição das dimensões”. Este encerramento reitera a importância dos pesquisadores apresentarem de maneira explícita no corpo do texto

de seu estudo as contribuições práticas, teóricas e – possivelmente – metodológicas do estudo.

Ao executar as cinco etapas acima descritas, é natural que ocorra um processo de convergência entre as etapas analíticas. Neste sentido, comumente se inicia o processo com um número amplo de práticas, sendo reduzido para números menores de códigos, categorias e dimensões – respectivamente. Tal processo de convergência é ilustrado na Figura 2.

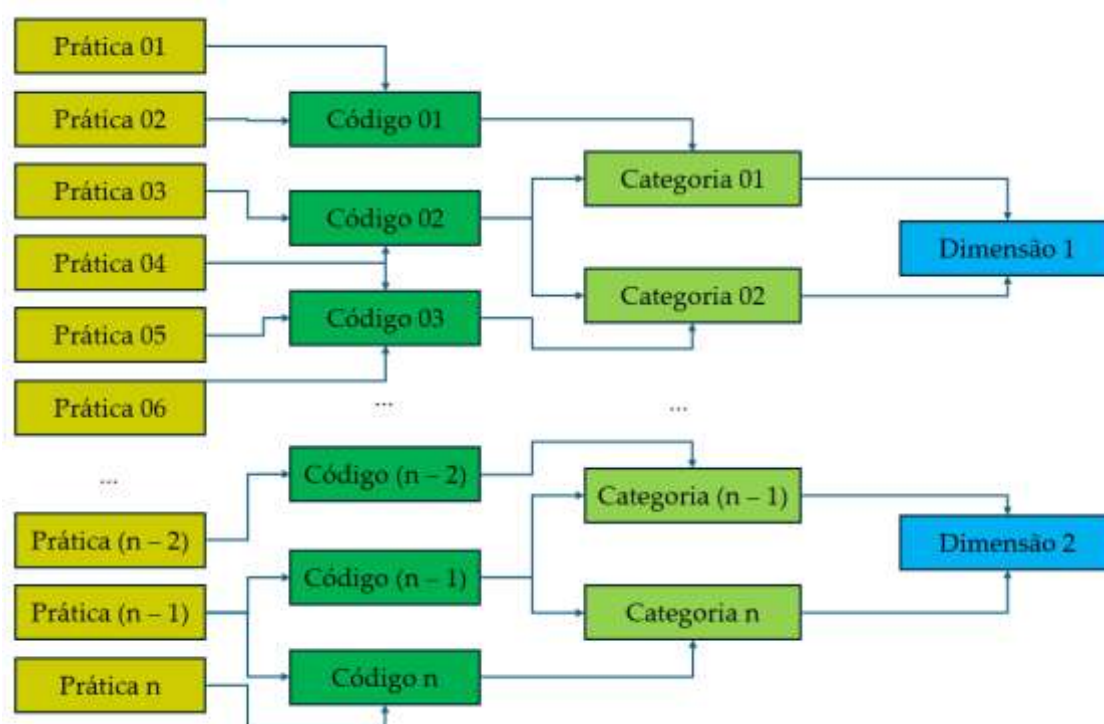


Figura 2. Convergência das etapas de uma Análise de Conteúdo Interpretativa
Fonte: elaborado pelos autores

A amplitude dos fenômenos sociais a serem investigados por uma ACI, quando a subjetividade dos pesquisadores é contributiva para os achados do estudo, tende a resultar num número grande de práticas. Este número depende da temporalidade contemplada pelo estudo – duração do período temporal considerado nos dados –, da relevância e representatividade do lócus investigativo e da profundidade das interações captadas. Seja qual for o caso, o âmbito qualitativo da ACI resulta na observação de múltiplas práticas singulares que devem ser captadas e sinalizadas.

Todavia, enquanto as práticas devem ser preservadas com singularidades, já que refletem diretamente o contexto empírico em que são exercidas, os códigos são produzidos num movimento de abstração. Consequentemente, o número de códigos sempre vai ser menor que os das práticas observadas. De maneira similar, a

identificação das categorias deve passar por uma redução parecida. Outrossim, a proposição das dimensões precisa ser reduzida a um número verossímil e que garanta a práxis das contribuições do estudo.

Assim, é válido esclarecer que a operacionalização da ACI aqui descrita exige a execução de critérios de qualidade para estudos qualitativos – e.g., descrição clara e aprofundada dos resultados, triangulação dos dados, relevância do estudo, representatividade do *corpus* de pesquisa etc. (Creswell & Creswell, 2021; Flick, 2009). Principalmente, tal operacionalização busca atender aos critérios que foram apontados como fundamentais aos estudos organizacionais (de Paiva Junior, de Souza- Leão, & de Mello, 2011; Godoy, 2005).

Considerações Finais

O presente ensaio apresentou como a ACI representa mais do que uma abordagem original, estabelecida como uma postura epistemológica contundente para as ciências sociais. Se trata de um compromisso dos pesquisadores com a complexidade, a profundidade e o rigor interpretativo. Estes compromissos parecem ser elementos essenciais para que os estudos organizacionais continuem a oferecer contribuições relevantes e significativas para a compreensão do nosso tempo.

Para tanto, buscamos percorrer a trajetória da análise de conteúdo como abordagem metodológica tradicional e ainda atual para Estudos Organizacionais que busquem tratar de fenômenos sociais. Neste esforço, consideramos como necessário (re)visitar o estado da arte desta abordagem, desde suas origens descritivas e quantitativas até suas mais recentes configurações, com o objetivo de sistematizar e defender a Análise de Conteúdo Interpretativista como uma abordagem metodológica robusta e pertinente para os desafios contemporâneos dos estudos organizacionais.

Ao revisitar as vertentes tradicional, qualitativa-funcionalista e interpretativista, buscamos ampliar o delineamento de suas diferenças epistemológicas e operacionais, mas também destacar a necessidade de uma prática de pesquisa mais reflexiva, crítica e contextualmente sensível. Não obstante, considerando o crescente interesse e popularização do uso de softwares – principalmente os de IA – na elaboração de trabalhos acadêmicos, foi discorrido sobre as oportunidades e ameaças – i.e., implicações éticas – do uso destes adventos tecnológicos na análise de conteúdo.

Todavia, a principal contribuição deste trabalho reside na proposição de um manual para a operacionalização da ACI. Em nossa argumentação, é possível elencar etapas a serem seguidas em que se possa atestar a sistematização fundamentalmente inerente a análise de conteúdo, mas também estabelecer etapas de significação, reflexão e interpretação subjetivas advindas da perspectiva interpretativa.

Logo, este protocolo estabelece um caminho metodológico para pesquisadores dos Estudos Organizacionais e, de maneira mais ampla, para investigações que tratem

de fenômenos socialmente construídos. Tal caminho se afasta de uma aplicação meramente protocolar e instrumental da técnica, indicando como os pesquisadores podem alcançar uma compreensão mais profunda e nuançada dos fenômenos sociais.

Neste sentido, consideramos que a execução integrada de perspectivas etnográficas e semiológicas enriquece os esforços analíticos. Mais do que isso, permitem que os pesquisadores extrapolem uma categorização sintética e padronizada dos dados, também se engajando num processo traduz e desvenda significados cultural, apresentando contribuições – possivelmente – complexas teias de significado que constituem a vida organizacional para diversos campos de conhecimento.

Em contrapartida, devemos reconhecer que, apesar de atual, a ACI corre uma severa ameaça da crescente dependência e uso em demasia de softwares, especialmente os IA. Porém, em nossa proposta, estes adventos tecnológicos podem e devem ser integrados a primeira etapa, sendo os softwares um facilitador para realização de pesquisas mais amplas e não um substituto da capacidade humana e subjetiva dos pesquisadores.

Há de se reiterar que consideramos que a subjetividade, a reflexividade e a capacidade interpretativa dos pesquisadores permanecem como os pilares de uma análise de conteúdo rigorosa e eticamente responsável. Consequentemente, uma adoção acrítica de tecnologias pode levar a análises superficiais e à perpetuação de vieses, distanciando-nos do objetivo central da pesquisa qualitativa: a compreensão em profundidade.

Como limitações, este ensaio se concentra em uma única abordagem metodológica. Além disso, também tem enfoque em apresentar sua discussão de maneira conceitual, sem apresentar dados empíricos ou exemplos concretos. Esta última limitação é superável pela existência de estudos que já operaram a ACI em estudos recentes (ver de Souza-Leão et al., 2019; 2020; Moura et al., 2024; Souza-Leão et al., 2020). Já a outra limitação pode ser superada através de novos ensaios que tratem de atualizar e repensar como outras abordagens seminais adotadas por estudos organizacionais vem sendo adotadas em tempos de softwares e IA – e.g., análise temática, narrativa, de discurso e teoria fundamentada (ver Creswell & Creswell, 2021; Flick, 2009).

Adicionalmente, consideramos oportuno sugerir que futuras pesquisas executem o manual proposto em estudos empíricos explorando fenômenos organizacionais complexos – e.g., cultura organizacional, dinâmicas de poder, ou a construção de identidades no trabalho. Nos pareceres igualmente interessante que próximas investigações se debrucem sobre os dilemas éticos e epistemológicos do uso de LLMs na pesquisa qualitativa.

Referências

- Altheide, D. L. (1987). Ethnographic content analysis. *Qualitative Sociology*, 10(1), 65–77.
- Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2013). *Qualitative media analysis* (2nd ed.). Sage Publications.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bell, P., & Milic, M. (2002). Goffman's gender advertisements revisited: Combining content analysis with semiotic analysis. *Visual communication*, 1(2), 203-222.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Bhatti, A. M., & Bashir, A. (2024). Semiosis of advertisements: Message theory into action. *Journal of Applied Linguistics and TESOL (JALT)*, 7(4), 59–72.
- Brown, S., & Green, L. (2020). Integrating quantitative and qualitative approaches in organizational research. *Journal of Organizational Research Methods*, 23(4), 789-805.
- Busetto, L., Wick, W., & Hagedorn, V. (2020). Choosing a qualitative research methodology. *BMC Medical Research Methodology*, 20(1), 1-10.
- Braga, C. S. C., de Queiroz Machado, D., Moreira, M. Z., de Mesquita, R. F., & Matos, F. R. N. (2019). Contributions and limits to the use of softwares to support content analysis. In *Computer Supported Qualitative Research: New Trends on Qualitative Research* 3 (pp. 12-21). Springer International Publishing.
- Costa, A. P., Reis, L. P., & Moreira, A. (2023). Qualitative Research in Digital Era: Innovations, Methodologies and Collaborations. *Social Sciences*, 12(10), 558.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa-: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Penso Editora.
- Cullum-Swan, B. E. T. S., & Manning, P. (1994). Narrative, content, and semiotic analysis. *Handbook of qualitative research*, 463-477.
- Davis, M., & White, R. (2020). Methodological transparency in management research: A call for clarity. *Academy of Management Journal*, 63(3), 987-1002.
- de Paiva Júnior, F. G., de Souza Leão, A. L. M., & de Mello, S. C. B. (2011). Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. *Revista de ciências da administração*, 13(31), 190-209.
- de Souza-Leão, A. L. M., Moura, B. M., de Santana, I. R. C., da Silva Nunes, W. K., & Henrique, V. D. M. R. (2019). Fans make art: Authoring and creativity in the production of fanvideos. *Revista de Negócios*, 24(4), 22-36.
- de Souza-Leão, A. L. M., Moura, B. M., Nunes, W. K. D. S., Henrique, V. D. M. R., & Santana, I. R. C. D. (2020). No shame to play: Ludic presumption on Brazilian fanvideos. *Revista de Gestão*, 27(4), 335-352.
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social media engagement with organization-generated content: Role of visuals in enhancing public engagement with organizations on Facebook and Instagram. *Public Relations Review*, 48(2), 102174.

- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2024). *Content Analysis*. Oxford University Press.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE open*, 4(1), 2158244014522633.
- Espírito Santo, P. D., & Soares, I. (2015). Meeting the loose ends with ethnographic content analysis. *Revista debates*, 9(1), 25-48.
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research*. Sage Publications.
- Friese, S. (2019). *Qualitative data analysis with ATLAS.ti* (3rd ed.). Sage Publications.
- Gilardi, F., Althaus, L., Kubli, M., & Schirmer, A. (2024). ChatGPT as a tool for qualitative content analysis. *Nature Machine Intelligence*, 6(1), 1-2.
- Gök, S. (2024). Qualitative Data Analysis through Generative Artificial Intelligence (GAI). *Education*, 2(1), 1-12.
- Gök, S. (2024). Utilizando a Inteligência Artificial como apoio na análise de conteúdo: algumas considerações. *Com a Palavra, o Professor*, 9(25), 1-15.
- Gök, S. (2024). ChatGPT for Automated Qualitative Research: Content Analysis. *JMIR Formative Research*.
- Godoy, A. S. (2005). Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Gestão. org*, 3(2), 80-89.
- Gondim, S. M. G., & Bendassolli, P. F. (2014). The use of the qualitative content analysis in psychology: A critical review. *Psicologia em Estudo*, 19(2), 191-202.
- Green, A., & Black, C. (2021). The interpretive turn in organizational studies: Embracing context and meaning. *Organization Studies*, 42(5), 765-780.
- Green, L., & White, K. (2023). Interdisciplinary approaches in social sciences research: A qualitative perspective. *Journal of Interdisciplinary Studies*, 15(2), 123-140.
- Gupta, R., & Sharma, P. (2021). Rigor in quantitative research: Adherence to pre-established plans. *Journal of Business Research*, 132, 100-115.
- Hancock, P. (2005). Uncovering the semiotic in organizational aesthetics. *Organization*, 12(1), 29-50.
- Heracleous, L. (2004). Interpretivist approaches to organizational discourse. *The Sage handbook of organizational discourse*, 175-192.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley.
- Johnston, L. (2017). A systematic review of the use of CAQDAS in the analysis of qualitative data in nursing research. *Journal of Advanced Nursing*, 73(9), 2026-2038.
- Johnson, M., & Brown, P. (2021). Measuring organizational phenomena: A quantitative approach. *Management Science*, 67(1), 50-65.
- Johnson, R., & Clark, L. (2022). Mixed methods research in management: A review and future directions. *Journal of Management Studies*, 59(1), 200-215.

- Kozinets, R. V. (2020). Netnography today: A call to evolve, embrace, energize, and electrify. In *Netnography unlimited* (pp. 3-23). Routledge.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2024, November). Integrating artificial intelligence (AI) in qualitative content analysis. In: Kuckartz, U. & Rädiker, S. *Qualitative content analysis: Methods, practice and using software*. Sage.
- Lage, M. C., & Godoy, A. S. (2008). O uso do estudo de caso e da análise de conteúdo na pesquisa em estratégia. In A. S. Godoy, R. B. Oliveira, & J. A. Silva (Eds.), *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, estratégias e métodos* (pp. 319-346). Saraiva.
- Lasswell, H. D., Leites, N., & Associates. (1949). *Language of politics: Studies in quantitative semantics*. Stewart.
- Lee, L. W., Dabirian, A., McCarthy, I. P., & Kietzmann, J. (2020). Making sense of text: artificial intelligence-enabled content analysis. *European Journal of Marketing*, 54(3), 615-644.
- Maxwell, J. A. (2020). *Qualitative research design: An interactive approach* (4th ed.). Sage Publications.
- Mende, J. (2022). Extended qualitative content analysis: researching the United Nations and other international institutions. *Qualitative Research Journal*, 22(3), 340-353.
- Mick, D. G., Burroughs, J. E., Hetzel, P., & Brannen, M. Y. (2004). The semiotic paradigm on consumer research: A retrospective. In S. Brown & A. Patterson (Eds.), *Imagining marketing: Art, aesthetics, and the avant-garde* (pp. 147-170). Routledge.
- Morgan, D. L. (2023). Exploring the use of artificial intelligence for qualitative data analysis: The case of ChatGPT. *International journal of qualitative methods*, 22, 16094069231211248.
- Moura, B. M., Souza-Leão, A. L. M. D., Salgueiro, E. M. G., Crosato, M. S., & Rocha, A. L. D. S. (2024). Women gamers: Gender performativities in female eSports consumption. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 25, eRAMG240235.
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: Potencial e desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731-747.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Nicmanis, M. (2024). Reflexive content analysis: An approach to qualitative data analysis, reduction, and description. *International Journal of Qualitative Methods*, 23, 16094069241236603.
- Nordqvist, M., Hall, A., & Melin, L. (2009). Qualitative research on family businesses: The relevance and usefulness of the interpretive approach. *Journal of Management & Organization*, 15(3), 294-308.

- Oswald, L. R. (2012). *Marketing semiotics: Signs, strategies, and brand value*. Oxford University Press.
- Platt, M., & Platt, D. (2023). Effectiveness of Generative Artificial Intelligence for Scientific Content Analysis. In *17th IEEE International Conference on Application of Information and Communication Technologies, AICT 2023 - Proceedings* (17th IEEE International Conference on Application of Information and Communication Technologies, AICT 2023 - Proceedings). IEEE. <https://doi.org/10.1109/AICT59525.2023.10313167>
- Portella, T. L. A. S., & De Lima, G. Â. (2024). Subject Analysis, Content Analysis and Domain Analysis: Concepts, methods and applications. *The Canadian Journal of Information and Library Science*, 47(2), 158-165.
- Reyes Flores, L. G., & Mejía Rivera, K. A. (2024). Artificial Intelligence in Qualitative Research: Bibliometric Analysis of Scientific Production Indexed in Scopus. *New Trends in Qualitative Research*, 20(4), e1116.
- Santos, D. J. M., Santos, P. V., & Boss, S. L. B. (2022). Muita Bardin, pouca qualidade: uma avaliação sobre as análises de conteúdo qualitativas no Brasil. *Revista Pesquisa Qualitativa*, 10(25), 1-20.
- Serafini, F., & Reid, S. F. (2023). Multimodal content analysis: expanding analytical approaches to content analysis. *Visual communication*, 22(4), 623-649.
- Smith, J., & Brown, A. (2021). The role of quantitative methods in advancing organizational theory. *Journal of Management*, 47(2), 300-315.
- Sorooshian, S., Tavana, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). From classical interpretive structural modeling to total interpretive structural modeling and beyond: A half-century of business research. *Journal of Business Research*, 157, 113642.
- Souza-Leão, A. L. M. D., Moura, B. M., Henrique, V. D. M. R., Nunes, W. K. D. S., & Santana, I. R. C. D. (2020). From play to political action: Prosumerism on fanvideo meme production. *BAR-Brazilian Administration Review*, 17, e190121.
- Taherdoost, H. (2022). What are different research approaches? Comprehensive review of qualitative, quantitative, and mixed method research, their applications, types, and limitations. *Journal of Management Science & Engineering Research*, 5(1), 53-63.
- Tavares, M. N., & Martins, T. G. (2020). Literacia mediática e publicidade: proposta de uma metodologia para análise de conteúdos publicitários audiovisuais. *Triade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 8(19), 192-220.
- Valle, P. R. D., & Ferreira, J. D. L. (2025). Content analysis in the perspective of bardin: Contributions and limitations for qualitative research in education. *Educação em Revista*, 41, e49377.
- Van Cuilenburg, J. J., Kleinnijenhuis, J., & De Ridder, J. A. (1988). Artificial intelligence and content analysis: Problems of and strategies for computer text analysis. *Quality and Quantity*, 22(1), 65-97.

- Van der Heijden, H., Hu, X., & Shen, X. (2022). Methodological advancements in information systems research: A review of recent trends. *Journal of the Association for Information Systems*, 23(1), 1-25.
- Vespestad, M. K., & Clancy, A. (2021). Exploring the use of content analysis methodology in consumer research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102427.
- White, L. (2018). Combining qualitative and quantitative research: semiotics, structuralism, and content analysis. *Handbook of research methods for tourism and hospitality management*, 373-383.
- Worakittikul, W., Saenwerm, C., & Naruetharadhol, P. (2024). Unlocking the secrets of green semiotics: The revolutionary power of eco-symbols in transforming consumer perceptions and catalyzing behavioral shifts in emerging markets. *PLOS One*, 19(9), e0310963.
- Zhang, J. J., Wang, Y. W., Ruan, Q., & Yang, Y. (2024). Digital tourism interpretation content quality: A comparison between AI-generated content and professional-generated content. *Tourism Management Perspectives*, 53, 101279.

Bruno Melo Moura (bruno.melom@ufpe.br)* trabalhou na concepção inicial, redação do manuscrito e revisão final deste ensaio.

André Luiz Maranhão de Souza Leão (andre.sleao@ufpe.br) trabalhou na concepção inicial e revisão final deste ensaio.

Diogo Henrique Helal (diogo.hhelal@ufpe.br) trabalho na redação do manuscrito e revisão final deste ensaio.

*Autor-correspondente.

Data de Submissão: 12/12/2025 Data de Aprovação: 25/12/2025.

Editor-Chefe: Diogo Henrique Helal.

Editor Adjunto: Bruno Melo Moura.

Direitos autorais das pessoas autoras, 2025. Licenciado sob Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0). Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do material em qualquer meio ou formato, apenas para fins não comerciais, desde que seja dada a devida atribuição ao criador. Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>