

***Grounded Theory* como metodologia de pesquisa em Mídias Digitais¹**

Maíra BITTENCOURT²

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP
Centro Universitário FIAM-FAAM

Resumo: Se nas mais diversas áreas da comunicação as motivações de pesquisa comumente nascem de um objeto empírico, quando focamos nas Mídias Digitais essa frequência é ainda maior. As inquietações, na maioria das vezes, brotam do campo, da prática e das observações no ambiente digital. A *Grounded Theory* (GT) vem justamente ao encontro dessa necessidade. É um aporte metodológico há muito empregado em pesquisas de enfermagem, administração e psicologia e que serve muito bem aos anseios e necessidades dos pesquisadores que se dedicam à comunicação digital. Neste artigo, vamos contextualizar a GT e explicar como fazer uso desta metodologia de pesquisa, que tem por principal finalidade criar novas teorias a partir do campo empírico.

Palavras-chave: *Grounded Theory* (GT); Mídias Digitais; Teoria Fundamentada; Metodologia de Pesquisa; Campo Empírico.

Introdução

Ao iniciar uma pesquisa frequentemente surge o impasse: O que fazer inicialmente, ir à campo, investigar empiricamente o objeto, ou, antes, ler teorias sobre o tema escolhido? Na maioria das vezes a opção tende a ser a segunda, visto que muitos dos trabalhos acadêmicos, nas áreas mais tradicionais das pesquisas de comunicação, se sustentam primeira e prioritariamente no pilar teórico, para depois, se for o caso, investigar o objeto empírico.

No entanto, existem alguns problemas quanto à adoção desse modelo para as pesquisas em Mídias Digitais³. Podemos apontar especificamente três: 1) o esforço em

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora assistente no curso de Jornalismo do Centro Universitário FIAM-FAAM. Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e jornalista graduada em Comunicação Social pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel). E-mail: <maira_bittencourt@hotmail.com>.

³ **Mídias Digitais:** São aquelas que não se utilizam de suporte físico, funcionando somente pelo sistema de dígitos. São “dados transformados em sequência de números interpretados por um computador: essa é uma das características principais das mídias digitais”. (MARTINO, 2015, p. 11).

Desse modo, estão abarcados nas Mídias Digitais os computadores, a TV digital, os *laptops*, os *tablets*, os *smartphones* e os celulares. Entretanto, vale salientar que o foco deste trabalho de pesquisa não está no estudo dessas plataformas como um todo, ou na sua estrutura de funcionamento; a proposta restringe-se apenas à área da comunicação. Assim, pode surgir o questionamento: Por que não adotar a terminologia *cibercultura*? Essa opção foi feita porque acreditamos que o termo Mídias Digitais é mais amplo. Enquanto que a *cibercultura* necessita da produção cultural, das comunidades virtuais e da inteligência coletiva, conforme a definição do

embasar observações empíricas novas em velhas teorias;⁴ 2) a falta de rigor empírico; 3) o provável e possível desconhecimento dos objetos e fenômenos das Mídias Digitais, que pode levar a embasamentos teóricos equivocados. Vejamos detalhadamente cada uma dessas problemáticas.

A primeira e mais importante é que, frequentemente, há um esforço para tentar embasar observações de ocorrências novas em teorias velhas. Observa-se um objeto empírico atual – e que não tenha relação com nenhum modelo pré-existente – e aplica-se uma teoria enraizada em outro contexto comunicacional. Isso vale para as diversas áreas da comunicação. Mas para o meio digital isso ganha especial importância, pois muitos dos discursos, produtos e conceitos são novos e podem não encontrar amparo em modelos teóricos já estudados e publicados. Em outras palavras, os objetos empíricos podem ser completamente diferenciados em relação a linguagem, formatos, estilos entre outros e, exclusivamente quando assim forem, é muito provável que não existam teorias que abarquem por completo as análises do material proposto.

A segunda problemática levantada é que o campo das Ciências Sociais tende a realizar análises empíricas sem o rigor necessário. É comum encontrar pesquisas muito bem estruturadas em seus discursos teóricos que são apresentados cheios de confrontos e com muita produção de sentido, mas, quando se chega à parte da análise empírica surgem observações aleatórias sem um real embasamento para as escolhas tomadas. É comum o uso de fragmentos de entrevistas, de tuítes, de comentários no Facebook ou de outra rede social, mas esses aparecem apenas para legitimar um pensamento que foi estruturado via referências e constatações do pesquisador. Como afirma Paviani (2011), “é urgente a necessidade de qualificar as ciências sociais e culturais com rigor teórico e metodológico. O rigor nasce da maneira de desenvolver os processos de pesquisa”.⁵

Como terceira e última questão estão as dificuldades de se trabalhar com os campos empíricos novos⁶ (como geralmente são os produtos e processos comunicacionais do ambiente digital) sem que se tenha-os analisado previamente à pesquisa. Isso ocorre

termo, as Mídias Digitais abrem espaço para toda e qualquer produção de comunicação que ocorre nos suportes digitais *online* e *off-line*.

⁴ **Velhas teorias:** Não estamos afirmando que as teorias contam com um período de validade curto. Apenas levantamos a questão de que as teorias antigas podem não abarcar a totalidade e a complexidade de determinados produtos empíricos novos, isso porque elas foram pensadas dentro de outro contexto histórico, no qual, se desconhecia a realidade surgiria futuramente. Com essa afirmativa, aproveitamos para reiterar que mesmo as teorias antigas podem ser válidas para pesquisas novas, desde que consigam alcançar a complexidade do objeto ou situação analisada.

⁵ PAVIANI in TAROZZI, 2011, p. 8.

⁶ **Campos Empíricos Novos:** Em termos de tempo de existência.

porque podemos descobrir, somente no meio da pesquisa, que o objeto não renderia tanto quanto o esperado. Nesses casos, poderíamos nos deparar com um objeto diferente da teoria estudada ou, ainda, tomar conhecimento de que o campo empírico deixou de existir, seja por extinção do produto ou por dissipação do público, seja por migração para outro suporte ou qualquer outro motivo. Nesses casos, seria possível dizer que a resposta mais lógica é a troca de objeto, mas com essa troca, além do atraso na pesquisa, surge novamente a questão abordada como a primeira problemática: provavelmente haverá uma tentativa de aplicação de uma teoria previamente estudada em um material que não necessariamente possui as características teóricas pré-existentes.

A *Grounded Theory* (GT) pode ser justamente uma opção para superar essas problemáticas e avançar nas pesquisas em Mídias Digitais. Ela é uma metodologia utilizada para desenvolver pesquisas fundamentadas no objeto empírico e que tem por principal finalidade a criação de novas teorias. Esse aspecto torna a GT essencialmente importante para as pesquisas na área das Mídias Digitais, que, por serem relativamente novas, ainda carecem de teorias que consigam compreendê-las em sua amplitude e diversidade.

Quando nos propomos a criar teorias enraizadas no campo empírico, como é a proposta da GT, podemos ofertar bases teóricas que vão carregar no seu cerne as possibilidades e necessidades específicas das Mídias Digitais e, por isso, poderão enriquecer o campo através da oferta de bases novas teóricas. “Pode-se afirmar que uma GT não se limita a recolher dados e analisá-los para verificar ou falsificar teorias pré-existentes, pensadas em outras sedes e por outras pessoas, mas constrói criativamente – e rigorosamente – uma teoria a partir dos dados, capaz de explicar os fenômenos pesquisados”.⁷

No Brasil, a GT é também chamada de Teoria Fundamentada nos Dados, de Teoria Fundamentada em Dados, ou ainda, de Teoria Fundada⁸. Mas julgamos ser mais adequada a adoção da terminologia *Grounded Theory* (GT), em inglês, como no original da criação do método, porque o termo Teoria Fundamentada (seja “em Dados” ou “nos Dados”) é justamente a tradução de uma das etapas da GT, a última etapa, na qual encontramos o resultado do processo. Fazer uma Teoria Fundamentada é fazer o produto final da aplicação metodológica da GT.

Através dos processos que compõem a GT o pesquisador vai à campo, coleta os dados, codifica, estabelece categorias, interpreta, relata o processo, até que o problema seja

⁷ TAROZZI, 2011, p. 29.

⁸ **Teoria Fundada**: A incidência desse termo é maior na língua espanhola do que na portuguesa.

saturado (tudo isso de forma circular, não necessariamente obedecendo essa ordem e podendo retornar ao passo anterior quantas vezes forem necessárias) e, a partir desse trabalho, emerge uma nova teoria, ou seja, o que se espera com a aplicação da GT é que nasça uma nova teoria fundada na análise do *corpus*.

Apesar da aparente evidência de eficácia do uso desta metodologia para os estudos das Mídias Digitais, no Brasil existem poucas publicações com o uso da GT. Existem algumas teses e livros com o uso da GT na grande área das Ciências Sociais⁹ – e por consequência da comunicação –, mas especificamente nos estudos das Mídias Digitais só foi encontrado um registro de publicação no que se trata de livros e teses de doutorado, pós-doutorado ou livre docência. Já em dissertações de mestrado e monografias de conclusão de curso foram encontrados mais materiais, porém, nesses casos, quando analisamos os procedimentos percebemos que o uso da metodologia foi bastante superficial.

O único trabalho ligado aos estudos de internet que cita a GT e explica os processos e aplicações é texto do terceiro capítulo do livro *Métodos de pesquisa para internet* (2013), das pesquisadoras Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral, que explana sobre a possibilidade de utilização do método para as pesquisas de cibercultura. As autoras discutem as potencialidades e os entraves da adoção desta metodologia para os estudos do ciberespaço. Na obra citada, as autoras concluem que, embora seja de difícil trato, trata-se de um método interessante para as pesquisas na *web*, visto que, nesse campo, “é particularmente interessante aos dados obtidos em um campo onde ainda há uma profusão de dados para coleta e ainda um pequeno corpo teórico”.¹⁰

Visto a escassez de produções, o presente artigo procura agregar ao campo de pesquisa das Mídias Digitais pela perspectiva da GT. Aqui discutimos a GT e seus processos, fornecendo mais um suporte e guia prático, para que os pesquisadores possam se utilizar do método em seus trabalhos científicos ligados às Mídias Digitais.

A presente reflexão está dividida em duas partes. Primeiramente fazemos uma contextualização histórica da GT e uma explanação sobre as escolas existentes. Na sequência, falamos sobre a aplicação prática da GT nos estudos de Mídias Digitais, no intuito de fornecer um passo a passo, resumido, de como aplicar o método.

Dessa forma esperamos não esgotar a temática da *Grounded Theory* (GT), mas dar uma pequena contribuição para a difusão do método, oferecendo-o como uma alternativa

⁹ Citamos essas obras ao longo deste trabalho.

¹⁰ FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 87.

sólida aos pesquisadores que pretendem analisar materiais empíricos e gerar novas teorias para as Mídias Digitais.

Contextualização histórica e as escolas da GT

Os pais do processo metodológico da *Grounded Theory* foram Glaser e Strauss. Eles desenvolveram o método durante uma pesquisa sobre o contexto da morte em ambientes hospitalares (1965). Dois anos depois, publicaram o livro *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (1967), primeira obra que discorre sobre a GT. Nela, os autores explicam os processos metodológicos da pesquisa que realizaram e, por consequência, o modo de fazer GT.

Nesses quase 50 anos desde a publicação do método, a metodologia foi adaptada para diversos tipos de estudos. Glaser (2014a) afirma que, com o passar dos anos, a metodologia se tornou muito mais completa e complexa, pois foi adaptada para as realidades do século XXI. “Os estudos que utilizam GT nos últimos anos usam a aplicação de um conceito abstrato de GT, que tem garra e implicações gerais, e, assim, ajuda a explicar o comportamento que está acontecendo”.¹¹

Os próprios fundadores, Glaser e Strauss, tomaram caminhos diferentes. Enquanto Glaser continuou seus estudos amparados nos princípios propostos em 1967, Strauss, junto de outros pesquisadores, propôs alterações¹² no formato inicial da GT.

Assim como eles, também outros autores apareceram na década de 1990 propondo diferenciações para a GT. Segundo Glaser (2014b), são mais de cem tipos de GT.¹³ Isso não significa que essas publicações se diferenciem umas das outras por completo, mas cada uma leva consigo alguns traços específicos. É como no caso deste presente artigo, que visa adaptar a GT para a análise de Mídias Digitais.

De modo geral, esses mais de cem tipos diferentes estão, de uma forma maneira ou outra, abarcados em três grandes escolas de GT. Essas seriam as principais vertentes, com

¹¹ GLASER, 2014a, p. 47. (Tradução livre feita pela autora).

¹² O grande ponto de discórdia entre Glaser e Strauss foi quando Strauss publicou o texto *Basic of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 1990, escrito em conjunto com Juliet Corbin. A partir desse momento os dois fundadores da GT tomaram caminhos metodológicos diferentes. Glaser continuou com a linha clássica da GT e Strauss, juntamente com Corbin e seu grupo de pesquisadores tomaram o caminho da GT *conceptual description*.

¹³ GLASER, 2014b, p. 4.

grandes diferenciações. São elas: a GT Clássica, a GT *Full conceptual description*¹⁴ e a GT Construtivista¹⁵.

Tarozzi (2011) resume as características de cada uma das escolas de forma bastante objetiva através da seguinte tabela:

	GT Clássica	GT <i>Full conceptual description</i>	GT Construtivista
	Glaser	Corbin¹⁶	Charmaz¹⁷
Pergunta de pesquisa	Não é uma afirmação que identifica o problema a ser estudado. É impossível defini-lo antes de ir a campo (inicia-se de modo aberto a partir de uma área de investigação).	É uma afirmação que identifica claramente o problema a ser estudado. Consente restringir e gerenciar a área de investigação.	Não existe. Os conceitos sensibilizantes (Blumer), interesses pessoais e disciplinares iniciam a pesquisa.
Tipo de dados	“ <i>All is data</i> ”.	Indiferente, sobretudo observações.	Entrevistas semiestruturadas e análise textual. Coconstrução de dados.
Core Category	Emerge quase magicamente e é intuída improvisadamente no início ou no fim de uma pesquisa.	Fazê-la emergir requer fortes manipulações de dados. Não existe uma única <i>core category</i> .	Existe uma <i>core category</i> prevalectente.
Tipos de codificação	Substantiva teórica.	Aberta, axial e seletiva.	Inicial, focalizada, axila, teórica.

Fonte: TAROZZI, 2011, p. 56.

Os poucos estudos encontrados na área da comunicação se utilizam principalmente do modelo de GT Construtivista¹⁸, justamente por ela estar ligada às demandas das últimas décadas. Mas isso não é um impedimento para adoção das outras escolas de GT nas pesquisas de comunicação. A escolha da escola de GT é apenas uma opção de estilo de pesquisa, se mais rígido ou mais aberto, “muitos podem escolher a *Grounded Theory* Clássica, em detrimento de outros métodos, por razões pessoais, como o tipo de emergência

¹⁴ **Full conceptual description**: Nos trabalhos em que o termo aparece traduzido para o português utiliza-se a denominação: Intencionismo Simbólico.

¹⁵ **Construtivista**: Em algumas obras em português aparece traduzido como escola positivista.

¹⁶ Essa foi a escola criada por Strauss junto com Corbin, mas agora atribuído somente a Corbin devido ao falecimento de Strauss em 1996.

¹⁷ **Kathy Charmaz**: Aluna de Glaser e publicou em 2000 e 2006 duas obras que propunham evoluções para a GT com aspectos inovadores.

¹⁸ Exemplos de produção com uso da GT em Comunicação: LEITE, 2015 e TAROZZI, 2005 [não publicada].

dos dados, a autonomia, tipos de codificação e a não utilização de preconceções, etc., mas a escolha é pessoal, não melhor ou pior”.¹⁹

Como um todo, a GT chegou aos trabalhos de pesquisas brasileiros em 1990, sobretudo nas áreas de enfermagem e de administração. Os registros de aplicação do método na área da comunicação aparecem mais tarde, por volta dos anos 2000, mas ela ainda é utilizada em pequena escala. Dentre todos os trabalhos publicados no Brasil, um que ganhou notoriedade, com a aplicação da GT, foi a tese doutoral de Fática Cristina Trindade Bacellar, intitulada *Contribuições para o ensino de marketing: revelando e compreendendo a perspectiva dos professores*, de 2005, apresentada na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP).

A aplicação da GT para os estudos de Mídias Digitais: o passo a passo

A GT é entendida como uma metodologia que deve gerar uma teoria fundamentada nos dados coletados e analisados simultânea e sistematicamente. (GOULDING, 2002). O estudo deve começar sem um problema de pesquisa fechado, e sim com uma pergunta: “O que está acontecendo aqui?”.²⁰ Tendo essa ausência de hipótese prévia e de problema de pesquisa fechado, o estudo adota como ponto de partida as respostas obtidas através da pesquisa empírica.

O método se torna interessante para aqueles que buscam uma nova perspectiva sobre um fenômeno, pois auxilia o pesquisador a se libertar das suas noções pré-estabelecidas. Sempre vale salientar que, mesmo com essa abertura, nenhum pesquisador estará totalmente livre de conceitos prévios e ideias pré-concebidas. “É impossível que um pesquisador que não seja iniciante consiga entrar em campo sem pré-noções. Se, ao contrário, reconhecer essa carga de percepções pode influenciar de forma positiva”.²¹ É também o que reafirma Dey (1999): “Há uma diferença entre uma mente aberta e uma cabeça vazia”.²² O importante é estar aberto para que o campo aponte os caminhos que devem ser percorridos, tanto em questão de respostas quanto em questão de métodos de análises (de metodologias complementares a quantidades de entrevistas, tipos de observações...).

¹⁹ GLASER, 2014, p.3. (Tradução livre feita pela autora).

²⁰ TAROZZI, 2011, p. 47.

²¹ FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, p. 90.

²² DEY, 1999, p. 251.

Segundo a GT, a percepção do que é mais importante para a pesquisa vai emergir desse primeiro trabalho de campo. Isso significa que a base primordial estará na coleta e análise de dados. Assim devemos primeiramente tentar compreender a realidade dos entrevistados, por métodos variados (desde questionários qualitativos, quantitativos, grupos focais, entrevistas, estudo etnográfico ou outras fontes de informação) para, depois de todo o processo, confrontar o novo material com bases teóricas.

Vamos, porém, por partes para entender como funcionam esses procedimentos da GT. A partir daqui tratamos ponto por ponto, desde como começar a pesquisa até a redação do relatório final. Vamos aos pontos:

1. Definição do propósito da pesquisa: Sem que haja necessariamente a restrição em algumas variáveis ou em uma pergunta de pesquisa específica, nesta etapa é importante ter clareza sobre o que se deseja pesquisar. Aqui definimos qual a inquietação do pesquisador. Para auxiliar nesse processo, podemos refazer a pergunta: “O que está acontecendo aqui?”. Esse “aqui” deve fazer referência direta à realidade escolhida, seja ela um *site*, um *blog*, um comunicador, um tipo de relacionamento (entre comunicador e usuário)²³ ou outro campo das Mídias Digitais²³ que se deseja estudar.

2. Coleta de dados e os métodos complementares: Depois de definir o que será pesquisado, devemos ir à campo para recolher os primeiros dados. Como ainda não há um recorte fechado e exato (ex.: X pessoas que seguem determinado perfil no Facebook, ou ainda um determinado blogueiro que produz algum tipo de conteúdo específico), “a amostra não se forma *a priori*, mas no decorrer da pesquisa, seguindo as lacunas da teoria emergente, [...] recolhendo dados de sujeitos e de contextos”.²⁴ Assim, definimos previamente o tamanho da amostra ou o tipo específico de metodologia complementar que será necessária em toda a pesquisa. Essa decisão vai sendo tomada ao longo do caminho, através do contato com o campo e da saturação²⁵ das categorias.

Para o desenvolvimento da GT não há restrição de métodos de captação de informações. Pode-se utilizar netnografia, análise de redes sociais, pesquisa quantitativa²⁶, questionários, grupo focal, análise do discurso, entre outros métodos complementares. Eles

²³ Embora a preferência da autora seja sempre por chamar de pessoas, aqui o que remete e resume, pontualmente, melhor a ideia dessas pessoas que recebem e emitem informações na rede acaba sendo a palavra usuário.

²⁴ TAROZZI, 2011, p. 23.

²⁵ **Saturação:** O entendimento de saturação, no contexto da GT, é explicado a seguir.

²⁶ Embora muitos dos autores não reconheçam a possibilidade de pesquisa quantitativa com *Grounded Theory*, Glaser, um dos fundadores da GT, publicou em 2008 o livro *Doing Quantitative Grounded Theory*, que vem justamente a reafirmar esta possibilidade e explicar como se deve proceder para aplicação da metodologia neste tipo de coleta de material.

farão parte desta parte da pesquisa, a coleta de dados, e darão suporte a todo o processo de relação com o campo empírico.

3. Codificação Aberta: É a parte inicial de codificação e deve abarcar a identificação, descrição e categorização do fenômeno encontrado na pesquisa empírica. “Esta fase fragmenta os dados e permite que sejam identificadas categorias, propriedades e dimensões. [...] A codificação aberta, assim, foca principalmente os procedimentos de comparação, classificação e questionamento dos dados”.²⁷

O próprio nome desta etapa já dá o direcionamento do que devemos fazer aqui, é tempo de fazer uma codificação “aberta”. Devemos estar abertos e atentos para o que virá do campo, sem esquecer que a codificação inicial deve estar estritamente ligada aos dados coletados. A partir deles e rigorosamente com eles é que devemos criar categorias e etiquetas. “A codificação é o elo fundamental entre a coleta de dados e o desenvolvimento de uma teoria emergente para explicar esses dados. Pela codificação você define o que ocorre nos dados e começa a debater-se com o que isso significa”.²⁸

O objetivo desta fase é extrair alguns conceitos e expressá-los através de algumas categorias. Cabe, também aqui, a transcrição de entrevistas e tabulação de questionários. Como etapas importantes a seguir na codificação aberta estão as seguintes: ler e reler todos os textos e entrevistas; codificar palavra por palavra²⁹; codificar linha por linha³⁰, comparar acontecimentos³¹, começar a criar categorias e etiquetas³² para os dados.

Charmaz (2011) salienta a importância de o pesquisador observar os dados para criar categorias e não tentar criá-las a partir de conceitos pré-existentes, ou seja, é preciso ousar para “ouvir” exclusivamente o que o campo tem a dizer, tomando o cuidado para não sofrer influências de categorias de outros autores. Se, assim feito, a probabilidade de emergir uma teoria inovadora e arraigada aos dados é muito maior.

Para auxiliar neste processo é possível também o uso de *softwares*. Cada tipo de pesquisa pode encontrar amparo em um determinado *software*. Vejamos alguns exemplos: Se as análises tiverem cunho de entendimento do comportamento em relação à audiência do

²⁷ FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 96.

²⁸ CHARMAZ, 2009, p. 70.

²⁹ Codificar palavra por palavra significa transcrever o texto do entrevistado palavra por palavra ou ainda transcrever os comportamentos do grupo focal. De modo geral, a codificação palavra por palavra não deve contar com interferências do pesquisador, ela deve ser uma tradução literal do conteúdo emitido pelo campo.

³⁰ Codificação linha por linha significa a extração de algumas palavras mais importantes e com maior carga de significado de cada uma das frases que anteriormente foram codificadas palavra por palavra.

³¹ Podemos confrontar os materiais recolhidos. Ex.: Anotações de diário de campo com as entrevistas ou respostas dos questionários com grupo focal.

³² **Etiquetas:** Nomes ou termos-chave de fenômenos que surgem através da análise das categorias.

Twitter podemos utilizar o Topsy; se a intenção da pesquisa for de monitoramento de Mídias Sociais, podemos optar pelo TopSocialMedia; se a ideia for acompanhar uma página de Facebook, podemos utilizar o FanPage Karma. É possível ainda fazer uso de *softwares* de formatação e tabulação de questionários como Excel, o “R” ou o SPSS, principalmente nos casos de pesquisas quantitativas. Para a formatação do próprio texto, cabe o uso de ferramentas como o Microsoft Word, que auxiliam na implementação de etiquetas ao lado do texto. Existem ainda *softwares* para análises de pesquisas qualitativas como o Atlas, TI, Nudist e Nvivo³³, este último criado exclusivamente para análises com GT.

3. Codificação Focalizada: Após esse processo da codificação aberta, chegamos à Codificação Focalizada com algumas etiquetas e algumas categorias, embora possivelmente ainda não saturadas. É provável que o número de categorias seja bastante amplo, visto que na Codificação Aberta o processo não é o de resumir categoria ou atribuir sentido único para categorias com o mesmo tom de discurso, e sim criá-las.

Já aqui, na Codificação Focalizada, dois processos são importantes: identificar macrocategorias e interligar as categorias existentes. Na identificação das macrocategorias, devemos reunir as categorias por semelhanças, no intuito de gerar etiquetas pontuais que descrevam os fenômenos encontrados; na interligação das categorias, que Strauss e Corbin chamam de Codificação Axial³⁴, o intuito é confrontar as categorias entre si fazendo a “comparação entre os códigos e, posteriormente, entre os conceitos”.³⁵

Depois disso a pergunta de pesquisa deve ser refinada com mais foco, pois já se conhece parte do campo. É possível que surja a necessidade de novas entrevistas ou intervenções no campo, visto que na hora de observar as categorias é bastante provável que apareçam lacunas descobertas.

4. Codificação teórica: Neste momento devemos buscar a *core category*. A *core category* é a ponta da pirâmide, é a categoria central, o conceito-chave, a ela todas as outras categorias devem estar ligadas. “A categoria central deve ser como o sol em relação aos

³³ **Nvivo:** Criado em 2010 pela empresa australiana QSR, ele foi elaborado pensando-se exclusivamente na GT. Permite que o pesquisador importe e trabalhe nos textos, arquive e separe os vários tipos de dados, codificações e memorandos, interliga os memorandos, cria relação entre os documentos, organiza a codificação aberta e focalizada deixando-as com modo de árvore, cria e gerencia diagramas referentes ao texto e suas categorias.

³⁴ **Codificação Axial:** É o segundo momento. Depois de criadas as categorias passa-se a relacioná-las comparando os dados e observando as relações.

³⁵ FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 94.

planetas”.³⁶ É ela que iluminará todo o processo e que brilhará com a nova teoria, pois é através da *core category* que deve nascer a teoria que estávamos buscando.

Ela “é o resultado de uma GT, e não é raro que esse conceito seja utilizado como título do relatório de pesquisa que será elaborado a seguir [...] encontrar e aprofundar a (ou as) *core category (ies)* é o objetivo da codificação teórica, a fase de codificação que se desenvolve no nível máximo de abstração conceitual”.³⁷

Depois de definida esta categoria central chega o momento de refazer as perguntas de pesquisa e retornar seletivamente aos dados. A intenção aqui é montar um único modelo³⁸ que explique todo o processo teórico. Segundo Glaser (1978), é preciso integrar as categorias dando atenção para as seguintes questões: causa, contextos, contingência, consequências, covariáveis e condições. Esse modelo de estrutura era defendido com bastante rigidez pelo autor, quando de sua publicação, mas o entendimento atual é que são pistas que darão um bom sustento para esta etapa, sendo possível trabalhar também com outras questões.

5. Saturação: O critério para deixar de retornar ao campo é a saturação teórica. Podemos dizer que a categoria chegou na saturação quando, ao retornar ao campo, colhemos respostas similares as obtidas anteriormente. “Quando os dados se tornam redundantes, no sentido de que, para qualquer direção que se prossiga na coleta de dados confirmem-se constantemente aquelas mesmas categorias”,³⁹ nesse caso, chegamos à saturação da categoria. “Ao ver casos semelhantes repetidamente, o pesquisador ganha a confiança de que uma categoria está saturada. Quando uma categoria está saturada, nada resta senão ir para outras categorias e tentar saturá-las também”.⁴⁰

É importante que se façam novas idas a campo e que se busque a saturação de cada uma das categorias. Isso garantirá que não seja feita a defesa de uma ocorrência esporádica, mas sim que se crie uma teoria sólida com base em diversas incidências comuns.

6. Memorandos (Memos): É a base sólida do processo da pesquisa. Entram aqui as observações de campo escritas durante todos os processos, desde as primeiras ideias da pesquisa, passando pelas observações, *insights* do pesquisador, percepções sobre as entrevistas até o acompanhamento da análise do corpo de dados. É o diário de campo do

³⁶ CORBIN; STRAUSS, 1990, p. 124. (Tradução livre feita pela autora).

³⁷ TAROZZI, 2011, p. 140.

³⁸ Este modelo pode e deve ser montado em forma de diagramas. Nesse diagrama as categorias devem aparecer desde a base até a ponta da pirâmide.

³⁹ TAROZZI, 2011, p. 152.

⁴⁰ GLASER; STRAUSS, 1967, p. 65 (Tradução livre da autora).

pesquisador. “Os memorandos são instrumentos de reflexões que acompanham, apoiam, e guiam a emersão da teoria em todas as suas fases, da coleta de dados até a codificação teórica”.⁴¹

Eles são úteis para registrar as escolhas metodológica e garantir o acompanhamento de todo o processo. São parte fundamental para demonstrar a credibilidade da pesquisa e auxiliar diretamente na elaboração do texto final. Neles também podem entrar os preconceitos do pesquisador. É importante escrever memorandos regularmente. Os diagramas também podem e devem integrar os memorandos. “O autor pode encontrar áreas de aderência, incompatibilidades ou complementaridade entre os conceitos e relações incluídos na teoria desenvolvida em sua área substantiva e os aportes de outros teóricos”.⁴²

Começam com as anotações das observações e terminam com “anotações teóricas, que estão refletidas na discussão de como os códigos, conceitos e categorias relacionam-se com a literatura. Esses memos, enquanto discussões teóricas, vão auxiliar, ao final, na emergência da teoria”.⁴³

Segundo Corbin e Strauss (1990), podem existir três tipos de memorandos. Os memorandos de código, os memorandos teóricos e as notas operacionais. Os memorandos de código referem-se à codificação aberta e devem se concentrar na rotulagem das categorias e etiquetas; os memorandos teóricos dedicam-se às indicações do processo e estão ligados às codificações focalizadas: axial e seletiva; por fim, os memorandos operacionais devem conter instruções relativas ao projeto de pesquisa em evolução (diário de campo).

7. Escrita de uma GT – a Teoria Fundamentada (nos ou em) dados: É a fase final. Neste momento devemos elaborar o texto a ser apresentado (seja ele uma tese, um artigo científico, um livro, um relatório para uma agência de fomento...). Diferentemente de outras formas de pesquisa, na GT chegamos a este momento com uma grande quantidade de material já organizado. O processo de escrever a GT é basicamente uma revisão dos memorandos mais aprofundados, dos diagramas com as categorias (e *core category*) e um confronto com bases bibliográficas teóricas de outros pesquisadores.

É este o momento do estudo da bibliografia, no intuito de agregar argumentos igualmente sólidos para a nova teoria que vai emergir do campo. O importante aqui é perceber o diferencial da GT. Os textos não contarão somente com extratos de entrevistas,

⁴¹ TAROZZI, 2011, p. 155.

⁴² ARAÚJO; ESTRAMIANA, 2011, p. 391.

⁴³ FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013, p. 94.

utilizados para legitimar ideias, como comumente ocorre em outros tipos de pesquisa qualitativa, mas sim contarão com toda a construção feita até aqui. As entrevistas aparecerão somente se tiverem um conteúdo realmente emblemático, caso contrário, a prioridade é para a apresentação da nova teoria em confronto com as referências bibliográficas.

Considerações Finais

Adotar a GT é se permitir construir ciência a partir do desejo de explorar, em sua complexidade, uma área ou objeto empírico desconhecido, sem se restringir a poucas variáveis ou a uma pergunta de pesquisa pré-estabelecida. Ela é uma metodologia que propõe ir à campo sem uma hipótese fixa preliminar.

O que se tentou aqui com este artigo foi, de modo prático, elucidar de que forma a GT pode ser utilizada para as pesquisas ligadas às Mídias Digitais. Entendemos a *Grounded Theory* como uma alternativa sólida e rigorosa para os estudos qualitativos, e com possibilidade de alguma base também quantitativa, ligados à área da comunicação.

Vale salientar que, embora aqui a descrição do processo tenha sido feita em sete passos subsequentes, no fazer prático da GT o mesmo não ocorre, pois tal processo deve ser circular. É possível que, ao mesmo tempo em que estejamos na criação de categorias, seja preciso retomar o passo da codificação aberta ou até mesmo retornar ao campo. É justamente por isso que é possível chegarmos à saturação. E é a saturação a grande responsável pela solidez dos resultados obtidos pela GT.

Uma questão comumente levantada por quem estuda as Mídias Digitais é a validade das análises, visto que focamos em fenômenos que podem ser bastante passageiros. Para esse ponto também é possível encontrar amparo na GT. O entendimento é que a realidade empírica pode mudar, mas nem por isso a teoria criada deixará de ter seu valor. Atualizar a teoria, com novas pesquisas, não retira o mérito do trabalho realizado, apenas renova a necessidade de mais estudos e retornos ao campo.

Por fim, vale salientar que, apesar de em todo texto termos feito uma descrição sistemática de como deve ocorrer a pesquisa completa com o uso da GT, é também possível utilizarmos os conhecimentos da *Grounded Theory* apenas para fazer uma análise de material empírico. Mas somente poderemos afirmar que houve uma Teoria Fundada – ou Teoria Fundamentada nos (ou em) Dados – se houver a criação de uma nova teoria. Essa nova teoria tem que, obrigatoriamente, emergir da análise das categorias codificadas em confronto com os memorandos e com o referencial teórico.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Bruno Felix von Borell de; ESTRAMIANA, José Luis Álvaro. Ação e estrutura social em *Grounded Theory*: Reflexões sobre uma psicologia social sociológica. In.: **Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology**, vol. 45, n. 3, 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CORBIN, Juliet; STRAUSS, Anselm. Grounded Theory Research: Procedures, canons, and evaluative criteria. **Qualitative Sociology**, 13, p. 3-21. 1990.

CHARMAZ, Kathy. **A construção da Teoria Fundamentada**. Porto Alegre: ArtMed, 2009.

DEY, I. **Grounding Grounded Theory**: Guidelines for Qualitative Inquiry. San Diego: Academic Press, 1999.

GLASER, B. STRAUSS, A. **Awareness of Dying**. Chicago: Aldine de Gruyter, 1965.

GLASER, Barney. STRAUSS, Anselm. A. **The Discovery of Grounded Theory**: Strategies for Qualitative Research. Chicago/Nova York: Aldine de Gruyter, 1967.

GLASER, Barney. **Doing Quantitative Grounded Theory**. Sociology Pr; first edition January 31, 2008.

GLASER, Barney. Applying Grounded Theory. In: **The Grounded Theory Review**, Volume 13, Issue 1, 2014.

GLASER, Barney. Choosing Grounded Theory. In: **The Grounded Theory Review**, vol. 13, Issue 2, 2014.

GOULDING, C. **Grounded Theory**: a practical guide for management, business and market researchers. London: SAGE, 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: Linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

PAVIANI, Jaime. In. TAROZZI, Massimiliano. Tradução Carmem Lussi. **O que é a Grounded Theory?** Metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Petrópolis: Vozes, 2011.

PINTO, Cândida Martins. A Teoria Fundamentada como método de pesquisa. **Anais do XII Seminário Internacional de letras**. Disponível em:

<<http://www.unifra.br/eventos/inletras2012/Trabalhos/4415.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2014.

TAROZZI, Massimiliano. Tradução Carmem Lussi. **O que é a Grounded Theory?** Metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Petrópolis: Vozes, 2011.