

Herramientas teórico- metodológicas para el estudio los medios masivos: el análisis de contenido

Dafne García Lucero

Universidad Nacional de Córdoba

Resumen

El artículo plantea una introducción al estudio del análisis de contenido como estrategia de recolección de datos empíricos en el proceso investigativo. Para ello, revisa el origen y desarrollo del análisis de contenido desde las diferentes tradiciones epistemológicas. También expone diversas definiciones y señala sus características principales. Por último, presenta los instrumentos de recolección de datos más importantes del análisis de contenido.

Palabras Clave: Metodología – Análisis de Contenido- Métodos- Técnicas

Abstract

The article sets out an introduction to the study of the content analysis as a strategy of empirical data collection in the investigative process. For that purpose it reviews the origin and development of the content analysis from different epistemological traditions. It also presents different definitions and points out its main characteristics. Lastly, the article shows the most important instruments of data collection.

Key words: Methodology- Content Analysis - Methods- Techniques

Paradigmas del análisis de contenido

El análisis de contenido se ha convertido en este siglo en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas Ciencias Sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado a

medida que se han incorporado procesos informáticos para el tratamiento de los datos. Permite el estudio de la realidad social a través de la observación y del análisis de documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades. Krippendorff expresa que:

El análisis de contenido ocupa un lugar importante dentro de la metodología de los instrumentos de investigación. Ante todo, permite aceptar como datos a comunicaciones simbólicas comparativamente no estructuradas y, en segundo lugar, permite analizar fenómenos no observados directamente a través de los datos relacionados con ellos, independientemente de que intervenga o no un lenguaje. (Krippendorff, 1990: 45)

Sin embargo, su génesis cabe remitirla, de un lado a la tradición teosófica y filosófica de la hermenéutica y del otro, a la investigación sobre los efectos de la comunicación de masas de la psicología y sociología funcionalistas.

Ambas tradiciones coinciden en suponer que a partir del estudio del continente se devela el contenido y su significado. De este modo, se logra un conocimiento nuevo en base a la interpretación de los datos analizados.

La tradición hermenéutica de índole filosófica es de origen clásico y alude a la interpretación de mitos. La etimología del término *hermenéutica* denota un significado de mayor amplitud que la mera interpretación de textos, orientándose hacia una aproximación comprensiva o intelectual a la realidad: *hermeneuein*, que en griego significa “expresar”, “explicar”, “interpretar” y “traducir”.

En las obras de Dilthey, Heidegger y Gadamer se encuentra gran parte del debate acerca de la interpretación como comprensión y explicación. El núcleo del debate se origina en Dilthey con la asimilación de las ciencias del espíritu al método de la comprensión (descripción compenetrada del intérprete respecto de la cosa, el hecho o el texto, que implica la asunción de una conciencia de la misma experiencia vital – vivencia- con la persona o escrito a interpretar) y por su parte, las ciencias de la naturaleza se orientan hacia el paradigma de la (análisis de la causa al efecto o del efecto a la causa).

La tradición hermenéutica, (antecedente del análisis), llevaba ya implícita la idea de que la interpretación del objeto (texto), exige después una re-interpretación y formalización que explicita en un texto de segundo orden, y así, asegure su comunicabilidad y dé cuenta de su racionalidad. De este modo, el análisis se ubica entre dos polos: el del rigor que exige la objetividad y la fecundidad propia de la subjetividad del investigador.

El carácter científico del análisis de contenido puede ser reconocido en la capacidad de control que proporcionan los instrumentos metodológicos, aplicados al análisis, sobre la libre interpretación de la hermenéutica.

La convicción de la necesidad de control sobre los procedimientos de análisis instrumentados, lleva a los primeros investigadores en este campo a proponer técnicas de análisis cuantitativas y a una delimitación precisa del objeto de estudio. Así, Berelson, considerado el padre del análisis de contenido, junto a Lasswell, Lazarsfeld lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952 en *Content Analysis in Communications Research N.York*, Free Press, 1952 citado por Gaitán Moya y Piñuel Raigada; 1995:516).

Esta visión cuantitativista del análisis de contenido sólo permite abordar los aspectos formales o sintácticos del texto. Por ejemplo: su extensión y frecuentación léxica, rasgos estilísticos, construcciones típicas, etc. Tal cuantitativismo sería superado, de un lado, por la

propia práctica investigadora, que va imponiendo objetivos más ambiciosos orientados al análisis no limitados a la superficie textual, y por otro, a medida que se amplían las posibilidades y exigencias metodológicas tal y como se puede apreciar cuando se plantea la vinculación de las técnicas del análisis de contenido con las hipótesis teóricas a las que sirve.

Evolución del análisis de contenido

López Aranguren considera que en el ámbito sociológico los siguientes son algunos de los puntos más representativos de la investigación y el desarrollo del análisis de contenido:

- Décadas del '20 y del '30. Análisis sobre el concepto de estereotipo social sugerido por Lippmann (1922) y sobre el concepto de actitud, de reciente aparición en psicología.
- Segunda Guerra Mundial. Análisis de Lasswell y colaboradores, sistematizados más tarde por George (1959) conceptualización de objetivos y procesos.
- Décadas del '50 y '60. Codificación manual. Obras de Pool (1959), Lasswell y otros (1965) y Hoslti (1969)
- Aplicación de la Informática, codificación electrónica automatizada, a partir de la obra de Stone y colaboradores (1966) sobre el sistema *General Inquirer* para el análisis de contenido de mensajes por medio de computadora.

Dentro de esta línea evolutiva, Krippendorff señala que el primer caso de análisis cuantitativo de material impreso tuvo lugar en Suecia en el siglo XVIII y consistió en el estudio de "Los Cantos de Sion", 90 himnos anónimos que pasaron la censura oficial, pero que luego se consideró que socavaban la moral de la ortodoxa Iglesia sueca. Por ello, los eruditos realizaron el cómputo de los símbolos religiosos que aparecían en los himnos y lo compararon con el cantoral canónico.

Esta anécdota sobre el tipo de estudio realizado marcó gran parte de los inicios del análisis de contenido. A principios del siglo XX se realizó un esquema clasificatorio para analizar la estructura interna del contenido según las funciones sociales que desempeñaban los periódicos. Científicos como Weber o Markov propusieron estudiar las cadenas de símbolos. También hubo estudios basados simplemente en los centímetros/columna que un periódico destinaba a determinado tema.

Con el desarrollo de los medios de difusión, la profundización de los problemas sociales, políticos y la aparición y desarrollo de métodos empíricos de investigación en Ciencias Sociales, llevó a que se incluyeran conceptos claves, por ejemplo, el de actitud, otorgando una dimensión evaluativa al análisis de contenido. Ejemplos de estas investigaciones fueron: la expresión del nacionalismo en los libros infantiles estadounidenses, británicos y de otros países de Europa; la aparición y valoración de los negros en la prensa de Filadelfia.

En la década del '50 a raíz de un congreso sobre análisis de contenido apareció "*Trends in Content Analysis*" donde se apreció que existía aguda preocupación por los problemas de las inferencias realizadas a partir del material verbal con respecto a sus circunstancias y antecedentes y también, se insistía en el cómputo de las relaciones internas entre símbolos y no en el cómputo de las frecuencia de aparición de esos símbolos.

Ya con la aplicación de la Informática, se usaron rutinas de recuperación de información. Uno de los primeros estudios fue realizado por Sebeok sobre 4000 leyendas populares.

Además de las técnicas computacionales, fue importante el aporte de la Lingüística para estudios con enfoques sintácticos y de interpretación semántica.

Por todo esto, se llega a entender que el análisis de contenido no puede ser sino cualitativo, pues no puede dejar de afincarse en un marco teórico que especifique las categorías analíticas empleadas. Así, aunque el análisis se limite a la aplicación de técnicas estadísticas que cuantifiquen la frecuencia de aparición o de asociación entre los datos registrados, su sentido sólo podrá ser provisto teóricamente. Por lo tanto, no parece, en ningún caso, que el análisis de contenido pueda renunciar a los supuestos teóricos de los que, en cada caso, se ha partido, más aún cuando las inferencias que han de derivarse de la fase analítica intermedia, sólo pueden establecerse en relación con tales presupuestos, que han de servir de guía en la fase final interpretativa.

Desde esta perspectiva epistemológica del análisis de contenido, para algunos autores, el objetivo del investigador no debe ser otro que lograr la emergencia de ese sentido latente, que subyace a los actos comunicativos concretos. El análisis de contenido se convierte así, en una empresa de des-ocultación o re-velación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje.

Esto sólo es posible si tal texto se abre –teóricamente hablando– a las condiciones contextuales del producto comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto, a las circunstancias psicológicas, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece. Por ejemplo, entendida una expresión comunicativa como una forma de conducta social, el análisis de la misma permitirá hacer inferencias sobre las intenciones, actitudes, representaciones o conocimientos de orden individual o social.

Definición del análisis de contenido

En referencia a lo anterior, (la expresión comunicativa como una forma de conducta), y en base a Hoslti, Krippendorff propone la siguiente definición:

“El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff; 1990:28).

Como técnica de investigación, comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos, ya que su finalidad es brindar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los hechos y una guía práctica para la acción. Obviamente, como toda técnica de investigación, se espera que sea fiable. Es decir que si otros investigadores, en distintos momentos y circunstancias, la aplican a los mismos datos, sus resultados deben ser los mismos en ambas ocasiones. De esto se deduce que el análisis de contenido debe ser reproducible.

También, es clásica la definición ya citada de Berelson que es criticada por Krippendorff ya que si bien son esenciales la objetividad y sistematicidad tales características están incluidas en el requisito de reproducibilidad. Para que un proceso sea reproducible, las reglas que lo gobiernan deben ser explícitas e igualmente aplicables a todas las unidades de análisis.

Pero la principal objeción que recibe la definición de Berelson por parte de Krippendorff es que incorpora el carácter manifiesto al contenido, simplemente para asegurar que la codificación de los datos sea intersubjetivamente verificable y fiable. Esto ha sugerido –erróneamente– a muchos que los contenidos latentes quedan excluidos del análisis de contenido. Asimismo, la definición de Berelson parece remarcar la necesidad de descripción cuantitativa, lo cual es muy restrictivo, pues los métodos cualitativos han demostrado ampliamente su eficacia.

Intuitivamente, el análisis de contenido podría caracterizarse como un modo de indagación del significado simbólico de los mensajes. La mayoría de los expertos probablemente tengan esta idea en mente, y dicha caracterización podría parecer razonable si no fuese por dos connotaciones equívocas que una buena definición debe evitar.

- 1) Los mensajes no tienen un único significado que necesita desplegarse (la pretensión de haber analizado “el” contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible)
- 2) No es necesario que exista coincidencia entre los significados.

Los mensajes y las comunicaciones simbólicas tratan, en general, sobre fenómenos distintos a aquellos que son directamente observados. La naturaleza vicaria de las comunicaciones simbólicas es lo que obliga al receptor a formular inferencias específicas, a partir de los datos que proporcionan sus sentidos, en relación con ciertas porciones de su medio empírico. A este medio empírico lo denominamos el contexto de los datos.

Por su parte, los autores españoles Gaitán Moya y Piñuel Raigada definen esta técnica de la siguiente manera:

Análisis de contenido se llama actualmente, en sentido amplio, al conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicados a productos comunicativos o a interacciones comunicativas, que previamente registradas, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (Gaitán Moya y Piñuel Raigada, 1998:281)

Para que aquel conjunto de “procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis” puedan sostenerse como estrategias y técnicas de investigación científica, se suele requerir la elaboración previa de un repertorio estructurado de categorías derivadas de un marco teórico, de unas hipótesis y de unos objetivos que constituyen la base del procedimiento de normalización de la diversidad superficial del corpus o material de análisis, con vistas al registro de los datos, a su procesamiento estadístico y/o lógico y a su posterior interpretación.

El análisis de contenido debe entenderse como un metatexto resultado de la transformación de un texto primitivo (o un conjunto de ellos) sobre el que se ha operado aquella transformación para modificarlo (controladamente) de acuerdo a unas reglas de procedimiento, de análisis y de verificación (metodología) confiables y válidas, y que se han justificado teóricamente para alcanzar ciertos objetivos interpretativos (teoría e hipótesis).

Características esenciales del análisis de contenido cuantitativo

Los tres rasgos definitorios del análisis de contenido están ya presentes en la clásica definición de Berelson (1952) objetividad, sistematicidad y cuantificación de los contenidos manifiestos de la comunicación.

La objetividad significa que la idiosincrasia peculiar o los sesgos propios del investigador no pueden afectar los resultados, por lo que si otro analista repitiera el proceso, tendría que llegar a las mismas conclusiones. Para ello, es preciso que las definiciones operativas y las reglas de clasificación de las variables sean lo suficientemente explícitas e inequívocas como para que otros analistas puedan repetir el proceso y desembocar en el mismo resultado. En tal sentido, se puede agregar que la objetividad se halla relacionada con el uso de procedimientos rigurosos y replicables no sólo se han de elegir indicadores que constituyan una representación válida de los conceptos, sino también, ha de lograrse la coincidencia en la codificación de un mismo documento, por personas diferentes, si se pretende que la clasificación efectuada se considere fiable.

La sistematicidad significa que los contenidos sometidos a análisis son seleccionados conforme a reglas explícitas y persistentemente aplicadas: la selección de la muestra tiene que seguir un procedimiento normalizado y cada uno de los elementos debe tener idénticas posibilidades de ser incluido en el análisis. El proceso de evaluación también debe ser sistemático, tratando de manera exactamente igual todos los contenidos examinados. Los procesos de codificación y análisis deben estar uniformados, incluyendo en tal homogeneidad hasta el tiempo que los codificadores dediquen a cada elemento del material inspeccionado. Por último, se entiende que hay un único criterio de evaluación y que se aplicará siempre a lo largo de todo el estudio.

La tercera característica citada por Berelson es el carácter cuantitativo, ya que el propósito de la técnica consiste en lograr una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes. A pesar de esta afirmación, hay que puntualizar que la utilidad de la cuantificación no debe cegar otras vías de evaluación del potencial impacto o efectos del contenido estudiado, pues el hecho de que ciertos elementos o comportamientos sean los más frecuentes en un corpus de análisis, no significa *per se* que se trate de los más importantes.

A todo esto, se suma otro cuarto elemento fundamental: la inferencia de los datos al contexto de referencia. De hecho, este se agrega gracias a Krippendorff (1980,1990) pues ese es el propósito esencial del análisis: realizar a partir de ciertos datos, inferencias válidas y replicables, que puedan aplicarse a su contexto. Ello, exige asimismo, que el análisis reúna condiciones mínimas de validez y fiabilidad¹ en el proceso de medición. En base a esto último, el análisis de contenido cuantitativo puede caracterizarse como un análisis no limitado a la descripción, sino orientado a la inferencia.

La descripción –enumeración de las características del texto– constituye la primera etapa del análisis; la interpretación – la significación acordada de estas características– es la última etapa. Entre ambas, se encuentra la inferencia, como un procedimiento intermedio que permite el paso de la descripción a la interpretación.

Es igualmente importante destacar otros rasgos propios del análisis de contenido. Entre ellos, Krippendorff señala:

- No es una técnica intromisiva: es sabido que los actos de medición y de observación intervienen en el comportamiento de los fenómenos que se desea estudiar, introduciendo así, posibles errores en los datos que se analizan. Esta situación es muy común en la aplicación de experimentos, entrevistas y test proyectivos; pero no en el análisis de contenido.
- Acepta material no estructurado: los historiadores, los analistas de contenido de los MCM y los psicólogos que emplean datos biográficos se ven imposibilitados de obtener información en la forma en que la desearían, y deben tomarla tal como se les ofrece por razones que nada tienen que ver con el análisis. Además, el investigador no siempre puede anticipar las categorías del análisis y las formas de expresión antes de haber obtenido y examinado el material.
- Es sensible al contexto y, por lo tanto, es capaz de procesar formas simbólicas: al analizar las respuestas obtenidas en diversas condiciones experimentales, los datos se disocian de los significados simbólicos que dichas respuestas pueden haber supuesto para los sujetos en cuestión, y se analizan como un conjunto de datos con independencia de sus características simbólicas.
- Puede abordar un gran volumen de información

Tipos de análisis de contenido

Con el objeto de ofrecer un perfil lo más aproximado y completo posible se presenta una clasificación de diversos análisis de contenido según los aspectos más distintivos, aunque sin adentrarse en las combinaciones que se dan entre ellos. Así se reconocen análisis de contenido según se tenga en cuenta los objetivos de la investigación, las fuentes del material de análisis, los diseños de la investigación y las unidades de análisis estudiadas.

Según los objetivos de la investigación:

El análisis de contenido puede ser de carácter exploratorio, descriptivo y verificativo y/ o explicativo. Lógicamente, ésta clasificación debe mantener coherencia con el tipo de estudio que se plantee.

Los análisis exploratorios buscan una aproximación al diseño definitivo de una investigación. Generalmente, se desarrollan para probar por primera vez el material de estudio, de modo que pueda determinarse la elección del corpus, la señalización de categorías o índices, la prueba de los indicadores de medida y los criterios para la delimitación de la muestra.

Se orientan a resolver los problemas relativos a la elaboración de las categorías más pertinentes que han de configurar el protocolo de análisis. Un ejemplo puede ser el estudio de un determinado producto periodístico, digamos por caso, un diario a fin de conocer sus principales características y así, poder determinar el corpus que efectivamente se analizará en la investigación. De esta manera, el estudio exploratorio colabora con la elaboración del diseño.

Los análisis descriptivos persiguen -en un marco teórico dado- la identificación y catalogación mediante la definición, tipificación y clasificación de elementos de la realidad empírica de los textos o documentos. La aplicación de una técnica semejante puede ser apropiada en el caso de replantear cambios en algún producto comunicacional. Por ejemplo, un boletín institucional. Para conocer los aspectos que necesitan modificaciones es conveniente describirlo y así, poder justificar los cambios.

En los análisis verificativos o explicativos se trata de probar si las hipótesis planteadas no son contradictorias, o si son empíricamente verdaderas. Deben dar cuenta de inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos. Pueden ser inferencias inductivas (extrapolaciones del producto comunicativo a las audiencias, es decir, estudiando el contenido, inducir un efecto) o deductivas, si trata de estudiar un efecto, deducir un contenido, o deducir los antecedentes de la comunicación. Por ejemplo, si se estudian las noticias aparecidas en un diario sobre los conflictos internacionales, tal vez se pueda explicar las tendencias de la opinión pública de la sociedad donde se publica y difunde ese medio, sobre la comunidad internacional.

Según las fuentes del material de análisis:

Pueden diferenciarse análisis de contenidos primarios, secundarios y terciarios. Cuando se basa en textos originales (cartas, diarios, libros, publicaciones periódicas, series estadísticas, documentos históricos, discos y otros registros sonoros, películas, fotografías, videos, declaraciones políticas, historias de vida, obras artísticas, culturales o informativas, etc.) estamos frente a fuentes primarias.

Por ejemplo, estudiar las portadas de los discos de la llamada “música progresiva” durante la década del '70 en Argentina, tratando de describir la relación entre el producto musical y el visual.

Son fuentes secundarias todos aquellos textos que derivan de los originales que remiten o dan cuenta de ellos y que implica una mediación de otros autores, los cuales han efectuado un tratamiento previo, transcripción, traducción o interpretación de las fuentes primarias. Un ejemplo de análisis con fuentes secundarias podría ser el estudio realizado sobre el *reality show El Gran Hermano* a partir de la novela “1984” de George Orwell, a fin de definir y caracterizar la figura de Gran Hermano.

El tercer tipo de análisis se nutre de fuentes terciarias, o sea de aquellos materiales que son el producto de un proceso de experimentación comunicacional, se introducen variables controladas experimentalmente, con el objeto de constituir discursos a partir de interacciones entre los participantes. Una investigación de este tipo sería aquella que aplicase el análisis de contenido para conocer las relaciones interpersonales entre los integrantes de un equipo de trabajo, por ejemplo un grupo de teatro.

Según el diseño de análisis:

Los análisis de contenido pueden ser: horizontales, verticales, transversales, longitudinales o triangulares.

Los horizontales o extensivos hacen referencia a aquellos que utilizan un corpus de documentos relativamente amplio y que suelen ser objeto de un tratamiento estadístico a partir de una construcción muestral. Ejemplo de este tipo es “el realizado por Lasswell, Lerner y Sola Pool en 1952 que pretendía probar que se había puesto en marcha una revolución mundial a partir del análisis de los símbolos políticos de los editoriales periodísticos de Francia, Alemania, Gran Bretaña, Rusia y Estados Unidos” (Gaitán Moya y Piñuel Raigada;1998:285). Estos estudios centran la atención no tanto en procesos singulares de comunicación, sino en toda categoría abstracta constituida por la similitud de sus productos. Por ejemplo, se pretende caracterizar la línea editorial de un periódico, estudiar los temas, argumentos y contraargumentos de sus editoriales.

Los diseños verticales o intensivos se caracterizan por corpus muy reducidos o de un único caso, cuyo desarrollo, en ocasiones es mucho más extenso que el texto analizado. Por lo general, se trata de análisis no cuantitativos, que no recurren a procedimientos de muestreo y

en el que los significados derivan de las relaciones, las oposiciones y el contexto. Apenas puede ser replicado y puede adolecer de falta de representatividad en sus hallazgos. Un ejemplo es el realizado por Umberto Eco en *La Estructura Ausente*(1968) sobre spots publicitarios o por Hall en 1973 sobre el género cinematográfico Western. Otro ejemplo, podría ser definir el concepto de intimidad que aparece en el *reality show El Gran Hermano*.

Los análisis con diseño transversal se basan en seleccionar muestras de corpus textuales que difieren, por ejemplo, en la toma de postura sobre un tema, y formar con ellos grupos independientes que se analizan en el mismo momento histórico crucial reflejado en esos corpus. Si son representativos y si se igualan las condiciones entre los grupos, las diferencias obedecerán a las posiciones diversas. En 1965, Holsti, Brody y North analizaron la sucesión de declaraciones públicas efectuadas durante la crisis de los misiles en Cuba en 1962 por funcionarios de los gobiernos estadounidense y soviético. Se evaluaron según la teoría de las actitudes de Osgood, de lo cual extrajeron un modelo de interdependencia dinámica de la guerra fría en situaciones de crisis.

Un estudio trasversal se da en el caso de analizar el tratamiento periodístico sobre las negociaciones del Gobierno Nacional con los representantes del FMI en diarios con diferentes líneas editoriales. Aquí se requieren sendos estudios independientes que luego, por comparación, mostrarán las diferencias de cada grupo editorial.

Los análisis con diseño longitudinal consisten en analizar corpus en diferentes momentos de su trayectoria, ya sea aplicando medidas repetitivas o sirviéndose de muestras independientes. Se trata de los análisis propugnados por Rapoport que “desarrolla una teoría sistémica de los corpus textuales, según la cual hay que analizar siempre bajo los mismos parámetros el cambio o la evolución de un mismo corpus. (por ejemplo, editoriales de un diario)” (Gaitán Moya y Piñuel Raigada, 1998: 286) Por ejemplo, si quisiéramos conocer cómo fue modificándose en el tiempo la línea editorial del diario *La Nación* sobre un tema, por caso, la resistencia peronista durante el exilio de Perón, se analizarían los editoriales en diferentes años del exilio.

El diseño triangular hace hincapié en la recolección y comparación de distintas perspectivas sobre una situación. Se basa en la contrastación de la descripción, explicación y evaluación de los contenidos analizados en una investigación con descripciones, explicaciones y evaluaciones de otras investigaciones independientes, o bien dentro de una misma investigación, de una combinación de técnicas como medio para dar validez externa a los análisis. Un ejemplo de este tipo es expuesto por Piñuel y Gaitán (1995) realizado por el primero de ellos en el año 1992 sobre el plesbicitito chileno del '88. En ese estudio se combinaron y compararon los resultados de un análisis de contenido de la campaña electoral del plesbicitito en TV, y de un análisis a partir de una encuesta realizada entre los ciudadanos chilenos apenas realizada la consulta electoral.

Según los parámetros de medición y evaluación:

Los análisis de contenido pueden ser: cuantitativos o cualitativos. Ésta distinción es débil, ya que los aspectos cualitativos se encuentran en toda investigación que parta de una teoría, y los análisis de contenido no pasan a la cuantificación de las unidades de análisis hasta que no se ha definido previamente un repertorio de categorías provisto por el marco teórico, las hipótesis y los objetivos. El caso más extremo de análisis cuantitativo sería la simple cuantificación en centímetros/columna que establece la importancia relativa de un tema o un periódico. El análisis cualitativo podría emplearse si el objetivo es examinar la imagen visual de los candidatos en una campaña política, limitada a la gráfica en las calles. En este caso, se

analizarían todas las fotos e ilustraciones de los candidatos considerando la actitud, postura, expresión y tamaño.

En cambio, si reparamos en los parámetros de medición, se puede diferenciar análisis de contenido frecuenciales, que contabilizan el número de ocurrencias de indicadores o categorías y análisis de contenido no frecuenciales que tienen en cuenta su presencia o ausencia.

Si una investigación tiene como objetivo describir el tratamiento de la información periodística de un diario, considerará analizar categorías frecuenciales, por ejemplo si espera conocer los géneros más utilizados o recurrentes. Sin embargo, considerará categorías no frecuenciales, si desea averiguar si el diario emplea una variedad de subgéneros. Por ejemplo, si publica o no crónicas, informes especiales, columnas, etc.

Entre los frecuenciales a su vez, se pueden diferenciar en distribucionales y de relaciones. Según Krippendorff (1990) la interpretación de frecuencias se atiene a varias normas. Entre ellas: la distribución uniforme, la distribución estable y la norma de la representación no desviada.

En los análisis relacionales se intenta esclarecer las estructuras de relaciones lógicas entre categorías, para constatar la discriminación o la consistencia de unas categorías sobre otras.

Etapas del análisis de contenido

Cea D'Ancona (1998: 353) en base a Bardin (1986) diferencia tres momentos cronológicos en la organización del análisis de contenido:

1. El preanálisis o fase de organización. (operacionalización de las ideas originarias de la investigación).

Esta primera etapa es fundamental la actitud del investigador, pues su compromiso y claridad tienen que ver con la manera de procesar la información. El científico es responsable del proceso y debe describir las condiciones en las que obtiene los datos, justificar los pasos seguidos, etc. Es decir que es necesario que el proceso sea explícito para que otros puedan evaluar su labor o reproducir el proceso.²

En esta etapa se incluye la especificación de los objetivos y la formulación de las hipótesis de la investigación; la elaboración de los indicadores en que se apoyará la interpretación de los datos, a partir de las definiciones operativas de los conceptos teóricos básicos de la investigación; y también la elección de los documentos a analizar, es decir la determinación de la muestra del estudio. En función de todo esto, se eligen las unidades de análisis y las estrategias a seguir en la recolección de la información.³

Krippendorff expresa que “en todos los análisis de contenido debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué población se extraen” (1990:36) La importancia de los datos se centra en que es lo único disponible por el especialista, no el contexto. Es por ello, que debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos, ya que si bien estos aparecen de una manera directa, el contexto lo construye el analista con el fin de incluir todas las condiciones circundantes. Obviamente, esa construcción contextual se elaborará considerando los intereses y conocimientos del analista y a partir de allí, se realizan las inferencias.

Esta delimitación incluye tanto a la población de documentos, como la concreción del procedimiento de muestreo a seguir en su selección. Salvo que el universo sea de escasa

amplitud, lo habitual es proceder a la extracción de una parte representativa de dicho universo y conformar así, un corpus. En general, se recomienda seguir procedimientos de selección aleatorios para lograr una mayor representatividad. La selección comienza con la elección de la fuente de comunicación (periódicos, revistas, libros, etc.) Prosigue con la extracción de documentos y, en caso de que sean muy extensos, de partes de esos documentos.

Por ejemplo, si se desea analizar el tratamiento dado a los temas de corrupción en la prensa argentina se podría comenzar con la elección de fuentes: decidir qué diarios representarán el corpus. Seleccionados los periódicos, se procedería a la elección en cada uno de ellos, de los números concretos, considerando las fechas de publicación. Por último, se extraen los textos desde los documentos del corpus. El tamaño depende de la variabilidad de los textos dentro de un mismo periódico. (Cuánto más homogéneo sea su contenido, menor cantidad de elementos se precisará).

2. La explotación del material:

a) Fragmentación del documento en unidades

Al relacionar el campo de las observaciones y el de los mensajes se plantean problemas epistemológicos que no serán desarrollados aquí, excepto el rasgo de relatividad de las unidades. En efecto, las unidades nunca son absolutas; surgen de la interacción entre la realidad y su observador. Son una función de los hechos empíricos, de las finalidades de la investigación y de las exigencias que plantean las técnicas disponibles. En el análisis de contenido se distinguen tres clases de unidades:

- unidades de muestreo: aquellas porciones de la realidad observada que se considera independiente entre sí, no relacionada. Tienden a poseer límites físicamente discernibles.

- unidades de registro: se describen por separado y pueden considerarse parte de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada, pues son el resultado de un trabajo descriptivo. En otras palabras, es un segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría determinada.

- unidades de contexto: son aquellas que fijan límites a la información contextual y que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Así, el investigador reconoce y explica el hecho de que los símbolos codeterminan su interpretación y que extrae sus significados del medio inmediato en el que se presenta.

Una unidad de contexto es “el segmento del mensaje cuyo tamaño es óptimo para captar la significación exacta de la unidad de registro” (Bardin; 1986:82 citado en Cea D’ Ancona; 1998:358). Por ejemplo, si la unidad de registro fuera la palabra, la de contexto, sería la frase. Las unidades de codificación que se emplean con mayor frecuencia son: la palabra, la frase, el tema, el párrafo, el texto entero, etc.

Este momento de fragmentación del documento en unidades, incluye la elección de las unidades de muestreo o codificación (palabras, expresiones, frases, temas, párrafo, texto entero, personajes, imágenes, según lo que se analice)

Estas son las mínimas porciones de contenido que el investigador aísla y separa por aparecer allí uno de los símbolos, palabras, slogans o temas que el investigador considera significativos. Corresponden al segmento de contenido que será necesario considerar como unidad de base con miras a la categorización y al recuento frecuencial. (Bardin,1986:79 citado por Cea D ’Ancona, 1998:357)

El investigador elige las unidades de codificación según tres aspectos básicos, a saber: los objetivos de la investigación, las características del documento, los medios disponibles para la realización del análisis de contenido.

De esas unidades se cuantifica la frecuencia, la intensidad de su aparición en el documento. También, se efectúan cuantificaciones de carácter espacial o temporal. Además, se identifican las unidades de contexto, lo que ayuda a la interpretación del significado de las unidades de codificación.

b) Clasificación de las unidades en categorías

Las unidades de registro se codifican en categorías que singularicen su contenido. López Aranguren establece los siguientes principios de clasificación, de los cuales derivan la mayoría de las categorías del análisis de material escrito:

- materia, tema o asunto: ¿de qué trata la comunicación?
- dirección o punto de vista: la presentación que la comunicación hace de la materia (favorable-desfavorable-neutra; positiva-negativa)
- criterio o valor: sobre qué se basa la clasificación en términos de dirección. Por ejemplo: fuerza-debilidad.
- autoridad o fuente: personas, grupos, instituciones u objetos que en la comunicación se citan en apoyo de una afirmación.
- objetivo o meta que se persigue.
- medio para alcanzar los objetivos
- actores: personas, grupos o instituciones que se representan como realizadores de actos.
- características personales y rasgos de carácter: edad, sexo optimismo, depresión, etc.
- origen: lugar de la comunicación
- destino: los grupos específicos a los que se dirige la comunicación.
- forma de afirmación: hechos, expectativas, preferencias.
- intensidad: cuando se clasifica el componente emocional o sentimental de las clasificaciones
- mecanismo o recurso estilístico o retórico: fin propagandístico, persuasivo o de tendencias.

Las categorías proporcionan una denominación genérica a unidades de contenido similares, para lo cual deben cumplir con los requisitos de *exhaustividad*, *exclusividad* y *precisión*.⁴ Además de la *pertinencia* o adecuación de las categorías a los objetivos de la investigación. Por último, también, deben responder a la *homogeneidad*, es decir la creación de categorías ha de responder a un único principio de clasificación.

Una vez diseñado el esquema de codificación se recomienda su prueba. Es aconsejable realizar esta prueba en una pequeña muestra en el momento previo a su utilización, Es decir antes de efectuar el registro de la información. Esto ayuda a precisar la adecuación del esquema de codificación elaborado para la consecución de los objetivos de la investigación.

Se determinan las categorías a emplear en la codificación del contenido de los documentos a partir de las hipótesis de la investigación.

c) registro de la información

De acuerdo a los indicadores elegidos se lleva a cabo el registro y la cuantificación de los datos, en base a los protocolos de análisis: libro de códigos y ficha de análisis.

El registro constituye uno de los problemas metodológicos fundamentales de las ciencias sociales y de las humanidades. La proposición, aceptada en las ciencias naturales, de

que la realidad no es accesible como tal sino a través de la mediación de un instrumento de medición, debe aplicarse también en este caso. No es posible analizar lo que no ha sido adecuadamente registrado, ni puede esperarse que un material que sirve de fuente venga expresado ya en los términos formales de un lenguaje de datos. Es por eso que se afirma que el registro es una consecuencia necesaria del hecho de que el análisis de contenido acepte material no estructurado, pero no debe confundirse con él.

Dado que la investigación debe ser comunicable y reproducible, debe contener las instrucciones explícitas para tal reproducción y deben referirse a:⁵

- Las características de los observadores que intervienen en el proceso de registro. Estos deben estar familiarizados con la naturaleza del material a registrar y además ser capaces de manejar fiablemente las categorías que componen el lenguaje.
- La capacitación y preparación que estos observadores reciben con el fin de prepararse para la tarea, lo cual incluye el conocimiento de las categorías y la participación en la fase preparatoria del análisis.
- La sintaxis y la semántica del lenguaje utilizado remite a la manera de definir el significado de las categorías. Las instrucciones de registro no sólo deben asegurar que los datos se registren de manera fiable, sino también explicar su significado. Sólo cuando la relación semántica entre los datos puntuales y el material que sirve de fuente es clara, los hallazgos pueden conducir a intelecciones acerca de los fenómenos reales.
- La administración de las planillas o protocolos de análisis constituyen los registros de los fenómenos y son por ello, los instrumentos de la técnica de análisis de contenido.

Protocolos de Análisis

Cualquier análisis de contenido debe someterse a una serie de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación conocido como protocolo que reúne un conjunto de normas para guiar:

- La segmentación del corpus según el establecimiento de criterios interpretativos para su lectura u observación;
- El registro más adecuado de datos disponibles para su tratamiento estadístico o lógico y
- El procesamiento posterior (o trasmutación) en datos de segundo y tercer orden, o sea, en datos referidos a su vez, a datos previamente registrados y tratados (Gaitán Moya y Piñuel Raigada; 1998: 304)

Por lo general, constan de dos tipos de guías de procedimientos. Una es la guía para la interpretación y segmentación del corpus, que suele llamarse libro de códigos. Otra es la guía para el registro de datos que se conoce como ficha de análisis.

El Libro de códigos también llamado hoja de instrucciones, es siempre un manual de instrucciones a la medida de la metodología de la investigación concreta. Nunca puede ser aplicada si sólo se extrae de otro marco investigativo y se lo aplica sin una debida adaptación. Entre otros elementos incluye:

- Naturaleza del corpus, qué contiene, para qué sirve, cómo interpretarlo.
- Unidades de análisis: cómo se segmenta el corpus de forma que a medida que se lee, escucha o visualiza, el analista sepa cuándo abrir la ficha de análisis y proceder a ir registrando los segmentos establecidos en ese corpus.

- Cómo rellenar las fichas de análisis, la correspondencia entre los códigos alfanuméricos y cada una de las apreciaciones de la interpretación del segmento analizado.
- Cómo dar por concluida cada ficha de análisis, cómo ordenarlas y archivarlas para su uso posterior en el tratamiento de los datos registrados.
- Cómo construir o usar una base de datos que permita elaborar y procesar datos de segundo y tercer orden, es decir, cómo producir nuevos datos sobre los inicialmente registrados en las fichas y en la base a la que se han trasladado.
- Eventualmente, cómo obtener usando la base, datos de segundo y tercer orden mediante un plan de explotación: recuento de frecuencias, establecimiento de medidas estadísticas, correlaciones, plan de cruces para tablas de contingencia, etc.

La Ficha de análisis es una plantilla para el registro de datos al re-leer, re-escuchar o re-visualizar cada una de las segmentaciones del corpus, contempladas en el libro de códigos.

Se trata de un cuestionario que el analista rellena como si él fuese un encuestador que se hace preguntas a sí mismo y las responde a la medida de su apreciación de cada segmento leído, escuchado, visualizado. Pero a diferencia de los cuestionarios de encuesta, en la ficha de análisis a veces no se formula ninguna pregunta, sino sólo el nombre de la variable y en todo caso su número de código (columna en la base de datos) La razón es que el analista siempre tiene a mano el Libro de Códigos para consulta y, además, siempre es más manejable una ficha de análisis de sólo una cara que si para rellenar cada una de ellas tiene que manejar un folleto.

Las fichas de análisis suelen comenzar por aquellas variables que se utilizan para relacionar la unidad de análisis, o segmento del corpus visualizado con el resto de unidades que integran cada ejemplar del corpus, y con todo el corpus globalmente. Continúan con los aspectos más generales del segmento hasta llegar a aquellas otras variables que atañen a detalles más particulares. Finalmente, se da paso a las variables que requieren relecturas, visualizaciones reiteradas para interpretar detalles.

3. Validación de los resultados, inferencia e interpretación de la información

Los resultados se someten a pruebas estadísticas y a tests de validez. Krippendorff afirma que:

Hay que especificar por adelantado el tipo de pruebas necesarias para validar sus resultados con la suficiente claridad como para que la validación resulte concebible. Si bien la razón de ser del análisis es justamente la falta de pruebas directas sobre los fenómenos en juego, los cuales deben por ello ser objeto de inferencia, al menos debe contarse con criterios claros para una validación de los resultados, con el fin de que otros individuos puedan recoger las pruebas adecuadas y comprobar si las inferencias son exactas.” (Krippendorff, 1990:39)

Frecuentemente, los análisis de contenido se consideran casos singulares y no se intenta su repetición.⁶

La inferencia en el análisis de contenido está condicionada a la validez y a la fiabilidad de la medición aplicada, es decir, la síntesis de los contenidos de los documentos que se analizan.

La validez⁷ indica correspondencia entre los constructos teóricos y las variables empíricas empleadas. Es decir, adecuación entre del sistema de clasificación seguido en la medición de los conceptos teóricos.

Para llevar a cabo esas inferencias, el analista debe contar con relaciones relativamente estables entre los datos y el contexto (construcción analítica a una teoría de esas relaciones)

Una vez establecida la validez, el investigador podrá hacer inferencias e interpretaciones de los resultados de la investigación. Estas actúan como punto de partida en una nueva investigación.

Notas

1. Se volverá sobre estos términos más adelante al tratar sobre la validación de los resultados, inferencia e interpretación de la información.
2. La red de pasos analíticos mediante los cuales se procesa la información científica se denomina proyecto o diseño de investigación y da cuenta de la manera en que se obtienen los datos y de lo que se hace con ellos en el trascurso del análisis. En esta técnica –como en todas las demás- el proyecto debe adecuarse al contexto del cual provienen los datos. De este modo, las categorías del análisis se justifican en función de lo que se conoce desde el contexto. Dicho en otras palabras, "debe existir alguna correspondencia entre el procedimiento analítico y las propiedades pertinentes del contexto." (Krippendorff; 1990: 70)
3. Sobre lo que incluye esta etapa del proceso de investigación es conveniente recordar lo planteado en la primera parte del manual. Es especial lo referente al trabajo que se realiza sobre las hipótesis y cada uno de sus elementos a través del proceso de operacionalización de variables y la conformación del corpus.
4. Estos requisitos fueron planteados en la primera parte del manual cuando se trató el proceso de operacionalización y se refieren a la necesidad que las categorías reúnan elementos lo más similares posible entre sí y lo más diferentes que se pueda con respecto a las demás categorías. Con esto se consigue que cada uno de los elementos pueda incorporar en una y sola una categoría, evitando yuxtaposiciones. Asimismo, las categorías deben considerar la mayor variedad posible, de modo tal que no haya elementos que no encuentren ubicación dentro de las categorías planteadas.
5. El ejemplo expuesto corresponde a Wimmer, R y Dominick, J. en *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, 1996; 183
6. Un ejemplo de validación ex post facto se halla en el trabajo de George al examinar los documentos incautados durante la Segunda Guerra Mundial, para averiguar cuán acertadas eran las aseveraciones de los analistas de propaganda. Janis por su parte, propuso un método indirecto de validación: dada su investigación sobre las percepciones del público, correlacionó los resultados del análisis de contenido con el comportamiento del público.
7. Existen varios tipos de validez:
Pragmática: se refiere a la utilidad de los resultados del análisis en el estudio del tema que se investiga.
De contenido: grado en el que los indicadores cubren la variedad de significados incluidos en el concepto.
Predictiva: grado de acuerdo o correspondencia entre las predicciones obtenidas y los hechos observados.
Semántica: grado en el que las unidades de codificación clasificadas juntas poseen connotaciones similares.

Bibliografía

- CEA D'ANCONA, Ma. A. (1998), *Metodología Cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social.* Ed. Síntesis. Madrid.
- GAITÁN MOYA, J.A. y PIÑUEL RAIGADA, J.L. (1995), *Metodología General: conocimiento científico e investigación en la comunicación social.* Ed. Síntesis. Madrid.
- GAITÁN MOYA, J.A. y PIÑUEL RAIGADA, J.L. (1998), *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos.* Ed. Síntesis. Experiencias e investigación. Madrid.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI y otros (1998), *Metodología de la investigación.* Ed. Mc Graw-Hill. México.
- KRIPPENDORFF, K. (1990), *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.* Ed. Paidós. Buenos Aires.
- LOPEZ ARANGUREN, J (1981), "Análisis de contenido". En García Ferrando, M. *et al.* (comp.): *El análisis social de la realidad.* Madrid. Ed. Alianza.