

EL ANÁLISIS DE
CONTENIDO. UNA
INTRODUCCIÓN A LA
CUANTIFICACIÓN DE LA
REALIDAD

 Dniel Barredo Ibáñez, Ph.D
 daniel.barredo@udla.edu.ec
 Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
 Ecuador

RESUMEN

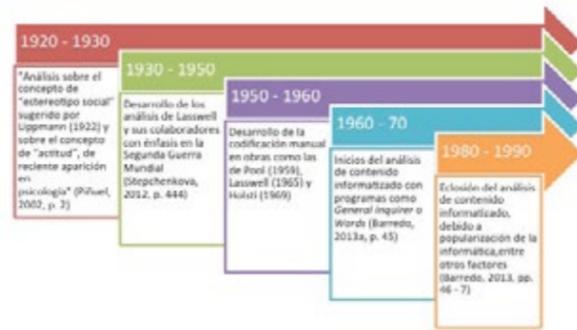
El análisis de contenido, sobre otras técnicas de investigación, presenta como principal ventaja su flexibilidad instrumental, es decir, su extraordinaria capacidad de adaptarse a fenómenos muy diversos y a ámbitos simbólicos distantes. Asimismo, esta técnica cuantitativa iniciada en la segunda década del siglo XX, es una poderosa herramienta que ayuda a codificar sistemáticamente las propiedades de una o varias unidades de análisis. En este artículo se describe paso a paso cómo desarrollar un análisis de contenido, una tarea que se ha fijado con el fin de incentivar y de reforzar la integración de las perspectivas cuantificadoras dentro de los proyectos de investigación.

PALABRAS CLAVE: Análisis de contenido; técnicas cuantitativas; enfoque multimodal

ABSTRACT

The content analysis of other research techniques, presents main advantage is its flexibility instrument, ie its extraordinary ability to adapt to very different phenomena and symbolic distant areas. Also, this quantitative technique began in the second decade of the twentieth century, it is a powerful tool that helps systematically encode the properties of one or more units of analysis. This step article describes how to develop a content analysis, a task that has been set in order to encourage and strengthen the integration of cuantificadoras perspectives within research projects.

KEYWORDS: Content analysis; quantitative techniques; multimodal approach



Fuente: Elaboración propia.

EL ANÁLISIS DE CONTENIDO, UNA TÉCNICA FLEXIBLE

Una de las ventajas que presenta el análisis de contenido, sobre otras técnicas de investigación, es su flexibilidad instrumental, es decir, su extraordinaria capacidad de adaptarse a fenómenos muy diversos y a ámbitos simbólicos distantes:

“Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”

(Piñuel, 2002, p. 2)

La combinación entre ambas perspectivas –cuantitativa y cualitativa- convierte al análisis de contenido en una poderosa herramienta para codificar sistemáticamente las propiedades de una o varias unidades de análisis, como resalta Cea D'Ancona (1996). Su objetivo principal es “descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado” (López Noguero, 2002, p. 174), mediante la extracción de significados o significantes manera rigurosa. Precisamente en este apartado hay dos perspectivas complementarias: quienes, como Gaitán y Piñuel (1998, p. 282), aseguran que hay que codificar “el sentido latente”, y quienes -como Velásquez (2011, p. 117)- lo circunscriben al “contenido manifiesto”. Quizá lo óptimo sea combinar ambos enfoques, ya que cada uno de ellos introduce una variedad que, en líneas generales, favorece potencialmente una mayor riqueza interpretativa.

El origen del análisis de contenido se remonta a la segunda década del siglo XX, según explica Piñuel (2002, p. 2), y a lo largo de dicho siglo fue evolucionando en función de las posibilidades científicas, técnicas y sociales:

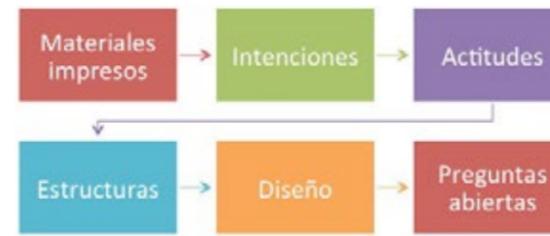
Según la cronología anterior, uno de los grandes hitos que marcaron el desarrollo de esta técnica ocurrió en la década de los sesenta, cuando algunos de los principales centros académicos del mundo iniciaron una progresiva incorporación de la informática a la investigación social (Barredo, 2013a). En las siguientes páginas, de carácter introductorio, se explicarán brevemente los principales componentes para emprender un proyecto basado en esta técnica.

LOS TRES COMPONENTES PRINCIPALES DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

La mayor parte de los metodólogos concuerdan con Bardin (2002, p. 25) en que el análisis de contenido debe ser “sistemático y objetivo”, dos importantes características que, sin embargo, no son exclusivas de la técnica. Por sistemático, se entiende que los contenidos son seleccionados conforme a reglas explícitas, o sea, hay que tratar de igual manera a todos los contenidos examinados, porque serán evaluados con el mismo instrumento de medida y con los mismos criterios. Por objetivo, por su parte, se entienden algunos supuestos elementales:

- Los sesgos o prejuicios del investigador no pueden afectar a los resultados.
- Hay que explicitar suficientemente y de manera inequívoca las definiciones operativas y las reglas de clasificación de las variables o categorías de análisis.
- Si otro analista repite el proceso descrito, debería llegar necesariamente a los mismos resultados.

Sierra Bravo (2001, p. 287) agrega un tercer componente esencial de este instrumento, la de ser “cuantitativo”; en ese sentido, los porcentajes, las tablas, los gráficos van a ser las soluciones habituales de visualización de los resultados. El propósito es lograr una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes. Sobre este punto, sobre los mensajes, cabe añadir que la variedad de contenidos susceptibles de ser analizados es enorme; veamos un pequeño extracto:



Fuente: Elaboración propia.

En los materiales impresos –quizá una de las principales unidades de observación, como señala Fernández (2002)– es posible segmentar y convertir en unidad de análisis diferentes partes que revelan importantes sentidos del contenido, como los eslóganes o los titulares, por ejemplo. Pero las unidades a analizar también pueden ser imágenes, vídeos o texto oralizado transcrito, entre otros. Todos estos materiales pueden proceder de surtidores diversos, casi tan diversos como los objetivos en que se mueva el trabajo de investigación:



Fuente: Elaboración propia.

En todo proyecto hay que definir, antes de la descripción metodológica, tanto el problema de investigación, como el marco conceptual. A partir de esos elementos, y en caso de que el análisis de contenido se considere como una de las técnicas que pueden aportar a los resultados globales, el siguiente paso consiste en identificar las variables –cuantitativas y cualitativas– que permiten, tras el proceso investigativo, responder a la pregunta o preguntas de investigación. El tercer paso exige la definición del marco muestral, el tipo de selección probabilística o no probabilística que puede o debe aplicarse, así como cuáles van a ser las unidades de observación, y cuáles las unidades de análisis. Veamos el siguiente esquema, el cual expone sintéticamente los pasos elementales para afrontar una investigación de este tipo:



Fuente: Elaboración propia.

El segundo y el cuarto paso, en realidad, están íntimamente relacionados, por cuanto tras la identificación de los aspectos a investigar, resulta necesario abstraer dichos aspectos en categorías, las cuales resumen conceptualmente las variables. El quinto paso exige la creación de los ítems o respuestas, deductiva o inductivamente, es decir, en casos en que el investigador no conozca qué fenómenos está buscando, puede abstraer los ítems a partir de la experiencia con la realidad, en un proceso muy similar al de la Teoría Fundamentada (Barredo, 2013). Como asegura Abela (2002), normalmente se utiliza un procedimiento mixto deductivo-inductivo.

El sexto paso describe la creación de la ficha de análisis -el instrumento con el que se codificará la información-, así como el libro de códigos en que se especifican las variables, las respuestas y sus equivalentes numéricas. Habitualmente se utilizan programas informáticos, como Excel o SPSS, los cuales facilitan la interpretación de los resultados, además de que posibilitan la realización de análisis complejos una vez procesada la data. Pero también es posible emplear una ficha de análisis en papel, por ejemplo, sobre todo cuando el proyecto demanda una gran interacción del investigador. La selección de codificadores –el séptimo paso- es un momento clave de la investigación; es aquí cuando hay que decidir quién se encargará de pasar los aspectos del objeto de estudio a los números de la matriz. Asuntos como la fiabilidad del proyecto dependen estrechamente de la cantidad y del entrenamiento concedido a los codificadores. El octavo paso es el llamado “control de calidad” (Abela, 2002, p. 26), con el que se comprueba hasta qué punto la aplicación de la ficha de análisis permite cumplir con los objetivos de la investigación. Dicho control se realiza mediante dos procedimientos complementarios, no exclusivos del análisis de contenido, sino en general propios de las técnicas cuantitativas: “la validez” junto con “la confiabilidad” (Mendoza, 2011, p. 57). El primero de ellos, la validez, es un proceso que comprende de varias etapas, relacionadas por la necesidad de afinar el instrumento con el que se va a aplicar el análisis de contenido:



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la confiabilidad, se trata de validar la uniformidad de los datos (Gómez, 2000). Aigeneren (2009) cifra la confiabilidad en indicadores como la “congruencia” (p. 49), la “estabilidad” (p. 50), la “reproducibilidad” (p. 50)

o la “exactitud” (pp. 50 - 1). El método más común para estimar la confiabilidad suele ser el alfa de Cronbach, con el que se evalúa “la consistencia interna” del instrumento (Mendoza, 2011, p. 57).

CONCLUSIONES

Cada técnica de investigación aporta una perspectiva o posibilidad de interpretación de un asunto dado de la realidad; el análisis de contenido tiene ciertas desventajas, entre las que sobresale la incapacidad para generar un análisis holístico de un fenómeno (Gómez, 2000). Pero asimismo esta técnica concentra algunas ventajas, como la posibilidad de integrar variables cuantitativas y cualitativas; además, favorece la aplicación instrumental de un conjunto que, en algunos casos, puede ser relativamente extenso. Sobre todo en una sociedad como la contemporánea, en la que se han adosado numerosos materiales que configuran, en buena medida, la memoria del siglo XXI, según describíamos en un trabajo relacionado con el análisis de contenido informatizado:

“Anteriormente no existían huellas de la memoria colectiva como los chats, los foros, las redes sociales, los comentarios de las noticias, etcétera. Todos esos aportes, que acumulan vastas cantidades de material humano digitalizado, exigen la incorporación de novedosos instrumentos de investigación, la búsqueda de nuevas técnicas que, hasta fechas cercanas, eran solo difícilmente manejables”.

(Barredo, 2015, p. 110)

Lo más interesante, en todo proyecto de investigación, es desplegar el mayor conjunto posible de técnicas para poder apresar una mayor variedad de significados. Entender un fenómeno exige múltiples aproximaciones; pero, por su flexibilidad y su relativo bajo coste, además de por la posibilidad de emprender análisis comparativos internacionales de una forma más o menos sencilla, el análisis de contenido es una de las técnicas más sugerentes para la investigación contemporánea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ◆ Abela, J. A. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Consultado el 02/04/2015 de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- ◆ Aigeneren, M. (2009). *Análisis de contenido: una introducción. La Sociología en sus escenarios*, 3, 1 - 52.
- ◆ Bardin, L. (2002). *El análisis de contenido <tercera edición>*. Madrid: Akal.
- ◆ Barredo, D. (2013a). *Monarquía, consenso y democracia. Análisis de contenido informatizado de las coberturas sobre el rey Juan Carlos I en ABC.es y ELPAIS.com (2009 – 2011)*. Quito: CIESPAL.
- ◆ Barredo, D. (2013b). *La Teoría Fundamentada como una herramienta de explicación de objetos complejos: la construcción de la teoría del Tabú Real*. *Vivat Academia*, 125, 102 - 104.
- ◆ Barredo, D. (2015). *Big Data y técnicas cuantitativas: una introducción al análisis de contenido informatizado*. *Revista San Gregorio*, 8(2), 106 - 111.
- ◆ Cáceres, P. (2003). *Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable*. *Psicoperspectivas*, 11, 53 - 82.
- ◆ Cea D'Ancona, M. A. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- ◆ Fernández, F. (2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. *Ciencias Sociales*, 96(11), 35 - 53.
- ◆ Gaitán, J. A. y Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en Comunicación Social*. Madrid: Síntesis.
- ◆ Gómez, M. A. (2000). *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología*. *Revista de Ciencias Humanas*, 20. Consultado el 02/04/2015 de: <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>
- ◆ Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- ◆ Mendoza, M. (2011). *Elaboración y validación del cuestionario: “Desempeños profesionales de directivos y profesores en pro de una educación creativa: Evaluación y autoevaluación desde la perspectiva docente”*. *Revista Docencia e Investigación*, 21, 51 - 70.
- ◆ Lasswell, H. (1965). “Why be quantitative?” En Lasswell, H. y Leites, N. (Comps.). *Language of politics <pp. 142 – 44>*. Cambridge: MIT Press.
- ◆ López Noguero, F. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. *Revista de Educación*, (4), 167 - 179.
- ◆ Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: Macmillan
- ◆ Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1 - 42.
- ◆ Pool, I. de S. (1959). *Trends in Content Analysis*. Urbana: Universidad de Illinois.
- ◆ Sierra Bravo, R. (2001). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Thomson.
- ◆ Stepchenkova, S. (2012). “Content analysis”. En Dwyer, L; Gill, A. y Seetaram, N. (Eds.). *Handbook of Research Methods in Tourism. Quantitative and Qualitative Approaches <pp. 443 - 458>*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- ◆ Velázquez, T. (2011). “Técnicas cuantitativas: el análisis de contenido”. En Vilches, L. (Coord.). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital <pp. 117 – 167>*. Barcelona: Gedisa.