

En parte por comentarios de un colega y en parte por la necesidad de un material sencillo pero adecuado para los cursantes de pregrado (al menos en sus semestres iniciales), me encontré hace poco revisando materiales sobre el análisis de contenido, especialmente con un viejo artículo de la Revista de Ciencias Humanas - UTP (2000) firmado por Gómez Mendoza, Miguel Angel. En verdad que el texto me parece cómodo para una lectura inicial.

<http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/index.htm>

[A fines de consulta se presenta a continuación en cita textual:](#)

Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología

Miguel Angel Gómez Mendoza

A partir de la ubicación crítica del análisis de contenido en el marco de las tradiciones de investigación cualitativa y cuantitativa, se presentan sus diversas definiciones y una tipología de clasificación según criterios de método, de lo latente y lo explícito. A continuación, se plantea un modelo técnico y los criterios de validez y confiabilidad de esta metodología. Por último, se ofrecen observaciones críticas sobre los límites y posibilidades del análisis de contenido en la intervención social y la investigación participante.

Introducción

Si bien se le ha reconocido como un método de investigación con sus cualidades específicas, el análisis de contenido de orientación cualitativa, ocupa de hecho un lugar secundario en el seno de la jerarquía de los métodos de investigación en relación con los métodos llamados más científicos y objetivos, es decir frente a los métodos cuantitativos. La sobrestimación de los métodos cuantitativos incide sobre la manera de llevar a cabo los análisis de contenido que gradualmente se convierten más en análisis factoriales y de varianza sobre las categorías establecidas. En otros términos, en el interior mismo del análisis de contenido es frecuente que los datos o la información recogida terminen por difuminarse detrás de las cifras para convertirse finalmente en análisis cuantitativos. La pregunta es: ¿acaso estas cifras no tienen contenidos como materia prima? ¿Por qué hacerlas desaparecer de un momento a otro como si ellas no fueran dignas de confianza?

La ambigüedades persistentes en cuanto a la naturaleza de los métodos de análisis de contenido, así como la claridad de las etapas a seguir, constituyen otras fuentes de inquietudes entre sus usuarios, mientras simultáneamente los métodos cuantitativos

han conocido una expansión extraordinario debido a la fuerza y al confortable sentimiento de la seguridad asociada a su carácter de exactitud matemática; «es mucho más fácil hablar de las debilidades del análisis de contenido que de sus fuerzas, disimular progresivamente los contenidos detrás de las cifras más impresionantes y aseguradoras porque aparentan más objetivas» (L'Écuyer, 1987:49)

Pero, ¿qué es entonces el análisis de contenido? ¿Cuáles son los problemas que lo asedian? ¿Cuáles etapas deben seguirse para que el análisis sea altamente objetivo? ¿la aplicación de este método puede dar lugar a resultados tan validos como los obtenidos con los métodos llamados objetivos? ¿Qué criterios elegir para establecer una tipología de análisis de contenido? ¿En qué radica su confiabilidad y validez? ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas?.

He aquí una serie de preguntas importantes a las cuales este trabajo intenta aportar respuestas. Sin ser definitivas, estas pretenden ofrecer aclaraciones útiles y contribuir a alimentar de manera positiva la reflexión sobre el análisis de contenido como método y así precisar de mejor manera sus límites y orientaciones. Se busca estimular a los investigadores de los diversos campos de las ciencias sociales, la educación y la intervención a utilizar el método de análisis de contenido sin tener la prevención de utilizar un procedimiento que tiene un aire de menor de cientificidad.

En términos generales, el análisis de contenido es un método que busca descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un texto escolar, un decreto ministerial, etc.

Definiciones y características

En términos generales, el análisis de contenido es un método que busca descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un texto escolar, un decreto ministerial, etc. Más concretamente, se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de la mejor manera el sentido. No obstante, es aconsejable precisar un poco más esta definición genérica.

Así, desde un enfoque clásico, cuantitativo, Mayntz et al (1980:198), define el análisis de contenido como "una técnica de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades lingüísticas de un texto con la finalidad de obtener conclusiones sobre las propiedades no-lingüísticas de las personas y los agregados sociales. En este sentido, el «texto» puede ser tanto un escrito como un «discurso» oral (y registrado, por ejemplo, en una cinta magnetofónica). Sin embargo, en un sentido más amplio, el análisis de contenido se puede aplicar también a materiales que no sean puramente lingüísticos; por ejemplo, películas o anuncios publicitarios". En la misma dirección de Mayntz et al, Pinto y Grawitz han retomado la definición clásica de Berelson (1952), el análisis de contenido «es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, teniendo como fin interpretarlos» (1967:459).

Desde una óptica más amplia, se puede ubicar el análisis de contenido en el extenso campo formado por los métodos y técnicas de investigación sociológica, y definirlo como una técnica «indirecta». Si se considera que la investigación y la observación puede hacerse siguiendo dos métodos diferentes: por un lado, la observación directa de la realidad social por medio de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observación

participante; por otro lado, la observación y el análisis de documentos diversos (entre los que se encuentran libros, publicaciones diarias y periódicas, series estadísticas, diarios autobiográficos, documentos históricos, etc.), y materiales audiovisuales (como discos y otras grabaciones de sonidos, películas, fotografías, videos, etc.). En este contexto, como técnica "indirecta" «el análisis de contenido es una técnica de investigación que consiste en el análisis de la realidad social a través de la observación y el análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades. Lo característico del análisis de contenido, y que lo distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y el análisis documental» (López-Aranguren 1986 : 366)

Robert Mayer y Francine y Quelle en su obra de metodología de investigación «Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux» (1991), destinada a profesionales de las ciencias sociales y humanas que trabajan directamente en el terreno valiéndose de metodologías participativas o de intervención, considera que «el análisis de contenido es un método que apunta a descubrir la significación de un mensaje, ya sea este un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un memorando, etc. Específicamente, se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de manera adecuada su sentido [...] Si usted es interventor social en un centro de jóvenes y trabaja con un grupo de jóvenes adolescentes y luego de varios meses consigna en un diario de campo sus observaciones y comentarios, el análisis de contenido le puede ser útil para sacar provecho de la riqueza de este material» (p.473)

Siguiendo a L'Écuyer (1987:50), Landry (1988:329), Mayer y Quellet (1991:475), precisamos de las características generales del análisis de contenido en los siguientes términos:

- (1) Se trata de una técnica indirecta, porque se tiene contacto con los individuos solo mediante los sesgos de sus producciones, es decir, con los documentos de los cuales se puede extraer información.
- (2) Estas producciones pueden tomar diversas formas: escrita, oral, imagen o audiovisual, para dar cuenta de sus comportamientos y de sus fines.
- (3) Los documentos pueden haber sido constituidos por una persona, por ejemplo las cartas personales, las novelas, un diario íntimo, o por un grupo de personas, por ejemplo las leyes, los textos publicitarios.
- (4) El contenido puede ser no cifrado, es decir, las informaciones que contienen los documentos no se presentan bajo la forma de números sino ante todo de expresiones verbales.
- (5) Es posible una deducción cualitativa o cuantitativa. En este sentido, los documentos pueden ser analizados con el objeto de cuantificar o en la perspectiva de un estudio cualitativo de elementos singulares, o los dos a la vez.

Ahora bien, los motivos para recurrir al análisis de contenido son muy diversos: «para codificar las respuestas de las preguntas abiertas de una encuesta, codificar los resultados de entrevistas no directivas; revelar los postulados implícitos de los textos y manuales escolares, determinar los estereotipos del papel de la mujer presentes en las

revistas o en las novelas; describir las tendencias de las leyes o de los programas de los partidos políticos...» (Landry,1983:338)

Como lo subraya el mismo autor, el análisis de contenido varía según el tipo de texto analizado y el tipo de interpretación, entonces «no existe método de análisis fácilmente transportable a todas las situaciones. Salvo para las aplicaciones simples, para la codificación de los temas de respuestas o las preguntas abiertas de los cuestionarios, el investigador está siempre más o menos forzado a hacer adaptaciones a los procedimientos más apropiados para el estudio del problema que busca resolver»(1998:339).

Tipos de análisis de contenido

Existen varias maneras de clasificar el análisis de contenido. Pinto y Grawitz (1967: 461) han destacado la importancia de establecer una primera distinción entre el análisis que tiene por fin la verificación de una hipótesis y el que busca en primer lugar explorar un campo de estudios. Partiendo de esta distinción básica, autores como Mayer y Quellet (1991:478); Landry (1998:335; 1987:119) delimitan seis tipos de análisis de contenido:

(1) El análisis de exploración de contenido. Se trata de explorar un campo de posibilidades, de investigar las hipótesis, las orientaciones o aún de servirse de sus resultados para construir cuestionarios más adaptados.

(2) El análisis de verificación de contenido. Pretende verificar el realismo y la fundamentación de las hipótesis ya determinadas.

(3) El análisis de contenido cualitativo. Este tipo de análisis permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido.

(4) El análisis de contenido cuantitativo. Tiene como objetivo de cuantificar los datos, de establecer la frecuencia y las comparaciones de frecuencia de aparición de los elementos retenidos como unidades de información o de significación (las palabras, las partes de las frases, las frases enteras, etc.)

(5) El análisis de contenido directo. Se limita a tomar el sentido literal de lo que es estudiado. No se busca descubrir un eventual sentido latente de discurso; se permanece al nivel de sentido manifiesto.

(6) El análisis de contenido indirecto. En este caso, el investigador busca extraer el contenido latente que se escondería detrás del contenido manifiesto, recurrirá a una interpretación del sentido de los elementos, de su frecuencia, de su agenciamiento, de sus asociaciones, etc.

Otros criterios de clasificación de los tipos de análisis de contenido están asociados a los debates que han marcado la evolución de esta metodología, es el caso de la controversia entre el contenido manifiesto versus el contenido latente así como la que opone el análisis cuantitativo al análisis cualitativo.

(a) Análisis cuantitativo versus análisis cualitativo (clasificación según el método). La palabra «cualitativo» fue largo tiempo desterrada del análisis de contenido. Nacido de

una voluntad de cuantificación en reacción contra el análisis literario, el análisis de cuantitativo excluía la noción cualitativa de sus preocupaciones. Como lo han señalado Pinto y Grawitz (1967:462), lo cuantitativo y lo cualitativo fueron opuestos desde diferentes puntos de vista: un fundamento «impresionista» contra un fundamento sistemático; la flexibilidad contra la rigidez, etc. En el análisis cuantitativo, lo importante es lo que aparece frecuentemente; la frecuencia es el criterio. En el análisis cualitativo, lo importante implica la novedad, el interés, el valor de un tema, es decir su presencia o su ausencia.

Landry resume este debate en los siguientes términos: «El análisis cuantitativo reduce el material estudiado a las categorías analíticas a partir de las cuales se puede producir las distribuciones de frecuencia, los estudios de correlación, etc. En comparación, el análisis cualitativo de contenido interpreta el material estudiado con la ayuda de algunas categorías analíticas destacando y describiendo sus particularidades» (1993:412). De esta manera, aquellos que favorecen el análisis cuantitativo «postulan que las semejanzas y las diferencias cuantitativas que emergen de las categorías analíticas seleccionadas para analizar los mensajes constituyen la única manera de determinar objetivamente el significado de los mensajes utilizados» (Idem). Cada uno de estos campos defienden objetivos específicos, los defensores del análisis cuantitativo quieren evitar «los extravíos la subjetividad» mientras que los defensores del análisis cualitativo quieren destacar las «particularidades de la subjetividad» (Idem) ¿Qué concluye este debate?. La pertinencia y la complementariedad de las perspectivas cuantitativas y cualitativas.

(b) El contenido manifiesto y el contenido latente (clasificación según el contenido). Durante mucho tiempo el contenido manifiesto fue el único contenido tolerado Algunos autores insisten fuertemente sobre el contenido manifiesto cuando le objetan a que aquellos que tienen la tendencia a decir que tal persona «quiso decir que...», que si alguien hubiera querido decir eso, lo hubiera dicho!; en pocas palabras el mensaje es completo en sí mismo. De esta forma, el contenido manifiesto «remite a lo que es dicho o escrito explícitamente en el texto mientras que el contenido latente refiere a lo implícito, a lo no expresado, al sentido escondido, en resumen, a los elementos simbólicos del material analizado» (Landry,1991:341). Aquellos que valoran el análisis de contenido manifiesto, postulan «que el material explícito vehicula la totalidad del significado» (Idem) y que en consecuencia no hay lugar a buscar hacer decir otra cosa al material analizado. De su parte, aquellos que favorecen el análisis de contenido latente postulan, por el contrario «que el significado del contenido reside más allá de lo explícito y que la interpretación de lo que no es dicho constituye la única manera de descubrir el significado real y profundo que subyace todo contenido manifiesto» (Idem). Pero para Landry, esta oposición no es más que aparente porque un «investigador» que apunte a delimitar las intenciones escondidas, los valores o las actitudes implícitas, incluidas las mentiras del productor de un mensaje no puede evitar acordar una gran atención al contenido latente del material analizado. Al mismo tiempo, se debe también plantear la hipótesis según la cual, "si el productor de un mensaje es suficientemente sutil para lograr velar el contenido de su mensaje explícito, también puede ser lo suficientemente sutil para velar el contenido latente" (1993:341). Es por esto que Landry, concluye que el análisis de contenido debe al menos «empezar con el examen del contenido manifiesto» y sugiere el siguiente esquema de clasificación:

Tabla 1. Tipos de Análisis de Contenido (Manifiesto- Latente) (Landry:1998:335)

	Análisis de contenido	Análisis de contenido	
Tipo de análisis	Manifiesto (M)	Latente (L)	
Cuantitativo N	N, M	MN, L	
Cualitativo A	A, M	A, L	

Las etapas técnicas del análisis de contenido

A partir de autores como Mayntz et al (1980:201-206); López-Aranguren (1986:373-383); Bardin (1986:93); L'Écuyer (1990:71); Mayer y Quellet (1991:478) Landry (1998:335), se pueden identificar como etapas técnicas generales del análisis de contenido las siguientes:

1. El análisis previo o la lectura de documentos. Se trata de leer atentamente y varias veces los documentos a estudiar. Esta lectura repetida permitirá una indispensable familiarización del investigador con el contenido, con los diferentes temas posibles. Es lo que se llama generalmente la «lectura flotante», entendida esta como una actividad que consiste en familiarizarse con los documentos de análisis por las lecturas sucesivas y dejando nacer las impresiones y las orientaciones. Progresivamente la lectura se hace más precisa: las hipótesis comienzan a aparecer, y el investigador puede identificar las teorías aplicables al material y el uso posible de técnicas empleadas sobre materiales análogos. Esta «lectura flotante» como lo dice Bardin (1977:126) es necesaria para impregnarse del material; corresponde de alguna manera a la actitud del psicoanalista que, por su escucha activo, deja salir las hipótesis.

De esta lectura es posible avanzar en la formulación de las hipótesis. Una hipótesis es una afirmación provisional que nos proponemos verificar, para confirmarla o no por el análisis. Sin embargo, no es obligatorio tener hipótesis para guiar el análisis. Algunos análisis se hacen sin ideas preconcebidas. No obstante, en muchos casos, las hipótesis implícitas orientan el trabajo de análisis.

El análisis previo, consiste en recoger el material a analizar, organizarlo y proceder a varias lecturas. Estas últimas apuntan a lo que el lector pueda «adquirir una visión de conjunto del material recogido, familiarizarse con sus diferentes particularidades [...], presentir el tipo de unidades de información a retener para una clasificación posterior y la manera de desglosarlas en enunciados específicos» (L'Écuyer, 1985:73).

De manera general, la etapa de análisis previo apunta a tres objetivos: la selección de los documentos para someter al análisis, la formulación de las hipótesis y los objetivos, y la determinación de indicadores sobre los cuales se apoyará la interpretación final.

2. La preparación del material. Los documentos deben ser desglosados en unidades de significación, que son luego clasificadas en categorías bien definidas. Se agrupan en estas categorías las unidades de información que se han extraído de los documentos. Es en esta etapa que importa determinar la unidad de cuantificación, si hubiera lugar. Esta unidad puede ser un tema, una palabra, un concepto, una frase, una idea o una frecuencia de aparición de palabras o de frases.

La unidad de registro es utilizada para permitir contar los elementos del contenido. En ciertos casos, se tratará de una palabra o de un tema (grupo de palabras, de frases, de imágenes, etc. teniendo un significado intelectual o afectivo único). En una misma categoría pueden entrar varios temas, cada uno teniendo una frecuencia diferente.

De manera general, la etapa de análisis previo apunta a tres objetivos: la selección de los documentos para someter al análisis, la formulación de las hipótesis y los objetivos, y la determinación de indicadores sobre los cuales se apoyará la interpretación final.

En cuanto a la unidad de enumeración, se trata de una unidad de medida que permite diferenciar los elementos seleccionados en cada categoría. De esta forma, en un discurso, en lugar de limitarse a contar el número de veces que aparecen por ejemplo ciertas palabras o ciertos temas, se notará los tiempos que el orador consagra a cada uno de ellos. El empleo de esta unidad supone que es posible y útil cuantificar el análisis de los resultados; y no necesariamente está presente en todos los tipos de análisis.

Esta etapa se subdivide a su vez, en tres momentos que son: (a) la constitución del corpus; (b) la transcripción del material; (c) la escogencia de un método de análisis.

(a) la constitución del corpus. El corpus, palabra tomada del latín, que significa "cuerpo" corresponde a un conjunto de textos, de documentos, privados o publicados que son reunidos para los fines del estudio. El material de partida puede entonces ser dado a priori, como es el caso de análisis de las obras literarias, o en el caso donde deben ser reunidos para los fines de un análisis particular; por ejemplo documentos dejados por diversas personas e instituciones.

(b) transcripción. Una vez se han seleccionado los documentos, o las entrevistas realizadas, se debe transcribir el material para darse una herramienta de análisis claro, completo y lo más significativo posible. En el caso de una entrevista, es la etapa de «verbatim», o sea la transcripción con ayuda del procesador de textos, lo más exacta posible, del contenido real del intercambio. Es importante en esta etapa consignar a la vez el contenido como el contexto, es decir una transcripción lo más holística posible.

(c) la selección de un método de análisis. Diversos caminos se le ofrecen a los investigadores para esta actividad: el método tradicional, la utilización de un programa de texto o el uso de un programa de análisis de contenido.

El método tradicional consiste en desglosar el contenido y agruparlo en temas, luego en categorías o subcategorías. Otros investigadores utilizan ahora su programa de tratamiento de textos para efectuar las operaciones de desglose, collage, reunificación y de esta manera constituir los archivos de análisis temático. En el curso de los últimos años se han desarrollado algunos programas de análisis de contenido, estos permiten un análisis muy interesante y muy útil, a manera de ejemplo, mencionamos el programa The Ethnograph o el Nud Ist.

3. La selección de la unidad de análisis. La unidad de análisis refiere al espacio y el tiempo en los cuales se retendrá la recurrencia de los elementos de investigación. Se puede tratar del número de apariciones por página o por texto, por parágrafo o por línea, por unidad de tiempo (en una película, un discurso, etc.).

En cuanto a la definición de las unidades de análisis, esta se hace habitualmente según uno u otro de los siguientes tres métodos: «1) de manera inductiva a partir de las similitudes de sentido del material de análisis; 2) de manera deductiva derivándolas de una teoría existente; 3) finalmente, siguiendo una fórmula mixta en donde una parte de las categorías es derivada de una teoría mientras que la otra parte es inducida en el curso del análisis» (Landry, 1998:348). Por otro lado, la determinación de las reglas de enumeración remite a la manera de contar las palabras, las frases, los temas, etc. Todas estas precisiones deben permitir la elaboración de una guía de codificación que permite «determinar de manera válida y fiable todas las observaciones que responden a la definición de la unidad de análisis escogida y responder de manera válida y fiable a las preguntas planteadas a cada una de las observaciones» (Landry, 1998:351).

Así mismo, la cuestión de la codificación de las unidades de análisis, es central en los procesos de análisis de contenido por varias razones, especialmente de orden teórico. En efecto, la codificación plantea el problema del sentido. Por ejemplo, codificar las palabras en función de su frecuencia de aparición en el texto puede constituir una operación neutra; pero implícitamente se asocian un cierto número de hipótesis a la frecuencia y se postula que estas palabras tienen un sentido particular que le habría dado su autor.

El código del investigador depende entonces de las preguntas que este quiere plantear, y es indispensable que estas preguntas hayan sido suficientemente precisas en la formulación de la investigación para que la rejilla de lectura pueda ser pertinente. La descripción del contenido de un mensaje ganara de esta manera en rigor lo que ella pierde en riqueza. Es sin duda el precio a pagar en la perspectiva de un análisis metódico, en oposición a un análisis más clínico o intuitivo. En resumen, la construcción de un código de análisis obedece a dos tipos de exigencias provenientes respectivamente del campo de referencia impuesto por la investigación, o del grado de generalidad que nos proponemos lograr en la descripción del contenido.

Pinto y Grawitz recuerdan que las categorías deben provenir de dos fuentes principales: «del documento mismo y de un cierto conocimiento general del campo de donde provienen» (1967:476). Estos autores subrayan además cuatro escollos principales a vencer en su formación: (1) imponer un esquema muy rígido a priori, que no alcance la complejidad del contenido; (2) elaborar este esquema de manera superficial, para no clasificar sino los elementos manifiestos de la comunicación sin tocar el contenido más o menos latente; (3) escoger las categorías más detalladas y más numerosas, lo que tiene por efecto reproducir el texto casi entero bajo el pretexto de no perder nada; (4) tomar categorías muy «burdas» que no permiten distinguir suficientemente entre ellas los elementos a los cuales reagrupan (1967:477). A decir verdad, todo análisis se sitúa entre dos posibilidades, pero también entre dos escollos: «adoptar las categorías de manera fina, dando cuenta de la realidad, reproduciéndola muy cerca; en una lista de temas donde cada uno no tendrá que una frecuencia débil, o reagrupar los datos en un número limitado de categorías, pero sacrificando una información, esencial, que se perderá en el resultado final» (Pinto y Grawitz, 1967:463).

Por lo demás, en materia de categorización, dos situaciones extremas pueden presentarse. En un primer caso, «se busca verificar una o varias hipótesis; las categorías han sido entonces previstas y es entonces una verdadera pregunta que se le plantea la material en función de lo que se busca (actividad deductiva)» En un segundo caso, «se trata de contar los elementos sin hipótesis preestablecidas [...] se

busca entonces simplemente establecer un especie de inventario de diversas opiniones expresadas o los argumentos utilizados (actividad inductiva)» (Ibidem:1967:474). En síntesis, concluyen Pinto y Grawitz (1967 :478), «no hay respuesta única al problema de la estandarización de las categorías de análisis de contenido».

4. La explotación de los resultados (análisis cuantitativo y/o análisis cualitativo). Si las diferentes operaciones del análisis previo han sido cuidadosamente cumplidas, la fase de análisis propiamente dicha no es más que la administración sistemática de las decisiones tomadas. Esta fase larga y fastidiosa, consiste esencialmente en operaciones de codificación, descuento o enumeración en función de las instrucciones previamente formuladas [...] Tratar el material es codificarlo. La codificación corresponde a un tratamiento de los datos brutos del texto. Transformación que, por desglose, agregación o numeración permite llegar a una representación del contenido, o de su expresión, susceptible de aclarar al analista sobre las características del texto» (Bardin,1986:101-102).

Todo análisis de contenido, supone la descomposición del material tratado en elementos de análisis. Estos elementos deber ser clasificados en categorías. Un análisis de contenido, dice Berelson (1952), vale lo que valen las categorías. Su determinación es por lo tanto más delicada cuando el número y la forma de las categorías pueden ser variables según los objetivos de la investigación y las hipótesis de trabajo.

La explotación del material es una etapa de reorganización del material «en la cual son reagrupados en categorías o temas más amplios bajo un título genérico todos los enunciados cuyo sentido se agrupan» (L'Écuyer,1987:74). Según autores como L'Écuyer (1987) y Landry (1998) esta etapa de categorización puede ser abordada según tres modelos. En un modelo abierto, no hay categorías preestablecidas, las categorías son entonces inducidas de los textos analizados. En un modelo cerrado, las categorías están predeterminadas por un investigador desde el comienzo, por una teoría de la cual se quiere testar las predicciones (o las hipótesis). Finalmente, en el caso de un modelo mixto, una parte de las categorías preexistente desde el comienzo y el investigador deja lugar a la posibilidad que cierto número de hipótesis sean inducidas en el curso del análisis.

L'Écuyer (1990) y Landry (1998), privilegian un análisis que sea a la vez cuantitativo y cualitativo. El análisis cuantitativo, comprende habitualmente la realización de análisis ligados a la verificación de hipótesis. Por lo que respecta al análisis más cualitativo, aún si los procedimientos son menos codificados, todos los autores están de acuerdo, para decir que ellos deben ser llevados a cabo de manera rigurosa y sistemática. En resumen, que técnicas diversas y complementarias, tanto de naturaleza cuantitativa como cualitativa, pueden ser utilizadas en un mismo proyecto de investigación.

Confiabilidad y validez de un análisis de contenido

En efecto, el análisis de contenido, a excepción de las aproximaciones fundadas únicamente sobre el uso del computador, debe contar con las fuerzas y las debilidades del juicio humano. También debe vigilar la confiabilidad de los mismos investigadores: si son varios para un análisis, su juicio debe ser uniforme frente a los mismos datos a categorizar. De otra parte, cada investigador debe demostrar la constancia en sus propios juicios. La validez muestra sobre todo la pertinencia de las categorías y las unidades escogidas en relación tanto al documento como a los objetivos de la investigación; ningún esquema de análisis tiene validez en sí mismo, el principal

criterio para evaluar la validez de un modelo de análisis es el de la «coherencia interna del modelo obtenida bajo el entendido que todos los elementos del corpus deben encontrar un lugar en el esquema» (Landry,1998:347), es siempre la exigencia la exhaustividad la que prevalece.

Para garantizar la confiabilidad y validez del análisis, ciertas reglas deben ser respetadas. Varios autores como Bardin (1986: 122), Landry (1998: 354), Mayer y Quellet (1991: 495), indican cinco reglas esenciales.

(1) La exhaustividad. Una vez que los documentos a analizar están determinados (entrevistas de una encuesta, respuestas a un cuestionario, editoriales de un diario, fragmentos de un texto escolar, etc.), se deben considerar todos los elementos. La exhaustividad supone que las categorías establecidas permiten clasificar el conjunto del material recogido.

(2) La representatividad. Se puede garantizar cuando el material se presta para efectuar el análisis sobre la muestra. El muestreo es riguroso si el constituye una parte representativa de todos los datos iniciales.

(3) La homogeneidad. Los documentos elegidos deben ser homogéneos, es decir escogidos en función de criterios precisos y no presentar mucha singularidad en relación a estos criterios. Por ejemplo, las entrevistas de encuesta efectuadas sobre un tema dado deben todas referir a este tema y haber sido obtenidas por técnicas idénticas frente a individuos comparables. La homogeneidad está asociada a la clasificación del material, que como lo subraya Bardin, debe hacerse según «un mismo principio de clasificación» (1986: 121).

(4) La pertinencia. Los documentos escogidos deben corresponder al objetivo del análisis. Una categoría es pertinente cuando ella hace posible el estudio del material obtenido ante las preguntas y el marco de análisis seleccionados.

(5) La univocación. Significa que una categoría tiene el mismo sentido para todos los investigadores.

Ventajas y desventajas del análisis de contenido

El análisis de contenido, como cualquier otra técnica, tiene sus límites. Un análisis de contenido no permitirá jamás restituir la totalidad de los significados posibles de un material; implica necesariamente una elección y el instrumento de análisis adoptado no hace más que traducir esta determinación. Para Landry (1998), las principales ventajas del análisis de contenido son las siguientes: "constituye contrariamente a otras técnicas, un método «no reactivo» de recolección de datos. Además, se muestra muy apropiada para analizar el «material no estructurado" [...] permite tratar con el recurso a la informática, una gran cantidad de textos. La riqueza de la interpretación es variada: «las palabras, las expresiones, los estilos artísticos, simbolizan la manera de hacer y de pensar de las gentes de un lugar, de una época y de una cultura dadas». Es entonces una herramienta de profundización de las diversas producciones que son las huellas de la vida individual y colectiva". Las principales desventajas del análisis de contenido son resumidas por el mismo autor así: «la codificación de los datos es a veces compleja y toma tiempo; la realización de los tests para establecer la fiabilidad y la validez de los datos no es siempre fácil y finalmente el análisis cuantitativo atribuye generalmente la misma importancia a cada observación, ya se

trate de una palabra, de un tema o de una proposición cuando el emisor del mensaje puede acordar una peso que varía según las palabras, los temas o las proposiciones.» (p. 353-354),

Finalmente el análisis de contenido es una técnica útil en la intervención e investigación social. En efecto, puede servir de instrumento para comprender mejor las realidades vividas por los individuos y medir los efectos de la intervención social y del uso de las metodologías de investigación participante, efectos que se manifiestan también en el plano de los discursos, y así distinguir las nuevas realidades o problemáticas, y evaluar la evolución de los discursos en un grupo. De otra parte, el análisis de contenido, se presta para estudios de caso único, lo que parece particularmente útil a las necesidades de la práctica social.

BIBLIOGRAFIA

BARDIN, Louis (1986) **L´analyse de contenu**. PUF. Paris. 233 páginas. 4a edición.

BERELSON, Bernard (1952) «*Content Analysis*» En: **Handbook of Social Psychology** Vol I. Nueva-York.

LANDRY, Réjean (1998) «*L´analyse de contenu*» En: **Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données**. Benoit Gauthier (Editor). Sillery, Presses de l'Université du Québec. p. 329-356.

L'ÉCUYER, René (1987) «*L´analyse de contenu: notions et etapes*». En: **Les méthodes de recherche qualitatives**. Jean-Pierre Deslauriers (Editor). Sillery. Presses de l'Université du Québec. p. 49-65.

L'ÉCUYER, René (1990) **Méthodologie de l´analyse développementale de contenu**. Sillery. Presses de l'Université du Québec. p. 51-120.

LÓPEZ-ARANGUREN, Eduardo (1986) «*El análisis de contenido*» En: **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**. Compilación de Manuel García Ferrando, Jesús Ibañez y Francisco Alvira. Alianza Editorial. Madrid. p. 365-396.

MAYER, Robert; QUELLET, Francine (1991) **Méthodologie de recherche pour les interventants sociaux**. Boucherville. Gætan Morin Editeur. Montreal-Paris-Casablanca. p. 473-502.

MAYNTZ, Renate; HOLM, Karl; HÜBNER,Paul (1980) **Introducción a los métodos de la sociología empírica**, Alianza Editorial. Madrid. 309 páginas.

PINTO, R.; GRAWITZ, M. (1967) «*Analyse de contenu et theorie*» En: **Méthodes des sciences sociales**. Dalloz. Paris. p. 456-499.