

## *Análisis de Contenido*

El análisis de contenido es un método que busca descubrir la significación de un mensaje, ya sea un discurso, una historia de vida, un artículo de revista, un texto escolar, un decreto ministerial o cualquier otro documento que sea objeto de análisis

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.

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. Lo que nos lleva a plantearnos algunas interrogantes como 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?

En su obra, *Análisis de Contenido Cualitativo y Cuantitativo*, publicada en la Revista Ciencias Humanas edición nº 20, Miguel Ángel Gómez Mendoza, cita a diversos autores y expone seis tipos de análisis de contenidos; partiendo 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.

### ***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" 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).