

Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión
Adjunto al Comité Central del PCC
Centro de Información Científica

BOLLETTIN

En consulta
al pueblo

Nº 19 - Año 2006

Estimado compañero (a):

En consulta con el pueblo se edita con el objetivo de informar aspectos relevantes sobre nuestro trabajo.

Contiene artículos elaborados por especialistas del CESPO y de los equipos provinciales, ofreciéndoles de esta manera, la oportunidad de presentar sus trabajos en una publicación especializada en estudios sociopolíticos y de opinión.

Es nuestro interés recibir sus sugerencias para mejorar futuras ediciones y que esta publicación les sea útil al desarrollo de su acervo cultural y profesional.

Esperamos su colaboración.

**Centro de Estudios Sociopolíticos y de Opinión
Adjunto al CC del PCC
Centro de Información Científica
Calle C N° 408 e/ 17 y 19
Vedado, Plaza de la Revolución
Ciudad de La Habana**

**Fax – 8302844 Teléfono 8 325548
E-Mail: naida@op.cc.cu**

Edición: Lic. Naida Orozco Sánchez
Montaje: Lic. Olga Averhoff Espinosa

TABLA DE CONTENIDO:

	<i>Página</i>
● <i>Los estudios sociopolíticos en función de la labor del Partido</i>	4
● <i>Un acercamiento al muestreo estadístico</i>	12
● <i>El Análisis del comportamiento de las opiniones espontáneas y sus tendencias, una reflexión necesaria acerca de su tratamiento teórico y metodológico</i>	18
● <i>Los autores dicen</i>	22
● <i>Sección de Información</i>	42

Los estudios sociopolíticos en función de la labor del Partido

DrC Marcela González Pérez
DrC Marta Veitía Villaurrutia
Lic. Irelis Sánchez Fernández
Lic. Trilce Uribaz Ross
Lic. Yaneiky García Vilau
Investigadoras del CESPO

El Partido Comunista de Cuba es el alma de la Revolución y su mayor garante, dirige el proceso transformador de la sociedad cubana, en la búsqueda continua del perfeccionamiento humano y del crecimiento en el orden social.

Desde el triunfo de la Revolución ha sido de interés de la dirección del Partido la retroalimentación acerca de la implementación de las políticas que orienta. Para ello cuenta, entre otras vías, con un sistema de estudios de opinión, que posee dos vertientes esenciales: los estudios sociopolíticos y el análisis permanente de las opiniones espontáneas del pueblo. Este sistema le permite conocer la percepción de la población, sobre múltiples aspectos de la vida económica, política y social.

Para hablar de los estudios sociopolíticos, se debe partir de algunos conceptos generales que ayuden a ubicarlos dentro de los estudios sociales.

Las ciencias sociales y las humanísticas se dedican al estudio de la realidad social en toda su complejidad. Lo social, en un sentido amplio, se refiere a la sociedad en general, distinguiendo la especificidad de la forma de movimiento social. En un sentido estrecho, expresa la presencia de las relaciones sociales entre las personas. “Las relaciones sociales son los vínculos de interacción de los individuos y grupos de individuos, que persiguen determinados objetivos sociales en condiciones concretas de espacio y tiempo”¹.

En particular, la sociología política se ocupa de las regularidades de la formación y desarrollo de las instituciones políticas y de las interacciones de éstas con las otras instituciones sociales. Además, aborda las formas de manifestación de estas regularidades en el contenido y el carácter de la interacción de las clases y grupos sociales, y en el contenido y carácter de las acciones sociopolíticas del individuo.

Los **estudios sociopolíticos** son las investigaciones que tienen como objeto de análisis los fenómenos sociales y políticos que poseen particular significación para el ejercicio y desarrollo del poder, y que caracterizan, en diferentes momentos, las relaciones políticas establecidas en el proceso de intercambio entre las instituciones políticas y las clases, grupos e individuos en un contexto determinado.

Estudiar la realidad sociopolítica no significa restringir el concepto a la estructura u organización política de la sociedad, sino abarcar también las relaciones políticas, los elementos reguladores del sistema y la cultura e ideología políticas.

¹ Colectivo de autores: *Libro de trabajo del sociólogo*. Editora de Ciencias Sociales. La Habana, 1988. Ed. Progreso, Moscú, 1988. p 9.

El sistema político cubano es un organismo complejo. Su modelo de políticas sociales ha constituido una experiencia única, tanto por sus objetivos como por lo diferente de la filosofía que lo sustenta, donde se han interrelacionado de manera fértil, el pensamiento nacional revolucionario cuya figura cimera es José Martí, y el pensamiento marxista leninista, sintetizado en el pensamiento y la obra de Fidel Castro.

El desarrollo del proceso revolucionario ha tenido lugar en una lucha permanente contra el imperialismo, en la que cada agresión ha implicado una respuesta creadora de la Revolución para salir adelante. Este espíritu creador también se ha puesto de manifiesto ante cualquier coyuntura difícil, de la cual ha habido que salir con los recursos propios y contando, fundamentalmente, con la fuerza de las ideas. El estudio de esta realidad exige un profundo análisis y una alta dosis de objetividad, desde un enfoque histórico concreto.

Nuestras investigaciones se hacen asumiendo como base la filosofía política marxista leninista y la ética revolucionaria. Todo estudio social lleva la impronta ideológica de los investigadores porque la investigación, como toda actividad humana, es síntesis de lo objetivo y lo subjetivo, es portadora de valores ideológicos. En nuestro caso, tenemos la misión de aprovechar lo mejor del conocimiento científico de nuestras disciplinas para reinterpretarlo y adecuarlo a las condiciones de nuestro país, a partir del compromiso ideológico de una comprensión diferente del mundo.

Las investigaciones sociopolíticas que se llevan a cabo por el sistema de estudios sociopolíticos y de opinión, utilizan una metodología que permite revelar la complejidad de las interacciones sociales a través de los logros, contradicciones, problemas e insuficiencias fundamentales que se presentan en el marco sociopolítico de la sociedad cubana, tomando como punto de partida la percepción que el pueblo tiene de la realidad.

Para llevar a cabo estos estudios se tienen en cuenta, entre otras variables sociopolíticas, el protagonismo de las organizaciones políticas y de masa, de los organismos estatales, la participación de las masas en la dirección de los procesos económicos, políticos y sociales, así como la opinión del pueblo.

La Batalla de Ideas dirigida por nuestro Comandante en Jefe y el desarrollo de un amplio programa de obras y medidas sociales, han dibujado una realidad llena de matices que hay que estudiar.

Los estudios pueden dirigirse a los impactos de los Programas de la Revolución, a la efectividad de la implementación de las decisiones tomadas, al papel de las organizaciones políticas y de masa en el desarrollo de la labor política e ideológica, a identificar las características sociopolíticas de un territorio, un centro, etc.; en fin, a brindarle al Partido suficiente información que le permita perfeccionar las políticas, tomar decisiones más acertadas, conocer los sectores a los que hay que dirigir una atención diferenciada.

Metodología para abordar los estudios sociopolíticos

1. Selección del universo temático: esta es la etapa de búsqueda de la información existente, acerca de cuáles son los problemas que pueden llegar a constituir nuestro objeto de estudio.
2. Selección de la temática a estudiar:

Criterios de Selección:

- a. Proyección de un problema de interés social o sociopolítico
- b. Utilidad práctica de los resultados
- c. Acceso a fuentes asequibles al investigador
- d. Viabilidad del estudio

Fuentes de selección:

- a. Plan del Comité y Buró del PCC
- b. Otros intereses del Comité y Buró del PCC
- c. Seguimiento a procesos políticos o a investigaciones previas
- d. Líneas de investigación del CESPO
- e. Comportamiento de la opinión espontánea

3. Elaboración del diseño de investigación.
4. Aplicación de diferentes técnicas de investigación, cuantitativas y cualitativas, para recopilar la información sobre el objeto, que permita darle solución al problema científico y alcanzar los objetivos propuestos. Todo estudio sociopolítico tiene que buscar la mayor información sobre las condiciones objetivas que rodean al fenómeno que constituye objeto de estudio –en lo económico, en lo político, en lo social–, y sobre la subjetividad de los individuos que están relacionados de alguna manera con dicho fenómeno o proceso, ya sea como protagonistas, observadores o como destino final del acontecimiento social. Para ello hay que tener en cuenta las motivaciones, las opiniones, el estado de ánimo, las expectativas, el nivel de compromiso, satisfacción, etc.
5. Ordenamiento, procesamiento y análisis de la información que han brindado las técnicas aplicadas, pudiéndose utilizar el procesamiento estadístico.
6. Elaboración del informe final: Plasmar por escrito los resultados obtenidos en el proceso investigativo, siguiendo el orden siguiente:
 - Introducción
 - Aspectos metodológicos:
 - Problema.
 - Objetivo general.
 - Objetivos específicos.
 - Muestra.
 - Técnicas y procedimientos.
 - Principales resultados.
 - Consideraciones Finales.
 - Anexos.

El CESPO posee experiencia en estudios sociopolíticos territoriales y temáticos.

Los **estudios sociopolíticos territoriales** son aquellos que realizan un análisis integral del contenido y las formas de manifestación de las relaciones políticas y sociales en un municipio, a partir del abordaje, por esferas del desarrollo social, de aquellos fenómenos de mayor significación para el ejercicio, fortalecimiento o cuestionamiento del poder. Implica la caracterización de la correlación específica entre las instituciones políticas y los grupos, clases e individuos en los marcos de un territorio.

A diferencia de los temáticos, cuentan con variables e indicadores más estables, que respondiendo al objetivo, pueden ser aplicados en el estudio de cualquier territorio. Mientras, en el caso de los temáticos, habrá que seleccionarlos en dependencia del tema específico y de su objeto de estudio.

Las experiencias han demostrado que resulta importante, antes de elaborar el diseño teórico metodológico del estudio territorial, realizar:

- Una fase exploratoria para recoger criterios de expertos en cuanto al funcionamiento del lugar. Observación en sus lugares más importantes, para garantizar que los elegidos en la muestra, sean representativos de las características del territorio seleccionado.
- Análisis del comportamiento de los principales indicadores económicos, políticos y sociales.
- Revisión de la historia local y de la estructura socioeconómica que dio origen a su formación, su sistema de valores y otros sentimientos y disposiciones emocionales que conforman su identidad.
- Análisis de contenido de las opiniones espontáneas vertidas por la población del territorio en los últimos seis meses, previos al estudio.

Después de realizar la fase exploratoria se confeccionará el diseño de investigación, de acuerdo a la metodología establecida para este tipo de estudio, en su posible dinámica.

A continuación, se presentan aspectos fundamentales del diseño metodológico que cuenta con la validación de los estudios realizados por el CESPO en varios municipios: Güines, Playa, Florida, Manzanillo, Cárdenas, Mayarí, Trinidad, la Isla de la Juventud y Moa. Además, los Equipos Provinciales tienen experiencias en este tipo de estudios, que han servido a las direcciones provinciales y municipales del Partido, para orientar el trabajo hacia las zonas y grupos sociales de mayor interés.

Problema científico: ¿Cuáles son las características sociopolíticas fundamentales del municipio en los momentos actuales?

Objetivo general: Valorar la situación sociopolítica actual del territorio.

Los **objetivos específicos** medidos en estos estudios han sido:

1. Caracterizar los rasgos esenciales de las diferentes esferas del desarrollo social en el municipio.
2. Determinar cuáles son los criterios de los actores sociales acerca de los aspectos más significativos de las diferentes esferas del desarrollo social.
3. Constatar los criterios de los actores sociales sobre el funcionamiento del Gobierno y de las organizaciones políticas y de masa del territorio.

4. Evaluar la participación de la población en las actividades comunitarias.
5. Conocer los criterios de la población acerca del sistema político cubano.
6. Indagar acerca del estado de ánimo y las expectativas de la población.

Las **variables** contemplan: los rasgos esenciales de las diferentes esferas del desarrollo social (económica, social y política), el funcionamiento del Gobierno y las organizaciones políticas y de masa, la participación de la población en las diferentes actividades que se convocan, la posición de los pobladores respecto a algunos principios de nuestro sistema y el estado de ánimo y expectativas de la población.

El contenido de los **indicadores** se dirige a la situación sociodemográfica, a los renglones fundamentales de la producción y los servicios –salud, educación, transporte, cultura, deporte–; al consumo, la calidad y el precio de los productos que se ofertan; al empleo y las desigualdades sociales; la situación habitacional, los nuevos programas de la Batalla de Ideas, la situación socio-religiosa, la presencia de adicciones y vicios (alcoholismo, drogadicción, etc.), a la situación del delito y las ilegalidades.

También se incluyen las estructuras políticas y gubernamentales y su funcionamiento, la ejemplaridad de los dirigentes y de los efectivos de las organizaciones políticas, la capacidad de las instituciones para dar solución a los problemas, la valoración acerca del fenómeno migratorio interno y externo, la posición política de la población respecto a algunos principios de nuestro sistema, la filiación ideológica y, por último, el estado de ánimo y las expectativas de la población.

Las variables y los indicadores se definen a partir de la situación concreta de cada territorio.

Para lograr los objetivos propuestos y dar solución al problema, se pueden utilizar, entre otras, las **técnicas** siguientes:

Análisis de informes y documentos: La información será suministrada por las diferentes instituciones del municipio y por estudios del lugar, correspondientes a la última etapa, incluidos los genéticos y el de desnutrición infantil.

Aplicación de un cuestionario a la población y otro a trabajadores de los centros fundamentales del territorio.

Entrevistas individuales (semiestructuradas con preguntas abiertas): a Primer Secretario del PCC y miembros de los buros, Secretario de la UJC, Presidente del Gobierno, Secretario de la CTC, Coordinador de los CDR, Secretaria de la FMC, Representante del MININT, Presidente de la ACRC e Historiador de la Ciudad y a otros compañeros que se estime conveniente por las características del lugar. Se obtendrá información sobre los renglones fundamentales de la producción y los servicios, el consumo, el empleo, la situación del delito y de las ilegalidades, los nuevos Programas de la Revolución, la estructura política y su funcionamiento, etc.

Entrevistas grupales (semiestructuradas con preguntas abiertas): a presidentes de los consejos populares; dirigentes de las organizaciones políticas y de masa de los consejos populares seleccionados (CDR, FMC, ACRC, núcleos zonales); delegados del Poder Popular de las circunscripciones seleccionadas; jóvenes incorporados a los cursos de superación integral; trabajadores sociales; trabajadores de las empresas de producción y servicios seleccionadas en el municipio y amas de casa y jubilados.

Aplicación de **otras técnicas cualitativas**, como la composición, la realización de un dibujo, y la técnica de la escalera, con el objetivo de conocer los sentimientos y disposiciones emocionales, estado de ánimo y expectativas de los sujetos, cuyos resultados van a conformar su posición en todo el estudio, respecto al fenómeno estudiado.

Para cálculo de la **muestra**, se seleccionarán consejos urbanos, suburbanos y rurales de acuerdo a las cantidades en cada territorio. Se tendrán en cuenta indicadores tales como: desarrollo económico, características de la fuerza laboral, dimensión del territorio, densidad poblacional y problemáticas fundamentales, de forma tal que los elegidos resulten representativos de las características fundamentales del territorio. En este sentido, existe la experiencia de agrupar por similitudes antes de seleccionar los consejos, para escoger de todos los grupos.

Los sujetos que llenarán el cuestionario de población deben ser personas mayores de 16 años que residan en el municipio. La muestra para la aplicación a trabajadores, tendrá en cuenta la cantidad de trabajadores en el municipio y sus categorías ocupacionales y para su aplicación se escogen los centros y entidades económicas fundamentales del territorio.

El muestreo más utilizado en nuestra experiencia es el aleatorio estratificado. El sistema empleado para la entrada de datos, debe permitir realizar un análisis de tablas de contingencia y frecuencias simples, y hacer cruces de variables sociodemográficas con las valorativas, que brindan información. Importante.

Al realizar las valoraciones de los resultados, deben tenerse en cuenta:

- La coyuntura en que se realiza la investigación, de modo que sean considerados los factores objetivos y subjetivos influyentes en esa etapa.
- Si se usan algunas comparaciones entre territorios, renglones o esferas del desarrollo, se debe tratar de que estas partan de indicadores comunes para poder establecer semejanzas y/o diferencias.
- No se debe abusar de la descripción. Es necesario argumentar y sustentar las valoraciones.
- Aunque sean valoraciones generales del territorio, deben especificarse lugares concretos, donde se manifiestan con particular agudeza los problemas que se abordan.
- Las valoraciones deben hacerse con un enfoque integrador y concentrar la atención en los asuntos, que por su importancia, puedan debilitar el funcionamiento y desarrollo del territorio como sistema sociopolítico. Sopesar adecuadamente los temas a resolver como necesidad inmediata y su valor para el desarrollo perspectivo del territorio.

Dada la importancia de este tipo de estudio, y su probada utilidad para el trabajo del Partido, esta metodología permite una aplicación flexible en dependencia de las especificidades de cada territorio, y en esa misma medida, cada vez que se utiliza, deja nuevas enseñanzas que contribuyen a enriquecerla.

Los resultados arrojados por los estudios territoriales más recientes, han tenido una aplicación inmediata. De su análisis se ha derivado un conjunto de medidas y direcciones de trabajo, avalados por el sentir popular.

Los **estudios temáticos** son aquellos que profundizan en uno de los aspectos de la realidad sociopolítica y pueden ser de carácter nacional o en determinadas localidades donde se presente el fenómeno de interés. Estos estudios permiten profundizar en el tema, en sus causas y efectuar consideraciones con mayor objetividad y precisión.

Entre los estudios temáticos podemos mencionar el de clima sociopolítico, el de pronóstico electoral, el de perfeccionamiento empresarial, el estudio sobre las características políticas e ideológicas de determinados centros o esferas sociales.

En estas investigaciones resulta muy útil realizar una fase exploratoria, que sirva para conocer y preparar el terreno. Estos se efectúan cuando el objetivo es examinar un tema poco estudiado o que no ha sido abordado con antelación. Permite, además, acercar al investigador al comportamiento del fenómeno a menor escala. Este paso ayuda en la mejor elaboración del diseño teórico metodológico.

Ventajas de la investigación temática

- ✓ Permite estudiar, analizar y comprender la complejidad de la realidad social.
- ✓ Posibilita conocer las causas de las problemáticas a estudiar.
- ✓ Su adecuada realización y seguimiento permite atender aspectos del proceso de formación del individuo, del desarrollo de la conciencia política y hacer conclusiones sobre la eficacia del trabajo político e ideológico del Partido.
- ✓ Se ha convertido en un instrumento de apoyo a la dirección del Partido para el proceso de toma de decisiones.

Como todo estudio social, los sociopolíticos pueden ser:

Descriptivos: que buscan especificar propiedades importantes del fenómeno que es sometido a análisis, se centran en medir con la mayor precisión posible y requiere de conocimientos de lo que se investiga para formular adecuadamente lo que se propone la investigación, por ejemplo, el estudio de pronóstico electoral.

Correlacionales: cuando tienen como propósito medir el grado de correlación que existe entre dos o más variables, es decir pretenden ver cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si no se relacionan.

Explicativos: cuando se identifican las causas de los eventos o fenómenos sociales. Estos últimos son los más estructurados.

Es importante aclarar que el tipo de investigación depende de cómo se plantee el problema de investigación.

Los estudios sociopolíticos brindan información de un determinado fenómeno social, en un momento histórico y en determinado contexto. Por la complejidad del acontecer social, ello no puede extrapolarse a otra época o lugar. Eso también indica la necesidad de darle seguimiento.

La experiencia en estos estudios nos ha permitido comprender mejor la importancia de los equipos de investigación multidisciplinarios, que pueden abordar el mismo fenómeno desde distintos puntos de vista, y de las ventajas del trabajo en colectivo, donde se debaten y enriquecen las ideas.

Hay algunas ideas que se pretenden reafirmar:

- Para cualquier estudio científico que se realice, la elaboración del diseño es indispensable. El diseño es un plan o estrategia concebida para resolver las preguntas de investigación y le plantea a los investigadores lo que deben hacer para alcanzar sus objetivos. Este es el primer paso científico de una investigación donde queda bien claro lo que se busca, adónde se dirige el interés y qué vías se van a seguir para lograrlo; sin él es una búsqueda a ciegas.
- La selección de las técnicas y procedimientos de investigación, debe responder a los objetivos de la investigación y a las características del objeto de estudio.
- La muestra debe realizarse con rigor y estar en función de los objetivos de la investigación. Pueden ser probabilísticas o no probabilísticas de acuerdo al objeto de estudio.
- Al finalizar el proceso, debe comprobarse la correspondencia entre los resultados obtenidos y los objetivos propuestos, esto debe quedar de manera explícita en las conclusiones o consideraciones finales, de manera tal que al leerlas se encuentren las respuestas de las preguntas planteadas en el diseño y para lo cual se han propuesto tareas, métodos y técnicas investigativas.
- Tanto el diseño de investigación, como el informe, deben ser discutidos en comisión y con la presencia de oponentes. Los oponentes deben ser profesionales que dominen el objeto de estudio y que conozcan de metodología de la investigación, así como aquellos cuadros del Partido que nos han solicitado el servicio. Los primeros podrán valorar los logros y deficiencias en el plano teórico y metodológico del trabajo realizado y los segundos la pertinencia del estudio, si se corresponde o no con los intereses de quien los va a introducir en la práctica.

Estos estudios, que se realizan para profundizar en lo que acontece en la práctica de la construcción del Socialismo, enriquecen la teoría sociopolítica revolucionaria y con ello las posibilidades de ejercer una política que se corresponda con las condiciones objetivas y subjetivas del momento histórico.

Con el desarrollo de la universalización de la educación en el país, las potencialidades científicas en los municipios se han hecho evidentes, esto facilita la creación de equipos de estudios sociopolíticos, formados por especialistas de diferentes profesiones, para estudiar las realidades de sus territorios y ayudar al Partido a ejercer sus funciones con mayor rigor científico.

BIBLIOGRAFÍA

Colectivo de autores: *Glosario de términos más usados en los estudios sociopolíticos y de opinión*, CESPO, 1999.

Colectivo de autores: *Libro de trabajo del sociólogo*, Editora de Ciencias Sociales, La Habana, 1988, Ed. Progreso, Moscú, 1988.

De Armas Alonso, Mercedes: *La investigación social y la opinión pública en la batalla de ideas*, En: Consulta con el pueblo, No. 8, Año 2000, CESPO.

Duharte Díaz, Emilio: *El sistema político cubano: particularidades de su formación y desarrollo*, En: Teoría sociopolítica, selección de temas, Tomo II, Ed. Félix Varela, La Habana, 2000.

Metodología de la investigación, Segunda edición.

Quintana Pérez, Manuel: *Estudios sobre el sistema político cubano en EE.UU.: una percepción crítica desde Cuba*, En Teoría sociopolítica, selección de temas, Tomo II, Ed. Félix Varela, La Habana, 2000.

Un acercamiento al muestreo estadístico

“La estadística es la herramienta del conocimiento social, la cual debe utilizarse por la clase obrera en la construcción del socialismo”²

Carlos Marx

Lic. Yoel Hernández Navarro

*Lic. Zuleyka Calzado Mesa
Investigadores del CESPO*

Las estadísticas son tan antiguas como las sociedades humanas, pero como ciencia tienen un origen más reciente, finales del siglo XIX y principios del XX. La base de su desarrollo la constituye la teoría matemática de los juegos de azar, surgida hace tres siglos y que, al extenderse a otros fenómenos, se convirtió en la teoría del cálculo de las probabilidades.

Las estadísticas juegan un papel importante en casi todas las etapas del saber humano. Su influencia abarca distintas ramas de la ciencia como: la biología, la química, la comunicación, la economía, la educación, la electrónica, la medicina, la física, la ciencia la política, la psicología, la sociología entre otras.

La Estadística³ es una herramienta auxiliar en las investigaciones científicas que no sólo compila y presenta datos en tablas y gráficos, sino también mediante su utilización, podemos estudiar elementos que conforman el objeto de investigación.

Gracias al desarrollo de este campo de la Matemática, muchos de los problemas de las ciencias sociales pueden resolverse con elevada precisión, sin necesidad de investigar a todos los sujetos de una determinada población.

Precisamente, nos proponemos explicar la importancia de la selección de una muestra estadística, así como los requerimientos para su conformación. Los términos estadísticos que utilizaremos, se vincularán con temas de investigación del CESPO, con el objetivo de hacer más fácil su comprensión.

En cada investigación, siempre que las posibilidades lo permitan, es de gran utilidad que el investigador trabaje de conjunto con un estadístico, participando desde la primera etapa para lograr éxito y veracidad en los resultados.

En correspondencia con el problema y los objetivos de la investigación, se seleccionan los sujetos u objetos de estudio que se desean medir (unidad de análisis). Si el problema fuera por ejemplo, el del estudio sobre Perfeccionamiento Empresarial: ¿cuáles son las

² Selección de temas de estadísticas, La Habana: Ed. Científica Técnica, 1981. p.13.

³ Ciencia que estudia conjuntos de datos cuantitativos y su interpretación en términos matemáticos. Establece métodos para la obtención de las medidas que los describen, así como para el análisis de las conclusiones.

características fundamentales del trabajo político e ideológico del PCC, la UJC, el Sindicato y la Dirección, en empresas que se encuentran en la fase de implantación del Perfeccionamiento Empresarial?, ¿cuál sería la unidad de análisis? los trabajadores y dirigentes de las empresas que se encuentran en la fase de implantación del Perfeccionamiento Empresarial. A continuación les ofrecemos otros ejemplos:

Problema de investigación	Unidad de análisis errónea	Unidad de análisis correcta
¿Cuáles son las características fundamentales del TPI que se desarrollan en los centros de la Educación Superior?	Profesores que trabajan en estos centros.	Estudiantes y profesores que estudian y trabajan en estos centros.
¿Cómo han repercutido las salas de televisión en la actividad social, política y cultural de la comunidad?	Población en cada una de las comunidades.	Las salas de televisión.

Es importante tener en cuenta, que antes de seleccionar una muestra, es necesario definir la unidad de análisis (personas, organizaciones, etc.). En el caso del estudio sobre Educación Superior, la unidad de análisis errónea serían los profesores porque para cumplimentar los objetivos es imprescindible la información que también aportan los estudiantes. En la investigación acerca de las salas de televisión, no interesa la población de las comunidades donde están enclavadas, porque realmente no son todos sus habitantes los que asisten a las salas de televisión.

Después de seleccionar la unidad de análisis, el siguiente paso es delimitar la población sobre la cual pretendemos generalizar los resultados.

¿A qué llamamos población?, al conjunto de todos los casos cuyo conocimiento es objeto de interés desde el punto de vista estadístico, y tienen características similares.

Volvamos a la investigación de Perfeccionamiento Empresarial, recuerden que quienes van a ser medidos son los dirigentes y trabajadores de las empresas que han implantado este proceso, pero no vamos a aplicar las técnicas a todos los trabajadores y dirigentes pertenecientes a este tipo de empresas, por lo que resulta necesario delimitar la población.

En este caso, les exponemos la población delimitada durante tres años consecutivos en este estudio:

Años	Perfeccionamiento Empresarial
2001	Las 24 empresas que habían implantado el proceso entre los meses de marzo de 1999 y septiembre del 2000
2002	Las 192 empresas que habían implantado el proceso entre octubre del 2000 y diciembre del 2001
2003	Las 506 empresas que se encontraban en la fase de implantación

Es válido destacar, que uno de los elementos importantes para que una investigación tenga calidad, es delimitar correctamente la población según los objetivos que nos hayamos propuesto. Las poblaciones deben situarse en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo. Como se observa en el ejemplo anterior, la cantidad de empresas por año varía, de ahí que nuestra unidad de análisis cambie según este total en cada período analizado.

Después de haber definido la unidad de análisis y la población, procedemos a la selección de la muestra, lo que significa, escoger un subgrupo de nuestra población que sea su reflejo fiel.

La utilización de muestras en el campo de la investigación científica, sirve para aproximarse al conocimiento de la realidad práctica, aportando conclusiones válidas acerca de la población de la cual proviene la muestra. Cuando se pretende hacer una investigación estadística, recolectando datos concernientes a las características de un grupo, es imposible la aplicación de las técnicas diseñadas al grupo completo, entonces tomamos una parte de éste.

A través de una muestra se puede obtener la información requerida con un ahorro sustantivo de recursos humanos, económicos y de tiempo, sin que ello implique un alejamiento de la realidad que se desea conocer. Por eso en las ciencias sociales, con frecuencia, se utiliza este método porque en el menor tiempo posible, se puede arribar a conclusiones sobre el tema investigado. Si no utilizáramos esta vía, ¿cuánto tiempo tuviésemos que esperar para obtener resultados?, de hecho estaríamos ante un censo poblacional.

Por lo antes expuesto, podemos afirmar que el muestreo constituye uno de los soportes básicos de la investigación científica, para dar resultados que se asemejen a la realidad. En este momento es de gran utilidad la participación del estadístico, para determinar la muestra y las técnicas a utilizar a partir de los objetivos propuestos.

Es importante explicar que las muestras se dividen en dos grades ramas, **las probabilísticas**, y las **no probabilísticas**.

Las muestras probabilísticas se caracterizan porque cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado. Este tipo de muestra tiene diversas ventajas y una de las más importantes es que se puede medir el margen de error de las predicciones. El objetivo fundamental de una muestra es reducir su error muestral, también conocido como error estándar.

Para que el muestreo sea probabilístico, es necesario que se respete la aleatoriedad e independencia en el proceso de aplicación de la encuesta, fundamentalmente al elegir y aplicar el método de selección de las unidades de muestreo, es decir, todos los sujetos que integran la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos para responder los instrumentos.

Las muestras probabilísticas se utilizan en las investigaciones por encuestas, en las que se pretenden realizar estimaciones de variables en la población, las cuales son medidas a través de un instrumento de medición y donde los datos obtenidos se analizan mediante pruebas estadísticas.

Para que las muestras sean probabilísticas, deben reunir las características señaladas anteriormente y ajustarse a las peculiaridades de la población a estudiar, dando origen a los tres métodos básicos de muestreo, los cuales tienen distintos procesos de extracción. Estos métodos son los siguientes:

- Muestreo aleatorio simple.
- Muestreo aleatorio estratificado.
- Muestreo aleatorio por conglomerados.

Es importante conocer, que estos métodos no se utilizan de forma aislada, sino simultáneamente.

Muestreo aleatorio simple: Es un método de selección de *n-unidades* en un conjunto de *N*, de tal modo que cada uno de los miembros de la población recibe la misma oportunidad de ser elegido. Este tipo de muestreo, por su sencillez, se considera el prototipo de los métodos básicos.

Un ejemplo del método anterior lo apreciamos al levantar la muestra de trabajadores y dirigentes, en la investigación de Perfeccionamiento Empresarial. Posteriormente, para distribuirla entre los trabajadores por categorías ocupacionales, entra a jugar su papel el **muestreo aleatorio estratificado**.

En este método la población de *N* unidades se divide primero, en subpoblaciones de *N₁*, *N₂*,, *N_L* unidades, respectivamente, atendiendo a determinadas características de la población (categorías ocupacionales, sexo, edad, nivel escolar, provincia, municipio, entre otras). Estas subpoblaciones en su conjunto comprenden a toda la población, por lo tanto:

$$N_1 + N_2 + \dots + N_L = N$$

Las subpoblaciones se denominan estratos.

Una vez determinados los estratos, se extrae una muestra de cada uno, los que debe hacerse independientemente. Los tamaños de las muestras dentro de los estratos se denotan con *n₁*, *n₂*,, *n_L*.

En los métodos de muestreo analizados anteriormente, la unidad muestral la componen los elementos de la población objeto de la investigación, pero existe otro tipo que también es aleatorio, en el que la unidad muestral no son los individuos sino un conjunto de ellos, considerados como una unidad. A este tipo de muestreo se le denomina **muestreo aleatorio por conglomerados**. Las unidades hospitalarias, las facultades de una universidad, una caja de productos terminados, constituyen ejemplos de conglomerados. En la práctica, este método se reduce a la aplicación de los muestreos aleatorios simple, sistemático o estratificado, pero tomando como unidad los conglomerados y no los individuos.

También existen muestras que no son aleatorias las cuales no son consideradas probabilísticas. En este caso, la selección de los sujetos depende de las características de la investigación o de quien conforma la muestra.

En la práctica se utilizan diseños que no son estrictamente probabilísticos, entre ellos hay que destacar el muestreo por cuotas, que se aplica con mucha frecuencia en estudios de medicina.

En la mayoría de las investigaciones sociales, se utilizan tanto las muestras probabilísticas como las no probabilísticas. Por solo citar un ejemplo, en el estudio de Pronóstico Electoral, se levantó una muestra probabilística a nivel de país y después se asignó una cuota para cada municipio.

Algunas especificaciones sobre el ***tamaño de la muestra***

El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos del universo, que se seleccionan para extraer de ellos la información que después se generalizará.

Cuando se trata de muestras probabilísticas, en cuyo proceso siempre interviene la selección aleatoria de elementos, el tamaño de la muestra depende de:

- Varianza poblacional.
- Nivel de confianza elegido.
- Máximo error permitido en las estimaciones.
- Método de muestreo.

A la hora de diseñar la muestra, se debe fijar el nivel de confianza que no es más que las acotaciones de la función de densidad, en las cuales existe una determinada probabilidad de acertar, es decir, de ajustarnos a la realidad.

De manera general, en las ciencias sociales se trabaja con un nivel de confianza del 95%. Precisiones mayores suelen ser innecesarias, además de que podría elevarse considerablemente la muestra.

Cuando hablamos del 95 % de confianza, puede interpretarse como la estimación deducida de la aplicación de la muestra, en ausencia de sesgos, es decir, que para cada 100 sujetos de la población, las respuestas de 95, se ajustan a la realidad.

Una vez definido el nivel de confianza, es necesario determinar el error muestral. En muestras probabilísticas este error es fijado de antemano y se utiliza para estimar el tamaño de la muestra para la aplicación de una encuesta que esté siendo planeada. Este error de muestreo no es más que la precisión de la estimación de la muestra. El error muestral es inversamente proporcional al tamaño de la muestra, a medida que aumente el error, disminuye la cantidad de sujetos a encuestar.

En el caso de las investigaciones sociales la variación de la población se desconoce, y se utiliza la constante (0.50).

En nuestro centro utilizamos dos vías para poder obtener la muestra: a través de la tabla que aparece en el libro “Elementary Sampling Theory”, cuyo autor es Taro Yamane, y también a través de dos fórmulas:

Muestras Pequeñas

$$n = \frac{NK^2P(1-P)}{(N-1)e^2 + K^2P(1-P)}$$

Muestras Grandes

$$n = \frac{K^2P(1-P)}{e^2}$$

N= Tamaño de la población

e=error de muestreo

K=nivel de confianza

P(1-P)= varianza

Se utiliza la formula de muestras pequeñas, cuando la población no excede los 100 000 sujetos y la de muestras grandes cuando sí lo excede.

Por ejemplo, en el estudio sobre las salas de televisión se usó la fórmula para muestras pequeñas y en el de Educación Superior la de muestras grandes. En el CESPO, estas fórmulas están montadas en una hoja de cálculo de Excel, para facilitar el resultado.

Es válido destacar que estas fórmulas matemáticas se utilizan para un muestreo aleatorio simple.

En nuestros días, la estadística se ha convertido en un método efectivo para describir con precisión los datos obtenidos en las investigaciones y sirve como herramienta para relacionarlos y analizarlos. El trabajo del estadístico no consiste sólo en reunir y tabular los datos, sino sobre todo, en el proceso de interpretación de esa información.

Nuestros conocimientos, actitudes y acciones están basados en gran parte, sobre muestras. De manera general, el uso de estos métodos es cada vez mayor en la investigación científica, lo cual implica una reducción de los gastos económicos, una mayor rapidez en la aplicación de las técnicas para obtener la información, y mayor veracidad en los resultados.

El propósito de la teoría del muestreo es que éste sea más eficiente. Su objetivo es desarrollar métodos de selección de muestras y de estimación, que proporcionen, al menor costo posible, estimaciones con la suficiente exactitud para nuestros propósitos.

Bibliografía:

Alonso, Martín: *Enciclopedia del Idioma*, Madrid, Ed. Aguilar, 1968, T II.

Cochran, William G.: *Técnicas de muestreo*, México, Ed. Continental, 1981.

Colectivo de autores: *Enciclopedia Labor*, Lenguaje y matemáticas, Madrid, Ed. Labor, 1962, T VI.

Colectivo de autores: *Estadística: Incluye temas de matemática básica para estadística y ejercicios con aplicaciones económicas*, La Habana, Ed. OR, 1964.

Colectivo de autores: *Metodología de la investigación*, La Habana, Ed. Pablo de la Torriente Brau, 1980.

Diccionario Enciclopédico Ilustrado Alfa. Barcelona, Ed. Saluat, 1990.

Freund. John E.: *Estadística Elemental Moderna*, La Habana, primera reimpresión, [s. l]: Ed. Pueblo y Educación., 1977.

Hoel, Paul G.: *Estadística elemental*. La Habana, Ed. Revolucionaria, 1966.
Ministerio de Educación Superior: *Estadística para las investigaciones Sociológicas: Apuntes para un libro de texto*, La Habana, Ed. Departamento de textos y materiales didácticos, [s. f]
Spiegel, Murria R.: *Teoría y problemas de estadísticas: 875 problemas resueltos*, La Habana, Ed. Ciencia Técnica, 1971.

EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS OPINIONES ESPONTÁNEAS Y SUS TENDENCIAS, UNA REFLEXIÓN NECESARIA ACERCA DE SU TRATAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Experiencia del Equipo de estudios Sociopolíticos y de opinión de la provincia de Camagüey

Lic. Florángel Cento Rivas

El uso creciente de los estudios sociopolíticos y de opinión, en todos los niveles de dirección del Partido, reafirma que éste constituye un importante mecanismo para el trabajo político e ideológico y del perfeccionamiento de sus métodos y estilo de trabajo, indicándose con este propósito un grupo de acciones a los comités provinciales y municipales en julio de 2005, por el Compañero Esteban Lazo Hernández, miembro del Buró Político, que implica la realización, con cierta periodicidad, del análisis del comportamiento de las opiniones espontáneas y sus tendencias, de manera que se garantice una mayor y mejor utilización de la opinión del pueblo por parte de los cuadros del Partido.

Para realizar el análisis del comportamiento de las opiniones espontáneas de la población y sus tendencias, debemos tener en cuenta las características de este tipo de opinión, así como la técnica empleada en su obtención, todo lo cual establece límites al análisis que debemos desarrollar y a las valoraciones que realicemos derivadas del mismo.

Las opiniones espontáneas se diferencian de las obtenidas a través de otras técnicas, como sondeos, encuestas y entrevistas, por su alta carga emocional. El carácter espontáneo de su expresión, en el momento en el que tienen lugar hechos, acontecimientos y procesos de la realidad socioeconómica y político ideológica de significación para el individuo, le confieren esa característica, por lo que estos juicios contienen no sólo la valoración del objeto de opinión, sobre el cuál se pueden registrar diferentes puntos de vista así como una gama de matices sobre una misma posición acerca de un asunto, sino además, cómo éste afecta los intereses del sujeto, sus emociones y sentimientos, que ponen de manifiesto su estado de ánimo en ese momento.

También, por la forma de captación de las opiniones espontáneas, se introduce un margen de error mayor que con el que se trabaja con otras técnicas, ya que:

- Se desconoce el número de personas que se expresan de esa manera.
- Media la subjetividad en su recepción, porque el activista realiza una selección dentro de todo lo que escucha, dado su nivel de información política, preparación y orientación para la tarea, así como el vínculo de las opiniones con sus necesidades e intereses como individuo.

Por lo anterior debemos atender al valor indicativo de las opiniones espontáneas, lo cual presupone ser cuidadoso al realizar las valoraciones derivadas del análisis de su

comportamiento, para evitar generalizaciones o aseveraciones que no se correspondan con la realidad que se evalúa.

El análisis de contenido es la técnica que empleamos para el estudio de las opiniones espontáneas, permite cuantificar la información cualitativa obtenida y descubrir los significados de los contenidos latentes que subyacen en las mismas.

La unidad de análisis es la opinión escrita en la boleta, que por lo general consta de una o más oraciones.

Para la clasificación del contenido y su posterior cuantificación, un elemento necesario lo constituye el establecimiento de las categorías de análisis, existiendo a nivel del país un código mediante el cual las opiniones se clasifican atendiendo al tema y tipo de opinión; no obstante, el analista puede establecer otras categorías de análisis, atendiendo al propósito que persigue con el mismo, esto es muy importante y depende en gran medida de su experiencia y conocimiento acerca del tema o asunto a estudiar.

Antes de proceder al análisis de contenido de las opiniones debemos cumplir con diferentes pasos, similares a los que realizamos en el proceso de la investigación social empírica, lo cual nos garantizará mayor confiabilidad en el análisis.

Determinación del objetivo o los objetivos de análisis:

Al respecto se deberá definir qué se va a analizar:

- El comportamiento de uno, varios o todos los temas, o un subtema en particular.
- Período que abarcará el análisis: una semana, un mes, un trimestre, un semestre o un año.

En los análisis para determinar tendencias, se recomienda que el tiempo mínimo sea de 3 meses.

Determinación de las unidades de estudio y la muestra:

Vinculado con lo anterior debemos decidir si las opiniones a analizar serán todas o una selección de las recepcionadas acerca del tema y período en estudio, y si son las registradas en uno o varios municipios o en toda la provincia.

Para el análisis de tendencias, lo recomendable es utilizar el universo de las opiniones sobre el tema o asunto objeto de estudio, el cual deberá circunscribirse:

- a los objetivos del análisis,
- el período de tiempo definido, y
- a la extensión territorial o sectorial de la opinión.

Establecer y definir las categorías y subcategorías que representarán a las variables en investigación

- **Efectuar la codificación** y a veces la recodificación, en función de los intereses del análisis.

- **Realizar el procesamiento y análisis estadístico y cualitativo de la información:**

- Comparación.
- Determinación de tendencias.

Para ello debemos diseñar las tablas de análisis, de manera que nos permitan comparar las características de las opiniones sobre un tema, subtema o asunto en períodos diferentes, o sea, establecer sus semejanzas o diferencias, lo que facilita delimitar su evolución a lo largo del período en estudio.

Este es un análisis descriptivo que permite apreciar el mantenimiento y/o transformación de las opiniones respecto a temas polémicos de un período a otro.

Como tendencia puede entenderse la propensión o inclinación hacia algo, pero cuando nos referimos a la opinión de la población, consideramos tendencia al resultado de las comparaciones de las opiniones de la población en diferentes momentos y etapas, lo que nos da la dirección de la opinión.

Al comparar, confrontamos estados de opinión y evaluamos su comportamiento a través del tiempo, logrando determinarse cuáles son sus tendencias.

Un ejemplo de ello lo tenemos al evaluar determinados servicios de la población en diferentes períodos, resultado del cual puede ser que se aprecie una de las siguientes variantes:

- La percepción de que el servicio es bueno.
- La percepción de que el servicio es malo.
- La apreciación de que ha ido empeorando de un período a otro.
- La apreciación de que ha ido mejorando de un período a otro.

Resulta conveniente en el análisis de estos resultados, evaluar la coherencia entre las opiniones y la situación existente en la realidad, así como la propagación de la opinión si se centra en un colectivo, una comunidad, un municipio o se registra en toda la provincia, ello permitirá reflexionar acerca de las causas que pudieran estar influyendo en esa percepción y ofrecer recomendaciones sobre su tratamiento.

También resulta provechoso determinar como varía de una a otra dirección el contenido de las opiniones en el tiempo, según cambian las circunstancias y los hechos, lo que nos expresa el dinamismo de la opinión.

Determinar la dirección es interpretar la posición que adopta el individuo ante el hecho, acontecimiento o fenómeno que origina la opinión, en la que se manifiesta su actitud a favor o en contra del objeto de opinión.

Finalmente, debemos elaborar el **informe resultado del análisis** realizado, el que:

- Debe tener un **título** que sintetice su contenido.
- Una **introducción**, en la que de forma breve se expongan el o los objetivos del análisis, la fuente de la información, el total de opiniones analizadas, los territorios donde estas fueron captadas y el período de tiempo que abarca el análisis.

- El **cuerpo del informe** contiene el desarrollo del análisis, el cual debe elaborarse de manera clara y sencilla, en términos cualitativos, que se corresponda con la magnitud del estado de opinión y en el que se establezcan, de acuerdo a los objetivos del análisis: los diferentes puntos de vista que se manifiestan, los argumentos en los que se sustentan; los que se expresan con mayor fuerza y que parecen una posición mayoritaria o más fuerte de las que no lo son, por constituir opiniones aisladas, etc.

Se deben diferenciar las posiciones actuales de las expectativas, las interrogantes, las sugerencias, distinguir los rumores y las negativas y dejar claras las tendencias que se expresan.

Los datos cuantitativos deben utilizarse sólo para apoyar determinadas reflexiones, así como los contenidos de opiniones textuales.

Puede anexarse al informe, la información cuantitativa que se considere necesaria.

Debemos recordar que las opiniones espontáneas **nos dicen**: los diferentes juicios de valor que los acontecimientos generan, sobre los que la gente se manifiesta a favor, en contra, expresa consenso o polémica, preocupaciones, expectativas, etc. Su propagación espacio-temporal; nos permite afirmar si estamos ante un estado de opinión u opiniones aisladas, por el número de opiniones y de activistas participantes en su recepción y la reiteración de su contenido.

Sin embargo, las opiniones espontáneas **no nos dicen**: cuántas personas piensan así, quiénes son, por eso sus resultados son sólo indicativos y fuente para la realización de investigaciones científicas.

LOS AUTORES DICEN...

Compañero lector:

En este número, publicamos fragmentos, del libro Teoría y práctica, del autor Klaus Krippendorff, Paidós Comunicación, Ed. Paidós Ibérica. S.A., primera reimpresión, 1997, los cuales, por su contenido pueden resultarles de utilidad.

Este material ha sido escrito en un contexto diferente al nuestro, lo cual debe tenerse presente.

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

En este capítulo se pasa revista al desarrollo histórico de la metodología del análisis de contenido, haciendo referencia a los estudios a gran escala de la prensa, a las investigaciones sociológicas y lingüísticas, y en especial a los estudios de los nuevos medios de comunicación, efectuados con diferentes propósitos, desde los que se ocupan de los símbolos y la propaganda política, hasta los que abordan los mitos, las leyendas populares y los acertijos.

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE PERIÓDICOS

Hacia fines del siglo pasado se produjo un visible aumento de la producción masiva de material impreso en los Estados Unidos, así como de la inquietud por evaluar los mercados de masas y conocer la opinión pública. Surgieron escuelas de periodismo que plantearon la exigencia de que se cumplieran ciertas normas éticas y de que se efectuaran investigaciones empíricas acerca del fenómeno del periódico moderno. Estas demandas, sumadas a una noción algo simplista de la objetividad científica, quedaron satisfechas por lo que entonces se denominó análisis cuantitativo de periódicos.

El que fue probablemente uno de los primeros análisis de esta índole, publicado en 1893, formulaba esta intencionada pregunta: “Do newspapers now give the news?” (Speed, 1893). El autor mostraba en este artículo el modo en que las cuestiones religiosas, científicas y literarias habían desaparecido de los principales periódicos neoyorkinos entre 1881 y 1893, para dejar lugar a la chismografía, los escándalos y los deportes.

Un estudio similar trató de poner de manifiesto el abrumador espacio destinado a asuntos “desmoralizadores”, “malsanos” y “triviales”, en oposición a los temas “que valían la pena” (Mathews, 1910). Midiendo simplemente los centímetros de columna que un periódico destinaba a determinados temas, los periodistas trataron de revelar “la verdad acerca de los periódicos” (Street, 1909). Creían que habían encontrado la forma de poner de relieve que la búsqueda del lucro era la causa del “chabacano periodismo amarillo” (Wilcox, 1900), estaban convencidos de que habían logrado corroborar “la influencia de ciertos tratamientos periodísticos sobre el aumento del delito y otras actividades

antisociales” (Fenton, 1910), e incluso llegaron a la conclusión de que “el estudio del contenido de la prensa a lo largo de un cuarto de siglo demostraba la existencia de una creciente demanda de hechos” (White, 1924).

El problema metodológico dominante parecería ser el apoyo que los datos científicos ofrecerían a las argumentaciones periodísticas. Para ser irrefutables, dichos datos tenían que ser “cuantitativos”. La veneración por los números es, sin duda, antigua. En una nota a pie de página, Berelson y Lazarsfeld (1948, pág. 9) citan una fuente de casi doscientos años atrás:

Quizás donde mejor se refleje el espíritu de esta batalla por la ratificación sea en el credo que, irónicamente, cada uno de los bandos contendientes atribuía a su oponente. La receta de un ensayo “antifederalista”, que indica de manera muy sintética el tipo de orientación que movía a quienes se oponían a la Constitución norteamericana, rezaba así: “Bien nacido, nueve veces; aristocracia, dieciocho veces; libertad de prensa, repetida trece veces; libertad de conciencia, una vez; esclavitud de los negros, una vez; juicio con jurado, siete veces; grandes hombres, repetido seis veces; mister Wilson, cuarenta veces... mezclen todos estos ingredientes y sírvanlos a su gusto” (extraído de New Hampshire Spy, 30 de noviembre de 1787).

No obstante, el análisis cuantitativo de los periódicos aportó muchas ideas valiosas. En 1912, Tenney planteó la necesidad de la encuesta permanente y a gran escala acerca del contenido de los medios de prensa, a fin de establecer un sistema de control del “clima social” que pudiera compararse en precisión con las estadísticas del Servicio Meteorológico de los Estados Unidos. Lo demostró con algunos periódicos neoyorkinos destinados a los distintos grupos étnicos, pero entonces no era factible llevar a cabo aplicaciones prácticas. Este enfoque del análisis del contenido llegó a su culminación con el estudio del sociólogo WILLEY titulado *The Country Newspaper* [El periódico rural] (1926). En este paradigmático estudio, Willey trazó los orígenes de los semanarios rurales del estado de Connecticut, dando cuenta de su tirada, los cambios acaecidos en su temática y el papel social que fueron adquiriendo en su competencia con los periódicos de las grandes ciudades.

Al cobrar importancia otros medios de comunicación de masas, este método consistente en medir la cantidad de material impreso clasificándolo por categorías temáticas se extendió inicialmente a la radio (ALBIG, 1983) y más tarde al cine y la televisión. Este tipo de análisis continúa aplicándose aún hoy a una amplia variedad de contenidos, como los de los libros de texto, las historietas, los discursos pronunciados en público y la publicidad.

LOS PRIMEROS ANÁLISIS DE CONTENIDO

La segunda fase del desarrollo intelectual del análisis de contenido fue la consecuencia, como mínimo, de tres factores. En primer término, los nuevos y poderosos medios electrónicos de comunicación ya no podían considerarse una mera extensión del periódico. En segundo lugar, en el período posterior a la crisis económica surgieron numerosos problemas sociales y políticos respecto de los cuales se suponía que los

nuevos medios de comunicación de masas habían desempeñado un papel causal. En tercer lugar, debe mencionarse la aparición de los métodos empíricos de investigación en las ciencias sociales.

Por ejemplo, la sociología comenzó a hacer amplio uso de las investigaciones mediante encuestas y sondeos de opinión. Las experiencias recogidas en el análisis de la opinión pública dieron origen al primer examen serio de los problemas metodológicos del análisis de contenido, llevado a cabo por Woodward y titulado "Quantitative Newspaper Analysis as a Technique of Opinion Research" (1934). A partir de los escritos sobre la opinión pública, se incorporó al análisis de la comunicación, en diversas formas, el interés por los "estereotipos" sociales (Lippmann, 1992). Asimismo, adquirieron importancia cuestiones como el modo en que se presentaba a los negros en la prensa de Filadelfia (Simpson, 1934), el tratamiento otorgado en los textos de historia de los Estados Unidos a las guerras en las que participó este país, en comparación con el de sus ex enemigos (Walworth, 1938), o la expresión del nacionalismo en los libros infantiles estadounidenses, británicos y de otros países europeos (Martin, 1936).

Uno de los conceptos claves que apareció en la psicología de esta época fue el de "actitud". Este concepto añadió al análisis de contenido dimensiones evaluativas como las de los "adeptos" y los "contrarios" o las actitudes "favorables-desfavorables"; y esto, junto a los posteriores avances en el desarrollo de la teoría de las actitudes, abrió las puertas a la evaluación sistemática de las orientaciones, recurriendo a patrones como los de "objetividad", "equidad" y "equilibrio". Entre los criterios explícitos, vale la pena mencionar el "coeficiente de desequilibrio", de Manis y Fadner (1965). Los experimentos psicológicos sobre transmisión de rumores llevaron a Allport y Fadner a analizar desde una perspectiva totalmente distinta el material periodístico; en su trabajo "Five Tentative Laws of the Psychology of Newspapers" (1940) intentaron dar cuenta de los cambios que experimenta la información a medida que se desplaza a través de una institución, hasta aparecer finalmente sobre la página impresa.

El interés por los símbolos políticos añadió otra característica al análisis de los mensajes públicos. McDiarmid (1937), por ejemplo, analizó treinta discursos pronunciados por presidentes norteamericanos al inicio de su mandato en función de los símbolos de identidad nacional, de sus referencias históricas, de la alusión a conceptos fundamentales de la administración pública, y a hechos y expectativas. Y Lasswell (1938), sobre todo, al examinar las comunicaciones públicas desde el punto de vista de su teoría psicoanalítica de la política, clasificó los símbolos en categorías como las correspondientes al "sí-mismo" a los "otros", a las formas de "indulgencia" y a la "carencia" o "privación". Su análisis de los símbolos dio origen a un "estudio mundial de la atención" (1941), en el cual se comparaban las tendencias registradas en la frecuencia de presentación de símbolos nacionales, tal como aparecían en prestigiosos periódicos de diversos países.

Varias disciplinas examinaron sus respectivas tendencias académicas según se reflejaban en los temas aparecidos en los periódicos más representativos. Probablemente el primer examen de esta índole fue el relacionado con el desarrollo de la física en Rusia (Rainoff, 1929), pero se llevó a cabo más cabalmente en el campo de la sociología (Becker, 1910-1932; Shanas, 1945) y luego se aplicó al periodismo (Tannenbaum y Greenberg, 1961).

Los rasgos que distinguen los primeros análisis de contenido del análisis cuantitativo de los periódicos son los siguientes:

1. Muchos científicos sociales eminentes se incorporaron a esta evolución proporcionando ricos marcos teóricos.
2. Se definieron, y se reconocieron en los datos correspondientes, conceptos bastante específicos, como los de actitud, estereotipo, estilo, símbolo, valor y métodos de propaganda.
3. Se aplicaron al análisis herramientas estadísticas más perfectas, especialmente las procedentes de la investigación mediante encuestas y de los experimentos psicológicos;
4. Los datos provenientes del análisis de contenido pasaron a formar parte de trabajos de investigación de mayor envergadura (Lazarsfeld) y otros, (1948).

La primera exposición sumaria de estos trabajos apareció en el volumen titulado *Content Analysis in Communication Research*, del que originalmente fueron autores Berelson y Lazarsfeld (1948), y más adelante únicamente Berelson (1952).

ANÁLISIS DE LA PROPAGANDA

El análisis de contenido recibió un gran impulso gracias a la que probablemente fue su primera aplicación práctica de envergadura durante la segunda guerra mundial. Antes de la conflagración, el análisis de contenido se definía virtualmente por el uso de las comunicaciones de masas como datos para la corroboración de hipótesis científicas, campo en el cual su contribución fue importante, y por la crítica de las prácticas periodísticas. En este sentido, el análisis de la propaganda se inició como un instrumento para la identificación de los individuos que constituían fuentes de influencia “no éticas”. De acuerdo con lo manifestado por el Institute for Propaganda Analysis (1937), los propagandistas se denuncian a sí mismos por el uso de ciertos procedimientos, como el empleo de “improperios”, el recurso a “generalidades llamativas”, el llamar a las cosas y a las personas por su nombre, identificándolas sin rodeos, el hecho de “trucar los dados” en su favor o de adherirse siempre a la causa ganadora, etc. Estos procedimientos eran fácilmente discernibles en los discursos religiosos o políticos.

En la década de los 40, cuando en los Estados Unidos toda la atención estaba centrada en el esfuerzo bélico, era necesario llevar a cabo operaciones de inteligencia militar y política. En este clima surgieron dos destacados centros de análisis de la propaganda. Harold D. Lasswell y sus colaboradores comenzaron a trabajar en la Experimental Division for the Study of Wartime Communications de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, mientras que Hans Séller, que había organizado un proyecto de investigación sobre las comunicaciones totalitarias en la New School For Social Research, reunió un equipo de investigación en el Foreign Broadcast Intelligence Service, perteneciente a la American Federal Communications Commission (FCC). La labor del grupo de la Biblioteca del Congreso (Lasswell y otros, 1965) estuvo centrada en las cuestiones básicas del muestreo, los problemas de la medición, la fiabilidad y la validez de las categorías de contenido establecidas y, en cierto sentido, prosiguieron con la tradición del primitivo análisis cuantitativo de las comunicaciones de masas. El grupo de

la FCC, entretanto, basándose en las emisiones radiofónicas internas del enemigo, trató de comprender y predecir los sucesos que tenían lugar en el interior de la Alemania nazi y sus países aliados, así como de estimar los efectos que las acciones militares tenían sobre el espíritu bélico de sus poblaciones.

La urgencia de la información cotidiana dejaba poco tiempo a los analistas para formalizar sus métodos, pero, tras la contienda, George (1959^a) sometió al análisis los volúmenes de informes de guerra que habían sobrevivido, para verificar los métodos desarrollados en el curso de ese proceso y validar las inferencias efectuadas con los documentos de los que entonces se disponía. Estos trabajos dieron como resultado su *Propaganda Analysis*, una obra que supuso contribución fundamental para la conceptualización de los objetivos y procedimientos del análisis del contenido.

La premisa de que el propagandista obra de manera racional, en el sentido de que se atiene a su propia teoría de la propaganda al elegir sus aseveraciones, reorientó el eje del análisis, apartándolo del concepto neutral de “contenido partido” para poner el acento en las condiciones que explican una comunicación y los intereses que esas condiciones favorecen presumiblemente. Una herramienta particularmente útil para comprender los significados de esas emisiones radiofónicas fue el concepto de “propaganda preparatoria”: con el fin de asegurar el apoyo a una medida política prevista, la población afectada por ella debe ser preparada de manera que dicha medida le resulte aceptable.

Los analistas de la FCC lograron predecir con éxito varias campañas militares y políticas importantes, evaluando las instituciones de la cúspide nazi con respecto a su situación, los cambios políticos acaecidos en el interior del grupo dirigente y la modificación de las relaciones entre los países del Eje. Entre las predicciones más notables de los analistas británicos debe mencionarse la fecha del despliegue de los cohetes V alemanes de largo alcance contra Gran Bretaña. Mediante el estudio de los discursos de Goebbels, el analista pudo inferir las interferencias que habían existido en la producción de dichas armas y extrapolar con exactitud la fecha de su lanzamiento, semana después.

Entre las lecciones que supuso esta aplicación se encuentran las siguientes:

1. El contenido no constituye una cualidad absoluta u objetiva de las comunicaciones. Emisor y receptor pueden diferir radicalmente en su manera de interpretar ciertas emisiones radiofónicas. Además, la secuencia de éstas y la situación particular en que se encuentra el receptor son determinantes para el significado de las comunicaciones. En otras palabras, el aspecto del contenido que comparten todos los comunicadores carece comparativamente de importancia para la comprensión del proceso político implicado.
2. El analista, “que mira por debajo de la superficie” de los mensajes propagandísticos, formula predicciones o inferencias acerca de los fenómenos sin tener un acceso directo a ellos. Ahora bien: el contenido no es identificable del mismo modo en que lo son las huellas dactilares. Los especialistas que habían sometido los periódicos a un análisis cuantitativo formularon inferencias, pero no las relacionaron con la situación de la que emergían sus datos, y erróneamente negaron su propia aportación a la comprensión de los mensajes que analizaban.

3. Con el fin de interpretar los mensajes propagandísticos o de dotarlos de sentido, es necesario contar con modelos elaborados sobre el sistema en el cual tienen lugar las comunicaciones. El analista construía dichos modelos de manera más o menos explícita; pero mientras que en los primeros análisis del contenido las comunicaciones de masas se consideraban unidades aisladas, el análisis de la propaganda tiene en cuenta su naturaleza sistémica.
4. Los indicadores cuantitativos son muy poco sensibles y bastante burdos para suministrar interpretaciones políticas. Aunque se disponga de la gran cantidad de datos que exigen los análisis estadísticos, no conducen a las conclusiones “más obvias” que los expertos en política son capaces de extraer paralelamente observando con más profundidad las variaciones cualitativas.

Convencidos de que el análisis del contenido no debía ocupar un papel menor en la exploración del intelecto humano, numerosos autores (por ejemplo Kracauer, 1947, 1952-1953; George, 1959) pusieron en tela de juicio la creencia simplista de que aquel debiera dedicarse a computar los datos cualitativos. Smythe (1954) sostuvo que esto revelaría la “inmadurez de la ciencia”, al confundir objetividad con cuantificación. No obstante, los propugnadores del enfoque cuantitativo hicieron en gran medida caso omiso de esta crítica, y en su ensayo de 1949, “Why Be Quantitative”, Lasswell (1965^a) continuó sosteniendo que la cuantificación de símbolos era la única base para obtener interpretaciones científicas.

GENERALIZACIÓN DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Después de la segunda guerra mundial, y quizás como consecuencia del primer panorama integral del análisis del contenido que suministraron Berelson y Lazarsfeld (1948) y Berelson (1952), el análisis del contenido se amplió a numerosas disciplinas. Si bien es cierto que la comunicación de masas dejó de ser su dominio empírico exclusivo, las aplicaciones referidas a ellas fueron, y siguen siendo, predominantes. De hecho, alguno de los mayores proyectos de investigación estaba relacionado con los medios de comunicación pública. Por ejemplo, Lasswell (1941) concretó su idea de un “estudio mundial sobre la atención” sometiendo al análisis los símbolos políticos de los editoriales de medios de prensa oficialistas de Francia, Alemania, Gran Bretaña, Rusia y los Estados Unidos, así como los que aparecían en discursos políticos importantes.

Su intención era poner a prueba la hipótesis de que se había puesto en marcha una “revolución mundial” (Lasswell y otros, 1952). La propuesta de Gerbner (1969) acerca de utilizar “indicadores culturales” fue ejemplificada en su análisis, llevado a cabo por décimo año consecutivo, de los programas televisivos de ficción emitidos durante una semana, principalmente con el objeto de establecer las dosis de violencia de distintas redes de televisión, investigar sus tendencias y ver de qué manera diversos grupos de población (mujeres, niños, personas de edad avanzada, etc.) eran descritos en la televisión norteamericana (Gerbner y otros, 1979).

En el campo de la Psicología, el análisis del contenido se centró en tres aplicaciones primordiales.

La primera fue el análisis de los registros verbales para descubrir características motivacionales, psicológicas o de la personalidad. Esta aplicación instauró una tradición propia desde que Allport (1942) publicó su tratado sobre el uso de los documentos personales, desde la publicación por parte de Baldwin (1942) de su *Personality Structure Analysis* para verificar la estructura cognitiva, y desde los estudios de White (1947) sobre los valores.

Una segunda aplicación apareció determinada por la reunión de datos cualitativos en forma de respuestas a preguntas abiertas, respuestas verbales a los tests y elaboración de los relatos de Test de Aptitud Temática. En este caso, el análisis del contenido adquirió el carácter de una técnica complementaria, que permitía al investigador utilizar datos que solo podían reunirse sin imponer al sujeto una estructura demasiado excesiva, y convalidar entre sí los hallazgos obtenidos mediante distintas técnicas.

La tercera aplicación estaba relacionada con los procesos de comunicación de los que el contenido forma parte integral. Por ejemplo, en su obra *Interaction Process Analysis*, Bales (1950) demostró que los intercambios verbales en pequeños grupos podían utilizarse como datos para analizar los procesos que se daban en ellos. Los antropólogos comenzaron a utilizar las técnicas del análisis de contenido para el examen de los mitos, leyendas y acertijos; el análisis componencial de la terminología del parentesco fue uno de los numerosos ejemplos de las contribuciones específicas de esta disciplina al análisis del contenido.

Los historiadores siempre habían buscado métodos más sistemáticos para el examen de grandes conjuntos de documentos históricos disponibles, y vieron en el análisis de contenido el instrumento adecuado. El material educativo, que durante mucho tiempo fue el centro de atención de los científicos sociales, pasó a constituir una rica fuente de datos tanto para realizar inferencias sobre los procesos de la lectura (Flesh, 1948-1951) como para comprender las tendencias más amplias, de carácter político, actitudinal y valorativo, que pueden aparecer en los libros de texto.

El problema de la identificación de los autores de documentos no firmados (un problema de origen antiguo entre los eruditos de la literatura) fue abordado con éxito mediante estas nuevas técnicas; y así sucesivamente. Pero esta proliferación trajo consigo una pérdida de claridad: todo parecía susceptible de ser sometido al análisis del contenido, y todo análisis de fenómenos simbólicos se convirtió en un análisis de contenido.

En 1955, el Social Science Research Council's Committee on Linguistics and Psychology organizó una conferencia sobre el análisis del contenido, respondiendo de esta manera al creciente interés por este tema. Los participantes provenían de disciplinas como la psicología, las ciencias polacas, la literatura, la historia, la antropología y la lingüística. Sus aportaciones aparecieron en un volumen compilado por Pool, *Trends in Content Analysis* (1959). Pese a las obvias divergencias en cuanto al interés y enfoque de los participantes, Pool observaba una coincidencia considerable, y a menudo sorprendente, en lo que se refiere a dos aspectos: existía una aguda preocupación por los problemas de las inferencias realizadas a partir del material verbal con respecto a sus circunstancias antecedentes, y se insistía en el cómputo de las relaciones internas entre símbolos, y no en el cómputo de las frecuencias de aparición de los mismos símbolos (Pool, 1959, p. 2).

ANÁLISIS DE TEXTOS POR ORDENADOR

A fines de la década de los 50 se produjo un considerable auge del interés por la traducción automática, la preparación automática de resúmenes y los sistemas mecánicos de recuperación de información. Se desarrollaron lenguajes de computación especialmente apropiados para el procesamiento de datos literales, e incluso aparecieron revistas especializadas en las aplicaciones del ordenador a la psicología, las humanidades y las ciencias sociales. El volumen a menudo cuantioso de documentos escritos que debían analizarse, así como la repetitividad de esta tarea, convertían al ordenador en un aliado natural de los especialistas en análisis del contenido.

Una vez que la evolución de los soportes lógicos [software] convirtió al ordenador en un instrumento cada vez más eficaz para el procesamiento de datos alfabéticos (en oposición a los numéricos), se pudo contar con programas para el cómputo de palabras, los cuales sirvieron de base, entre otras cosas, para una nueva disciplina, posteriormente llamada “estilística computacional” (Sedelow y Sedelow, 1966) y produjeron una revolución en las tediosas tareas relacionadas con las obras literarias (por ejemplo, el establecimiento de concordancias). Probablemente fueron Sebeok y Zeps (1958) quienes abordaron primero un análisis de contenido por ordenador en el que se aplicaron rutinas de recuperación de información para analizar unas cuatro mil leyendas populares de los cheremis (pueblo finés oriental de la región de Kazán, en la exrepública soviética de Tartaria).

El trabajo de Hays (1960) Automatic Content Analysis, publicado por la Rand Corporación, exploraba la posibilidad de crear un sistema de computación para el análisis de documentos políticos. Ignorantes de estos avances, Stone y Bales, que estaban llevando a cabo un estudio temático de grupos de interacción cara a cara, diseñaron y programaron la versión inicial del sistema General Inquirer. Una versión posterior de este sistema, así como numerosas aplicaciones que iban desde la ciencia política hasta la publicidad y desde la psicoterapia hasta el análisis literario, fueron presentadas por Stone y otros (1966). Desde esa fecha, el sistema ha sido ampliado y perfeccionado y se ha hecho extensivo a otros ámbitos lingüísticos distintos del inglés.

Los usos del ordenador en el análisis de contenido se vieron estimulados también por los desarrollos que tuvieron lugar en otros campos. La Psicología se interesó por simular la cognición humana (Abelson, 1963). Newell y Simon (1963) crearon un método computacional para la resolución de problemas (humanos). En la lingüística surgieron numerosos enfoques de análisis sintáctico y la interpretación semántica de las expresiones lingüísticas. La inteligencia artificial se centró en la creación de máquinas que pudieran comprender los lenguajes naturales.

En 1967, la Escuela de Comunicaciones de Annenberg auspició una importante conferencia sobre el análisis de contenido, en la que investigadores pertenecientes a numerosas disciplinas tuvieron la oportunidad de presentar sus propias técnicas computacionales, comparar la eficacia de distintos enfoques y proyectar las necesidades futuras. Además, la conferencia sirvió como plataforma para cotejar los diversos enfoques sobre el análisis de contenido.

Los debates giraron en torno a las dificultades para registrar las comunicaciones no verbales (visuales, vocales y musicales), la necesidad de establecer categorías estandarizadas, el problema de la obtención de inferencias y, en particular, el papel de las teorías y de las construcciones analíticas, todo lo cual plantea, en esencia, problemas metodológicos y no computacionales. Barcus (1959), que había reunido gran parte de la bibliografía sobre el análisis del contenido, expuso una reseña acerca de su uso en la investigación y la docencia en los Estados Unidos. Estas contribuciones fueron sintetizadas en un volumen compilado por Gerbner y otros (1969), cuya publicación coincidió con una revisión del estado de la cuestión sobre este campo realizada por Holsti (1969).

En síntesis, se puede afirmar que el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esenciales verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez. Consideramos que esto indica una madurez cada vez mayor.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

El análisis de contenido tiene su propio método para analizar los datos, que procede en gran medida de su manera de considerar el objeto de análisis, es decir, el contenido. En este capítulo se exponen los fundamentos conceptuales del análisis de contenido, se ofrece una definición de este último, se desarrolla un marco de referencia con fines prescriptivos, analíticos y metodológicos, y se compara el análisis de contenido con otras técnicas de la ciencia social.

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.

Como técnica de investigación, el análisis de contenido comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones*, una representación de los “hechos” y una guía práctica para la acción. Es una herramienta.

De cualquier instrumento de la ciencia se espera que sea fiable. Más concretamente, si otros investigadores, en distintos momentos y quizás en diferentes circunstancias, aplican la misma técnica a los mismos datos, sus resultados deben ser los mismos que se obtuvieron originalmente. Este es el requisito que se tiene en cuenta al decir que el análisis de contenido debe ser reproducible.

Otra definición, la de Berelson (1952), sostiene que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (pág. 18). Por supuesto, el requisito de que la técnica sea “objetiva” y “sistemática” está incluido en nuestra definición, cuando hablamos del 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. No obstante, hemos excluido de nuestra definición varios requisitos que Berelson plantea en la suya, en gran medida porque son, o bien poco claros, o demasiado restrictivos. Por ejemplo, Berelson incorpora el atributo de que el contenido sea “manifiesto” simplemente para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable.

Esta definición ha provocado que muchos estudiosos piensen que los contenidos latentes están excluidos del análisis. La exigencia de que la descripción sea “cuantitativa” es análogamente restrictiva: si bien en muchas actividades científicas la cuantificación es importante, los métodos cualitativos han demostrado su eficacia, particularmente en lo que se refiere a extraer de la propaganda información utilizable con fines políticos o militares, así como en psicoterapia y, aunque parezca extraño, en el análisis por ordenador de datos lingüísticos, donde las consideraciones cualitativas resultaron fundamentales para el establecimiento de algoritmos adecuados.

La principal objeción que puede hacerse a la definición de Berelson es que no explica en qué consiste el “contenido” o cuál debería ser el objeto de un análisis de contenido. Para algunos investigadores, el “análisis de contenido” no parece designar otra cosa que el cómputo de cualidades (palabras, atributos, colores): para otros, esa expresión sugiere la existencia de un método para “extraer” contenidos de los datos, como si estuviesen objetivamente “contenidos” en éstos. Ninguna de estas concepciones aborda el núcleo del problema del análisis de contenido.

Nuestra definición procura ser explícita en lo relativo al objeto del análisis de contenido; pero dado que esto tal vez no resulte inmediatamente claro, procederemos por etapas.

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

En primer lugar, los mensajes no tienen un único significado que necesite “desplegarse”. Siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas, en especial si son de naturaleza simbólica. En cualquier mensaje escrito se pueden computar letras, palabras u oraciones; pueden categorizarse las frases, describir la estructura lógica de las expresiones, verificar las asociaciones, denotaciones, connotaciones y también pueden formularse interpretaciones psiquiátricas, sociológicas o políticas. Todas estas cosas pueden poseer validez de forma simultánea. En suma, un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor. En estas circunstancias, la pretensión de haber analizado el contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible.

En segundo lugar, no es necesario que exista coincidencia acerca de los significados. Si bien el consenso o el acuerdo intersubjetivo sobre lo que significa un mensaje simplifica enormemente el análisis de su contenido, dicho acuerdo sólo existe en relación con los aspectos más obvios o “manifiestos” de las comunicaciones, o bien para unas pocas

personas que comparten la misma perspectiva cultural y sociopolítica. En general, ninguna de estas condiciones reviste interés. Así, pues, difícilmente la coincidencia puede servir como presupuesto para un análisis de contenido. En las interacciones entre un psiquiatra y su paciente, un especialista avezado conversa con un lego acerca de los problemas de este último: no puede presumirse que sus perspectivas sean iguales. Incluso los expertos en artefactos antropológicos, o en arte, comunicación no verbal y política, suelen discrepar con sus informantes (los nativos o los participantes en algunas de esas actividades) acerca de la forma en que deben interpretarse los símbolos que ellos utilizan. Los oradores, o aquellos que pronuncian discursos públicos tienden a emplear expresiones ambiguas de forma premeditada, poniendo así de manifiesto su conciencia asimétrica del hecho de que los mensajes son capaces de transmitir distintas cosas a distintas personas. En consecuencia, los significados se refieren siempre a un comunicador.

El rasgo más característico de los mensajes es que informan a una persona de manera vicaria*, proporcionando al receptor un conocimiento acerca de hechos o sucesos que se producen en un lugar lejano, acerca de los objetos que quizás existieron en el pasado o acerca de las ideas de otras personas. Los mensajes y las comunicaciones simbólicas tratan, en general, de fenómenos distintos de 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 le proporcionan sus sentidos, en relación con ciertas porciones de su medio empírico. A este medio empírico lo denominamos el contexto de los datos. Asimismo, advertimos que siempre es una persona concreta quien formula estas inferencias a partir de los datos sobre su contexto; y, por ello, es esa persona quien distingue si sus experiencias son vicarias* o directas, si algo es simbólico o no simbólico, o si el dato de que dispone es un mensaje sobre alguna otra cosa o es un hecho que despliega su propia existencia y estructura. El analista del contenido es también un receptor de datos, aunque probablemente difiera de manera radical de los comunicadores comunes, que quizás asignen significados de forma rutinaria e inconsciente, y sin justificación empírica. Si bien el análisis del contenido puede ocuparse de formular la clase de inferencia que efectúa algún receptor cuando trata de comprender las comunicaciones simbólicas, la técnica ha sido generalizada, y alcanza probablemente su mayor grado de éxito al aplicarla a formas no lingüísticas de comunicación, donde las pautas presentes en los datos son interpretadas como índices y síntomas, de los cuales los comunicadores no avezados tal vez ya no sean conscientes.

La formulación de inferencias específicas –que es la clave que distingue entre el procesamiento de datos simbólicos y de datos no simbólicos, delineando así el ámbito del análisis del contenido- no está enteramente ausente de otras definiciones. Por ejemplo, Holsti y Stone abogan por una definición que se aparta de la de Berelson por lo menos en dos aspectos importantes. En primer lugar, reconoce el carácter inferencial de la codificación de unidades textuales en categorías conceptuales. En segundo lugar, convierte las inferencias en su principal preocupación: “El análisis del contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características especificadas dentro de un texto” (Stone y otros, 1966, p. 5). Si bien esta definición reconoce la naturaleza inferencial de la identificación de las formas de las ideas, valores y actitudes a los que se aplica el análisis del contenido, no explica la importancia de relacionar dicha clasificación, categorización y cómputo de la

frecuencia de estas formas con otros fenómenos. Y esto es necesario si se quiere que los resultados del análisis de contenido tengan un significado empírico. Ya en 1843, Manis (1965) apuntaba la necesidad de convalidar los resultados del análisis de contenido de la comunicación de masas relacionándolos con las percepciones del público con los efectos en el comportamiento de éste. También nosotros exigimos que el análisis de contenido sea predictivo de algo en principio observable, que facilite la toma de decisiones o que contribuya a conceptualizar la porción de la realidad que dio origen al texto analizado. Con este fin, sugerimos que cualquier análisis de contenido deber realizarse en relación con el contexto, y justificarse en función de éste.

Creemos, además, que todas las teorías del significado, todas las teorías de los fenómenos simbólicos, incluidas las que se ocupan del contenido del mensaje, se asemejan entre sí por la importancia que conceden a la relación entre los datos y su contexto. En su sentido más elemental, los datos son estímulos físicos o vehículos-signos, como las marcas negras sobre un papel blanco. Sin embargo, el interés por el significado parte casi siempre de niveles superiores de abstracción, como documentos escritos, películas cinematográficas, diálogos verbales y pinturas, por mencionar sólo unos pocos casos. El contexto es su medio. Habitualmente, el analista está en condiciones de elegir el medio y la manera de conceptualizarlo. Un lingüista puede limitar su foco de atención al entorno lingüístico de las palabras y expresiones.

Un sociólogo quizá reconozca el significado de un acto situándolo dentro del contexto social de la situación en la que ocurrió. Un investigador de las comunicaciones tal vez interprete el significado de un mensaje en relación con las intenciones del emisor, los efectos cognitivos o conductuales que ejerce sobre el receptor, las instituciones dentro de las cuales se produjo el intercambio o la cultura en la que desempeña un papel.

ELABORACIONES

Sin entrar en un posterior análisis de los términos en que se expresan los mensajes, algunos ejemplos podrán aclarar mejor de qué manera la definición se aplica a situaciones prácticas. Considérese el caso del analista de emisiones radiofónicas del enemigo en época de guerra, que procura evaluar el grado de apoyo popular que tienen las políticas adoptadas por los círculos gobernantes del país enemigo. En época de paz, un problema de esta índole quizá podría resolverse mediante una encuesta de opinión pública o una inspección in situ.

Durante la guerra, dicha información, por lo general, es inaccesible, y el analista se ve obligado a obtenerla por medios indirectos. En este caso al analista no le interesa lo que el propagandista intenta transmitir, ni tampoco le molesta que su inferencia no sea compartida por los oyentes ordinarios. En realidad, puede que tenga buenos motivos para descartar los significados manifiestos de los mensajes, considerando que éstos mienten.

Lo que no puede ignorar es que las “emisiones radiofónicas del enemigo” forman parte de un proceso político inaccesible pero real, que incluye una población civil, su círculo gobernante, los militares y las condiciones sociales, políticas y económicas del país. Por

propia decisión del analista, los actores de este proceso constituyen el contexto de las emisiones radiofónicas. Dentro de ese contexto se sitúan los fenómenos que le interesan, a saber, el grado de apoyo popular que reciben las políticas de los gobernantes. Con el objeto de formular una inferencia válida acerca de dicho apoyo popular a partir de las emisiones radiofónicas que se difunden en el país, el analista debe conocer en alguna medida las relaciones existentes entre los principales elementos que intervienen en el proceso político.

Tampoco los historiadores son jamás simples recopiladores de documentos. La fascinación que producen procede de la reconstrucción simbólica de sucesos del pasado, a la que es posible acceder gracias a los textos disponibles. Sin duda, todo historiador debe poseer el profundo anhelo de entrevistar a César, a Nietzsche o a los esclavos africanos que entraron en América durante la época colonial, si ello fuera posible; pero dado que las cartas, libros, instrumentos y registros elaborados por otras personas, no prevén cuáles han de ser las interrogantes del historiador, éste tiene que buscar respuestas por métodos indirectos.

Cuando un historiador se empeña en inferir acontecimientos a partir de documentos (Dibble, 1963), está practicando por definición, un análisis de contenido. Por lo tanto, no ha de sorprender que los historiadores siempre hayan exigido que los documentos se sitúen dentro del contexto histórico apropiado. Una vez delineado este contexto, las brechas en los detalles pertinentes se llenan extrayendo inferencias a partir de numerosos fragmentos de información.

Los métodos históricos contribuyen a crear una red de relaciones que, en última instancia, pueda dar respuesta a las interrogantes originalmente planteadas. El proceso de disminución de la incertidumbre en un ámbito no observable es de carácter inferencial y de hecho es el mismo que sigue el análisis de contenido.

La Psicología tiene una larga tradición en lo referente al desarrollo de teorías y la construcción de pruebas empíricas con un grado de generalidad establecido mediante experimentos reiterados. El análisis de documentos personales que llevan a cabo los psicólogos (Allport, 1942) se ajusta claramente a la descripción del análisis de contenido: su finalidad y su contexto los lleva a ocuparse de temas como la cognición del autor del documento, sus actitudes, personalidad o psicopatología, todo lo cual podría haberse medido mediante técnicas más directas si el autor estuviera disponible.

En el curso del análisis de los documentos personales ha surgido una variedad de técnicas de Inferencia (por ejemplo, la razón tipo figuración, el cociente de alivio de la incomodidad, la grafología, la norma de legibilidad, los tests de apercepción temática) destinadas a relacionar la sintaxis y las expresiones que aparecen en los documentos escritos con características propias de su autor. En Psicología, el análisis del contenido es una práctica cotidiana, aunque tal vez no siempre se haya etiquetado de esa manera.

Por supuesto, el dominio tradicional del análisis de contenido ha sido el de la comunicación de masas. Los investigadores suelen interesarse por averiguar las características del comunicador, los efectos que su mensaje ejerce sobre el auditorio, el grado de tensión pública, el clima sociopolítico, los procesos de mediación de los valores,

los prejuicios, las diferenciaciones culturales, las limitaciones institucionales, etc. Cuando un análisis de contenido se ocupa, por ejemplo, de las percepciones del público, está claramente implícito el contexto de la comunicación de masas; pero éste resulta menos claro cuando el investigador sólo pretende describir en qué consisten las comunicaciones. Entonces parece que toda inferencia ha sido omitida, y que la finalidad descriptiva no puede satisfacer nuestra definición del análisis del contenido. Pero no es así.

Veamos el caso de las elucidaciones* “puramente descriptivas”, según se les llama, de las tendencias políticas, el prejuicio racial o la violencia televisiva. Si bien dichas elucidaciones* pueden presentarse como “fácticas”, sólo tienen un significado dentro del contexto de los problemas sociales que les otorgan pertinencia. Sería muy raro que alguien emprendiera una descripción sistemática de algo sin tener en mente alguna intención o implicación.

La forma en que un analista conceptualiza y describe las tendencias u orientaciones, los prejuicios y la violencia, nunca es del todo arbitraria. Tal vez el lenguaje descriptivo utilizado sea el de la institución o persona que le encomendó el análisis de contenido; tal vez se acomode a las percepciones de un público determinado o a los intereses de un productor de programas para una cadena radiofónica o televisiva, o quizá refleje los estereotipos culturales o las convenciones literarias vigentes. Sea como fuere, toda descripción supone inferencias, por primitivas que sean.

La cuantificación de la violencia televisiva, por ejemplo, difícilmente podría justificarse si no pusiera de manifiesto una correlación con otros fenómenos (conducta agresiva o delictiva), o si no pretendiera mostrar alguna correspondencia con las percepciones de los integrantes de un público determinado, u ofrecer algún apoyo firme para favorecer la aplicación de una política. El análisis de contenido, aun cuando tenga finalidades sólo descriptivas, no debe ser ajeno a las consideraciones relacionadas con la validez, y tiene que estar específicamente vinculado con el contexto al que pertenecen los hallazgos.

MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

La definición del análisis de contenido establece el objeto de investigación y sitúa al investigador en una posición concreta frente a su realidad. Basándonos en trabajos anteriores (Krippendorff, 1969, PP. 7-13), ofrecemos a continuación un marco de referencia conceptual dentro del cual puede representarse el papel que desempeña el investigador. Este marco es simple y general, y en él sólo se recurre a unos pocos conceptos básicos:

- Los datos, tal como se comunican al analista.
- El contexto de los datos.
- La forma en que el conocimiento del analista lo obliga a dividir su realidad.
- El objetivo de un análisis de contenido.
- La inferencia como tarea intelectual básica.
- La validez como criterio supremo de éxito.

Este marco de referencia tiene tres finalidades: es prescriptivo, analítico y metodológico. Es prescriptivo en el sentido de que debe guiar la conceptualización y el diseño de los análisis de contenido prácticos en cualquier circunstancia; es analítico en el sentido de que debe facilitar el examen crítico de los resultados del análisis de contenido efectuado por otros y es metodológico en el sentido de que debe orientar el desarrollo y perfeccionamiento sistemático de los métodos de análisis de contenido.

En todo análisis de contenido debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué población se extraen. Los datos son lo único disponible para el especialista en análisis de contenido, y no su contexto. Los datos exhiben su propia sintaxis y estructura, y se describen en función de unidades, categorías y variables, o son codificados de acuerdo con un esquema multidimensional. Los datos son los elementos básicos, primitivos del análisis de contenido, y constituyen la superficie que el analista debe tratar de penetrar.

La comunicación de los datos al analista es unidireccional. El es incapaz de manipular la teoría; no dispone de una realimentación correctiva con la fuente que, por razones propias, le suministra información; se ve obligado, pues, a estudiar una porción de su universo de manera discreta. Por ejemplo, el analista de la propaganda bélica no puede interaccionar con los miembros de los grupos dirigentes del enemigo que le interesan; tampoco el análisis de contenido de los medios de comunicación puede influir en la situación en la cual se producen, difunden y reciben nuevas noticias, nuevos espectáculos, que a su vez se convierten en una variedad de conducta del público (ni tampoco puede recrear dicha situación).

En todo análisis de contenido debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos. Si bien los datos aparecen disponibles de una manera directa, su contexto lo construye el analista con el fin de incluir todas las condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes.

La necesidad de delinear el contexto del análisis es particularmente importante porque no existen límites lógicos en cuanto al tipo de contexto que un analista puede considerar. Cualquier trabajo de investigación debe definir los límites más allá de los cuales no podrá extenderse el análisis. El análisis de contenido, las convenciones de cada disciplina y los problemas prácticos dictaminan con frecuencia la elección de esos límites. Los psicólogos suelen interesarse en un autor individual, un político, una personalidad histórica o un paciente psiquiátrico.

Los investigadores de la comunicación suelen situar los mensajes en el contexto de la interacción entre emisor y receptor. El analista de emisiones radiofónicas enemigas tal vez ya tenga en mente ciertos aspectos de la nación enemiga, en cuyo contexto cobrará sentido la conducta propagandística de su élite gobernante. Si bien los límites de un contexto son arbitrarios, es beneficioso definirlo de modo que exista alguna unidad estructural, alguna manera natural de dividir el universo entre lo que es pertinente y lo que no lo es.

En cualquier análisis de contenido, los intereses y conocimientos del analista determinan la construcción del contexto dentro del cual realizará sus inferencias. Por lo tanto, es importante que conozca el origen de sus datos y ponga de manifiesto los supuestos que

formula acerca de ellos y acerca de su interacción con el medio. Debe ser capaz de distinguir entre dos clases de conocimiento: en primer lugar, aquel cuya naturaleza es variable o inestable, y con respecto a cuyo estado, forma o valor el analista no puede tener, en consecuencia, incertidumbre alguna, y en segundo lugar, debe saber que existen ciertas relaciones entre las variables que son permanentes, fijas o estables. Como sucede con todo conocimiento, esta distinción se modificará en el transcurso del tiempo. En realidad, los análisis de contenido aplican los datos y conocimientos disponibles sobre las configuraciones estables con el fin de disipar la incertidumbre acerca de la pauta inestable que presenta el contexto de sus datos.

En todo análisis de contenido, debe enunciarse con claridad la finalidad u objetivo de las inferencias. El objetivo es lo que el analista quiere conocer. Dado que el análisis de contenido suministra un conocimiento vicario*, información acerca de algo que no puede observarse directamente, ese objetivo se sitúa dentro de la porción variable del contexto de los datos disponibles. Es cierto que pueden realizarse muchos estudios exploratorios, en cuyo transcurso el investigador decidirá en qué centrará su atención; pero al final tiene que adoptar un rumbo claro. Solo si el objetivo del análisis de contenido es enunciado de manera inequívoca podría juzgar si lo ha podido completar y aclarar el tipo de prueba que finalmente sea necesaria para convalidar los resultados.

La pretensión de haber analizado una muestra representativa del New York Times puede ser específica respecto de los datos, pero ambigua en lo referente al contexto y al objetivo perseguido. De hecho, puede que el análisis haya olvidado por completo la característica simbólica de este medio. Un título como “Análisis de contenido de los carteles en las paredes de China” es análogamente incierto, mientras que “Predicción de las decisiones del círculo gobernante a partir de los carteles en las paredes en China”, o “Lo que aprende el público chino sobre la adopción de decisiones políticas a partir de los carteles de las paredes”, hacen al menos referencia a algún contexto e indican una finalidad.

En todo análisis de contenido la tarea consiste en formular inferencias, a partir de datos, en relación con algunos aspectos de su contexto, y justificar esas inferencias en función de lo que se sabe acerca de los factores estables del sistema en cuestión. Mediante este proceso se reconocen los datos como simbólicos o como susceptibles de proporcionar información acerca de algo que le interesa al analista.

Para llevar a cabo o justificar esas inferencias, el analista del contenido debe contar con relaciones relativamente estables entre los datos y el contexto (o construir una teoría operacional de esas relaciones), incluida la aportación de los factores mediadores. Se llama construcción analítica a una teoría de esas relaciones, formuladas de tal manera que los datos aparezcan como sus variables independientes, y el objetivo forme parte de sus variables dependientes.

Así, pues, una construcción analítica ofrece reglas de inferencia, sirviendo como puente lógico entre los datos disponibles y la finalidad incierta situada en su contexto. No basta con saber que las relaciones entre los datos y el contexto son estables; es preciso conocer también su forma específica. Al tratar de predecir el desenlace de una decisión política partiendo de las noticias que ofrecen los medios de comunicación de masas, no basta con saber que estos desempeñan un papel importante en el proceso político: es

preciso conocer qué elementos, aseveraciones o argumentos influyen en dicho proceso en una dirección o en otra. Lo que necesita es conocer la naturaleza de esta relación.

En todo análisis de contenido hay que especificar por adelantado el tipo de pruebas necesarias para validar sus resultados, o hacerlo con la suficiente claridad como para que la validación resulte concebible. Si bien la razón de ser del análisis de contenido 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 comparar si las inferencias son de hecho exactas. Esta validación *ex post facto* no es una simple cuestión de curiosidad. De la misma manera que solo se puede aprender cuando se distingue entre el éxito y el fracaso, así también la metodología del análisis de contenido solo puede progresar si se efectúan esfuerzos sistemáticos para validar sus resultados. Con mucha frecuencia los análisis de contenido se consideran casos singulares, y jamás se intenta su repetición, o bien se conceptualizan de manera tan insuficiente que resulta imposible pedirle al investigador que aclare cómo sería una prueba adecuada de validez. Estos análisis de contenido son empíricamente inútiles y contribuyen muy poco a la metodología del análisis del contenido.

DISTINCIONES

Toda técnica de investigación tiene su propio ámbito empírico. Puede utilizarse incorrectamente, aplicándola allí donde otros métodos quizás resultarían más eficientes. Con el objeto de que el análisis de contenido se aproveche al máximo de sus posibilidades potenciales, compararemos su ámbito empírico con otras técnicas de investigación social.

El análisis de contenido no es una técnica intrusiva. Desde Heisenberg sabemos que los actos de medición que intervienen en el comportamiento de los fenómenos que se desean estudiar crean observaciones contaminadas, tanto más cuanto más profundo sea el sondeo del observador. En lo que se refiere a las ciencias sociales. Webb y otros (1966) han enumerado las diversas maneras en que los sujetos reaccionan cuando se les somete a observación científica, introduciendo así errores en los datos que se analizan; algunas de esas maneras son:

- La conciencia de ser observado o sometido a prueba.
- El rol que el sujeto asume o que le es asignado como entrevistado o informante.
- Las influencias que el proceso de medición ejerce sobre el sujeto.
- Los estereotipos y preferencias en la formulación de las respuestas.
- Los efectos de la interacción del experimentador-entrevistador sobre el sujeto.

Técnicas particularmente sensibles a estos errores son los experimentos, las entrevistas, los cuestionarios y los tests proyectivos. Todas ellas son conducidas por un investigador que controla en distintos grados las condiciones de estímulo frente a las cuales deben reaccionar los sujetos.

En contraste con ello, el análisis de contenido, la recuperación de información, la modelización, el uso de registros estadísticos y, hasta cierto punto, la etnometodología*, tienen en común el hecho de constituir técnicas de investigación no reactivas o no intrusivas.

Hay dos razones por las cuales un investigador puede tratar de eludir las situaciones reactivas. ***Puede pensar que la imposición de limitaciones excesivas a la situación que da origen a los datos puede poner en peligro su validez.*** Por este motivo los etnometodólogos* prefieren registrar datos partiendo de medios naturales, los siquiátricos evitan formular preguntas que distraigan la atención del paciente de lo que este tiene en mente, y los economistas procuran investigar modelos de una economía en lugar del sistema real que esta constituye. Además, el investigador puede querer ocultar su interés por los datos para evitar que la fuente haga de esto un uso instrumental, ya que las aseveraciones de carácter instrumental son difíciles de analizar. Si Goebbels hubiera sabido de qué manera, mediante qué métodos y con qué fines iban a analizarse sus emisiones radiofónicas durante la segunda guerra mundial, sin duda habría encontrado el modo de engañar al analista.

El análisis de contenido acepta material no estructurado. Desde luego, la estructuración de una situación de modo que los datos lleguen al investigador en una forma analizable, tiene mucho valor. Los cuestionarios enviados por correo y los programas de entrevistas ofrecen a los sujetos opciones preestablecidas cuyos significados resulta fácil codificar. En los experimentos, virtualmente se enseña a los sujetos un lenguaje de datos que no les es propio, como por ejemplo apretar determinados botones, indicar mediante números los puntos de una escala, identificar formas y figuras, o administrar shocks eléctricos a otros sujetos.

También la modelización por ordenador y la recuperación de información de un banco resultan preestructuradas, a raíz de las exigencias formales de su manipulación y almacenamiento. Aunque la investigación mediante encuestas, los experimentos psicológicos y las aplicaciones de ordenador deben su éxito a la facilidad para analizar datos preestructurados, puede que el investigador no disponga de esa opción. Tal vez le interese el material después de que este haya sido generado por una fuente que emplea un lenguaje, una lógica y unas categorías que no son necesarias para el análisis ni compatible con sus exigencias.

Los historiadores, los analistas de contenido de los medios de comunicación de masas y los psicólogos que emplean datos biográficos se ven imposibilitados para obtener la información en la forma en que lo desearían, y deben tomarla tal como se les ofrece por razones que nada tienen que ver con el análisis. Por añadidura, el investigador quizás no pueda anticipar todas las categorías del análisis y las formas de expresión antes de haber obtenido y examinado el material. Por ejemplo, las comunicaciones interpersonales suelen ser tan complejas y, a priori, tan inciertas en su contenido, que al grabarlas mediante videocassetes tal vez sea preciso examinarlas luego repetidamente, a veces imagen por imagen, si el analista quiere comprender lo que realmente sucedió.

Por último, el analista puede obstaculizar la validez de los datos. Este es particularmente el caso de los análisis del contenido de conceptualizaciones y expresiones espontáneas. Puede considerar unas limitaciones excesivas impuestas a la forma de las respuestas del sujeto

El análisis del contenido 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. Así, aunque los experimentos no impiden el uso del lenguaje, las respuestas verbales no suelen tratarse como fenómenos simbólicos, salvo en lo referente a los significados teóricos que el investigador les atribuye. Esta limitación influye asimismo en los procedimientos de recuperación de información que recurren a las equiparaciones sin tácticas y en los criterios de búsqueda que dejan para el usuario del sistema la interpretación simbólica de los datos.

Aunque evidentemente es más fácil reducir las cualidades simbólicas de los datos a etiquetas de categorías, variables y datos puntuales que no tienen consecuencia alguna para el proceso de análisis, y sólo resultan significativos para el investigador que interpreta sus hallazgos en esos términos, hay dos motivos por los cuales un investigador puede preferir hacer exactamente lo contrario. *Un analista puede querer analizar los datos verbales como fenómenos simbólicos*, y en el proceso de transformación conservar la referencia a lo que representan, o causan, o controlan, o constituyen, o reproducen, o a aquello con lo cual están asociados en el interior del contexto original. Así, el analista político que mediante un estudio de caso examina un tratado internacional o un discurso presidencial no puede simplemente pasar por alto las características semánticas y situaciones, ni tampoco las consecuencias políticas de esos sucesos.

La dirección de la interpretación del analista es isomorfa con respecto al proceso simbólico en la realidad. O tal vez *desea analizar los datos en relación con un contexto que no comparten los comunicadores o sujetos individuales en cuestión, o que sencillamente no conceptualizan de forma similar*. Las teorías válidas, las construcciones analíticas o las experiencias ocurridas en el pasado con un contexto determinado pueden hacer que los datos se conviertan en “entidades simbólicas no convencionales”, llevando al analista a inferencias de las que los sujetos no son conscientes, o que no pueden aceptar o validar. Esta situación se ve bien reflejada en el uso de los tests proyectivos: en ellos los sujetos responden a estímulos ambiguos sugestivos, y así no saben de qué manera le están informando al analista sobre su personalidad, su psicopatología o sus aptitudes. Sólo el investigador puede reconocer las cualidades simbólicas de estos datos.

El análisis de contenido puede abordar un gran volumen de información. Gran parte de los estudios etnometodológicos*, así como los estudios de caso en psiquiatría, historia y ciencias políticas, se centran en fragmentos pequeños y singulares de textos, tratando de inferir con alguna profundidad los correlatos contextuales. Sin duda, este enfoque puede ser eficaz y no se excluye su uso en el análisis de contenido, especialmente en su etapa preliminar, pero tiende a eludir el uso de controles de calidad

para garantizar el significado estadístico y la fiabilidad de los hallazgos. Los datos generados por los análisis de contenido pueden muy pronto exceder la capacidad de trabajo de un solo analista, como pone en evidencia esta serie de unidades de análisis:

- 481 conversaciones personales (Landis y Burt, 1924)
- 427 textos escolares (Pierce, 1930)
- 4 022 temas publicitarios (Shuman, 1937, citado por Berelson, 1952).
- 8 039 editoriales de periódicos (Foster, 1938).
- 800 noticias difundidas por programas de radio en lenguas extranjeras (Arnheim y Bayne, 1941)
- 19 553 artículos editoriales (Pool, 1952).
- 15 000 personajes en mil horas de programas de ficción televisivos (Gerbrer y otros, 1979).

En consecuencia, el especialista en análisis de contenido puede encontrarse ante un gran volumen de datos lingüísticos que ya no podrá analizar una sola persona. Tal vez deba contar con muchos colaboradores con el auxilio de máquinas; el procesamiento abarcará un período prolongando y exigirá una organización especial de la investigación, controles de calidad y una metodología bien definida.

+

*Intelección: Acto de entender o concebir.

*Vicaria (o): El que hace las veces de otro.

*Elucidaciones: Declaraciones, explicaciones.

*Etnometodología: Método que estudia la formación y los caracteres físicos de las razas humanas.



NUEVAS ADQUISICIONES

- Alhama, Rafael, [et al]: *Dimensión social de la empresa: Esencia de las nuevas formas organizativas*. – La Habana: Ed. Ciencias Sociales, 2005. – (Economía)
- Colectivo de autores: *Convivir en familias sin violencia*. – La Habana: Ed. Imágenes, 2005
- Colectivo de autores: *Metodología de la investigación educacional: Desafíos y polémicas actuales*. – La Habana: Ed. Félix Varela, 2003
- Colectivo de autores: *Relaciones de dirección en Cuba: Sujeto social y fundamentación ideológica*. – La Habana: Ed. Academia, 2005
- Dieterich, Heinz: *Nueva guía para la investigación científica*. – Buenos Aires: Ed. 21, 1999. – (Ciencia y Tecnología)
- Fernández, Carlos y Santiago Alba: *Cuba: La ilustración y el socialismo*. – La Habana: Ed. Ciencias Sociales, 2005. – (Política)
- Hart, Armando: *Marx, Engels y la condición humana: Una visión desde Latinoamérica*. – New York: Ed. Ocean Press, 2005
- Hernández, Hiram: *Poder-Saber: Una ciencia política de la liberación*. – La Habana: Ed. Ciencias sociales, 2005
- Solórzano, César: *Abrimos el Debate: Democracia participativa*. – Caracas: Ed. Pomaire, 2005
- Sousa, Boaventura de: *Reinventar la democracia: Reinventar el Estado*. – La Habana: Ed. José Martí, 2005
- Therborn, Göran: *La Ideología del poder y el poder de la ideología*. – La Habana: Ed. Ciencias Sociales, 2004. – (Filosofía)