



**Facultad de Ciencias Sociales  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

# PROGRAMA

## I. ANTECEDENTES GENERALES

NOMBRE DEL CURSO:	Análisis de Contenido Cuantitativo
ACADÉMICA:	Macarena Peña y Lillo Araya
HORAS CRONOLÓGICAS:	5 horas
FECHA y HORARIO:	06 de octubre de 09 a 14 horas.

## II. DESCRIPCIÓN

El análisis de contenido consiste en una lectura sistemática de textos escritos, imágenes o audios y es actualmente una de las técnicas de investigación más utilizadas en los estudios de comunicación y en las ciencias sociales en general.

Este seminario presentará una mirada general sobre esta técnica de investigación que incluirá aspectos teóricos y epistemológicos así como también aspectos prácticos. Se explicará el paso a paso del análisis de contenido cuantitativo y se entregarán ejemplos de investigaciones recientes publicadas en las más prestigiosas revistas de comunicación.

## III. OBJETIVOS

Al final de este seminario, los asistentes serán capaces de:

- Definir qué es y en qué consiste el proceso del análisis de contenido cuantitativo.
- Evaluar las fortalezas y debilidades de investigaciones basadas en el uso del análisis de contenido cuantitativo.
- Delinear un proyecto de investigación que use análisis de contenido cuantitativo como metodología.

## IV. CONTENIDOS

- Qué es el análisis de contenido y qué tipos de preguntas de investigación se pueden responder usando este método.
- Textos susceptibles de ser analizados.
- Asuntos epistemológicos y metodológicos relativos al análisis de contenido cuantitativo.
- El rol de la teoría en el análisis de contenido cuantitativo.
- El proceso de unitización.
- El proceso de codificación.
- La importancia del acuerdo entre codificadores.
- El uso de tecnología en el análisis de contenido cuantitativo.
- Los resultados de un análisis de contenido. Breves notas sobre las estadísticas más utilizadas.

## V. METODOLOGÍA

La metodología de trabajo en este seminario será principalmente expositiva. Los contenidos se presentarán a través de ejemplos concretos de investigaciones en el campo de la comunicación y algunas actividades breves se llevarán a cabo durante la presentación.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

Bonini, T., & Morello, G. (2014). No news from abroad: A comparative content analysis of news issues on Italian radio. *European Journal of Communication*, 29(2), 218-229. doi: 10.1177/0267323114520782

Brown, J. D., Zhao, X., Wang, M. N., Liu, Q., Lu, A. S., Li, L. J., . . . Zhang, G. (2012). Love is all you need: A content analysis of romantic scenes in Chinese entertainment television. *Asian Journal of Communication*, 23(3), 229-247. doi: 10.1080/01292986.2012.729148

Cushion, S., Aalberg, T., & Thomas, R. (2013). Towards a rolling news logic in fixed time bulletins? A comparative analysis of journalistic interventions in the US, UK and Norway. *European Journal of Communication*. doi: 10.1177/026732313504373

de Graaf, R., & van der Vossen, R. (2013). Bits versus brains in content analysis. Comparing the advantages and disadvantages of manual and automated methods for content analysis. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 38, 433-443.

Giglietto, F., & Selva, D. (2014). Second Screen and Participation: A Content Analysis on a Full Season Dataset of Tweets. *Journal of Communication*, 64(2), 260-277. doi: 10.1111/jcom.12085

Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Lee, C.-j., Long, M., Slater, M. D., & Song, W. (2014). Comparing Local TV News with National TV News in Cancer Coverage: An Exploratory Content Analysis. *Journal of Health Communication*, 1-13. doi: 10.1080/10810730.2014.894598

Lewis, S. C., Zamith, R., & Hermida, A. (2013). Content Analysis in an Era of Big Data: A Hybrid Approach to Computational and Manual Methods. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 34-52. doi: 10.1080/08838151.2012.761702

Li, N., Anderson, A. A., Brossard, D., & Scheufele, D. A. (2014). Channeling Science Information Seekers' Attention? A Content Analysis of Top-Ranked vs. Lower-Ranked Sites in Google. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 562-575. doi: 10.1111/jcc4.12043

Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Park, J., Baek, Y. M., & Cha, M. (2014). Cross-Cultural Comparison of Nonverbal Cues in Emoticons on Twitter: Evidence from Big Data Analysis. *Journal of Communication*, 64(2), 333-354. doi: 10.1111/jcom.12086

Peña-y-Lillo, M. (2012). La importancia del acuerdo entre codificadores para el análisis de contenido. *Comunicación y Medios*, 25, 47-56.

Puhl, R. M., Peterson, J. L., DePierre, J. A., & Luedicke, J. (2013). Headless, Hungry, and Unhealthy: A Video Content Analysis of Obese Persons Portrayed in Online News. *Journal of Health Communication*, 18(6), 686-702. doi: 10.1080/10810730.2012.743631

Schultz, A. S., Moore, J., & Spitzberg, B. H. (2013). Once Upon a Midnight Stalker: A Content Analysis of Stalking in Films. *Western Journal of Communication*, 78(5), 612-635. doi: 10.1080/10570314.2013.809475