



**AÑO: 2017**

**Nombre del seminario:** Análisis de contenido

**Eje:** Metodológico

**Modalidad:** presencial

**Sede:** Buenos Aires

**Fechas y horario:** 6, 13, 20 y 27 de septiembre (horario a confirmar)

**Profesoras:** Gabriela Fabbro y Natalia Aruguete

Gabriela Fabbro es Dra. en Comunicación Pública (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, Tenerife – España). Licenciada en Artes (Facultad de Filosofía y Letras, U.B.A.). Secretaria Académica adjunta al Consejo de Dirección, Facultad de Comunicación, Universidad Austral. Docente de la Facultad de Comunicación (Universidad Austral) como Titular de las cátedras *La narración audiovisual en cine y televisión* y *Taller de Realización Audiovisual*, y como Adjunta de la cátedra de *Contenidos culturales contemporáneos*. Es docente en el Doctorado en Comunicación Social y en la Maestría en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones (EPC, Universidad Austral). Co-autora de los libros *Cine argentino – Industria y Clasicismo 1933-1956 – Tomos I y II*; *Diccionario de directores argentinos y latinoamericanos*; *El cine argentino en democracia – 1983-1993*. Es Coordinadora del Observatorio de la Televisión Argentina (sede en la Universidad Austral).

Natalia Aruguete es Doctora en Ciencias Sociales (UNQ) y magíster en Sociología Económica (IDAES-UNSAM). Investigadora del Conicet. Profesora en la Universidad Nacional de Quilmes, la Universidad Nacional de Rosario y la Universidad Austral. Ha dictado cursos en niveles de grado y posgrado en varias universidades nacionales y extranjeras. Su línea de investigación se centra en el estudio de las agendas política, mediática y pública. Es colaboradora en *Página 12* y en *Le Monde Diplomatique*.

## **Contenidos**

### **UNIDAD I:**

Definición del análisis de contenido cuantitativo. Rasgos: cuantitativo, sistemático, ¿objetivo?/intersubjetivo. El rol del Marco teórico en las investigaciones hipotético-deductivas. La operacionalización del “nivel de relevancia” (desde la perspectiva de la *Agenda Setting*) y de los “encuadres noticiosos” (desde la perspectiva del *Framing*). Los encuadres como variables latentes y su operacionalización en indicadores manifiestos.

**UNIDAD II:**

La imagen de la realidad y la realidad de la imagen. La inmediatez y el reflejo, la materialidad y el *constructo*. La construcción del contenido y la construcción del sentido. Elaboración de una hipótesis. El armado de un protocolo. Elección del corpus. Significado y sentido. La descripción y la interpretación. Instrumentos y técnicas. La transcripción. Materiales de la expresión y códigos. Cómputo de datos. Análisis de frecuencias.

**UNIDAD III:**

Etapas del análisis. La segmentación, la estratificación y la recomposición. Diferencia con otras disciplinas. Problemas que plantea. Garantías y validación del análisis. Criterios de validación internos y externos. El análisis de contenido cualitativo: fundamentación, componentes, herramientas.

**UNIDAD IV:**

Campos de aplicación del análisis de contenido. Componentes. Pasos: conceptualización, operacionalización, elaboración del libro de códigos, muestreo. Tipos de unidades de análisis. Modelo de análisis en el discurso cinematográfico, el discurso televisivo, la prensa, la radio, la publicidad, el spot político, los microrelatos, entre otros.