

---

# ANALISIS DE EXPRESION. PROBLEMAS, A PROPOSITO DE LA SELECCION DE LAS UNIDADES, EN ANALISIS DE CONTENIDO

María Dolores Cáceres

---

El objetivo que se propone esta colaboración es mostrar algunos de los problemas que, a propósito de la selección de las unidades de análisis, se le plantean al investigador a la hora de analizar expresiones en un proceso de comunicación, tomando en cuenta las variables de aquéllas —las expresiones— con relación al proceso y las variables de éste —el proceso— con relación al sistema concreto de comunicación que se considere.

Aquellos problemas cobran especial relevancia porque la selección de unidades y la pertinencia del criterio seguido para definir las marcan los límites exactos de las inferencias, que puede permitir el análisis a partir de su explotación.

A diferencia de los análisis sociológicos realizados sobre datos extraídos de encuestas, el análisis de textos producidos por intercambios comunicativos plantea serias dificultades. En los análisis sociológicos, las variables del análisis —edad, sexo, hábitat, por ejemplo— se establecen por unidad de «encuesta» —un sujeto, habitualmente—, sirviendo luego esta misma unidad para su procesamiento. El análisis de textos, por el contrario, supone, a este respecto, una definición de unidad no satisfactoriamente resuelta. En numerosas ocasiones se salda el problema al costoso precio de transgresiones epistemológicas de nivel, en base a disociaciones entre «unidad de continente» y «unidad de contenido»; estas «unidades», no siempre bien definidas, son

---

estudiadas independientemente, olvidando que son el anverso y el reverso de la misma moneda: «la expresión», de la que, sin embargo, se desdeñan variables relativas al uso social, comunicativo y referencial de los procesos de intercambio en que aquélla se inserta.

### *La selección de la unidad*

Cuando se trata de estudiar, comparar y evaluar los distintos aspectos o dimensiones objetivas de los usos comunicativos de las expresiones, en tanto que componente del sistema de comunicación, sólo se acostumbra a reparar en el problema de delimitar cuál es la secuencia mínima dotada de significado (contenido) a partir del continente. La cuestión es seccionar la «expresión» en fragmentos de naturaleza tal que permitan atribuirles legítimamente las categorías establecidas para el análisis. Pero no es lícito establecer una unidad muestral —o una unidad de corpus, en el caso de no trabajar con criterios de representatividad estadística— en base a unos criterios relativos al continente y luego categorizar y procesar las dimensiones del contenido en base a otros criterios y a otras unidades consiguientes. (Sería como si en los estudios sociológicos, una vez se considerase un «caso» válido la encuesta cumplimentada completa y otras, se tomasen como «casos» válidos cada una de las páginas de la misma encuesta.)

Las expresiones —el producto comunicativo de los medios de comunicación de masas— se generan en un proceso de producción social que se inicia cuando un acontecimiento es percibido y transmitido por los actores-emisores de la comunicación, que son los encargados de hacerlo llegar a un número indeterminado de personas —los actores-receptores de la comunicación— de distinta edad, sexo, costumbres, educación, etc., a los que les resulta espacial, técnica y lingüísticamente accesible tal producto<sup>1</sup>.

Aunque hoy la tecnología permite transmitir la expresión, a propósito de un acontecimiento simultáneo con su ocurrencia, las más de las veces, entre el acontecimiento que se produce y el actor-receptor que lo conoce por el uso cognitivo que hace de la expresión recibida, se interpone un largo proceso de selección y elaboración del producto comunicativo, llevado a cabo por los profesionales que, dentro de la institución comunicativa, se encargan de esta tarea: los periodistas.

Puesto que el producto comunicativo es un bien que se genera en el marco de unas instituciones, públicas o privadas, sujetas a las dependencias del mercado, de la tecnología y de la organización social, es un producto sometido a todas las leyes que rigen la producción de bienes y servicios y se ve constreñido a las disponibilidades de espacio/tiempo con que cada medio cuenta<sup>2</sup>. Esto quiere decir que el actor-emisor no puede decirlo «todo» a

<sup>1</sup> Cfr. V. ROMANO, *Introducción al Periodismo*, Teide, Barcelona, 1984.

<sup>2</sup> Cfr. M. MARTÍN SERRANO, *La producción de comunicación social* (en prensa).

propósito de un hecho, sino que se ve obligado a hacer una selección de datos (de referencia) para cada acontecimiento —noticia—. Así, las expresiones procedentes de los medios de comunicación de masas, elaboradas por los periodistas bajo modos convencionales de captar y traducir la realidad (géneros periodísticos), son el producto de un doble proceso: social y comunicativo, cuya finalidad es proporcionar a los actores-receptores (audiencias) información sobre aquellos acontecimientos que han sido seleccionados como objetos de referencia de la comunicación y a propósito de los cuales las audiencias poseen elementos de conocimiento suficientes para permitir integrar los nuevos datos de la comunicación en el ámbito de su imagen mental del acontecer.

A la hora de delimitar la unidad mínima de análisis, existe el riesgo de segmentar las expresiones —el producto comunicativo— a nivel puramente físico del continente: centímetros cuadrados de superficie impresa, párrafos, columnas —para el caso, por ejemplo, de la prensa— o en minutos de emisión —para la radio—, etc. Estas unidades físicas son luego tomadas como variables por intervalos, para comparar categorías establecidas *a priori* y referidas al universo del acontecer, exterior al sistema de comunicación y, en concreto, propias del sistema de referencias<sup>3</sup>.

En este caso, un análisis que se propusiera comparar las distintas cantidades de espacio dedicadas a los acontecimientos más diversos, nada o poco aporta sobre el «contenido» (o uso comunicativo) de las expresiones analizadas. Este es el tipo de análisis propuesto por Kayser<sup>4</sup>: éste recoge, como categorías de análisis, además de las dimensiones físicas de las «noticias» de prensa, su ubicación espacial dentro de la página y la localización de ésta dentro del periódico; las inferencias luego las atribuye al contenido ilegítimamente, a mi juicio.

Por otra parte, también existe el riesgo de fraccionar el subsistema de la expresión en «unidades informativas», atendiendo a los géneros periodísticos: artículo, editorial, crónica, diario hablado... Pero estas unidades, como las anteriores, no siendo unidades de contenido, carecen, además, de homogeneidad: la extensión, forma y estructura de dos artículos nunca es la misma, la duración y organización de un diario hablado varía de una emisora a otra, etcétera). Si la «unidad informativa» no es de carácter fijo, siempre quedará a merced de la arbitraria categorización apriorística del investigador el seguir luego dividiendo, por ejemplo, el universo del acontecer en bloques informativos —nacional, internacional—; éstos, a su vez, en temas —economía, laboral, orden público— dentro de cada bloque, y así sucesivamente. (Sin olvidar que el análisis será tanto más rico cuanto más pequeña sea la unidad de análisis.)

También se suele recurrir a tomar prestadas de la lengua sus unidades

<sup>3</sup> Modelo dialéctico, cfr. M. MARTÍN SERRANO *et al.*, *Teoría de la Comunicación*, A. C. (ed.), Madrid, 1983.

<sup>4</sup> Cfr. J. KAYSER, *Le quotidien français*, Colin, París, 1963.

tradicionales de significación: la palabra y la oración; pero, si bien éstas podrían funcionar como meras unidades de significación, son difícilmente asociables a los otros aspectos relativos al «continente» con que se produce la expresión en los procesos comunicativos de masas y llevarían el infructuoso camino de recuentos de frases o de palabras —palabras llenas, palabras vacías— (o de análisis automático de textos), etc. En este sentido, la lengua como sistema, tampoco es capaz de ofrecer una respuesta satisfactoria para el análisis de la expresión en sus variables referidas al proceso del que forma parte: el proceso de comunicación.

La segmentación de la expresión en «unidades físicas» —temporales, espaciales—, o en «unidades informativas» —artículo, crónica, diario hablado— o en unidades de significación —frase, palabra— presenta en todos los casos serios inconvenientes. Unos métodos permiten «medir» el continente, pero olvidando el contenido, y otros, al contrario, toman en cuenta el contenido, pero a cambio de renunciar a estudiar el continente.

Si lo que se propone el análisis es dar cuenta de los distintos aspectos o dimensiones objetivas de los contenidos comunicativos a partir de lo «expreso» —el continente— el camino a seguir, para fijar el criterio de selección de la unidad mínima de análisis, habrá que buscarlo a nivel del subsistema de la *expresión*, en tanto que componente del sistema de comunicación, y en el *proceso* mismo en que ésta se genera. Lo cual permitirá, por un lado, dar cuenta de cómo el *continuum* de significado, susceptible de ser dividido, es fraccionable en secuencias que tienen sentido en sí mismas y que, por lo tanto, son procesables independientemente unas de otras; por otra parte, permite legitimar las categorías del análisis en base a que son atribuibles a estas «unidades» en cuanto que son «fragmentos» de la expresión comunicativa.

### *El análisis de las expresiones radiofónicas*

El análisis de la expresión radiofónica, cuyo discurso sonoro es lineal en el tiempo y, por lo tanto, percedero, supone la dificultad adicional de tener que transcribirlo a otros signos de naturaleza tal que no desaparezcan a cada segundo.

Salvada esta dificultad, y si se acepta como marco teórico aquel que concibe la comunicación como un tipo de interacción —expresiva—, en cuyo estudio, como sistema, se seleccionan como componentes heterogéneos, estructural y funcionalmente diferenciados: *actores, instrumentos, expresiones y representaciones*<sup>5</sup>, el análisis de las expresiones radiofónicas obliga a no separar su estudio del uso a que los actores emisor y receptor someten, en su interacción, tal producto.

Esto quiere decir que es necesario plantear el estudio de las expresiones

<sup>5</sup> Cfr. M. MARTÍN SERRANO *et al.*, *Teoría de la Comunicación*, *op. cit.*

radiofónicas teniendo en cuenta el propio proceso de la interacción comunicativa en el que éstas se generan. Lo cual supone tomar en consideración cómo el actor-emisor de la comunicación «anticipa», en virtud de los acontecimientos de referencia, una configuración, construyendo uno o varios vectores de significación para cada uno de estos acontecimientos, en cuanto objetos de referencia, y cómo el actor-receptor oyente «decodifica», a partir de esas configuraciones, unos datos de referencia. Esa configuración está en la base del discurso radiofónico cuyas secuencias se dotan, en base a ella, de sentido; sólo así pueden aquellas configuraciones ser analizadas de manera independiente unas de otras, es decir, considerándolas como «casos» independientes cuya variabilidad es la estudiada para un universo constituido por el conjunto de todas las expresiones intercambiadas.

Para ello se hace necesario tomar en cuenta, por una parte, el objeto de referencia de la comunicación o acontecimiento, a propósito del cual el emisor anticipa la configuración al codificarla y el receptor la decodifica, y, por otra parte, el conjunto de variables a que la configuración se somete, que hemos denominado de *expresividad radiofónica*.

Para el estudio de las expresiones radiofónicas propongo hablar de *unidades de contenido*, para designar todas aquellas secuencias del discurso radiofónico cuya configuración de datos de referencia, a propósito de un mismo acontecimiento —objeto de referencia—, presenta la misma *expresividad radiofónica*; es decir, cuyas variables formales de producción de las expresiones radiofónicas —variables de expresividad radiofónica— no modifican las distancias de interacción entre los actores que se comunican.

### *Producción, comunicación y consumo de expresiones por radiodifusión*

Si se acepta que la interacción comunicativa puede ser estudiada como un sistema, hay que considerar al sistema de comunicación como un *sistema abierto* a las afectaciones de otros sistemas exteriores, no comunicativos, como el sistema social y el sistema de objetos de referencia —que engloba todo aquello a propósito de lo cual cabe comunicar mediante el manejo de datos de referencia—, con los que interactúa, de forma dialéctica, en el interior de un sistema *unwelt* —el sistema histórico.

Esto quiere decir que los componentes del sistema de comunicación —actores, instrumentos, expresiones y representaciones— también ocupan posiciones y desempeñan funciones propias de los componentes de estos sistemas con los que interactúa y se hallan afectados por su existencia y su funcionamiento.

Así, las expresiones radiofónicas, además del intercambio comunicativo al que sirven como soporte de datos, están sometidas a un uso social, por parte de los actores de la comunicación, en cuanto que son el soporte de mo-

delos del mundo (normas, principios, valores...). A su vez, el sistema social afecta al componente expresiones en su proceso de producción (división social del trabajo), sometiéndolo a las leyes de producción que rigen a nivel social.

Por otra parte, la actividad comunicativa media la adaptación del individuo frente al entorno, en la medida en que aquélla implica, por parte del oyente, acciones o reacciones que el individuo llevará a cabo, después de haber recibido el mensaje, para reajustar su conducta o su conocimiento al entorno cambiante.

La naturaleza acústica de las expresiones radiofónicas está constituida por lenguaje hablado, música y un conjunto de sonidos sin armonía que acompañan a la acción, denominados «ruidos». Según el tipo de programación de que se trate, predominarán unos u otros de estos elementos, originando distintas prácticas comunicativas.

A nivel de los objetivos que se persiguen en la interacción puede estar el proporcionar al actor-receptor un conjunto de sensaciones que denominamos «placer estético» —consistente en un estado psíquico del oyente—; por ejemplo, en el caso de las emisiones musicales en que se persigue el deleite a través de su audición. Por el contrario, también se puede tratar de proporcionar al oyente datos de referencia, a propósito de objetos de referencia, frente a los cuales el actor-receptor puede adoptar diversidad de usos (materiales, cognitivos o de valoración); por ejemplo, en el caso de las cuñas publicitarias, los programas informativos, etc.<sup>6</sup>

Esta comunicación de intencionalidad semántica engloba tres tipos distintos de mensajes<sup>7</sup>:

- Expresiones que, por su objeto de referencia, implican una adaptación (cognitiva, axiológica o pragmática) del actor-receptor a estímulos del entorno: emisiones informativas de actualidad.
- Expresiones que, por su referente, implican una apropiación del entorno por parte del actor-receptor oyente: publicidad, consultorios...
- Expresiones que, por su referente, implican una adaptación del actor-receptor a la actividad de un ejercicio gratificante: concursos, juegos radiofónicos...

Considerando la situación en la que el oyente participa, como actor-receptor, de la interacción comunicativa, cabe señalar que el flujo sonoro que emana del aparato receptor de radio —las expresiones comunicativas— constituye

<sup>6</sup> En este sentido, A. Moles distingue dos puntos de vista en todo mensaje: el punto de vista estético y el punto de vista semántico, que se corresponden con dos tipos distintos de información; A. MOLES, *Teoría de la Información y percepción estética*, Júcar, Madrid, 1975.

<sup>7</sup> J. L. PIÑUEL, en *Cultura y Percepción*, denomina a estos tres grupos: «universo de los conflictos de integración», «universo de las necesidades y satisfacciones» y «universo de las victorias y derrotas».

una serie de estímulos que, junto con otros provenientes de diversas fuentes, ocupan el entorno personal del individuo. Este tiene en sus manos el seleccionar o percibir aquellos estímulos a los que se somete; en este sentido, podemos decir que el individuo actúa sobre su entorno en función de los objetivos que va persiguiendo en él, haciendo desaparecer aquellos estímulos que no le interesan en ese momento o proporcionando aquellos otros que desea que atraigan su atención. Por lo tanto, la incidencia de las expresiones radiofónicas y las operaciones perceptivas y cognitivas que a continuación se siguen dependen de la atención disponible que les permita la actividad en que se ocupa el actor-receptor durante la interacción comunicativa a través de la radio.

A diferencia de otros medios, como la prensa o la televisión, la radio admite tres niveles de atención a sus mensajes que se corresponden con tres tipos de escucha diferentes: la escucha de atención selectiva, mediante la cual, al girar el botón, se busca en el dial del aparato receptor de radio el tipo de emisión que se desea escuchar (la atención está concentrada en conseguir la mayor calidad posible en la recepción sonora); la escucha de ambiente, con la cual lo que se pretende es proporcionar un telón de fondo para ocupar el silencio, permitiendo que el oyente se dedique a otras actividades que atraigan primordialmente su atención, y la escucha de atención primordial, con la cual la atención del oyente está principalmente dirigida al discurso radiofónico, aunque también le permite dedicarse a otro tipo de actividades secundarias que no requieran un esfuerzo grande de atención (por ejemplo, actividades rutinarias como el aseo personal, actividades domésticas, etc.).

Si se acepta que el individuo trata siempre de mantener la constancia de su entorno en función de los objetivos que va persiguiendo en él, es lógico pensar que intentará siempre prever, de alguna manera, las variaciones perceptibles de ese entorno. Según J. L. Piñuel y A. Moles<sup>8</sup>, las variaciones que no han sido previstas son «acontecimientos». La imprevisibilidad, pues, determina que un hecho se convierta en acontecimiento; lo que no significa que no haya otro tipo de acontecimientos posibles, tales como los provocados por las variaciones inhabituales o extraordinarias. Un hecho, por ejemplo, puede ser esperado y, por lo tanto, previsible, pero por su carácter extraordinario, o porque sus consecuencias sean inhabituales, también se convierte en acontecimiento. (Piénsese, por ejemplo, en la elección de un presidente de gobierno, cuyo conocimiento es anterior al hecho de la elección; pero, sin embargo, su carácter extraordinario le convierten en acontecimiento.)

Así definidos, los acontecimientos se hallan siempre situados en el espacio y en el tiempo; por lo tanto, pertenecen a un entorno determinado. Hay

---

<sup>8</sup> Cfr. A. MOLES, *Micropsychologie et vie quotidienne*, Denoël, París, 1976; J. L. PIÑUEL, *Cultura y percepción. El análisis de contenido en el marco de una teoría epistemológica para las ciencias sociales: la Teoría de la Comunicación*, Universidad de Salamanca, Salamanca, 1979.

entornos o espacios que, por su naturaleza, presentan mayor número y diversidad de acontecimientos (piénsese, por ejemplo, en la Cámara del Congreso de los Diputados), mientras que otros entornos (como el que constituye la vida personal del individuo) dan lugar a menor número de diversidad de acontecimientos, dada la tendencia del hombre a conservar el «equilibrio homeostático» con su entorno.

No obstante, el individuo debe llevar a cabo parte de sus actividades en entornos que él no domina. Esto es, en entornos cuyas variaciones no dependen, en modo alguno, de sus decisiones personales. Sin embargo, en la medida en que se ve obligado a desenvolverse en este tipo de entornos, le es preciso disponer de una idea general del estado de cosas acerca de una situación determinada, a fin de poder prever o evitar «imprevistos» en su actividad futura y las consecuentes situaciones desagradables que de ello se siguen.

Un margen demasiado amplio o demasiado estrecho, por parte del individuo, destinado a las previsiones, puede hacer aparecer las variaciones de muy distinta manera; pero, no obstante, los acontecimientos siempre encierran un valor para el individuo en la medida en que éste no siempre disponga de alguna previsión sobre los acontecimientos y sus circunstancias, o deba realizar alguna actividad en entornos que no dependen de sus decisiones personales, o posea una idea de esos entornos en donde las variaciones, aun siendo previsibles, le resultan, al menos, inhabituales y desacostumbradas y le aporten satisfacciones extraordinarias o molestias a las que no está acostumbrado.

Así, los acontecimientos, en virtud de la selección de datos de referencia que los actores-emisores de la comunicación —los periodistas— hacen para cada acontecimiento, implican, en mayor o menor medida, al actor-receptor, que tiende a reajustarse a nuevas situaciones de su entorno.

Estos acontecimientos, objetos de referencia de la comunicación radiofónica, son conocidos por los actores-receptores oyentes a través de los datos de referencia, de los cuales el soporte material son las expresiones radiofónicas, en cuyo proceso de producción los actores-emisores de la comunicación generan configuraciones diversas de datos de referencia para cada acontecimiento —objeto de referencia—, estableciendo distancias distintas en la interacción, entre los actores de la comunicación radiofónica.

El concepto de distancia en la interacción alude a la distancia de participación a la que se sitúa el actor-receptor oyente respecto al acontecimiento —objeto de referencia—. Esta distancia psicológica no puede ser medida en unidades geométricas, sino que tiene que ser considerada en base a aquellas variables de producción de las expresiones radiofónicas —que hemos denominado de *expresividad radiofónica*— en virtud de las cuales el actor-emisor establece, en el proceso de comunicación, un mayor o menor «alejamiento» entre los datos de referencia, a propósito de un acontecimiento dado y su conocimiento por el receptor-oyente de la comunicación.



La distancia de participación en la interacción radiofónica puede ser considerada en función de:

- el número de intermediarios que separan al actor-receptor oyente de los datos de referencia, a propósito de un acontecimiento dado;
- el tiempo transcurrido desde el acaecimiento de un acontecimiento, en cuanto objeto de referencia de la comunicación radiofónica, hasta su conocimiento por el actor-receptor oyente, y
- la integridad o no del acontecimiento, objeto de referencia de la comunicación radiofónica.

Es obvio que los acontecimientos no siempre pueden transmitirse con el único intermediario del instrumento tecnológico —en este caso, la radio—, intercalado entre el acontecimiento y el oyente, sino que, en numerosas ocasiones, hasta que un hecho no se produce no se puede tener conocimiento de su existencia —por ejemplo, un accidente ferroviario de grandes dimensiones— (acontecimiento imprevisible). En consecuencia, el actor-emisor de la comunicación no siempre puede disponer de los recursos técnicos y humanos necesarios, en el momento preciso y en el lugar adecuado, para que el propio acontecimiento participe directamente en la génesis de las expresiones radiofónicas (lo que constituiría un proceso de comunicación de verificación referencial). Incluso, aun siendo posible prever el acaecimiento de un acontecimiento (previsible, pero inhabitual), no es frecuente el uso de esta forma de comunicación, como queda demostrado a la vista de análisis efectuados<sup>9</sup>.

Las «noticias» o, lo que es lo mismo, aquellos acontecimientos que, por su relevancia, son dignos de ser reseñados por los medios de comunicación de masas llegan a las redacciones de las emisoras por múltiples vías: agencias, corresponsales, cronistas, etc. Esto quiere decir que el número de intermediarios que se interponen entre el acontecimiento y su conocimiento por el oyente varía mucho e, incluso, en algunas ocasiones —como en el caso de las noticias de agencia— es imposible para el analista determinar el número exacto.

El individuo, como dice A. Moles, es «perspectivista»<sup>10</sup>, y para él lo más cercano es más importante que lo que está más alejado, puesto que lo alejado se proyecta sobre el campo de su conciencia con una intensidad reducida por la distancia respecto a lo que está próximo. Consecuentemente, el actor-receptor se sentirá más «próximo» al acontecimiento, en la interacción, si sólo median entre ambos los recursos técnicos (micrófono - aparato emisor - ondas hertzianas - aparato receptor - amplificador) que hacen posible la transmisión de datos de referencia que si entre ellos se interponen: testigos presenciales (corresponsales), medios técnicos y profesionales (por ejemplo, cuando un co-

<sup>9</sup> Cfr. M. D. CÁCERES, *Comunicación radiofónica y entorno social*, tesis de licenciatura, Madrid, 1981.

<sup>10</sup> Cfr. A. MOLES, *Théorie des actes*, Casterman, 1977.

municado oficial es leído por un redactor de la emisora) o un número indeterminado de intermediarios (noticias de agencia).

Evidentemente, tampoco es siempre posible transmitir los acontecimientos simultáneamente con su ocurrencia; por lo tanto, el mayor o menor lapso de tiempo transcurrido entre que se produce el acontecimiento y su conocimiento por el oyente, a través de los datos de referencia de las expresiones radiofónicas, también determina diversos grados de proximidad o alejamiento en la distancia de participación en la interacción.

Esta distancia se reduce si no media ningún espacio de tiempo (transmisión en directo), mientras que se verá aumentada si existe algún tiempo entre ambos (emisión en diferido).

Finalmente, se puede afirmar que, por las mismas razones, los acontecimientos —noticias— casi nunca son transmitidos desde el comienzo hasta su final. Esto quiere decir que, en base a la integridad o no del acontecimiento, también se pueden detectar distintos grados en la distancia de participación en la interacción comunicativa.

La menor distancia y, por tanto, la mayor proximidad en la interacción corresponderá a aquel acontecimiento que sea ofrecido en su totalidad y la distancia mayor a aquel otro acontecimiento del que sólo se ofrezca un resumen.

La constatación de grados diversos en cada una de estas variables permite traducirlos a una escala de puntuación que refleje, para cada acontecimiento, objeto de referencia, en donde se sitúan los datos de referencia de cada configuración expresiva, las cuales constituyen uno o varios vectores de significación —y, por lo tanto, una o varias «unidades de contenido»— para cada acontecimiento, en función de las variaciones dentro de la escala. Así, un mismo acontecimiento puede ser estudiado en una o varias unidades de análisis, en base a estas tres variables.

La determinación del número de grados dentro de la escala queda en manos del investigador, que es el que decidirá sobre la amplitud de tales grados en función de los objetivos del análisis, el material estudiado, etc. Lo relevante de la escala no es, pues, el número de puntos fijados, sino el que éstos permitan establecer discriminaciones entre unas unidades y otras para su comparación y posterior análisis.

Esto permite estudiar las expresiones radiofónicas en base a sus objetos de referencia —aquello a propósito de lo que se habla— y en base a las características formales de producción de estas expresiones comunicativas. A partir de aquí es lícito, a mi juicio, atribuir las categorías del análisis a las unidades de análisis —unidades de contenido— en cuanto que éstas tienen sentido por sí mismas y, por lo tanto, son procesables unas independientemente de otras.

---