

# Unidad 1

---

- El debate sobre el crecimiento del conocimiento científico, en la investigación de la comunicación social.

## 2 El debate sobre el crecimiento del conocimiento científico en la investigación de la comunicación social

La experiencia de haber querido ser científico en un área donde es particularmente difícil ser científico hace a las personas como tú y yo más interesadas en la filosofía de la ciencia que, digamos, un físico exitoso.

DONALD CAMPBELL a Richard Evans en Evans, *The Making of Social Psychology*, 1980

### GENERALIDADES: COMENTARIOS INTRODUCTORIOS

En este capítulo se intenta mostrar la influencia del debate acerca del crecimiento del conocimiento científico dentro de la filosofía de la ciencia, en la manera en que los estudiosos de comunicación social evalúan su trabajo científico. Este capítulo tiene una estructura paralela a la del capítulo anterior: primero se presenta la influencia del positivismo/empirismo lógico sobre la investigación de comunicación social, seguida por una discusión acerca de los distintos intentos por reconstruir la historia de nuestro campo en términos kuhnianos, paradigmáticos. Finalmente, algunas ideas de Popper y Lakatos acerca de la evaluación científica se ilustran con ejemplos de la investigación de comunicación social. Algunos elementos del modelo de *conjeturas y refutaciones* de Popper se utilizan para hacer un análisis falsacionista

de distintos aspectos del famoso debate Berelson-Schramm-Riesman-Bauer, ocurrido en 1959, sobre la situación de la investigación de comunicación social en ese momento. Las ideas metodológicas falsacionistas de Lakatos también se incluyen en la discusión del debate entre Berelson y los otros autores, para explicar el cambio del modelo de crecimiento científico de Popper al de Lakatos.

El interés por evaluar el carácter científico del campo de comunicación social por parte de los investigadores que trabajan en esta área no es nuevo. El trabajo ha aparecido en forma de capítulos en libros y artículos en revistas especializadas. En seguida revisaremos esta bibliografía ampliamente citada y conocida. Los cuatro libros de texto sobre métodos de investigación en comunicación social que hasta el momento han aparecido en nuestro campo (Nafziger y Wilkerson, 1949; Nafziger y White, 1958; Stempel y Westley, 1981; y Wimmer y Dominick, 1983) incluyen por lo menos un capítulo, generalmente el primero, que trata acerca de los fundamentos filosóficos y justificaciones de los métodos de investigación utilizados en nuestra disciplina para adquirir conocimiento.

En *Perspectivas de la comunicación humana*, Fisher (1978) dedica la primera de sus tres partes exclusivamente a asuntos de filosofía de la ciencia relevantes para discusión científica de la comunicación humana: la comunicación como una ciencia social; comunicación y teoría científica; asuntos filosóficos propiciados por la diversidad de perspectivas en el estudio de la comunicación humana, etcétera.

Por su parte, en *Empirismo lógico y el estudio de la comunicación humana*, O'Keefe (1975) estableció la conexión y apuntó hacia las similitudes entre la concepción empirista lógica de la ciencia y la manera en que los estudiosos en comunicación han llevado a cabo sus actividades científicas hasta mediados de los años setenta. También presentó el modelo de Kuhn como una opción para evaluar el trabajo en el área de comunicación humana, y, asimismo, como una manera de generar conocimiento en este campo.

Paisley (1969, 1972), en su poco conocida *Investigación de la comunicación como una disciplina de comportamiento*, presenta un esfuerzo notable a través de la filosofía de la ciencia, con el propósito de especificar sus implicaciones en la organización y el entendimiento del trabajo en nuestro campo. Su capítulo sobre "el papel de los paradigmas" es uno de los esfuerzos más importantes por parte de un investigador de comunicación social por articular las ventajas, contempladas en ese momento, del trabajo de Kuhn (1962, 1970).

En su trabajo más reciente en el área de la evaluación científica, Paisley (1984) amplía y actualiza algunos de los análisis presentados en trabajos anteriores (1969, 1972). Organiza el campo de comuni-

cación humana y social en tres áreas principales o, como él las llama, *ciencias de la comunicación*: 1. aquellas que aparecieron en otras ciencias sociales antes de que el campo de comunicación tuviera su propia identidad (por ejemplo, la difusión de innovaciones, la comunicación social, la comunicación interpersonal y organizacional); 2. aquellas subdisciplinas que tradicionalmente no se consideran dentro de las ciencias sociales pero que, de cualquier forma, han recibido gran influencia de ellas (por ejemplo, kinésica, lingüística, semiología y retórica), y 3. aquellas subáreas que han aparecido a partir del “nexo computación-comunicación-cognición” (por ejemplo, comunicación humana-computadora, procesos de información-decisión, redes electrónicas de comunicación) (Paisley, 1984, pág. 4). De especial interés es su explicación de la fundamentación de la interdisciplinaridad de la comunicación en la distinción entre campos-nivel (pág. 12) y campos-variable (pág. 13). (Véase “La idea de acumulación por reducción”, pág. 53.)

La explicación paradigmática de Paisley de la interrelación, organización y estatus de las ciencias de la comunicación empieza con la descripción de los criterios sociológicos de Kuhn de una comunidad científica. Uno de estos criterios de la “interrelación” entre miembros de una comunidad científica. En el análisis de Paisley, “interrelación” es la “relativa plenitud de comunicación entre los grupos” de científicos, mencionados por Kuhn (1962) en su descripción de las comunidades científicas.

Paisley proporcionó una prueba empírica del concepto de *relativa plenitud de comunicación* de Kuhn al llevar a cabo un análisis sociométrico con base en citas bibliográficas en las ciencias de la comunicación, y entre éstas y diversas ciencias sociales. Este *análisis sociométrico bibliográfico (co-citation analysis)* es una técnica que asigna índices a la cantidad de referencias bibliográficas en el interior y entre distintas áreas científicas. Como señala Paisley (1984, pág. 33), “las referencias a publicaciones periódicas [y de otro tipo] son fuertes indicadores del flujo de información hacia, dentro y desde una disciplina científica”. Las tendencias de las citas bibliográficas se examinan en términos de *dependencias culturales* entre áreas de investigación (comunicación dentro y fuera) y en términos de *etnocentrismo*. El resultado más importante del análisis de Paisley, en este sentido, es que “hay un intercambio completo de referencias dentro de cada subdisciplina de comunicación. [Pero] con muy contadas excepciones, no hay citas cruzadas entre las subdisciplinas” (pág. 36).<sup>1</sup>

La explicación “organizacional” de las ciencias de la comunica-

<sup>1</sup> Un artículo de Reeves y Borgman (1983) complementa el análisis de Paisley.

ción está dada por la referencia de Paisley, las raíces intelectuales y sociológicas del trabajo llevado a cabo por las ocho divisiones — que en aquel momento formaban — de la Asociación Internacional de Comunicación (ICA). El autor obtiene sus datos de las series de *Anuarios de Comunicación*, específicamente de los capítulos sinópticos de cada división ya que “los temas frecuentes de los capítulos sinópticos establecen la continuidad entre la investigación pasada y presente de la división(...). A través de las frecuentes alusiones a los estudios y paradigmas pasados, estos capítulos sinópticos ayudan a identificar las ‘raíces’ de cada división” (pág. 42).

Paisley (1984) se ocupa del estatus de las ciencias de la comunicación en su reconstrucción paradigmática de la investigación en comunicación social, como una ilustración de lo que él llamó el *no-paradigma dominante* en nuestro campo. Paisley creía que la historia de la investigación en comunicación social puede ser reconstruida de acuerdo con lo que los científicos del área “no” creen, más que en términos de sus creencias reales acerca del campo; esto constituye el surgimiento del no-paradigma dominante, que es la unidad en torno a la cual puede ser organizado el trabajo de los investigadores en comunicación social. Los principios unificadores de la investigación llevada a cabo en el área son la negociación de las hipótesis de efectos poderosos y directos de los medios masivos, que los estudiosos han sostenido en distintos momentos de la historia del área. Según Paisley (1984, pág. 84), el no-paradigma dominante “ayuda a construir una comunidad científica alrededor del estudio de la comunicación [pero] no proporciona un logro ejemplar para la investigación futura”.

También vale la pena mencionar, debido a su tratamiento de asuntos de filosofía de la ciencia, los trabajos de Tichenor (1981), Donohew y Palmgreen (1981), Hernández-Ramos (1982) y McIntyre (1982). El capítulo de Tichenor en el libro editado por Stempel y Westley (1981) sobre métodos de investigación en comunicación social, proporciona una revisión de asuntos de filosofía de la ciencia a los que se ven confrontados los investigadores trabajando en este campo: causalidad, predicción, inducción, deducción, positivismo, holismo, reduccionismo, etcétera.

El trabajo de Donohew y Palmgreen, que apareció en el mismo volumen en que se incluye el de Tichenor, presenta distintos aspectos de la construcción y contrastación de las teorías. Particularmente importantes son sus ilustraciones de construcción de teorías con ejemplos de efectos de la violencia en televisión y estudios del enfoque llamado “establecimiento de temática o agenda” (*agenda-setting*).<sup>2</sup> (Ver “Fun-

<sup>2</sup> Estos dos capítulos se presentan más exhaustivamente en la siguiente sección.

ción jerarquizadora de la información de los medios masivos”, pág. 80.)

Hernández-Ramos (1982) y McIntyre (1982) evaluaron algunos aspectos de investigación en comunicación social desde el punto de vista de la filosofía de la ciencia. El primero analizó la idea de proceso en la investigación de comunicación desde un punto de vista filosófico. McIntyre, utilizando la *Metodología* de Lakatos (1978), presentó la distinción de Lazarsfeld (1941) entre investigación administrativa y crítica, como dos programas de investigación en competencia. Monge y Nosnik (1982) revisaron críticamente la imagen de la investigación en comunicación social después del trabajo de Kuhn. Este análisis metateórico de la investigación en el área describe el modelo de cambio científico de Kuhn apuntando sus problemas filosóficos y conceptuales. Dichos autores presentan también la *Metodología* de Lakatos como un modelo alternativo de evaluación científica.

El autor de este trabajo (Nosnik, 1982) presentó los modelos de crecimiento del conocimiento científico de Popper y Lakatos en su aplicación a la investigación en comunicación masiva; asimismo, evaluó (Nosnik, 1983) el crecimiento del conocimiento científico en el área de usos y gratificaciones de comunicación social, utilizando la *Metodología* de Lakatos.

Finalmente, una evidencia de la creciente preocupación por parte de los estudiosos de la comunicación humana y social en el área de la filosofía de la ciencia es la existencia del grupo de interés en filosofía de la comunicación, organizado en los últimos años como parte de la Asociación Internacional de Comunicación (ICA). La visibilidad y actividad de este grupo de estudiosos (aproximadamente 250 de los 2 200 miembros de ICA en 1983) en la asociación profesional más grande de nuestro campo, es algo que vale la pena tener en cuenta.

## LA EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Cuando en su quehacer profesional los científicos tienen que escoger entre distintas teorías, afirma Kuhn, se comportan como filósofos de la ciencia. Esto es, la evaluación de teorías involucra metodologías de filosofía de la ciencia.

Esta sección es una revisión de las distintas doctrinas filosóficas con sus respectivos conceptos y modelos, que los investigadores en comunicación han adoptado a través de la historia para poder apoyar la generación y evaluación de conocimiento científico. Aquí se intenta mostrar cómo diversos modelos de filosofía de la ciencia describen de distinta manera el crecimiento de la investigación científica en comunicación social.

## La perspectiva positivista lógica de la investigación en comunicación social

Las influencias positivistas lógicas más importantes en la investigación en comunicación masiva, han sido: 1. la distinción entre teoría y observación; 2. el principio de verificación o *verificacionismo*; 3. la inducción como base lógica de la ciencia o *inductivismo*, y 4. la idea de acumulación por reducción, el crecimiento científico por incorporación de teorías.

### La distinción entre teorías y observación

Como se ha señalado en el primer capítulo, el positivismo lógico concibe de manera dual el lenguaje científico: lenguaje observacional y lenguaje teórico. De esta distinción se sigue que la observación de fenómenos y la construcción de teorías se conciben como dos actividades relacionadas, pero distintas. La observación se da primero, y sólo entonces se elabora la teoría, o más brevemente: datos primero, teoría después (Paisley, 1969, 1972).

Los cuatro libros de texto sobre métodos de investigación en comunicación social antes citados contienen capítulos en que se examinan las distintas etapas del quehacer científico. Todos los autores incluidos en tales publicaciones coincidieron en que la observación viene primero, y después la teoría. Nafziger (1949, pág. 4) en la introducción a su libro de texto con Wilkerson, afirma: “en el desarrollo de la investigación de los medios de información hemos pasado gradualmente por las etapas usuales de un método de investigación: 1. recolección de hechos, investigación por observación y experimento; 2. formulación de teorías para explicar los datos...”.

Westley (1958), en su capítulo acerca del método científico en la *Introducción a la investigación en comunicación social*, de Nafziger y White, asevera que la ciencia empieza por la observación perspicaz. Llamó a esta etapa del método científico el *nivel de la orientación y establecimiento de problemas* (págs. 223-224). En su análisis del método científico, Westley encontró muy relevante, incluso crucial, la doctrina del *operacionismo* y caracterizó a la investigación en comunicación social como una ciencia de la conducta cuantitativa y sistemática (pág. 202).

El *operacionismo* es una doctrina defendida y originada por el físico Percy Bridgman (1938), que tiene como fin relacionar todos los conceptos científicos con procedimientos en operaciones experimentales, para así eliminar de la ciencia los términos indefinibles empíricamente (véase *The Encyclopedia of Philosophy*, vol. 5, pág. 543). El

operacionismo es relevante para la actividad de observación en comunicación social porque, según Westley (1958), la observación y el concepto tienen que estar relacionados por una correspondencia precisa. Esta explicación es similar a la explicación positivista lógica de las “reglas de correspondencia”. Como se ha señalado en el capítulo 1, estas reglas se utilizan para definir términos teóricos, garantizar su relevancia cognitiva y en especial, para especificar los procedimientos observacionales o experimentales que permiten poner a prueba empíricamente una teoría.

Westley (1958) arguyó que el rigor científico se traduce en la estricta representación de una observación por medio de su concepto correspondiente, o un concepto en términos de su clase correspondiente de observaciones.

En su reciente capítulo sobre “Conceptualización y construcción de teorías” en el libro editado por Stempel y Westley (*Métodos de investigación en comunicación social*), Donohew y Palmgreen (1981, pág. 32) presentan el proceso de generación de conocimiento en ciencia como compuesto de siete partes. Sostienen que los científicos observan primero, y sólo después desarrollan conceptos y relacionan dichos conceptos entre sí para formar proposiciones teóricas. Basaron sus afirmaciones en la idea de “observación cruda” de Westley antes descrita, y el análisis del método científico en tres etapas de Reynolds (1971, pág. 44), que coloca la primera etapa como el nivel exploratorio en el cual “la investigación se diseña para permitir al científico mirar alrededor con respecto a algún fenómeno”.

En suma, Donohew y Palmgreen respondieron a la pregunta de si la teoría viene antes que los datos, o éstos antes que la teoría, diciendo que “la observación primero, seguida de formulaciones tentativas de construcciones y proposiciones” (1981, pág. 43).

### El principio de verificación o verificacionismo

Una segunda noción que ha tenido gran influencia en la forma en que los comunicólogos construyen y evalúan el conocimiento científico es la idea del verificacionismo.

La *verificación* es el proceso para determinar la verdad de un enunciado por medio de métodos empíricos (Ángeles, 1981, pág. 312). Está basado en el criterio de significancia de Wittgenstein en su *Tractatus* (1922). Este criterio pretende servir como un medio para distinguir entre seudoproposiciones y proposiciones significativas. La verdad de toda proposición significativa depende de otras proposiciones llamadas *elementales o atómicas*, las cuales describen hechos que, en principio, pueden ser constatados por la observación. En otras pa-

labras, las proposiciones significativas pueden ser reducidas a otras proposiciones más fundamentales que describen los estados de cosas cuya verdad puede ser establecida o rechazada remitiéndose a la observación.

Los positivistas tomaron el criterio de significancia de Wittgenstein como un criterio de distinción entre la ciencia y la metafísica. La ciencia se constituye, decían ellos, de proposiciones significativas, mientras que la metafísica de pseudoproposiciones. Así, una oración es significativa si y sólo si es verificable empíricamente. Además, un enunciado es significativo si y sólo si es verificable lógicamente o empíricamente, y una oración es significativa empíricamente si y sólo si se puede deducir de un conjunto finito de oraciones observacionales.

Así, el principio de verificación especificaba que para poder ser científicas, las teorías tenían que ser verificables empíricamente; esto es, teorías en tanto sistemas de proposiciones, enunciados, oraciones, etc. Las proposiciones, enunciados u oraciones que no cumplieran con este criterio de significancia cognoscitiva (verificación por medio de observación) se consideraban expresiones sin sentido o metafísicas.

Hay varias instancias en la bibliografía de la investigación en comunicación social que muestran la influencia del verificacionismo en nuestro campo. La descripción de Nafziger (1949, pág. 14) de la última etapa en el método científico alude a un “probar la teoría o verificar los datos”, es decir, el autor iguala el significado de puesta a prueba empírica de las teorías, con su verificabilidad.

En su capítulo acerca del método científico, Westley (1958) propugna por el verificacionismo en la investigación en comunicación social: “Las proposiciones de la ciencia, aunque derivadas a través de operaciones lógicas de la teoría general, deben encontrar su verificación última en su contacto repetido con el mundo real” (pág. 207). Sólo entonces el autor discute la importancia de la verificación para la predicción en ciencia, argumentando que “no son las verificaciones obtenidas, sino la verificabilidad de los procedimientos metodológicos lo que establece las pretensiones de una disciplina de ser científica” (pág. 209). Westley coincide con Nafziger al hacer equivalente el significado de puesta a prueba empírica con su verificabilidad (págs. 219-220). También apuntó hacia el “limpio rompimiento” que la ciencia debe hacer con respecto a la metafísica (pág. 228).

Más recientemente, Tichenor (1981) dedicó una sección de su análisis de “la lógica de las ciencias sociales y del comportamiento” a la verificación de hipótesis. Aunque apuntó hacia los problemas lógicos asociados con la incompletud de la verificación (por ejemplo, “las hipótesis y las teorías no pueden ser nunca totalmente verificadas”), usa este principio para hablar sobre la puesta a prueba en ciencia.

Debe reconocerse que el capítulo de Tichenor es filosófica y metodológicamente más complejo que los de Nafziger y Westley. A diferencia de sus colegas, Tichenor advirtió que una hipótesis nunca puede ser totalmente verificada dada la naturaleza falible del conocimiento empírico. Insistió en que los científicos evalúan sus hipótesis sólo en términos de la evidencia disponible para apoyarlas. Tichenor también incluyó en su análisis más asuntos filosóficos relevantes al estudio científico de la comunicación social (inducción, deducción, contrastabilidad, holismo, reduccionismo, etc.) que Nafziger y Westley.

De cualquier modo, Tichenor recurrió todavía a la noción de verificabilidad para hablar de conocimiento que se puede probar empíricamente. Admitió, sin embargo, que es conservador evaluar las hipótesis según su grado de apoyo empírico. Inclusive especificó las condiciones en las cuales las hipótesis se mantienen o no como ciertas como resultado de una serie de pruebas empíricas. Esta última idea, por sí misma, está muy cerca de las nociones de refutabilidad y contrastación de Popper, aunque Tichenor no hace ninguna conexión explícita con el falsacionismo, en este caso.

Un caso similar se puede apreciar en Donohew y Palmgreen (1981). Su análisis, que incluye referencias explícitas a la falsación de teorías (pág. 44), no abandona por completo el verificacionismo como un importante criterio de sujeción a prueba y crecimiento en ciencia: “La única prueba de una teoría es ver si la realidad es de hecho consistente con lo que la teoría dice. Debemos de alguna manera derivar predicciones de nuestra teoría que tengan que ver con la manera en que algunos fenómenos del mundo real se relacionan, y entonces hacer observaciones sistemáticas para determinar si estas predicciones están apoyadas” (1981, pág. 35).

Finalmente, Wimmer y Dominick (1983, pág. 9) proporcionan un ejemplo de la influencia del verificacionismo en nuestro campo cuando argumentan que los investigadores en comunicación social deben ser capaces de “percibir y clasificar lo que estudian y rechazar las explicaciones metafísicas o sin sentido de los eventos”, en el momento de llevar a cabo estudios científicos en esta área.

### La inducción como base metodológica de la ciencia o el inductivismo

Para poder apoyar el principio de verificación los positivistas lógicos desarrollaron una lógica inductiva como parte de su metodología. Esta lógica inductiva permitía a los científicos proceder de hechos particulares a generalizaciones teóricas. El *inductivismo* para los propósitos de este capítulo, se refiere entonces a la doctrina metodológica

que hace posible proceder de enunciados acerca de hechos referidos a observaciones particulares de fenómenos, a enunciados teóricos generales de los mismos.

Casi todos los análisis lógicos del método científico en los textos de investigación de comunicación social se refieren a la inducción como un modo de adquirir conocimiento, en la “inyección vertical” de verdad (O’Keefe, 1975): de hechos particulares a teorías generales.

Según Westley (1958, pág. 223), los métodos inductivos pueden hacer avanzar el conocimiento científico, clasificando y ordenando los hechos acerca de distintos fenómenos, para poder formular generalizaciones de este tipo de conocimiento.

La fase inductiva, según Westley, es un paso-puente entre la orientación, el planteamiento del problema y las etapas hipotético-deductivas de la ciencia:<sup>3</sup> “[a] la ciencia formulada de manera deductiva tiene que descansar en una fase preliminar inductiva que provee a su vez, las fases de delimitación, enfoque, clarificación y planteamiento del problema (de tal ciencia) [...] Para llegar a una ‘ciencia de la comunicación’ hacia la cual aspiramos, esta noción de etapas en el avance de la investigación puede ser muy útil” (págs. 223-225).

Westley (1958, pág. 225) concluyó su análisis del papel de la *inducción* en la investigación de comunicación social con un llamado a realizar más trabajo inductivo.

Según Tichenor (1981), la inducción se emplea continuamente en la investigación de comunicación social (y en la ciencia, en general) para la definición de problemas y la interpretación de resultados. Esto es, como se dijo antes, que el inductivismo puede ser útil y relevante en la construcción y prueba de teorías.

Tichenor discutió que una aproximación hipotético-deductiva como camino único del conocimiento científico es inconcebible, ya que: 1. gracias a la inducción se incluyen los enunciados básicos (axiomas, postulados y supuestos); 2. la generalización de los resultados obtenidos a una población más grande o conjunto de eventos o circunstancias es, en gran medida, un proceso inductivo. Así, “parece entonces más razonable concluir que tanto la inducción como la deducción son usados, ya simultánea, ya alternativamente en la actividad científica” (pág. 19).

Para Donohew y Palmgreen (1981) la inducción desempeña un papel importante tanto en la observación de los fenómenos, como

<sup>3</sup> Las *etapas hipotético-deductivas* de la ciencia se refieren a la “visión de que la ocurrencia de un evento afirmado por una hipótesis se explica cuando es incorporado bajo, cubierto por o deducido de una ley en la naturaleza, esto es, cuando se ha demostrado que ocurre de acuerdo con alguna regularidad general de la naturaleza” (*The Encyclopedia of Philosophy*, vol. 2, 1972, pág. 159).

en su conceptualización, explicación y predicción. Coinciden con Westley, cuya explicación siguen rigurosamente, en que la inducción es un paso anterior necesario para la explicación hipotético-deductiva, el más alto nivel de explicación en ciencia.

Otro aspecto de la ciencia que ha sido caracterizado como un producto paralelo de la doctrina inductivista del método científico es la "sistematización" del conocimiento. Esto es, la creencia generalizada acerca de que la ciencia es un cuerpo sistemático de conocimientos; según Popper, este aspecto psicológico de la inducción, o como él preferiría llamarla *la teoría psicológica de la inducción*, está basado en el hábito de creer en las leyes como el producto de repeticiones frecuentes, esto es "en la observación repetida de que cosas de cierto tipo están constantemente asociadas con cosas de otro tipo" (1963, pág. 43).

Además de la crítica de Popper a esta teoría de la inducción, su explicación nos ayuda a entender por qué las discusiones sobre los rasgos característicos de la ciencia tienden a insistir en su carácter sistemático (véase Westley, 1958, págs. 202-203 y 207-208).

#### La idea de acumulación por reducción: crecimiento científico por incorporación de teorías

La tesis parsimoniosa de la unidad de la ciencia (véase el capítulo 1) ha estado presente en investigación, en comunicación social, así como en otras ramas de las ciencias sociales y de comportamiento. Westley (1958, pág. 213) aceptó la idea de la unidad última de las ciencias, a la cual denominó la *meta última o clausura (gose of closure)* de la ciencia, especialmente para alcanzar explicaciones científicas deseables y parsimoniosas.

Aunque la idea de "reducción" ha sido severamente criticada en algunas instancias, los estudiosos en comunicación social hacen todavía referencia a ella.

Paisley (1983) presentó lo que llamó la *aspiración reduccionista* de los investigadores que trabajan en disciplinas científicas en diferentes niveles de abstracción, como un elemento central en su análisis de la interdisciplinariedad de la comunicación. Según Paisley, los campos-nivel son ciencias clasificadas de acuerdo con el nivel de abstracción de sus correspondientes objetos de estudio. Su análisis incluye tres grupos de ciencias: ciencias del comportamiento, biológicas y físicas.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Las ciencias del comportamiento incluyen: antropología, sociología, psicología social y psicología. Entre las ciencias biológicas se cuentan la fisiología y la biología. Las ciencias físicas son química y física. La psicología fisiológica se sitúa entre los dos primeros grupos de ciencias, y la bioquímica, entre los dos últimos.

Paisley (1984, pág. 18) explica que la razón para la “aspiración reduccionista” en campos-nivel es que “los estudiosos de campos de niveles más altos pueden valorar la especificidad de las teorías de los niveles más bajos lo suficiente como para reducir sus propios fenómenos”. Ilustró su explicación con ejemplos de la psicología, la sociología y la antropología. Concluyó que al margen de la discusión de si el reduccionismo es completamente posible, esta práctica puede “servir una función importante al transferir teorías de ‘un nivel de abstracción’ a otro” (pág. 19).<sup>5</sup>

En los *campos-variables* la “aspiración reduccionista” tiene su paralelo en el “pensamiento analógico”. “Mientras que un campo-nivel abarca una amplia gama de comportamientos humanos a un mismo nivel de análisis”, dice Paisley, “un *campo-variable* brinda su atención a una categoría del comportamiento, tal como la comunicación, a través de muchos niveles de análisis. Cada campo-variable tiene una variable focal de la cual recibe su nombre: por ejemplo, cibernética, economía, investigación en educación, etc.”. (Para un análisis más detallado de los campos-variables, véase Paisley, 1984, págs. 13-14.)

Paisley caracterizó el pensamiento analógico como una búsqueda de teorías fundamentales, no constreñida a ningún nivel en específico (molecular, psicológico, sociológico, etc.) que puede ser implantada a distintos niveles en un campo-variable. Según él, uno de los ejemplos más importantes de “pensamiento analógico” es *La imagen*, de Boulding (1956).

Desafortunadamente, Paisley no proporcionó ejemplos específicos en el área de la investigación de comunicación social. De cualquier manera, el aspecto más importante e interesante de su análisis es el hecho de que los presentó como un recurso o heurística para generar conocimiento. Abandonó la preocupación central positivista de ver al reduccionismo como un medio para organizar el conocimiento científico de una manera más parsimoniosa. En su lugar, Paisley acentuó el aspecto heurístico que las “prácticas reduccionistas” pueden tener en la generación del conocimiento.

### **LA EXPERIENCIA KUHNIANA EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL: ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?<sup>6</sup>**

Después de haber descrito con cierto detalle los argumentos principales contenidos en la explicación kuhniana del cambio científico

<sup>5</sup> Énfasis en el original.

<sup>6</sup> Esta sección es una versión modificada de Monge y Nosnik (1982).

(capítulo 1), revisemos ahora qué consecuencias o implicaciones se pueden derivar de este tipo de trabajo en el área de investigación en comunicación social. ¿Hemos aprendido algo?

La lista de los puntos aprendidos en la manera en que Kuhn explica la historia de la ciencia contienen consecuencias tanto filosóficas como prácticas. Estos puntos se presentarán en conjunto.

Como afirmamos en el primer capítulo, uno de los principales atractivos del modelo de Kuhn para los científicos sociales es la capacidad de los paradigmas de evaluar distintas teorías y explicaciones. A este respecto, los científicos sociales aprendieron que podían reconstruir y al mismo tiempo evaluar el estado de sus áreas mediante la noción de paradigmas. En investigación en comunicación social, Monge arguyó que la experiencia kuhniana llevó a los estudiosos en el simposio organizado por la revista *Communication Quarterly* a reconstruir el campo en términos de modelo nomológico-deductivo, la perspectiva de sistemas y el enfoque de reglas (Monge, 1982a, pág. 7).

La búsqueda paradigmática en nuestro campo y en otras áreas, por supuesto, mostró las dificultades y problemas asociados con el término *paradigma*. Se ha hablado de paradigmas en investigación en comunicación social y aún se sigue haciendo, sin especificar cuidadosamente qué es lo que se quiere decir con este término. Ejemplos de ello son los trabajos de Lin (1971); McGuire (1974); Rosengren (1974); Mendelsohn (1974); Rogers (1976); Gitlin (1978); Rogers y Kincaid (1981); Donohew y Palmgreen (1981); entre otros. Existen autores que han sido muy cautelosos con su uso. Por ejemplo, Monge hablaba de “escuelas de pensamiento” cuando se refería al modelo nomológico-deductivo, a la perspectiva de sistemas y enfoque de reglas. De cualquier manera, los comunicólogos muestran interés en hablar de paradigmas. Otros aún, encuentran las ideas de Kuhn útiles para analizar y evaluar el trabajo realizado en nuestra área (por ejemplo, Paisley, 1983).

El segundo aspecto atractivo de la evaluación de teorías utilizando explicaciones paradigmáticas es, como se señaló antes, la búsqueda de la afirmación del estatus científico de la investigación en comunicación social. Viendo el trabajo que emprendieron los científicos sociales después de la publicación de *La estructura de las revoluciones científicas*, Kuhn mismo insistió en que su descripción de las revoluciones científicas era precisamente eso, una descripción histórica de cómo áreas ya consideradas científicas fueron desarrollándose. Negó que su visión brindara una serie de reglas y normas sobre cómo distintas áreas científicas deben adquirir su estatus científico. Los científicos sociales no prestaron mucha atención a esta advertencia de Kuhn y continuaron buscando paradigmas en sus áreas. En nuestro campo, Paisley

(1969, 1972, pág. 102) escribió acerca del importante papel, la necesidad y las funciones que los paradigmas pueden tener en lo que toca a convertir a la comunicación en una ciencia realista, progresiva y objetiva. Paisley justificó la búsqueda e inclusión de paradigmas en nuestro campo como una manera de oponerse a la mentalidad positivista de “datos ahora, teorías después”, en nuestro quehacer profesional.

Los científicos sociales, y los estudiosos de comunicación entre ellos, continúan usando a los paradigmas en su lucha por legitimar sus áreas como científicas, aun cuando Kuhn las ha declarado, desde hace tiempo, protociencias.

El problema con estas visiones paradigmáticas de las áreas científicas y los malos usos de las versiones originales del modelo de Kuhn debe entenderse a la luz de una lectura a menudo descuidada y superficial de los textos de Kuhn por parte de los científicos interesados en evaluar sus propias áreas, pero también por deficiencias propias del modelo. Kuhn no dio una definición clara de paradigma. Puesto que su criterio para distinguir entre ciencias maduras y ciencias inmaduras o protociencias está basado en la existencia de paradigmas, nadie puede dar cuenta de la ciencia de una forma paradigmática precisa y no hay manera de distinguir claramente entre las áreas científicas maduras y aquellas aún inmaduras. Así, no hay modo de organizar la investigación en comunicación social y legitimarla como un área científica en términos paradigmáticos kuhnianos. ¡Es hora ya de abandonar este esfuerzo!

Otro hecho interesante de la experiencia kuhniana en ciencias sociales en general, y en la investigación de comunicación social en particular, es la insistencia de los estudiosos en hablar de competencia interparadigmática.

¿Por qué es este asunto tan importante? En primer lugar, la discusión puede ser colocada en dos niveles. En un nivel, la competencia se relaciona con el principio de inconmensurabilidad en el trabajo de Kuhn (véase el capítulo 1). Este punto de discusión filosófica es muy importante para un entendimiento claro del modelo que éste propone. Segundo, la competencia se relaciona con la sucesión de paradigmas.

Kuhn se impresionó mucho con la noción de *juegos de lenguaje* de Wittgenstein (1953), según la cual estos juegos (por ejemplo dar órdenes, informar acerca de eventos, blasfemar, etc.) tiene su propio conjunto de reglas y criterios preestablecidos. Traducido a la terminología de Kuhn, cada paradigma es como un juego de lenguaje en tanto que el conocimiento generado en él es gobernado y sólo puede ser entendido por reglas y criterios específicos propios de tal paradigma, y no pueden ser evaluados racionalmente y/o criticados desde afuera. En palabras de Phillips (1979, págs. 5-6): “Entonces, sería

inapropiado juzgar el juego de formular hipótesis acerca de la naturaleza, en términos de los criterios apropiados del juego de contar chistes”. La consecuencia, entonces, es que las reivindicaciones de conocimiento son relativas al paradigma en el cual fueron producidas.

La implicación del primer sentido de la competencia antes mencionado es que dicha competencia entre paradigmas es, para los miembros de cada uno de los paradigmas en competencia, un asunto de colisión inconmesurable de cosmovisiones o *Weltanschauungen*.<sup>7</sup> De ahí se sigue que la elección de paradigma es también un asunto no racional. Kuhn sólo puede explicar lo que sucede cuando un científico cambia de paradigma en términos de un cambio gestáltico.<sup>8</sup> Kuhn mismo explica la defensa y cambio de los paradigmas en estos términos.

Así como la elección entre instituciones políticas en competencia, aquella entre paradigmas en competencia prueba ser una elección entre modalidades incompatibles de vida comunitaria. Puesto que tiene este carácter, la elección no es ni puede ser determinada meramente por los procedimientos de evaluación característicos de la ciencia normal, ya que éstos dependen en parte de un paradigma particular, y el paradigma en cuestión. Cuando los paradigmas entran, y lo deben hacer, en una discusión acerca de elección paradigmática, su función es necesariamente circular. Cada grupo usa su propio paradigma para argumentar en defensa de ese paradigma (Kuhn, 1968, pág. 83; en Phillips, 1979, pág. 5).

El segundo sentido de competencia paradigmática se relaciona con el asunto de sucesión de paradigmas. “Vista a través del tiempo”, dice Paisley (1972, pág. 112), “la competencia entre paradigmas toma la forma de una sucesión. En la misma escena, en cualquier década, hay paradigmas en lo más alto de su popularidad y aparente validez, paradigmas pasados cuya vida útil ha terminado pero cuyos seguidores rebaten con resolución las afirmaciones de los sucesores; y paradigmas futuros, cuyas explicaciones no se toman aún en serio”.

La competencia en este segundo sentido es muy similar al primer sentido, pero acentúa el asunto de la hegemonía en un campo específico. El trabajo de Paisley (1972) proporciona un buen ejemplo de cómo es que los estudiosos en comunicación social han utilizado este segundo sentido de competencia entre paradigmas en la reconstrucción de su campo.

Aunque tal sentido de competencia interparadigmática ayuda a documentar los cambios históricos en el pensamiento acerca de comu-

<sup>7</sup> Véase Suppe (1977), “Alternativas a la visión recibida y sus críticos”, parte B.

<sup>8</sup> *Cambio gestáltico* es el cambio de cosmovisiones a través del cual deben pasar los científicos al cambiar de paradigmas. Este cambio se da en el nivel de la percepción de la realidad como un todo organizado.

nicación social, hay todavía problemas con esta explicación en el marco de análisis kuhniano.

Antes que nada, un cambio paradigmático, en términos de Kuhn, no puede ser evaluado racionalmente porque, como se dijo antes, es como una conversión instantánea, como un cambio gestáltico.<sup>9</sup> En consecuencia, el desarrollo de distintos paradigmas, y su efecto en un campo específico es, para Kuhn, más parecido a un campo de batalla por la hegemonía que una empresa racional. Paisley incluso señala que “la decisión de trabajar con un nuevo paradigma es una decisión valerosa” (1972, pág. 114). ¿Por qué sería valeroso cambiar de paradigma? Si lo que cuenta como quehacer científico es lo que el consenso de la comunidad de investigadores dice que cuenta y así sería en el caso de la visión de Kuhn, se necesita valor para oponerse a la comunidad, para rechazar sus criterios paradigmáticos y para convertirse a esta nueva causa. Una consecuencia del trabajo de Kuhn es entonces, que se desplaza la evaluación racional de las teorías y se destacan los aspectos sociales de la ciencia.

Es curioso e interesante notar que algunas actividades de investigadores en comunicación social son ejemplos que parecen contradecir los argumentos de Kuhn acerca de la historia de la ciencia. Por ejemplo, estudiosos como Paisley están interesados por el asunto del progreso en nuestro campo; Monge (1982*b*) y Monge y otros (1982) evalúan, discuten y critican racionalmente los problemas para poner a prueba teorías procesuales con técnicas de análisis de varianza en el paradigma de la explicación nomológica-deductiva, cuando Monge de hecho se considera un miembro del paradigma de la perspectiva sistemática.

La experiencia kuhniana en investigación en comunicación social puede resumirse como sigue:

1. Kuhn proporcionó a los comunicólogos una herramienta muy atractiva, el concepto de *paradigma*, para tratar de entender mejor y mostrar el carácter científico de nuestro trabajo en el área.

2. En ocasiones se han dado explicaciones usando la noción de paradigma sin una evaluación cuidadosa y crítica de este concepto, y tampoco de los otros elementos en la versión de Kuhn de la historia de la ciencia.

3. Los paradigmas probaron ser no sólo una unidad de análisis atractiva, sino también práctica y fácil para discutir acerca del cambio científico en comunicación social.

<sup>9</sup> Hasta hoy, nadie ha sido capaz de ofrecer una reconstrucción racional metodológica de por qué en el caso de los experimentos de fondo-figura, por ejemplo, en un momento dado el sujeto ve una mujer joven y en otro, a una anciana. Sólo contamos con descripciones de cambios gestálticos.

4. Los estudiosos en nuestro campo no tuvieron en cuenta las advertencias de Kuhn en cuanto al carácter protocientífico de las ciencias sociales. Esta búsqueda paradigmática entre los estudiosos en comunicación social ha sido una práctica generalizada también entre otros científicos sociales (sociólogos, psicólogos, economistas, etc.) (Nosnik, 1981, págs. 7-9).

5. Los investigadores en comunicación social, así como los de otras áreas, otorgaron mejor racionalidad a la visión de Kuhn de lo que él mismo estaba dispuesto a aceptar. Es decir, los estudiosos hablaron de paradigmas en competencia cuando la evaluación y crítica racional interparadigmática simplemente no existe en las versiones original (1962) y revisada (1970) de Kuhn. Los investigadores aludieron a progreso en ciencia, mientras que Kuhn discutía la importancia de explicar la historia de la ciencia en términos de cambio científico. El concepto de progreso incomodaba a Kuhn ya que puede ser asociado con la idea del crecimiento continuo del conocimiento, lo cual él rechazó desde un principio (véase el capítulo 1). También hay científicos que critican el trabajo de sus colegas en otros paradigmas refutando la explicación kuhniana acerca de la *inconmensurabilidad* paradigmática.

6. Los problemas antes mencionados no son solamente consecuencia de la falta de conocimiento por parte de algunos investigadores en comunicación, de importantes discusiones dentro de la filosofía de la ciencia. También apuntan hacia las limitaciones propias del modelo de ciencia de Kuhn, al destacar la necesidad de reinstalar la racionalidad en la evaluación del crecimiento del conocimiento científico.

7. Hemos tomado conciencia de la importancia de considerar los aspectos sociales de la empresa científica. Este hecho tiene por lo menos dos consecuencias importantes en las ciencias sociales en general, y en la investigación en comunicación social en particular. Por un lado — y esto es relevante para todas las ciencias<sup>10</sup> —, los modelos racionales del crecimiento del conocimiento científico después de Kuhn (por ejemplo, la *Metodología* de Lakatos) tienen en consideración los aspectos históricos y sociales de la ciencia, en comparación con el énfasis ahistórico característico de los modelos prekuhnicos (por ejemplo, el positivismo lógico y falsacionismo popperiano).

Por otra parte, la sociología del conocimiento y la tradición hermenéutica han adquirido popularidad entre los estudiosos y estudiantes de la comunicación social. Preguntas acerca de los modos de producción del conocimiento científico en la investigación en comunicación social, la ideología transmitida por los medios masivos y los métodos alternativos de investigación a los métodos cuantitativos tradicionales,

<sup>10</sup> Formales y empíricas.

son actualmente puntos de discusión en nuestro campo. Kuhn dio, en parte, un buen argumento filosófico para la inclusión de semejantes asuntos en nuestra agenda como investigadores en comunicación social y como estudiosos interesados en la filosofía de la ciencia, no solamente para evaluar la imagen sino también la práctica de la ciencia en este campo.

8. Finalmente, algunos científicos de comunicación social se aferran a reconstrucciones y explicaciones paradigmáticas de nuestro campo por desconocimiento de modelos alternativos al de Kuhn.

En la siguiente sección de este capítulo presentaremos un modelo alternativo de evaluación del crecimiento científico que soluciona algunos problemas enfrentados por la visión paradigmática de Kuhn acerca de la ciencia. Conjeturamos que la *Metodología* de Lakatos provee a los investigadores en comunicación social de un modelo interesante y atractivo de evaluación científica.

## **FALSACIONISMO METODOLÓGICO E INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

En esta sección ilustraremos cómo algunas ideas de Popper y Lakatos acerca del crecimiento de la ciencia pueden aplicarse al análisis de carácter científico de la investigación en comunicación social al final de los años cincuenta.

Hasta ahora, la mayoría de las referencias al debate Berelson-Schramm-Riesman-Bauer (1959) se centran alrededor de la decepción de Berelson con el estatus del trabajo de investigación en comunicación social en ese momento. Ha habido muy poca discusión sobre los puntos de filosofía de la ciencia involucrados en este debate.

Algunas de las ideas de Popper son relevantes aquí porque su filosofía de la ciencia se dirige al problema de la justificación del conocimiento científico en términos de su crecimiento. De alguna manera, el análisis de Berelson de la investigación en comunicación social al final de los años cincuenta apunta en la misma dirección: la justificación de la existencia de un área de investigación en términos de su crecimiento científico.

Al presentar el debate de Berelson y otros en el marco de algunas ideas popperianas y lakatosianas sobre el crecimiento del conocimiento científico, queremos ofrecer una nueva perspectiva de análisis acerca de este famoso y controvertido debate en comunicación social.

Al final de los cincuenta, Berelson (1959) afirmó que la investiga-

ción en comunicación social como campo científico se encontraba en agonía debido a la falta de originalidad y creatividad que observaba en el trabajo de sus colegas en aquel momento. Berelson basaba su crítica en el examen del trabajo realizado por los “padres fundadores” de la investigación en comunicación social en los Estados Unidos: Lasswell, Lazarsfeld, Lewin y Hovland.<sup>11</sup> La queja de Berelson (1959) consistía principalmente en la falta de grandes ideas en el estudio de la comunicación social.

Para contextualizar su análisis, Berelson presentó cuatro enfoques principales desarrollados por los padres fundadores y otros seis que denominó *secundarios*. Los cuatro enfoques principales son:

1. *El enfoque político*: Harold Lasswell, a principios de los treinta;
2. *El enfoque del muestreo de opinión por encuestas*: Paul Lazarsfeld, a finales de los treinta;
3. *El enfoque de los pequeños grupos*: Kurt Lewin, a finales de los treinta;
4. *El enfoque experimental del laboratorio*: Carl Hovland, a principios de los cuarenta.

Según Berelson, el enfoque político de la investigación en comunicación social es “macroscópica”, con énfasis en los aspectos sociopolíticos del fenómeno; el enfoque de encuestas de opinión y el experimental son “microscópicos”, debido a su énfasis en la respuesta individual, y el de los pequeños grupos se encuentra en algún punto intermedio entre ambos extremos. La razón para lograr lo que los padres fundadores consiguieron en este campo dependía, según Berelson, de la formación teórica y metodológica de cada uno de ellos.

Presenta el autor después los enfoques secundarios a la investigación en comunicación social: el reformista (esto es, el estudio de la libertad y el control de los medios masivos); el histórico (que se pregunta si la comunicación es un campo científico); el periodístico (que analiza el control de los medios masivos, los distintos tipos de comunicadores, como asuntos éticos); el matemático (la teoría matemática de la información, los canales de información); el psicolingüístico (que revisa metodologías como el diferencial semántico, el procesamiento de información humana); y el psiquiátrico (define a la comunicación como la matriz social de la psiquiatría).

Según Berelson, una de las razones por las cuales la investigación en comunicación enfrentaba problemas en aquella época era que los inno-

<sup>11</sup> Desde principios de los años treinta hasta finales de los cuarenta.

vadores en el estudio de la comunicación social estaban regresando a trabajar en los asuntos de sus propias disciplinas de origen.<sup>12</sup> Al analizar el futuro del campo Berelson afirmaba que podía percibir “siete grandes líneas de investigación, de las cuales algunas podrán desarrollarse como los enfoques principales de los próximos años, de la misma manera como aquellos de Lasswell-Lazarsfeld-Lewin-Hovland lo hicieron en el pasado” (1959, pág. 5).<sup>13</sup>

En la revisión del análisis de Berelson a la luz de la filosofía de la ciencia, el primer punto que debe ponerse de relieve es la diferencia que en esta disciplina se establece entre el contexto de justificación y el contexto de descubrimiento. Vale decir, la distinción entre las bases lógicas y racionales que justifican nuestros descubrimientos como conocimiento en ciencia (el problema de la justificación del conocimiento, la epistemología) y las circunstancias en que se realizan tales descubrimientos científicos.<sup>14</sup>

Esta distinción es particularmente relevante al análisis de Berelson sobre el estatus de la investigación en comunicación social a finales de la década de los cincuenta, ya que la línea de base de sus argumentos fue el hecho de que la gente de grandes ideas —léase descubrimientos— ya no estaba presente en el área.

El problema de la creatividad, el ingenio y la psicología de la producción de grandes ideas de estudio es parte del así llamado *contexto del descubrimiento*, y no puede ser analizado racionalmente porque sigue siendo, aún actualmente, una cuestión empírica. En otras palabras: por el momento no hay teoría alguna disponible para evaluar o explicar racionalmente cómo es que la gente llega a tener grandes ideas. Tenemos disponibles solamente las descripciones factuales del momento de “intuición” que la gente experimenta cuando se le ocurre una gran idea.

La filosofía de la ciencia no está lista y tampoco dispuesta, según algunos filósofos, a tratar con problemas de creatividad científica. De cualquier modo, la filosofía de la ciencia puede darnos algunas explicaciones de asuntos que se relacionan con el “contexto de justificación” del conocimiento, tales como: la evaluación racional o metodológica de las conjeturas teóricas presentadas por distintos estudiosos en el área de investigación en comunicación social para explicar nuestro objeto de estudio.

<sup>12</sup> Y para ese entonces ya Lewin había muerto.

<sup>13</sup> Las siete líneas de investigación incluyen: combinaciones de las aproximaciones principales y secundarias; estudios comparativos; análisis económico; análisis sociohistórico; cultura popular; comunicación social, y asuntos prácticos (Berelson, 1959, págs. 5-6).

<sup>14</sup> Esta distinción fue explicitada por primera vez por Hans Reichenbach (1891-1953).

## Del crecimiento popperiano del conocimiento científico al progreso científico lakatosiano

Uno de los puntos que Berelson aborda en su trabajo es la existencia de distintos enfoques presentados por los padres fundadores para estudiar a la comunicación social. ¿Qué quería significar Berelson con el término *enfoques*?, ¿cómo podemos traducir este concepto en términos de la metodología falsacionista?

Por principio, tales enfoques pueden ser considerados conjeturas o hipótesis de trabajo acerca del aspecto por estudiar de la comunicación social. Estas conjeturas tratan acerca de la relación entre la comunicación social y el sistema político (Lasswell); la manera de medir la opinión pública y los niveles de información en una población (Lazarsfeld); la naturaleza de la comunicación en tanto proceso de pequeños grupos y su relación con otros procesos de grupo (Lewin); y el efecto de las fuentes de comunicación en el cambio de actitudes de los receptores, en un ambiente controlado (Hovland).

De cualquier modo, estas cuatro hipótesis de trabajo más que conjeturas sirvieron como marcos conceptuales de referencia a partir de los cuales se derivó cierto número de conjeturas contrastables empíricamente. Esto es, los cuatro enfoques principales de Berelson pueden considerarse cuatro marcos de referencia teóricos que marcan rutas para explicar diferentes aspectos del fenómeno de la comunicación social. En términos falsacionistas, actúan como importantes marcos metafísicos no refutables en sí mismos que contienen heurísticas que guían, por así decirlo, el trabajo de los científicos en el área. Constituyen lo que Popper llamó *programas metafísicos de investigación* (véase el capítulo 1).

Lakatos (1970) tomó de Popper esta idea de programas metafísicos de investigación y la transformó en los “programas científicos de investigación”. Así, los falsacionistas han proporcionado una metodología para reconstruir y evaluar los enfoques de Berelson, en el estudio de la comunicación social.

¿En qué medida fue el diagnóstico pesimista de Berelson de la investigación en comunicación social, una respuesta a un sentimiento intuitivo de estancamiento o degeneración de la investigación en el área? En la medida en la cual los comentarios de Berelson pudieron no haber reconocido la progresividad de la investigación en nuestro campo, deben también incluirse en el presente análisis. Intentamos dar respuesta a algunas de estas preguntas examinando los principales argumentos en el debate.

Puede muy bien ser el caso, por lo menos en un sentido literal, que la vida es la refutación de la muerte. Esta noción es precisamente la

estrategia que Schramm siguió en su respuesta a Berelson. Schramm ilustró la vitalidad de la investigación en comunicación social en aquel entonces dando una larga lista de las preguntas de investigación no resueltas en ese momento y que enfrentaban los estudiosos en comunicación social. Hizo preguntas tales como: ¿quién va a diseñar el modelo adecuado de comunicación de dos personas?, ¿quién va a estudiar las organizaciones de comunicación (las instituciones de los medios masivos) y clarificar la economía de la comunicación social?

Por otro lado, la respuesta de Riesman (1959) a Berelson llamó la atención hacia un importante hecho que sobresalía en ese momento: la internalización y profundización de la crítica en las actividades científicas de los investigadores en comunicación social. Dice Riesman: “En cada uno de estos campos,<sup>15</sup> incluyendo comunicación, ocurrieron simultáneamente dos desarrollos. En primer lugar, los estudiosos iniciales con sus desórdenes metodológicos, sus a menudo grandiosas generalizaciones y sus evidentes prejuicios políticos, fueron confrontados con una cortina de fuego de crítica concienzuda (...) El segundo desarrollo fue la apertura de nuevos campos de trabajo teórico que ofrecían al mismo tiempo rápidas utilidades para el estudiante capaz, y modelos elegantes para los dóciles y tímidos” (Riesman, 1959, pág. 11).

Bauer (1959) intentó refutar a Berelson de una manera distinta. Él vio que el hecho de que los comentarios de Berelson indicaran que las fronteras de la investigación en comunicación social se definían cada vez menos claramente, provocaba a su vez una crisis de identidad para algunos estudiosos que trabajaban en este campo. De cualquier forma, Bauer miraba esta situación con optimismo y no con el pesimismo de Berelson. Dice Bauer: “Básicamente, entonces, mi argumento es que los primeros enfoques<sup>16</sup> conllevan sobresimplificaciones que se han vuelto evidentes porque tales enfoques han sido llevados al punto en el cual exponen sus propias limitaciones”. Y luego agrega: “El resultado ha sido no sólo el reconocimiento de la complejidad del proceso de comunicación, sino un cambio de preocupaciones primarias con respecto a la sustancia de los problemas, y un menor compromiso con un instrumento particular de investigación” (Bauer, 1969, pág. 16).

Schramm, Riesman y Bauer respondieron a la crítica de Berelson mostrando que el área se enfrentaba en ese momento con una creciente lista de problemas teóricos y metodológicos (Schramm); una expansión de las áreas de estudios y una mayor complejidad y rigor

<sup>15</sup> Cultura y personalidad, economía institucional y la crítica de carácter y sociedad.

<sup>16</sup> Los enfoques de Lasswell, Lazarsfeld, Lewin y Hovland.

metodológicos (Riesman); y un creciente grado de complejidad de la comunicación como fenómeno de estudio (Bauer).

De cualquier manera, ninguno de los tres mencionó algún enfoque que representara un avance importante en el nivel teórico o metodológico, del cual pudieran derivarse nuevas conjeturas acerca de la investigación en comunicación social, o alguna innovación teórica en los enfoques de los padres fundadores de la comunicación social.

El aspecto destacado en las respuestas de Schramm, Riesman y Bauer a la crítica de Berelson fue la complejidad de la investigación en comunicación social ejemplificada en largas listas de problemas futuros de investigación. Según el modelo del crecimiento científico de Popper, la ciencia empieza con problemas de investigación, pero son precisamente la teoría y la eliminación de errores previos los que logran el avance científico. La vitalidad de un campo no está definida, entonces, solamente por la capacidad de los investigadores para generar problemas de investigación sino también, y de manera mucho más importante, por las ideas, teorías y enfoques conceptuales y metodológicos que sirven de solución a tales problemas.

La conclusión de la presente sección es que Schramm, Riesman y Bauer no dieron ejemplos de instancias de poder heurístico (por ejemplo, explicaciones teóricas) de las distintas aproximaciones existentes en su momento al estudio de la comunicación social, y no incluyeron ningún nuevo enfoque conceptual a nuestro campo que de hecho estuviera resolviendo los problemas de investigación citados por ellos.

### Observaciones finales

Lakatos, al criticar el modelo de crecimiento científico de Popper, sostuvo que una conjetura nunca puede ser completa y exitosamente falseada. Por lo tanto, en el caso del debate aquí presentado acerca del estado de la investigación en comunicación social a finales de los cincuenta, la conjetura de Berelson acerca de la falta de poder heurístico de los enfoques presentes en ese momento en el campo no puede ser completamente aceptada, ya que la historia de la ciencia, incluida la investigación en comunicación social, está compuesta de ciclos alternativos que incluyen periodos de progreso y periodos de estancamiento y degeneración del trabajo científico.

Aunque Schramm y los demás autores proporcionaron suficientes pruebas para demostrar el progreso presente en nuestra área durante la década de 1950, no puede descartarse la posibilidad de refutar la conjetura de Berelson en otro momento de la historia de nuestra disciplina.

Hemos afirmado que el concepto de progreso científico para Lakatos es, en cierta medida, lo que Berelson tenía en mente cuando se quejó acerca de la calidad de la investigación en comunicación social al final de los años cincuenta. Por lo tanto, habría que recordar que para que haya progreso en un área científica es necesario que en la misma exista un poder heurístico manifestado por la presencia de marcos conceptuales que generen conjeturas contrastables empíricamente. Existirá progreso en la medida en que haya teorías que generen un número creciente de hechos nuevos y que por lo menos algunos de éstos sean corroborados. Existirá degeneración en la medida en que un número creciente de hechos no sea explicado por las teorías presentes en tal campo de la ciencia.

Después de leer el debate entre Berelson y otros, y habiendo incorporado algunos elementos de análisis popperianos y lakatosianos, podemos concluir que:

1. Al final de los años cincuenta Berelson conjeturó que ocurriría una degeneración lakatosiana en el campo de la investigación en comunicación social. Los enfoques conceptuales disponibles en aquel entonces (el concepto de Berelson de *grandes ideas*) no proporcionaban el descubrimiento de nuevos hechos, ni explicaciones de los hechos: una lista creciente de problemas, en palabras de Schramm.
2. La queja de Berelson sobre el estatus de estancamiento de la investigación en comunicación social puede ser vista como una conjetura acerca de la falta de conocimiento teórico y empírico en nuestro campo, la cual, a su vez, intentaron refutar Schramm, Riesman y Bauer.
3. Los tres autores mencionados no lograron refutar satisfactoriamente la conjetura de Berelson al no mostrar evidencia del progreso teórico y/o empírico en comunicación social, en ese momento.
4. Según el falsacionismo metodológico de Lakatos, la conjetura de Berelson no puede ser refutada completa o definitivamente. De cualquier manera, la de Berelson debe tomarse como una "hipótesis permanente de trabajo" crítica que puede ayudarnos para llevar a cabo evaluaciones de tiempo en tiempo, de la progresividad y degeneración presentes en las distintas áreas de investigación en el campo de la comunicación social.

## RESUMEN

El presente capítulo provee un recuento detallado de la influencia de algunos modelos filosóficos sobre el crecimiento del conocimiento científico en la investigación en comunicación social.

De acuerdo con el análisis presentado, la influencia del positivismo lógico ha estado presente en esta área desde sus primeros tiempos como campo científico, y sigue todavía viva. Según se explicó, la influencia del positivismo lógico en la investigación en comunicación social puede resumirse en cuatro puntos principales:

1. La insistencia de los estudiosos en comunicación social en señalar la precedencia de la observación sobre las etapas teóricas en el proceso de investigación. De acuerdo con nuestra revisión de los cuatro libros de texto sobre métodos de investigación existentes en nuestro campo (Nafziger y Wilkerson, 1949; Nafziger y White, 1958; Stempel y Westley, 1981; y Wimmer y Dominick, 1983), la observación siempre viene antes que la teoría. Esta concepción de "datos primero, teoría después" (Paisley, 1969, 1972) se heredó de la aproximación positivista a la ciencia.
2. La creencia todavía presente en nuestro campo de que el conocimiento se justifica remitiéndose al principio de verificación o "verificacionismo". Los investigadores de comunicación social en gran medida continúan, a la manera positivista, verificando sus teorías.
3. La afirmación de que la inducción proporciona una base lógica y metodológica para generar conocimiento científico en nuestro campo: de hechos particulares a teorías generales.
4. La idea sostenida por algunos estudiosos en comunicación social de que el conocimiento científico crece en términos de acumulación por reducción de algunas teorías a otras más fundamentales, idea que proviene de la fórmula positivista del crecimiento de la ciencia por incorporación.

En este capítulo se ilustraron también las aproximaciones kuhniana y popperiana a la evaluación científica en comunicación social. En particular, en el caso de la visión paradigmática de Kuhn de nuestro campo, insistimos en que su modelo dio a los estudiosos en comunicación social una explicación sociohistórica muy atractiva de cómo es que la ciencia cambia, antes de crecer o progresar, utilizando una unidad de evaluación científica que ha probado ser muy popular en la reconstrucción, organización y presentación del trabajo en este campo: el paradigma.

En la sección que trata acerca de Kuhn y la investigación en comunicación social destacamos que algunas de las críticas apuntadas al modelo por él propuesto han sido ignoradas y que las explicaciones

paradigmáticas en nuestro campo son aún muy populares.

En el caso del análisis de los recuentos paradigmáticos en nuestra área de estudio, hemos hecho notar que los investigadores en comunicación social asociaron una evaluación más crítica y racional a la visión de Kuhn de lo que éste mismo hizo. Específicamente, en el caso del tratamiento de los estudiosos del asunto de la competencia interparadigmática en comunicación social, hemos insistido en el mal uso del modelo de cambio científico propuesto por Kuhn.

Finalmente, concluimos que las aplicaciones y malos usos de *La estructura de las revoluciones científicas* (1962) en la investigación en comunicación social ha sido el resultado no sólo de la ignorancia de los aspectos más importantes del modelo de Kuhn y sus fundamentos filosóficos, sino también de una falta de conocimiento de modelos alternativos. Consideramos que la *Metodología* de Lakatos es un modelo atractivo e interesante alternativo al de Kuhn.

La última parte de este capítulo es una reconstrucción falsacionista de un debate acerca del estatus de la investigación en comunicación social al final de los años cincuenta. En esta sección se ilustra cómo la filosofía de la ciencia puede explicar y enfrentar problemas de evaluación científica en nuestro campo de estudio.

Al examinar el debate Berelson-Schramm-Riesman-Bauer (1959) sobre el carácter científico de la investigación en comunicación social, apuntamos que el interés acerca del carácter científico de nuestro campo no es nuevo. De alguna manera, la crítica de Berelson sobre el estado de la investigación en comunicación social como un área científica al final de los años cincuenta, es paralela a nuestro interés por reconstruir la investigación en comunicación social empleando la *Metodología* de Lakatos.

También señalamos que el uso del concepto *enfoques* por parte de Berelson se asemeja a la noción de *programas científicos de investigación* de Lakatos. Al establecer este punto, fuimos capaces de mostrar, mediante un ejemplo en comunicación social, cómo el modelo de conjeturas y refutaciones de Popper es una explicación limitada del crecimiento de la ciencia. Los enfoques de Lasswell-Lazarsfeld-Lewin-Hovland se entienden mejor con marcos teóricos de referencia de los cuales se derivan distintas conjeturas susceptibles de ser puestas a prueba empíricamente. Es en este momento cuando introducimos la noción de programa científico de investigación, de Lakatos.

Tradicionalmente, al analizar el debate de 1959 los investigadores y estudiosos de la comunicación social toman partido ya sea en favor de Berelson o de sus tres críticos. Sea como fuere, en cuanto a lo que hemos podido constatar, nadie ha apuntado hacia los asuntos filosóficos involucrados en este debate ni a sus consecuencias.

Es trivialmente cierto afirmar que en un debate de esta naturaleza las personas tienden a colocarse del lado de quien representa de mejor manera sus ideas acerca del estado de la investigación en comunicación social a finales de los años cincuenta. Lo que no es trivial ni obvio en

lo absoluto es la cuestión de cómo evaluar los argumentos de los distintos participantes en el debate. Éstas son las razones por las que incluimos en la discusión de este importante debate algunos elementos de análisis popperianos y lakatosianos.

Afirmamos en el presente capítulo que, según nuestra propia evaluación de los argumentos, Schramm, Riesman y Bauer no ofrecieron pruebas que refutan la crítica de Berelson acerca de que el estado de la comunicación social como área científica, en ese tiempo, era alarmante.

En nuestra evaluación del debate utilizamos los criterios de progresividad y degeneración de la investigación científica contenidos en la *Metodología* de Lakatos. En términos del falsacionismo lakatosiano, Schramm, Riesman y Bauer no dieron ejemplos de progreso en investigación en comunicación social. Es decir, no ofrecieron evidencia acerca de la existencia de teorías que en ese momento estuvieran predicando nuevos hechos o que dieran cuenta de nuevos datos en los enfoques de Lasswell, Lazarsfeld, Lewin y Hovland.

Finalmente, debemos reconocer que dada la información disponible en la publicación original del debate en el *Public Opinion Quarterly*, no podemos concluir que no haya habido progreso en alguna de las áreas de investigación en comunicación social. Las conclusiones apuntadas arriba sólo son aplicables a los argumentos publicados por los participantes en tal debate.