Unidad 4

- Paradigmas de producción de conocimientos.

CAPÍTULO II

PARADIGMAS DE PRODUCCION DE CONOCIMIENTOS

Corresponde, en primer lugar, realizar una aproximación a los *grandes paradigmas de producción de conocimientos,* para ubicar la *perspectiva cualitativa* con sus límites y sus posibilidades.

Cuatro formas, cuatro grandes paradigmas en la producción de conocimiento -alguno diría que científicos, pero no los llamaremos científicos porque, justamente, uno de ellos sería el que se apropió del término científico y ha hecho que los otros paradigmas no sean científicos: aquí hay una trampa, una falacia en el lenguaje que hay que establecer-, que serán útiles para clarificarnos, brevemente.

¿Cómo está la generación de conocimientos actualmente y dónde estaría ubicada la perspectiva cualitativa consignando, a grandes rasgos, qué es lo que pretende y cuál es el tipo de conocimiento que puede conseguir?

Al hablar de los grandes paradigmas de producción de conocimiento, debemos centrarnos en cuatro de ellos, que son los que están vigentes actualmente, los que de una u otra manera están inspirando la generación de conocimiento.

Paradigmas de producción de conocimientos

Paradigma
- *Positivista*
- Realista
- Hermenéutico
- *Interaccionista*

Cada uno de estos paradigmas (el positivista, el realista, el hermenéutico y el interaccionista) tiene una intencionalidad, una trayectoria, una manera de producir conocimiento, epistemologías distintas.

Lo que interesa, como base para entender dónde estamos cuando hablamos de perspectiva cualitativa, es describirlos someramente y ubicar la perspectiva cualitativa en uno de ellos.

Principales diferencias entre los paradigmas de producción de conocimientos

Positivista → *Predicción*
Realista → Explicación
↓ *VERIFICACION - CUANTITATIVA*

Hermenéutico → Interpretación.
Interaccionista → *Asociación*
↓ *COMPRENSION - CUALITATIVA*

II. 1. Paradigma positivista

Un primer paradigma es el *positivista*. Por algunos identificado también como el paradigma *naturalista*, en el senido de que se asocia a las ciencias naturales. Se caracteriza por el alto interés en la *verificación* del conocimiento, sobre todo a través de componer *predicciones*.

Algunos lo han llamado *"el paradigma prediccionista"*, ya que lo importante es plantear una serie de *hipótesis*, es decir: predecir que algo va a suceder y luego *comprobar* o *verificar* que sucedió.

En las ciencias naturales y en las ciencias exactas es utilizado con mayor énfasis. Un ejemplo muy sencillo: cuando se predice que si tengo

un cable y lo pongo en contacto con la energía eléctrica, la energía va a transmitirse a través del cable. Hay una predicción que se confirma, que es verificable, porque al final del cable se puede medir, se puede sentir que la electricidad está en la otra punta. Esta es, en términos muy simples, muy sencillos, la escencia de la predicción.

Una de las pretensiones de los positivistas radica en decir que la predicción es, en cierta medida, una vez que se confirma, una *explicación del hecho*. O sea que la predicción va necesariamente acompañada de una explicación de por qué se concretó el pronóstico, basada en las premisas sobre las cuales se sustenta la interrelación. Eso quiere decir que la explicación de por qué pasa la electricidad de una punta de un cable hacia la otra, es porque el material cobre es un buen conductor de la electricidad. Por lo tanto, hasta cierto punto, es una explicación un tanto *tautológica*, que si bien sirve para efectos en ciencias exactas, no sirve en las ciencias sociales. Incluso en las ciencias exactas hay algunos ejemplos que son excepciones a esta regla.

El caso de encender un fósforo: podría decirse que si se raspa un fósforo con una superficie rugosa se va a producir el fuego. Y se puede hacer el experimento y decir: "cada vez que se toma un fósforo y se raspa con una superficie rugosa se producirá fuego"; y ver que se produce el fuego. Entonces, puede atribuirse la explicación de este fuego a la acción de frotar una superficie contra la otra.

Sin embargo, si se realiza este experimento en una cámara al vacío, se puede tallar todas las veces posibles el fósforo en una superficie rugosa y el fuego no aparece: hay un *elemento del contexto* que está determinando o *mediando* la producción del fuego, y que demuestra que el fuego no depende sólo de los elementos "fósforo" y "superficie rugosa", y de la acción de frotarlos.

En ciencias sociales esto es muy importante, porque entonces la explicación a los acontecimientos *no está dada en el acontecimiento* mismo, sino en el *contexto*, en el entorno en el cual se dan los acontecimientos. Esta es una de las tantas críticas que recibió el modelo positivista de parte de las ciencias sociales, cuando se trasladó el modelo de las ciencias físicas al modelo de las ciencias sociales.

El otro principio destacable -porque esto centra mucho la discusión contemporánea sobre la validez de la perspectiva cualitativa- de este paradigma es el haberse apropiado del concepto de *ciencia* y de *lo científico*.

El positivismo aparece en una época histórica en la cual se está saliendo, o más bien con el positivismo se pretende salir de una etapa en la que reinaba la teología, en la que la religión se tomaba como la última explicación del mundo de los acontecimientos.

El positivismo quiere hacer explícito que el único conocimiento *válido* es el conocimiento *verificable* y *medible*: y no el conocimiento oscuro, ininteligible por los sentidos, que proponían la teología y otras ciencias religiosas.

Al positivismo hay que entenderlo, históricamente, surgido por la necesidad de responder a una serie de preguntas, con una explicación de lo que acontece, no buscada en la religión, o basada en algo que no se puede ver o no se puede comprobar. De esta manera se llamó, entonces, *conocimiento científico*: porque era un conocimiento verificable, medible, cuantificable, visible y no sólo un conocimiento que se infería de otros conocimientos, que a la vez eran inferencias de otras creencias, de la fe o de la magia.

En tanto no hubiera otros paradigmas, únicamente estaba el positivismo: el conocimiento generado por este paradigma era el conocimiento científico.

De ahí nacieron las distintas ciencias hoy conocidas, que trataban de construirse y de aportar conocimientos vía esta metodología "científica", sin mayores problemas mientras no existieron otros paradigmas.

Cuando llegan otros paradigmas se les juzga desde el paradigma científico y se dice: "todo lo que no es científico no es válido". Por lo tanto quienes utilicen otro método que no sea el método científico del positivismo, no están generando un *conocimiento confiable*, sino que se vuelve a la magia o a la religión para explicar los acontecimientos. Y con este argumento se trató de restar validez a otros paradigmas que, sin embargo y a pesar de esto, fueron desarrollándose.

II. 1.A. Lo científico y lo acientífico

Lo que se debe dejar muy claro, por el momento, es que hay que entender que lo científico y lo *no científico* es una cosa, y lo científico y lo *acientífico* es otra cosa.

Si se sigue pensando que sólo el conocimiento científico es el conocimiento válido, entonces mejor ni intentar meterse a conocer otros paradigmas. Pero si se entiende que otros *modos* de crear conocimiento

también son productivos -es preferible no utilizar la palabra *válido* porque es palabra prestada del positivismo- para generar nuevos conocimientos y nuevas comprensiones, que incluso hay otros medios de obtener un conocimiento rigurosamente limpio, compartible, verificable de otras maneras, reproducible de otras maneras, entonces debe abandonarse la discusión centrada en si son o no científicos los otros paradigmas; porque no lo son. No son científicos, pero eso no quiere decir que no sean o no generen conocimiento bueno, servible, utilizable, que tiene una validez, y que esta validez es tan buena o mejor -por lo menos tan buena- que la de los estudios científicos.

No se trata de decir que el paradigma científico es malo, ni que el paradigma científico está superado, ni que no se debe hacer ciencia en los términos en que lo hacen los positivistas: la idea es que es un paradigma más, que no es el único, y que habíamos pensado que era el único porque se creía que lo válido era sólo la ciencia entendida como la entiende el positivismo.

Si se comprende que hay otras cosas tan válidas como las ciencias y que no necesariamente son ciencias, pasamos el debate ya no a la palabra ciencia o científico, sino a ver la *validez* y la *pertinencia* de otras perspectivas, otros procedimientos metodológicos y otros tipos de conocimientos que sirven para ver otros aspectos de la misma realidad.

Hay un paradigma -que es el paradigma científico- que se apropió de este término para sí mismo descalificando a los otros, que le dio un contenido, un significado en el cual todo lo que no era científico no era reconocible como bueno.

Es necesario producir una *generación de conocimientos* por otros métodos, y decir que no son científicos (en términos de lo que cree el paradigma positivista que es ciencia), pero eso no significa que sean acientíficos, en el sentido de que no tengan método, que no tengan rigor, no tengan posibilidad de ser compartidos o criticados, y que no sean conocimientos productivos, o sea que nos lleven a conocimientos cada vez más profundos de aquello que se intenta entender y comprender.

El peligro está en confundir lo *no científico* con lo *acientífico*. Los otros paradigmas son no científicos, pero no son acientíficos. Es decir, tienen su propia epistemología, su propia lógica, su propia validez.

Lo que importa para el positivismo es la *cuantificación*, la *medición*. Y a través de cuantificar y medir una *serie de repeticiones*, es que se llega

a formular las tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a *construir las teorías*; todo -fundamentalmente- a través del conocimiento cuantitativo.

Como no se llega a contar todo, se inventó la *estadística*, que es una manera de acercarse a la totalidad, pero a través de *muestras*.

La estadística es una manera de poder cuantificar todo, sin contar cada uno de los elementos que componen el todo: es la metodología más idónea y coherente de este paradigma positivista.

II. 2. Paradigma Realista

El *paradigma realista* es, en cierta forma, una variante del positivismo, pero tiene su propio status: aquí no es tan importante la predicción, pues se asume que no es lo mismo que la explicación. Lo que importa para avanzar en la generación de conocimiento es llegar a las *causas*, llegar a las *explicaciones últimas*, entendiendo que las explicaciones son diferentes a las predicciones.

En este paradigma realista uno de los intereses ha sido, por ejemplo, en el campo de la comunicación, el *modelo de efectos de los medios*. Ha buscado explicar -sin lograrlo- por qué los medios producen determinados efectos en la audiencia. La mayoría de la investigación de efectos se ha ubicado en la búsqueda de las causas de estos efectos; algunas veces poniendo estas causas dentro del proceso de comunicación, otras veces poniéndolas afuera, pero finalmente la búsqueda ha sido para explicar estos efectos. Y fuera del campo de la comunicación ha buscado explicar los distintos acontecimientos sociales.

Actualmente, a lo que han llegado la mayoría de los seguidores de este paradigma realista, es a entender que es muy difícil encontrar las causas últimas (a determinados efectos o manifestaciones de fenómenos) y que a todo lo que se puede aspirar, en todo caso, sería a *sustanciar por qué* algo sucedió. Sustanciar quiere decir: atribuir una serie de elementos por los cuales algo sucedió.

Por ejemplo, hay un accidente: los autos chocan y comienza a tratarse de sustanciar a qué se debió el accidente. Se vinculan una serie de razones: que uno de los autos iba demasiado rápido, que no se fijó que había una luz en la esquina y cruzó el semáforo en rojo, que hubo fallas mecánicas en alguno de los automóviles, que se distrajo uno de los dos conducto-

res, que había bebido bastante y no estaba lúcido manejando, que pasó una muchacha muy guapa y el conductor se distrajo al verla. En fin, hay distintas razones. Sin embargo, no podemos saber *cuál* de *todas*, o cuál es el *peso específico de cada una* de estas razones para que se haya producido este accidente en un determinado momento.

No obstante, el interés y la intención dentro de este paradigma es tratar de juntar todas las posibles causas, asumiendo que cualquier resultado es el *producto de varias* de ellas, aunque *no* se pueda saber exactamente de cuál. La tarea del que produce conocimiento, entonces, es tratar de dar un peso específico, mayor o menor, a algunas causas en comparación a otras.

II. 3. Paradigma hermenéutico

El *paradigma hermenéutico* se diferencia del positivista y del realista porque da el mayor peso no a lo que es, sino a la *interpretación* de lo que es.

De alguna manera, tanto el paradigma positivista como el paradigma realista basaron la verdad de su conocimiento en descubrir los elementos que estaban interviniendo en determinados acontecimientos o procesos.

El paradigma hermenéutico, de algún modo, dice: "no interesa llegar a un conocimiento *objetivo*, sino llegar a un *conocimiento consensuado*". Lo que importa es ponerse de acuerdo en que esto es de esta forma -sobre ciertas bases-, independientemente de que lo sea o no. Y lo importante es la interpretación que hace el investigador de lo que está estudiando.

En el campo de los medios de comunicación se ha utilizado mucho -y se ha abusado de este paradigma hermenéutico-, en el sentido de que: "bueno, ya que estamos liberados de no tener que contestar a lo que es, es muy fácil interpretar cualquier cosa y podemos decir lo que querramos, con cierto sentido, con cierta rigurosidad, y decir que eso será el conocimiento que hemos obtenido".

Claro, aquí el límite de lo que sería un buen o mal conocimiento, obtenido a través de la interpretación, sería la *cercanía* que tiene con la realidad.

Hay interpretaciones bastante heterodoxas y hay interpretaciones bastante fieles a lo que está sucediendo. La importancia de tener cierta *fidelidad* en la interpretación es la posibilidad no sólo de *entender*, sino de

modificar aquello que se entiende, y de poder arribar a nuevos conocimientos más profundos o más amplios de un primer conocimiento obtenido.

Sin embargo, el paradigma hermenéutico implica una lógica muy distinta. La lógica ya no está en tratar de obtener el conocimiento objetivo, positivo o realista de los paradigmas anteriores, sino un conocimiento que le permita al investigador entender lo que está pasando con su objeto de estudio, a partir de dar una interpretación -ilustrada, por supuesto, o más o menos ilustrada- a aquello que se está estudiando.

La investigación cuantitativa -con excepción de las encuestas de opinión o de otras aplicaciones parecidas a éstas-, no ha logrado pasar de ese conocimiento predictivo. Y las encuestas de opinión, si bien se verifican, se pueden comprobar, no explican por qué los votantes votan de la forma en que votan.

Un buen encuestador de opinión pública puede predecir lo que va a suceder a través de una encuesta, pero no necesariamente a través de ese conocimiento puede dar una explicación de por qué pasa eso y no otra cosa.

Los interpretacionistas ahí tienen un campo bastante importante: en base a ese conocimiento, en el caso de las encuestas de opinión, empezarían a tratar de encontrar elementos para vincular ese conocimiento con una *comprensión* mayor de la conducta social frente a las elecciones, o frente a la participación democrática ciudadana.

Y esto es lo que le daría sentido, es decir: una *teorización mayor* que permita hacer una interpretación ilustrada; lo que daría sustancia al conocimiento obtenido quizá por otros paradigmas, pero trabajado dentro de una perspectiva de interpretación.

II. 4. Paradigma interaccionista

El *paradigma interaccionista* busca la *interconexión de los elementos* que pueden estar influyendo en algo que resulte o suceda de determinada manera.

Aquí, al igual que en el paradigma hermenéutico, no importa arribar a un conocimiento objetivo: lo importante es ver qué elementos están *interconectados* con otros y están *interactuando* para producir algo. No

importa si son todos los elementos o si son unos cuantos: lo importante es ver las *conexiones* entre unos y otros.

El trabajo del investigador, desde esta perspectiva, es asociar ciertos elementos para producir un conocimiento de ellos que antes estaba o se presentaba como disociado: se les conecta de alguna manera y se produce un conocimiento distinto.

Por ejemplo, qué pasa entre lo que piensa una madre de familia con respecto a la educación de sus hijos y la cantidad de horas que ven televisión en casa. Son dos elementos que están en sí, en la realidad, desconectados.

Por un lado, todos tienen su filosofía educativa; la madre en particular tiene su filosofía educativa, formativa para sus hijos. Y, de pronto, la televisión entra a ser un elemento más que, quizá, sin darse cuenta, la madre entra a calificar y evaluar y que no se presenta en la realidad conectado.

El investigador tiene que preguntarse: ¿qué pasa si la TV está influyendo en la filosofía educativa de la madre?, ¿hay que indagar si existe una conexión entre este elemento y este otro? Se estudia la conexión y se produce un conocimiento que no existía, porque hay dos elementos que estaban disociados y en el momento de asociarse permiten ver un aspecto distinto de, por una parte, la educación materna y, por otra parte, el ver televisión en la familia.

Dentro de este último paradigma es donde están trabajando muchos investigadores actualmente con la *relación medios-audiencia.*

Los que trabajan con la ligazón de *efectos* o *impactos* de los distintos mensajes en determinadas audiencias, veían algo que estaba conectado en la realidad: un mensaje era recibido por un grupo de radioescuchas, de televidentes, o un texto escrito era leído por un grupo de lectores. Es decir, en la realidad había una conexión directa que *no estaba provocada* ni hecha por el investigador.

En cambio, los investigadores que están trabajando en la *relación cualitativa* entre medios de comunicación y audiencia, hoy, *están provocando* esta relación. *Asocian elementos*, no porque se les antoje, sino porque el conocimiento acumulado en otros paradigmas permite sospechar que hay una relación importante entre un elemento y otro, y lo que se quiere es verificarlo, en todo caso, empíricamente; pero producen esta relación.

Es recordado el caso de una investigadora en México que quería ver

la apropiación que los niños hacían de los héroes de la televisión, como Batman, Superman, la Mujer Maravilla, la Mujer Biónica, etc. Ella tuvo que provocar la relación. Compró capas de Batman y espadas y se las dio a los chicos para que se pusieran esta vestimenta y les dijo: "bueno, ahora se juega a Batman", o "ahora se juega a Superman o a la Mujer Maravilla", etc., etc. Ella provocó la relación para ver de qué manera los niños reproducían los héroes que veían por televisión, y así encontrar cómo es que estos niños se estaban apropiando, cómo es que estaban reproduciendo estos modelos presentados por los héroes de la televisión; una relación que no existía, que tenía que hacer visible, que tenía que hacer empíricamente visible y que tuvo que provocar.

Este es el tipo de trabajo que se hace con la *perspectiva asociacionista* dentro de este paradigma interaccionista.

II. 5. "Ningún paradigma en sí mismo es mejor que otro"

Cabe agregar que, *en abstracto, no* se puede decir que un paradigma es mejor que el otro, es decir, no se trata de ver que el último es el mejor y que el primero está superado o muy criticado. Permiten un *acercamiento* para conocer aspectos de la realidad *distintos*, y conocerlos de diferentes maneras.

Dependiendo del *interés* en qué es lo que se quiere conocer, por qué se lo quiere conocer, es que puede decidirse cómo conocerlo. En todo caso, esa decisión irá hacia -o conllevará- un paradigma en sus fases identificables con las decisiones que se toman en uno u otro sentido.

Tampoco es una decisión gratuita: hay que dejar muy claro que ningún paradigma en sí mismo, o independientemente del objeto que se busca conocer, es mejor que otro. Los cuatro (el positivista, el realista, el hermenéutico y el interaccionista) ofrecen elementos importantes, tienen límites y tienen posibilidades. La tarea del investigador, en todo caso, es conocer los potenciales de cada paradigma, estar muy claro en sus preguntas de investigación y saber en cuál de ellos ubicarse para generar el conocimiento que quiere.

No es lo mismo aproximarse a medir -como hacen las mediciones del *rating*- las horas en que un televisor está prendido, en una familia de clase

media, al día, o el programa favorito para los adolescentes, para los adultos o para los niños. Esto da un criterio de conocimiento de lo que está pasando con la relación medios de comunicación- audiencia; pero hay otras relaciones, como las mencionadas de las expectativas educativas de una madre y el papel de la televisión en el hogar, que dan otro conocimiento. Y, dependiendo de la orientación del investigador, se toma una *decisión política*: no sólo una *decisión de paradigmas* o una *decisión ideológica*, sino una decisión política por dónde el investigador quiere trabajar, dónde va a poner su energía para producir un conocimiento que esté acorde con sus intereses.

El paradigma positivista es, a primera vista, el más antiguo. ¿Se puede afirmar que el resto de los paradigmas se desprenden de éste, pero con algunas variantes?

Hay un avance acumulativo en toda la generación de conocimiento. No se puede decir exactamente que en términos históricos el paradigma positivista sea el más viejo: tal vez el más viejo sea el hermenéutico: ha sido el más natural. El hombre tiende a interpretar sin mucha sofisticación estadística, a interpretar lo que pasa de acuerdo a la experiencia acumulada anteriormente.

Sin embargo, en términos de producción de conocimiento teórico, conocimiento riguroso, hay un predominio variable en los tiempos modernos: primero del positivismo, después de la hermenéutica, luego del interaccionismo y finalmente del paradigma asociacionista. Hay una cronología en este orden: se podría decir que el último retoma cosas y utiliza conocimientos del primero. Sin embargo, son *epistemologías muy diferentes*, y en este marco no sería posible retomar cosas de otros paradigmas necesariamente para uno solo.

II. 6. Los límites epistemológicos

El debate actual: *cualitativo versus cuantitativo*, tiene mucho que ver con el entendimiento de lo que permiten estos paradigmas. Porque es muy fácil decir: *"la tendencia actual es hacer ambos tipos de metodologías en una misma investigación"*: generar un conocimiento cuanti por un lado y cuali por el otro, hacer una encuesta, después seleccionar una muestra y a esa muestra hacerle una observación etnográfica. Pero son dos

epistemologías muy distintas: una, la cuantitativa, es la *repetición* y la *cuantificación* de elementos y la otra, la cualitativa, es *ver lo distinto y lo propio de cada elemento* que está en juego, en lo que uno está conociendo. No es fácil -epistemológicamente- servirse de conocimientos generados dentro de un paradigma para el otro.

Se puede tener *nociones*, como por ejemplo: en un determinado estudio de laboratorio se vio que después de escuchar un programa de radio de suspenso, unos niños aumentaron su presión arterial. Se midió su presión arterial antes de escuchar, e inmediatamente después de haberlo escuchado, se notó un incremento en dicha presión. Este es un estudio para ver qué tanto la violencia de los medios afecta a la audiencia, lo que puede dar una noción: hay una relación entre el contenido del mensaje de un medio de comunicación y el aspecto físico emotivo de las personas. Pero más que eso no se puede dar, no se puede brindar un mayor conocimiento que sirva para plantear en otro paradigma.

Es decir, la noción de que puede haber una relación que se comprobó en un experimento y sujeta a una investigación -por ejemplo en el paradigma asociacionista: que el contenido de un mensaje de suspenso genera alteraciones en la presión sanguínea y ritmo cardíaco de aquellos que estuvieron expuestos a este mensaje-, no da ninguna explicación de por qué sucede. Se puede verificar, se puede medir, pero no saber a qué se debe. Por lo tanto, sí pueden importar nociones, pero *no comprensiones integrales* de un paradigma a otro.

II. 7. Lo cuantitativo y lo cualitativo: Alcances de la integración metodológica

Ahora bien, ¿son opuestas las metodologías cuantitativa y cualitativa al desarrollar una investigación?

En un trabajo de investigación la cuestión cuantificable no tiene por qué ser opuesta a la cualitativa. Lo cuantitativo puede llevar implícito una explicación, que depende de lo que se cuantifique y de qué modo lleva implícita esa explicación.

Se dijo que pueden ser *complementarios*, pero el problema es que *no son* conocimientos epistemológicamente *compatibles*. Es decir, son epistemologías distintas, pero pueden ser complementarios, en el sentido que dan dos miradas

diferentes de un mismo objeto; pero no son dos miradas que puedan integrarse completamente porque son epistemologías muy diferentes.

Obviamente, la aspiración, todavía *no* lograda, es tener una *investigación integrada*: cuanti y cualitativa. No se puede tener una investigación que sea producto de dos metodologías y dos perspectivas que pueden *juntarse*, pero *no mezclarse*. Dicho de otra forma, pueden brindar elementos para hacer conclusiones quizás más ricas porque se integran en otros aspectos, pero no están integrados en su totalidad porque, como ya se dijo, son dos cosas que no se pueden integrar.

La metodología cuantitativa busca repeticiones, la estadística, la suma de una serie de repeticiones que luego se transforman en tendencias: lo que importa ya *no es quién es parte de esta tendencia*, sino que *hay* una *tendencia*.

Durkheim señaló que hay muchas personas que se suicidan; sumando vio que el índice de suicidios en cierta época del año aumentaba y en otra disminuía, de manera que el suicidio en sí mismo tiene una existencia tercera, independientemente de los que se suicidan. Esto es una posición típicamente cuantitativa. En cambio, en la cualitativa eso no sucede: siempre se habla más de *sujetos concretos*, de *sujetos productores* de lo que se está observando.

En la recepción radiofónica o en la recepción televisiva lo que importa no es cuántos ven el programa, sino cuántos tipos de receptores se pueden investigar y tipificar; en todo caso cuál es el conocimiento distinto. No puede decirse: al tipo 1 le corresponde el 25 % de la población en Argentina, al tipo 2 el 10 %. Suponiendo que el tipo 1 corresponde a televidentes muy activos y el tipo 2 a muy pasivos, lo que un conocimiento cualitativo diría es: hay una manera pasiva de ver TV, una manera activa, una manera crítica y una manera acrítica, en fin: tipificar distintos procesos de recepción más allá de cuántos son los que asumen este proceso; algo muy distinto al conocimiento cuantitativo.

La referencia a una complementación de las miradas cuantitativa y cualitativa deriva en otro interrogante: ¿sería esa comunión capaz de crear una *nueva instancia epistemológica*?

La respuesta es que probablemente sí, pero que todavía no está desarrollada. La aspiración actual, al menos desde el campo de la comunicación, es poder hacerlo, pero no hay todavía un desarrollo en ese sentido. De hecho, hay intentos y acercamientos.

Muchos profesionales, en especial los cualitativos, realizaron investigaciones cualitativas y cuantitativas y luego han tratado de obtener conclusiones basadas en ambas e integrar en las conclusiones un entendimiento de aquello que están investigando. Eso sí se ha hecho, pero *no existe el desarrollo epistemológico que permita integrar ambas perspectivas de conocimiento.*

II. 8. Lo particular y lo general en la metodología cualitativa

La descripción de los paradigmas de producción de conocimiento invita a seguir formulando preguntas, cuyas respuestas redundarán en un análisis más rico y profundo de los mismos.

Uno de los interrogantes posibles: ¿el paradigma asociacionista no corre el riesgo de ser demasiado específico?

En la investigación cualitativa se han multiplicado el tipo de objetos de investigación. Por ejemplo, hay estudios que se centran en ver a la Sra. Martínez, a los cuarenta años, durante el mes de Agosto. ¿Cómo ve la telenovela de tal canal? De ahí salen múltiples relaciones, pero es una sola persona. Es decir, se alcanza un conocimiento tan detallado de algo que no sirve para relacionarlo con otro, a no ser que se multiplique y entonces se pueda decir: pareciera que el caso de la Sra. Martinez es igual a veinte más, y veinte más podrían ser representantes de todas aquellas mujeres que son de la misma edad, que son de la misma clase social, que viven en situaciones urbanas similares, etc, etc.; y de allí generar una hipótesis a comprobarse cualitativamente.

Pero el estado en que se encuentra actualmente la investigación cualitativa es de una enorme *dispersión*, a veces exagerada, y eso es parte de lo que se le ha criticado, donde casos tan irrepetibles y únicos son los que están siendo investigados.

Esto no quiere decir que no tenga otro valor: tiene un valor que permite ver a *detalle*, en el caso específico de una persona, ver *en profundidad* cuál es su relación con el melodrama televisivo; eso permite ser fuente para otras hipótesis y otros planteamientos.

Pero, ¿cuál es la relevancia que tiene para el conocimiento en general de la televisión? En sí mismo: muy poco, porque es un caso irrepetible y único, que puede ser el caso de esta señora, pero no necesariamente es el

caso de alguien más, y esto sí es un problema. Ha faltado voluntad y ha faltado tiempo para ir retomando estos casos, tan dispersos y tan individuales, en una dimensión que permita sacarlos de la *unicidad* y de la no posibilidad de repetirlo, para conformar un cuerpo de conocimientos más sólido.

Esto es lo que ha pasado, pero no quiere decir que la situación continúe de la misma forma. Hay una crítica suficiente y se ha percibido que es necesario no quedarse en esa *atomización exagerada del caso*, que por más profundidad que tenga, si no son retomados en un nivel en que dejen de ser únicos e irrepetibles, no van a servir de nada.

Ahí está una de las críticas a la investigación cualitativa: se ha abusado de la técnica cualitativa para hacer este tipo de estudios, que tienen un cierto valor, pero no tienen un valor que ayude a desarrollar la teoría cualitativa como tal.

II. 9. CORRESPONDENCIA ENTRE CIENCIAS Y PARADIGMAS

¿Se podría decir que la metodología cualitativa es nueva?

Esta cuestión de lo cualitativo y lo cuantitativo pareciera que viene de los albores de la filosofía. En ese caso no es un límite el propio término cualitativo, cuantitativo, como para ver algunos movimientos que se dan en el terreno del conocimiento, particularmente. Por ejemplo, a partir de mediados del siglo pasado, en todo lo que sería el campo de las nacientes disciplinas sociales, inclusive humanísticas: ¿cómo ubicar el tipo de investigación que proponen los filósofos de esa época?

Dentro de las disciplinas sociales y humanistas, o viejos saberes, no es muy fácil armar paradigmas como dos generales de producción de conocimiento científico, cuando da la impresión que por lo menos en el último siglo se ha ido particularizando.

Hay ciertas disciplinas que crean su propio objeto de estudio, su propia forma de investigación, su propia epistemología, su propia forma de revalidarlo; en tal caso, sería lo que puede denominarse la *ciencia de la comunicación.*

De pronto, hay una serie de pensadores o de propuestas investigativas que resulta difícil poder asumirlas en lo que sería un paradigma.

Esto hace pensar: sí, existiría una relación específica entre una disciplina científica y un paradigma.

Los cuatro grandes paradigmas son propuestos para ubicar las grandes tendencias en *intencionalidades* en la generación de conocimientos. No quiere decir que haya, actualmente, una correspondencia exacta entre lo que distintas disciplinas van creando, como su metodología, su objeto de estudio, con cada uno de estos paradigmas. A veces, hay algunos elementos de uno que se corresponden con algunos elementos de otro.

Lo que sí sucede es que existe una delimitación: el paradigma positivista y el realista están en una dimensión, y el hermenéutico y el asociacionista están en otra. El problema está entre los dos primeros y los dos segundos, no tanto entre el primero y el segundo y el tercero y el cuarto. Hay una predominancia de uno de estos en cualquiera de las disciplinas.

En la antropología, por ejemplo, sus filósofos clásicos se han ubicado de alguna manera en alguno de estos y han estado más en la hermenéutica interpretando culturas, interpretando relaciones y sacando modelos.

Sin embargo, no se trata de encasillarse en uno de los paradigmas, sino más que nada reconocer que existen estos cuatro grandes paradigmas -por lo menos-, y poder ubicarse, como investigadores, en una disciplina concreta que sería la comunicación y la cultura o la comunicación y la educación: plantearse por dónde se camina y qué es lo que se expone, para ser coherentes epistemológicamente con estas grandes maneras de producir conocimientos.

En esa línea va la explicación de estos cuatro paradigmas y en menor medida tratar de reducir o de decir: hay que ver qué va con qué, quién va con quién, qué le corresponde a qué, etcétera. Esta era la razón de fondo para comenzar con el desarrollo propuesto, acerca de los cuatro grandes paradigmas.

Por otro lado, resulta más conveniente porque en América Latina existe la tendencia de ser más *deductivos* que *inductivos*, es decir, comenzar con lo general y luego bajar, esto es por la acción. En Estados Unidos pasaría lo contrario: comenzarían por lo concreto y de ahí van elaborando, van induciendo.

II. 10. Los paradigmas como punto de partida

La importancia de los paradigmas en la investigación cualitativa radica en permitir ubicarse con relación a los alcances y objetivos que se

tienen para generar conocimientos a partir de proyectos específicos, y la coherencia o concordancia de estos intereses que se buscan con las estrategias y premisas en las cuales se sustentan los planteamientos y los propios intereses.

Habría que puntualizar que, de los cuatro grandes paradigmas, los dos primeros, el positivista -enfocado en predicciones- y el realista, implican un trabajo de *verificación de la realidad*: lo que buscan es dar cuenta de lo que sucede, de lo que está sucediendo en la realidad, de lo que se supone que existe.

Hay una discusión de la filosofía de la ciencia de si los hechos están ahí afuera o si los hechos son el producto de lo que está ahí afuera, o de la percepción que se tiene de los hechos. Es un debate que no ha sido resuelto ni son intenciones de este curso su resolución.

Los positivistas y los realistas dirían que existe algo *independientemente* del sujeto. En este caso, el papel del sujeto es ir a averiguar, dar cuenta de eso de una manera rigurosa a través de un método concreto, verificando que aquello que se hipotetiza o se predice, existe, o no.

De allí que el esfuerzo investigativo en estos dos paradigmas no se pone para tratar de ir a verificar o dar cuenta de lo que existe, sino que tratan de tener una *comprensión* de aquello que existe. Es un esfuerzo que está enfocado a través del énfasis en la interpretación y en la asociación de elementos, que no necesariamente están asociados, y que por lo tanto podría decirse que no existen de esa manera en la realidad, sino que ellos provocan las asociaciones.

Lo que se busca con asociar y con interpretar es llegar a una comprensión. Respecto a la comprensión se podrá decir: "bueno, acá también se trata de llegar a comprender qué es lo que pasa", en cierto sentido sí, pero la comprensión aquí tiene un sentido más de acuerdo a la filosofía alemana, que es un *entendimiento*, no sólo una comprensión: un entendimiento mucho más profundo de lo que sucede y también de la relación que el sujeto tiene con lo sucedido, con el acontecimiento.

Por supuesto que los cuatro paradigmas buscan generar un conocimiento que invita a conocer el mundo y aquellos objetos que interesan, pero profundizando en estas dos metas cognoscitivas: verificar lo que existe independientemente de la relación con eso que existe, o comprender aquello que existe y de alguna manera *involucrarse* en aquello que se está conociendo.

Esto trataría de ser un conocimiento neutral, en el sentido de que no

importa hasta dónde se ha involucrado el investigador: lo que importa es que tenga una técnica adecuada que permita observar y captar los acontecimientos de la realidad.

De algún modo, estos dos grandes esfuerzos cognoscitivos, verificar y comprender, están marcando la *diferencia* entre lo cuantitativo y lo cualitativo.

Al tratar de verificar, la manera más desarrollada en este esfuerzo de verificación de la realidad la ha propuesto la perspectiva cuantitativa, que ha tratado de hacerlo midiendo, observando o reproduciendo un conocimiento que permita comprobarse, es decir un conocimiento objetivamente verificable por todos, y también de preferencia cuantificable.

En cambio, es muy difícil que la comprensión que tenga un autor ubicado en cualquiera de estos dos paradigamas (el hermenéutico y el interaccionista), a la que llega vía una interpretación o una asociación, sea exactamente verificable, medible, cuantificable.

Por otro lado, debe ser compartida, pero no obligatoriamente verificable, y esto no implica que este conocimiento sea de menor calidad que el otro conocimiento producido a través de estos paradigmas.

II. 11. Verificación y comprensión: el debate entre las ciencias "duras" y las ciencias "blandas"

La discusión entre los positivistas y los hermenéuticos se ha centrado ahí: los positivistas critican a los no positivistas, sobre todo si trabajan en los paradigmas hermenéutico o interaccionista; cuestionando que su conocimiento no es cuantificable: por lo tanto no es un conocimiento con validez.

Existe también una discusión entre las *ciencias duras*, que en general se ubican particularmente en el paradigma positivista, y las *ciencias blandas*, en donde estarían las *ciencias sociales*.

Las ciencias duras han tratado de *descalificar* el conocimiento que busca la comprensión y que no busca centralmente la verificación. Este es un debate que aún no está superado y que ya no tiene mucho sentido, porque se han desarrollado una serie de técnicas cualitativas que permiten darle un *rigor metodológico* a la comprensión. Es decir, la comprensión no es sólo una comprensión afectiva, arbitraria, que responde únicamente a

elementos subjetivos ocultos del investigador o del científico que trabaja con ellos, sino que es una comprensión que se consigue a través de una estrategia, de una metodología y que puede ser *transparente* en ese *proceso de prosecución.*

Esta transparencia en el proceso puede ser compartida y a partir de compartirse puede ser aceptada por otros; por lo tanto la comprensión tiene una validez más allá de aquél que logró obtenerla. Como consecuencia se llega a un determinado *consenso en la comprensión*: no se llega a proponer una verificación objetiva, neutral, pero sí se consigue un consenso a partir de compartir ese entendimiento.

Por ello fue importante enfatizar, al comienzo de este trabajo, la relevancia que tiene para la labor de cualquier investigador desnudar un primer punto de partida, para ver qué es lo que se busca cuando se quiere hacer una investigación de la comunicación.

Si se quiere verificar que la televisión tiene más impacto que la radio en una determinada audiencia, entonces se supone que hay una hipótesis: "la televisión es un medio más potente que los otros". Porque la imagen visual es más completa que el lenguaje oral, porque la imagen es un lenguaje universal fácilmente entendible, porque es muy contundente -es muy difícil contradecir lo que se presenta frente a los ojos-: es decir, la contundencia de la imagen es mucho más contundente que muchos argumentos de la prensa escrita, de la radio o de cualquier otro medio.

Basta ver la guerra de Bosnia, que muestren parte de la guerra que tiene lugar ahí, sin decir nada, para que se tenga una idea de lo que está sucediendo; se puede ver la imagen de alguien que es asesinado a manos de otros -esto puede ser tan impactante o más de lo que se puede decir con muchas palabras-; incluso el asesinato de una sola persona, viéndolo, es más impactante que el escuchar que hubo cien muertos: es un dato más frío que ver una imagen.

Se puede decir: "la televisión es, por su capacidad audiovisual, un medio mucho más potente que los demás", y de ahí hacer un estudio para saber qué tanto más afecta la televisión, a la audiencia, que la radio.

Al ubicarse en aquellos paradigmas, si al investigador le interesa descubrir qué es lo que está influyendo para que la televisión tenga un mayor poder de impacto en un determinado grupo de la audiencia, eso no se puede saber porque no está en la realidad, no se lo ve. Se debe asociarlo e interpretarlo de alguna manera, y se lo puede ubicar en cualquiera de estos

dos paradigmas, por lo que esta ubicación va a permitir desarrollar una técnica, una estrategia concreta acorde con esta primera ubicación epistemológica general. Esto regularmente se olvida: a veces los intereses propios se convierten en prioridades y uno busca alcanzar los objetivos que se propone, pero sin darse cuenta que se está ubicado -sí o sí- en cualquiera de estos paradigmas.

De allí que lo importante es entender esto: siempre estamos ubicados en un paradigma: no se está en la *neutralidad*; el conocimiento que va a producirse, dentro de una perspectiva particular, permitirá conocer aspectos de la realidad y tener un conocimiento de una manera o de otra de esa realidad. Eso es muy importante porque lo que se puede hacer con los resultados de la investigación va a depender, en gran parte, de la claridad y congruencia que se tenga entre el proyecto concreto de investigación y el paradigma que lo está sustentando.

Si se quiere modificar lo que se está conociendo, difícilmente se quiera estar en alguno de estos, es decir: aquí se está dando cuenta de lo que existe. Si se quiere modificar va a ser muy difícil cambiar algo que existe, porque el investigador está verificando que existe.

Por ejemplo, para medir en el terreno de la comunicación se utiliza el rating: ¿de qué manera el rating modifica la preferencia programática o radiofónica de la audiencia? Lo único que el rating dice es que tal novela goza de mayor preferencia entre la audiencia de determinada ciudad o colectividad. Pero si se quiere verificar el gusto de esa colectividad no se puede hacer nada con esa información: hay que buscar otro tipo de información.

Se puede llegar a cambiar el gusto, pero para eso no basta la información del rating: se debe buscar otro tipo de información. El rating sirve para verificar que tal programa es el más visto entre todos los programas. También sirve para vender, es decir: "vendo un espacio en el programa que tiene mayor aceptación, el más visto y por ser el más visto va a costar más caro el minuto; un minuto en un programa menos visto va a costar menos". Para esto sí sirve esta verificación de la preferencia programática, pero no sirve para modificar el gusto o la preferencia de ese programa, ni para saber por qué se ve ese programa y no otro: para alcanzar ese descubrimiento es necesario hacer otro tipo de estudio.

II. 12. LA NECESIDAD DE DEFINIR EL TIPO DE CONOCIMIENTO QUE SE BUSCA

Un investigador puede equivocarse con facilidad en el planteamiento de un proyecto creyendo que va a conseguir un tipo de conocimiento, y después el tipo de conocimiento que consigue no es el que necesitaba para los fines propuestos.

En gran parte, muchos de los proyectos de investigación no tienen ninguna utilidad, más allá del reconocimiento académico, por no *considerar para qué* se está haciendo la investigación, qué tipo de conocimiento se va a obtener y para qué va a servir dicho conocimiento.

El servir de los *resultados* de la investigación no es algo que venga añadido y que una vez que tenga los resultados "voy a ver para qué me sirven": es algo que se planea desde la misma formulación de la investigación.

Si lo que se pretende es modificar una política de comunicación, hay que investigar cuáles son los tiempos, por ejemplo, de la oferta televisiva en una determinada ciudad; se ve que están ofertando 100 horas semanales de noticias, 100 de películas, 30 de programas políticos, 30 de novelas, 5 de programas culturales, 20 de dibujos animados, en fin; puede hacerse un análisis, una cuantificación, una verificación de lo que están ofertando; se lo cuantifica y se puede decir: "si nosotros y el Estado queremos que los medios de comunicación eleven el porcentaje de programación cultural y deportiva, es necesario hacer un equilibrio de la programación, de la oferta programática".

Podrá dársele esta información a aquellos que van a definir una política, para justificar y sustentar que es necesario que los canales de televisión aumenten las horas de su programación cultural o que disminuyan tal o cual programación, es decir, para que puedan tomar una decisión con respecto a lo que está sucediendo y tratar de modificarlo.

En este punto lo que conviene es cuantificar -generalmente las políticas de población se basan en estudios cuantitativos: se hace una muestra sobre el índice de natalidad y a partir de ahí se puede armar una campaña de planeamiento para tratar de disminuir el índice de nacimientos-. Este tipo de conocimiento es cuantitativo, conocimiento de verificación para saber lo que está pasando y de ahí en más poder actuar.

Los investigadores de las ciencias sociales han desaprovechado muchos de los conocimientos obtenidos, por no haber previsto y planeado desde el comienzo del proyecto qué tipo de conocimiento se va a obtener. Y aquí no hay recursos que desaprovechar, es decir, no hay ni tiempo, ni energía, ni esfuerzos para desperdiciar.

Conviene ser muy *selectivos* en el tipo de investigaciones que van a realizarse, especialmente en comunicación, y tratar de saber *qué va a hacerse* con el conocimiento obtenido. Por ese motivo importa ubicarse y entender qué son los paradigmas.

Por otra parte no toda la investigación tiene que servir para un fin inmediato y concreto: depende también de la estrategia del investigador, de sus convicciones políticas, etc.

El cómo se van a utilizar los resultados de la investigación no siempre tiene que desembocar en modificar un aspecto específico, visible y material o aquella parte del objeto de estudio que se ha modificado: no tiene que hacerlo, esa ya es una decisión del investigador. La referencia tiene que ver con que el conocimiento generado a través de cualquier investigación puede servir para una cosa, pero esto no significa que sirve para todo.

Muchos piensan que lo importante es hacer investigación y no advierten para qué puede servir. A lo mejor puede servir solo para dar cuenta de algo: no va a servir para modificar nada, pero entonces hay que estar concientes de que para eso hacemos la investigación.

En este momento, y sobre todo en América Latina, los investigadores no pueden darse el lujo de hacer una investigación que no se sabe para qué va a servir. Esto no provoca una obligación para que todo proyecto sirva para modificar algo, sino que es clave para ser considerado al hacerse una *selección* de proyectos, para utilizar mejor los recursos.

Vale la pena aclarar un punto con relación al paradigma positivista, que predice y explica, con la posibilidad de producir modificaciones.

En el conocimiento general, cualquiera de los cuatro paradigmas puede ser útil para producir cambios y modificaciones, pero son distintos cambios y distintas modificaciones en el conocimiento de los procesos de recepción.

¿A quién le sirve conocer cómo se da el proceso de recepción radiofónica entre un grupo de niños? A los padres, para saber qué está pasando con sus hijos; le sirve a los educadores de esos niños, le sirve a alguien, pero no a otros.

El conocer las preferencias radiofónicas le sirve al emisor, al medio de comunicación para vender espacios a los anunciantes, pero a una madre no le sirve para nada saber el rating de tal o cual programa. A ella le importa saber por qué su hijo escucha tal o cual programa.

Es significativo determinar para quién es importante tal o cual conocimiento y, a través de cualquiera de esos paradigmas, se puede obtener conocimiento *útil* para distintas cosas.