

Unidad 7

- Implicaciones políticas y pedagógicas de la investigación cualitativa.

CAPÍTULO V

IMPLICANCIAS POLÍTICAS Y PEDAGÓGICAS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Implicancias políticas y pedagógicas de la investigación cualitativa

1- Implicancias Políticas:

- Compromiso del investigador con el objeto de estudio.
- Potencial transformador
 - Posición política - manipulación
 - Lo micro vs. lo macro
 - Sustento - acción
 - Agentes - cambio

2- Implicancias Pedagógicas:

- Empírico —————> Teoría fundada
- Inducción
- Criterios
- Herramientas / Objetos

Una de las implicancias políticas de la perspectiva cualitativa es el *compromiso del investigador con el objeto de estudio*. Si se toma en cuenta, no es difícil ver cómo el investigador que trabaja con esta perspectiva, no sólo no es neutral ni está alejado, sino que está involucrado con el objeto, lo cual supone un compromiso del investigador. Un compromiso que no lo exime de caer en subjetividades y que pueda él mismo contaminar o *ideologizar* su propia investigación; pero es un compromiso que está en juego entre el investigador y el objeto de estudio.

Se da la situación contraria en la investigación cuantitativa, donde los eventos de la realidad que se quieren investigar se verifican, se cuantifican y, en todo caso, se dan a conocer o no se dan a conocer, o se utilizan de alguna manera.

Lo que hace el investigador, desde una perspectiva cuantitativa, es aplicar adecuadamente las técnicas, desarrollar el análisis de acuerdo a los conocimientos científicos, sin contraer mayor responsabilidad, aunque debería tenerla. Este tipo de investigación *no* demanda al investigador que asuma una responsabilidad, más allá de realizar técnicamente bien su trabajo.

Esto que pasa en la investigación cuantitativa no sucede en la investigación cualitativa. Por más que el investigador pretenda no comprometerse con un determinado objeto, lo hace desde el hecho que *construye* su propio objeto de acuerdo a sus *intereses*.

Al conocimiento que se tiene se lo perfila con elementos externos y también con elementos internos, de la propia experiencia, con elementos de los propios sujetos de investigación.

Hay una compenetración de los *sujetos* de la investigación: los participantes de la investigación y el investigador. En tanto que se vive en esta interrelación dialéctica permanente, a lo largo del proceso de investigación se construye el objeto, para bien o para mal, guste o no, se lo asuma o no, pero se está comprometido con aquel objeto, y tener en cuenta esto es muy importante.

V. 1. LA MANIPULACIÓN CUANTITATIVA

Un ejemplo útil es lo que ha pasado en México con algunas de las investigaciones cuantitativas en el campo de la economía. Hasta finales de

diciembre de 1994, los mexicanos creían que casi daban el paso al Primer Mundo: todos los indicadores macroeconómicos así lo decían. Por ejemplo, el indicador bursátil: la Bolsa de Valores siempre iba a la alza del PBI (Producto Bruto Interno), iba para arriba la paridad del peso mexicano, con el dólar se mantenía un rango de flotación de 5 a 10 centavos y había permanecido así por largo tiempo. El índice de inflación se había controlado a menos de 2 dígitos, o sea que rondaba en un 7 ú 8 % anual y, dato clave, según el índice de exportación -por primera vez en 20 años frente a Estados Unidos-, México tuvo un superávit, o sea que se vendía más a Estados Unidos que lo que se le compraba.

Todos estos indicadores permitieron pensar que era el segundo milagro mexicano.

Esta información cuantitativa y macro, estaba dejando de lado el análisis de otros indicadores. Y aquí interviene la *manipulación* de los investigadores: supuestamente neutrales, objetivos, estadistas, positivistas. Mientras analizaban cómo crecía el PBI no analizaban cómo estaba conformado o cuáles eran las fuentes de ese PBI.

A la hora que se analizaban las fuentes, se veía que había una monopolización acelerada de la industria donde se estaba creando ese PBI. Es decir que el resultado no reflejaba lo que estaba pasando en la realidad: si bien el número total daba un aumento, ese aumento era a costa de una creciente monopolización de las grandes industrias, una desaparición creciente de la pequeña y mediana industria y un desempleo disfrazado -aunque no se veía que el desempleo había aumentado enormemente, más o menos se mantenía en índices tolerables, iba creciendo pero en índices como para que no espantara-.

Nadie advirtió lo que eso significaba en términos de la vida cotidiana de los mexicanos: debían duplicar o triplicar sus trabajos o actividades remuneradas para poder seguir en el mismo nivel económico que antes. Había un crecimiento de la pobreza como tal: en una población de 80 millones, el 30 % estaba considerado en estado de pobreza absoluta. Sin embargo, estos índices no se manejaban.

Esto sirve como ejemplo para ilustrar de qué manera se puede manipular una investigación en la perspectiva cuantitativa: es mucho más fácil de manipular que en la cualitativa. No significa que en la cualitativa no se manipula, simplemente hay otras condiciones, se manipula -en todo caso- de otra manera, o quizá hay que llamarla *incapacidad*, falta de ética, falta

de reconocimiento de los límites de los investigadores, puesto que de ellos depende mucho el proceso y el resultado de dicha investigación.

La manipulación comienza en *qué* es lo que se investiga y *qué* lo que *no* se investiga. Volviendo al ejemplo mexicano, en esos índices macroeconómicos lo único que fue investigado por las autoridades, por el gobierno, fueron todos aquellos índices que se hipotetizaba estaban siendo positivamente desarrollados, como los recién mencionados. Hubo otros que no se consideraron, como los brotes de conflictos, como el caso de Chiapas, otros problemas nacionales, como los deudores de tarjetas de crédito que formaron un movimiento nacional, etc.

Ese tipo de brotes sociales no se consideraban -en esa investigación- de lo que era el desarrollo de México, y la manipulación, entonces, es muy sutil porque no está vinculada a la de los elementos intrínsecos al proceso de investigación. Es decir, no sólo se manipulan variables para dar determinado resultado o determinar la hipótesis que uno quiere: también se pueden manejar variables en la investigación cualitativa, pero en este caso la manipulación comienza antes. La mayor manipulación está en *qué* cosa se investiga y *qué* cosa se deja fuera del interés y del ámbito de los investigadores.

V. 2. RIESGOS DE LO CUALITATIVO

En la investigación cualitativa el problema es distinto: *no* se presenta como un *problema de manipulación*. Esto no quiere decir que sea perfecta, ni que sea mejor por esta razón: implica que habiendo un compromiso del investigador, lo que puede no hacer tan exitosa o tan buena la investigación cualitativa no se debe a manipulaciones, sino a la *falta de capacitación* del investigador para llevar a cabo su trabajo.

Gran parte del proceso de investigación en lo cualitativo descansa no sobre la pertinencia de los datos, sino en la habilidad y la destreza analítica del investigador. De datos muy pobres se puede sacar quizás demasiado y a veces de datos muy ricos se puede desperdiciar demasiado; todo esto depende del investigador y refiere al *compromiso ético* -no solamente político- del investigador. Lo importante es tratar de ser lo más *fiel* posible en todas las etapas, lo más coherente posible entre objetivos, objeto de estudio y procesos de investigación, en todas las etapas.

V. 3. INVESTIGACIÓN Y TRANSFORMACIÓN POLÍTICA

La otra implicancia política que tiene la investigación cualitativa es que abre otras posibilidades, para dos cosas: en primer lugar, para obtener el *sustento de la actuación política* de la sociedad y, en segundo término, para *involucrar a nuevos agentes de transformación* o de actuación política.

En cuanto al primero, cuál es el sustento de la acción o de la gestión política que potencia la perspectiva cualitativa: todo aquello que *no es macro*, como esos grandes indicadores económicos mencionados (en el ejemplo mexicano, de fines de 1994), sí todo aquello que es micro.

En ese sentido, el conocimiento adquirido a través de una investigación cualitativa es un conocimiento referido a *procesos microsociales*: una familia, un grupo de colectividad, una ciudad, etc. No son muestras estadísticas que estén reflejando los universos, sino que son microcélulas, microorganismos, microgrupos o como se lo quiera llamar; pero el conocimiento es pertinente y obtenido a través de unos cuantos sujetos, objetos o casos de investigación: *no* a través de una *representación*.

Esto tiene explicaciones muy distintas a lo macro porque, para seguir con el ejemplo de los indicadores macroeconómicos, en lugar de señalar que la Bolsa de Valores aumentó 1,3 %, que la gente no sabe lo que significa, se argumenta que con el salario que recibe una familia de clase media pudo salir bien este mes o tuvo que recortar el tipo de comida, no comer carne una, dos o tres veces a la semana, no comprar tal cosa, etc. Como eso está repercutiendo en lo micro, un investigador cualitativo lo que hace, si quiere averiguar los cambios que la economía está provocando en las familias, es tomar varias familias y comparar en el mismo tiempo: cómo es su ingreso, cuáles son los cambios que debieron hacer en sus dietas, estudiar sus gastos de distracción, cuántos viajes tuvieron que reducir, etc. (se está hablando de familias de clase media; en familias de clase baja los recursos y los elementos estarían en otro nivel).

Pero ese tipo de conocimiento -que nos marca que los jueves una familia de clase media ya no puede comer carne, o ya no puede ir una vez a la semana al cine, sino que sólo una vez al mes- obviamente es distinto a los grandes indicadores que significan lo que está pasando con la economía. El tipo de conocimiento obtenido desde lo cualitativo sí es *entendido* por la sociedad, no sólo por los especialistas económicos y políticos: se

entiende perfectamente que hoy no se puede comer lo que se quiere porque el salario no alcanza...

Esto permite un nuevo tipo de *actuación política* de nuevos actores: la sociedad civil. Antes, ¿quiénes podían protestar? Los que pudieran interpretar indicadores macro. Con el conocimiento micro se potencia la posibilidad de tener un tipo de conocimiento accesible a otros agentes, que sirve de sustento para que estos agentes puedan tener una opinión y eventualmente tomar una *decisión* e informar su participación ciudadana política.

Queda claro que elegir una determinada perspectiva de investigación tiene implicancias políticas.

V. 4. IMPLICANCIAS PEDAGÓGICAS: EL MOTOR INDUCTIVO

Si bien se puede tomar la decisión de realizar investigación cualitativa, muchas veces no se tienen todos los elementos requeridos para hacerlo.

En Latinoamérica, en general la formación antes de llegar a la universidad ha sido bastante *deductiva*. Se ha adiestrado en la deducción, pero no en la inducción. En el análisis a partir de un conocimiento *empírico*, se reelaboran o reformulan lo que dicen los libros: no se sale a ver qué pasa con objetos no documentales, objetos empíricos.

La investigación cualitativa implica una ejercitación en el *análisis inductivo* de la información. El esfuerzo básico es ir haciendo *análisis subsecuentes*, interpretaciones subsecuentes, hasta llegar a una interpretación que es suficientemente elaborada y enriquecedora: esto supone ejercitarse en la inducción. Pero no es sencillo en la realidad: implica estar probando distintas metodologías y ayudarse de algunos mecanismos para apoyar ese análisis.

V. 5. LA TEORÍA FUNDADA

Una de esas herramientas ha sido la que se conoce como *teoría fundada*, que asume el siguiente planteo: el objetivo del análisis y la interpretación es *crear teorías*.

Este esfuerzo analítico conlleva a otro objetivo: servir como inter-

pretaciones del objeto y como parte de una nueva teorización. Lo ideal es que de toda investigación cualitativa salga una nueva *teorización* del objeto de estudio.

Lo anterior implica que hay que abandonar la idea: “la teoría es lo que hacen los autores y los grandes teóricos”; de ellos surgen teorías que serán más o menos valiosas, dependiendo de la información involucrada, de la lógica, etc. Pero también los investigadores cualitativos, con *dimensiones* más modestas, deben llegar a producir teoría a partir de las investigaciones. Esto es así, pues no hay suficiente teoría de todos los objetos micros de investigación en los que se trabaja.

Hay grandes teorías sociales, humanísticas, de todo tipo. Pero se sostiene, desde esta perspectiva, que el ámbito de trabajo es micro, y lo micro tiene su propia descriptividad. El paso final es aprovechar y capitalizar el resultado de todos estos procesos micro para crear una nueva teorización.

En la mayoría de las escuelas en América Latina -esto de crear teoría no está puesto en claro, más bien se tiende a conocer la teoría clásica o de los autores importantes en determinados ámbitos- no se imagina que cualquier estudiante puede crear teoría.

Una de las maneras preferentes desde la perspectiva cualitativa es crear teoría a través de la *investigación empírica*, y no a través de nuevas integraciones de lo que hicieron los autores. Se hace teoría a través de sistematizar las interpretaciones de la investigación que se realizan con una perspectiva cualitativa. Este es el sentido último de la teoría fundada: *ir fundando*.

La teoría fundada está sustentada en datos empíricos y en la interpretación de esos datos empíricos por parte del investigador, avanzándose en la teoría en la medida en que se avanza en el proceso de investigación.

V. 5. A. USO DE LA TEORÍA FUNDADA

Un ejemplo de teoría fundada: la interacción de la oferta televisiva y jóvenes adolescentes de 14 y 15 años, en una escuela privada; hijos de familias católicas en una zona semi residencial, al sur de la ciudad de México (televisión abierta). Además de hacer un análisis de contenido de la programación preferente para esos jóvenes, se hicieron algunos grupos de discusión para captar su percepción y entender el por qué de sus preferen-

cias, cómo interactúan, cómo se sirven de esa programación, qué piensan del medio, de la programación que les gusta.

Este proyecto era parte de otro mayor realizado en cuatro países de Latinoamérica, inspirado también por el argentino Daniel Prieto Castillo. El proyecto tiene una sustentación teórica, una serie de preguntas y objetivos. No se va a detallar el proyecto en sí mismo, sino se va a contextualizar para que se vea de qué se trata.

¿Cuáles fueron los pasos que se dieron para desarrollar el proyecto?

Lo primero que se hizo fue observar ciertas *redundancias* en los textos transcriptos, que surgen de lo dicho por los jóvenes. A partir de esos elementos que se repetían, a la vez se hizo otra lectura para ver cuáles eran los *temas centrales* que estaban involucrados en las opiniones de lo que decían. Después de obtener los temas centrales y las reiteraciones, se encontraron algunos *ejes de análisis* para agrupar esa repetición y los temas sobre los cuales hacían las repeticiones. Con eso se fue generando una primera *categorización* de los temas que parecían importantes para el grupo, surgiendo:

- Hablaban de las razones por las cuales les gustaba ver o no ver determinado programa.

- Cómo se percibían ellos como televidentes.

- Cómo podían distinguir entre programa, género y medio de comunicación; lo que captaban de las diferencias entre un programa y otro.

- Su opinión o juicio valorativo sobre el contenido de los programas de su preferencia.

- Cómo se percibían ellos como adolescentes en relación a su familia y a su tiempo libre.

- Cómo percibían a los otros, principalmente a los adultos y en específico a sus padres, en relación a ver televisión.

Con estas categorías preliminares de análisis se volvió a leer todo el material, producto de las grabaciones, y se fue profundizando lo que se entendía de aquello que los adolescentes decían, y se llegó a hacer un análisis de lo que significaba para ese grupo de jóvenes el ver televisión.

Una vez que se llegó al análisis, a proponer las categorías definitivas que eran importantes, que estaban involucradas y que enseñaron a los investigadores qué es lo que significaba para ellos el ver televisión, se tuvo que hacer un ejercicio a la inversa: ilustrar con las propias palabras de los jóvenes -citas sacadas de sus discursos- para sustentar las categorías que

habían obtenido los investigadores y que permitían a un lector entender el proceso de investigación que se había seguido y darle sentido al discurso.

Existía el objetivo inicial: conocer la interacción con la programación de TV que los mismos jóvenes dijeron que era de su preferencia: fueron entrevistas múltiples, casi libres, acotada la temática a la programación seleccionada. Los ítems arriba indicados fueron planteados por los jóvenes.

Ejemplos de frases textuales de los jóvenes:

■ “A lo mejor ahora, pero sobre todo en un tiempo después, lo que yo vea en la TV me va a afectar, o sea: si viera un programa que no es sano en un tiempo, en el futuro me va a afectar, porque la afectada sería yo, no serían los otros que no vieron el programa”.

■ “Sí, porque tú al ver eso, es decir lo malo del programa, suponemos que ves a un señor que le está pegando a su mujer, pues inconscientemente tú lo grabas y lo estás almacenando, y sin darte cuenta; y después en el futuro corres el riesgo de hacer lo mismo. A mi me contaron que un señor que de niño leía revistas pornográficas, ya casado y con esposa e hijos se metió en líos con mujeres y todo eso, porque desde chico leyó mucha pornografía”.

■ “Yo creo que nuestros padres muchas veces tienen razón en no dejarnos ver algunos programas que ellos creen que no son buenos, porque como estamos diciendo, aunque uno no lo quiera, se puede copiar lo que se ve sin darse cuenta, y nuestros padres son personas que quieren lo mejor para nosotros y por eso nos impiden ver algunos programas de TV”.

■ “Hay veces que uno está viendo TV y de repente sale una escena, por ejemplo una escena de amor, y uno quisiera esconderse, porque uno se siente muy mal cuando están tu padre o tu madre ahí juntos y todos están viendo esa escena”.

Después del análisis, las categorías fueron las siguientes:

■ Hay una *perspectiva moralista* que domina la vinculación de estos jóvenes con el contenido de la programación. Esta perspectiva se antepone como *criterio de selección* a otros, también expresados como lo divertido, lo emocionante de los programas. Asimismo, esa perspectiva se encuentra relacionada a una autoperfección marcada de ser sujetos en proceso de formación, de construcción de su propia personalidad y de sus propios juicios; por eso se perciben vulnerables y otorgan a la TV un poder casi ilimitado para afectar su presente y su futuro.

■ Hay una *concepción de efectos* de la TV, como efectos fuertes, no limitados, de efectos además a corto, mediano y largo plazo, manifiestos en situaciones concretas fuera del control de los mismos afectados, efectos con el potencial de causar problemas en la edad adulta tanto a nivel individual como familiar, efectos irreversibles e inevitables a menos que uno no se exponga a dicha programación.

■ Existe o se percibe una *autopercepción* marcada de *clase*, aunada a una mediación *racista* manifiesta en sus juicios sobre el contenido de los programas. En su discurso sobre la programación y sus preferencias lo vulgar se contrapone a lo bueno, lo sano, lo fino y lo saludable. La salud, la conciencia, las buenas maneras y la conducta parecen ser los ámbitos que les preocupan más y ellos consideran de mayor afectación al exponerse a la TV.

■ A estos jóvenes les costó mucho distinguir del programa de su preferencia a qué *género* televisivo pertenecía: si era un programa cómico, si era una comedia de situación, etc. Fue evidente la poca competencia comunicativa de los participantes para entender tanto los aspectos formales como de clasificación de la programación. Esto se manifiesta en una incapacidad para reconocer los aspectos estrictamente del medio televisivo, y también en una incapacidad de reconocimiento del lenguaje del propio medio y de las estrategias de comunicabilidad de los programas según su género. Esta incapacidad se manifiesta también en distinguir sólo la dimensión moral, pero no la *biológica* o la *política* que acompaña el contenido; así la percepción de un mensaje tiende a ser una *monopercepción* enfocada en sus ámbitos.

Los apuntados son elementos que ayudaron a entender y agrupar las respuestas de estos diez jóvenes, en *núcleos generadores de sentido* para lo que sucede entre ellos y la televisión.

Esto ha sido un pequeño ejemplo de cómo acercarse a hacer teorías. La teoría acá se entiende en términos muy modestos. En el ejemplo, no se construye una gran teorización, pero sí se puede decir que hay en los jóvenes distintos tipos de percepciones, ellos no captan sólo un aspecto de la TV, sino varios. De esa información y otra existente sobre el tema se puede ir profundizando y teorizando sobre la vinculación de los jóvenes con la TV.

Cabe aclarar que se analizaron grupos de jóvenes de otras características sociales, con resultados diferentes. Lo que interesaba era ver distin-

tas interacciones de grupos de jóvenes con la TV. Lo que se describió no representa afortunadamente a la juventud mexicana. Esta investigación ha sido complementada por información contextual sobre los jóvenes (en términos sociales, en términos de desarrollo personal, la etapa de la adolescencia, cómo entender a la juventud, etc.). No se dijo a los jóvenes que lo conversado estaba destinado a evaluar la interacción jóvenes-TV; lo que se les dijo fue que se quería aprehender cómo se daba la vinculación con la TV, lo cual era cierto; no era un examen, sino que se quería conocer para mejorar la programación, última finalidad del proyecto: tener mayores elementos para producir programas para jóvenes latinoamericanos mucho más interesantes y provechosos para ellos. Se trató de condicionar lo menos posible la investigación, pero nunca se puede evitar.

Otros grupos de clase media no católicos no presentaron tanta conexión con el aspecto moral como en este grupo ya identificado. Otros grupos eran de otras clases sociales.

De la descripción de la comentada experiencia surge la cuestión: ¿la investigación cualitativa utiliza la *repetición*, un recurso característico de lo cuantitativo?

En la investigación cuantitativa, además de estar contando repeticiones, se suman cosas que *parecen iguales*. En los grupos de discusión, al hacer el proceso de teoría fundada, lo que se quería era obtener algo que tuviera sentido para el grupo, no para un individuo: la unidad de análisis no era el individuo, sino el grupo. Dentro de la unidad de análisis había que hacer una composición de ese sujeto, que era una unidad colectiva, que le diera su esencia colectiva y permitiera tomarlo -al grupo- como uno y distinto de otro grupo: un segmento de audiencia, si se lo iguala con un grupo, se distingue de otro segmento de audiencia, pero para poder construir esos segmentos de audiencias hubo que ser cuantitativo y agrupar. El principio fundamental de la distinción entre grupos no está violado: los grupos eran la unidad de análisis.

V. 6. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEL OBJETO

En la investigación cualitativa y en ciertos campos, como el que tiene que ver con las audiencias en el terreno de la comunicación, se topó con un problema grande: los *criterios tradicionales* que se utilizan para segmentar

las unidades de análisis o los grupos no son lo *suficientemente* precisas para *acotar* el objeto.

Por ejemplo, se utiliza el criterio del nivel de ingreso o nivel socioeconómico, lugar de residencia, nivel educativo, lugar de procedencia, etc., de los sujetos de investigación. Estos criterios y otros que se utilizan, que han probado ser bastante eficaces en otros tipos de estudio, son insuficientes para acotar los objetos que se construyeron.

En el caso de la investigación de la recepción son insuficientes pues, si se quiere ver la relación de un determinado grupo de la audiencia con cualquier producto de medios, los criterios planteados son apenas iniciales, pero no permiten llegar a *segmentar* la audiencia de acuerdo a su interacción con el medio y el mensaje específico.

Uno de los desafíos de los investigadores cualitativos es proponer los propios criterios razonables de segmentación para acotar el objeto de estudio. En el caso de la investigación de la recepción, aparte de los criterios generales de nivel educativo, económico, etc., son (los criterios): el *tipo de mediaciones* en el proceso de recepción, las *estrategias* de recepción, los *escenarios* de la recepción y las *comunidades de interpretación*.

Estos cuatro criterios son resultados de investigaciones anteriores y han probado ser mucho más precisos para definir "éste es un segmento de audiencia distinto a otro", a partir de su interacción concreta, conformada por estrategias, mediaciones, escenarios y comunidades de interpretación.

Saliendo de este caso concreto de la recepción, el desafío es ir encontrando en una investigación cualitativa otros criterios que surjan de esa misma investigación, que permitan ir haciendo mucho más precisos los objetos de estudio.

A diferencia de la investigación cuantitativa, donde los indicadores y criterios tienden a ser eso nada más -indicadores y criterios-, en la cualitativa son *guías, orientadores* para acotar el objeto de estudio, que se van convirtiendo en sí mismos en categorías analíticas dentro de ese objeto de estudio.

Estos criterios permiten segmentar la audiencia y también son categorías de análisis, es decir: las estrategias de ver TV, escuchar radio, leer prensa escrita, a la vez que demarcan a la audiencia permiten profundizar en la misma audiencia; esta *dualidad* en los criterios en la investigación cualitativa es fundamental tenerla en cuenta; los criterios son categorías analíticas de investigación.

V. 7. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Herramientas de investigación

- Observación Etnográfica
 - Participante y no participante

- Entrevista en Profundidad
 - Historia de vida
 - Abierta
 - Semidirigida
 - Cerrada
 - Grupo de Discusión (entrevista múltiple)

- Análisis Textual

- Estudio de Caso (fines comparativos, todo sobre el objeto)

- Experimentación Metodológica (abierta)
 - Psico y Socio Drama

V. 7. A. OBSERVACIÓN ETNOGRÁFICA

La *observación etnográfica* puede ser *participante* o *no participante*, dependiendo de los intereses y de los fines de la investigación; no tiene que ser necesariamente de un tipo o de otro.

Hay una serie de autores latinoamericanos que han elaborado *fichas* para hacer una observación etnográfica. Como esta observación tiene mucho de sentido común, lo mejor es pensar en lo que uno quiere observar y tratar de organizar la ficha. En México, Jorge González es el que más ha desarrollado la observación etnográfica.

V. 7. B. ENTREVISTA

Lo común a todas las *entrevistas*, que las diferencia de los cuestionarios, es que lo importante pasa por *captar* el *discurso*, el lenguaje del entrevistado. En el cuestionario esto último no es importante, sino que estorba (un pregunta abierta en un cuestionario de elección múltiple estorba luego para la categorización de las respuestas abiertas efectuadas).

El *lenguaje*, en toda investigación cualitativa, es herramienta de trabajo y es objeto de estudio en sí mismo. Esta es una diferencia muy clara con la investigación cuantitativa (lo que diferencia las entrevistas de los cuestionarios).

La entrevista plantea una gama de posibilidades.

V. 7. B. 1 HISTORIA DE VIDA

La entrevista más abarcativa es la *historia de vida*, que es más que una sola entrevista. Los antropólogos más que nadie tienen claro que la historia de vida es un conjunto de múltiples entrevistas y observaciones. Llegar a entender la historia de una vida implica un “*ir y venir*” varias veces con el sujeto: se trata de saber por qué el sujeto está actuando como actúa en función de lo que *ha sido*. Evidentemente hay una premisa: lo que uno es ahora está *conectado* con el *pasado*. Hay un debate no resuelto sobre si los primeros años marcan para toda la vida o si uno responde a situaciones nuevas de manera distinta, o sea en un continuo aprendizaje. La historia de vida busca tener presente su *proyección temporal*.

V. 7. B. 2. ENTREVISTA ABIERTA

La *entrevista abierta*, del tipo “hablemos del tema SIDA: ¿qué piensa?”. Algo muy importante para la interpretación del contenido del discurso del entrevistado es cómo se “engancha” con el tema el entrevistado, qué fue lo que priorizó para contestar y de ahí cómo va a desarrollar su pensamiento, conforme a lo cual va haciendo preguntas para aclarar, para profundizar, para conectar.

V. 7. B. 3. ENTREVISTA SEMIDIRIGIDA

La *entrevista semidirigida* es tal que hay *temas* y *subtemas* con preguntas *amplias* (no específicas), que permiten que el entrevistado pueda semiconectarse libremente con el subtema abordado.

Por ejemplo, en una entrevista efectuada con niños para ver cómo resultaba la intervención de los padres en su proceso de ver televisión se preguntaba primero un subtema, que era la relación del niño con la T.V.; otro subtema era la relación del niño con los padres; otro subtema era la relación de los padres con la TV; otro, la relación de los padres con el tiempo libre de la familia; otro, las intervenciones de los padres en rela-

ción a la TV. Eran todos subtemas de una entrevista semidirigida.

La *entrevista cerrada* es mucho más puntual.

V. 7. B. 4. GRUPO DE DISCUSIÓN

El *grupo de discusión* es una *entrevista múltiple* donde importa captar tanto los aportes *individuales* como los *consensos*. Lo que sucede es que alguien propone una idea o una respuesta, otros se adhieren, la matizan o la rebaten: lo planteado y no rebatido por otros que están adhiriendo implícitamente queda como consenso del grupo y ese es el discurso grupal; eso es lo fundamental de un grupo de discusión: el *arribo a consensos*.

V. 7. C. ANÁLISIS TEXTUAL

Con el *análisis textual* siempre se están analizando textos y discursos, ya sean directos o a través de transcripciones, que interesan para entender el objeto. En el análisis textual se echa mano a las herramientas que brinda la *semiología* y la *lingüística*.

No todos los procesos de investigación tienen como objetivo último un análisis de discurso; éste más que objeto es una herramienta para llegar a otro objeto, lo cual es preciso tenerlo muy claro y delimitado, pues dependerá de esa claridad de que se le de o no tiempo y esfuerzo a una metodología de análisis de discurso. Cuando una investigación no consiste en analizar un discurso, éste debe servir únicamente como medio para llegar a los otros objetivos.

V. 7. D. ESTUDIOS DE CASO

Los *estudios de caso* son o se realizan con fines *comparativos*. El estudio de un caso trata de ser un estudio en profundidad: es el esfuerzo por tratar de integrar en un objeto de investigación toda la información constitutiva de ese objeto; y no sólo parte de la información, para tomarlo como ejemplo que puede contrastar, ser comparado o ser analizado para dar un conocimiento en profundidad de un objeto de estudio.

Los estudios de caso se hacen generalmente con demasiada flexibilidad. Tienen una racionalidad específica: tomar lo *distintivo* o lo *único*, que nos permite decir algo más que trascienda eso único. El estudio de caso debe ser como un objeto *ejemplar*: a través de ese ejemplo se debería permitir captar otros elementos del contexto mayor, sin ser representativo de ese contexto mayor.

Por ejemplo, cuando se trata de analizar la relación entre grupos emergentes sociales, o movimientos sociales y democracia, se puede tomar como estudio de caso un movimiento social. En México se puede tomar el *zapatismo* como estudio de caso para ver la emergencia de nuevas fuerzas sociales en la búsqueda de democracia y a partir de allí extraer alguna de las ideas y conclusiones para ver lo que puede pasar entre un movimiento social y un desarrollo democrático en un país, en un momento determinado; no se analizarán todas las expresiones ni todos los movimientos, pero a través de uno que sirve como caso ejemplar puede recrearse elementos de otros, sin llegar a ser representativo de la totalidad.

V. 7. E. EXPERIMENTACIÓN METODOLÓGICA

La *experimentación metodológica* es una tendencia de los investigadores cualitativos; está referida a la *combinación* de herramientas anteriores con el uso y experimentación de otras que no han sido utilizadas para abordar los objetos de estudio.

Por ejemplo, se ha experimentado con *psicodrama* y *sociodrama* para entender los procesos de recepción. La idea fue tener una herramienta distinta, para que cuando se investigue una recepción se la investigue a través del lenguaje, a través de lo que dicen y de otros elementos. *El lenguaje es un discurso que está pasado por la razón.*

Existe la posibilidad que contesten con un discurso del *deber ser*; lo que se busca con el psicodrama -ya que la relación del televidente con la TV es una relación emotiva- es captar en la *expresión dramática* -espontánea, gestual, actuativa- y no en la expresión oral -disminuyendo el riesgo de respuestas normativas del tipo del deber ser- qué es lo que *siente* el receptor.

El psicodrama es una técnica terapéutica para soltar o desinhibir a los pacientes. Aquí lo que se buscaba es ver qué es lo que se siente cuando ven T.V. Por ejemplo, una niña de 12 años tenía que cuidar a sus hermanitos, pero su visualización de la TV quedaba cortada por las tareas que le encargaba la madre. La niña lloró su frustración por no poder ver sus programas de TV: aquí surgía esa frustración que sentía la niña en su vínculo con la TV. El psicodrama se realizó durante 2 horas con presencia de especialistas en el tema que videograbaron y tomaron notas sobre el desarrollo de la actividad. La primera hora y media se utiliza para el "caldeamiento" y finalmente se decide el drama que se pone en escena, que durará diez minutos y en el cual cada uno jugará su rol vivencial.

V. 8. LA INVESTIGACIÓN COMO UN PROCESO
DE TOMA DE DECISIONES METODOLÓGICAS

La brasileña Immacolata Vasallo (Universidad de Sao Pablo, Brasil) ha escrito un libro sobre metodología de la investigación, fundamentalmente cualitativa, donde la propuesta central que hace es la de entender el proceso de investigación como un *proceso de toma de decisiones metodológicas*.

El investigador -aquí estaría la rigurosidad del proceso cualitativo- debe *clarificar la racionalidad* que sustenta el tomar una u otra decisión metodológica y en tomarla en un determinado momento o no. En esto último se evaluaría la *rigurosidad* metodológica, no sólo en la aplicación adecuada de una herramienta de investigación, sino en la sustanciación adecuada de las decisiones metodológicas que sobre la marcha va tomando el investigador para darle sentido a su objeto de estudio.

No es sencillo hacer investigación cualitativa: el investigador es *responsable* en cada momento de la realización adecuada de la etapa en que está su proceso de investigación. No hay recetas como en la investigación cuantitativa. Por la creatividad que se requiere uno se está jugando en la realización y buena marcha de la investigación en cada momento, corriéndose el riesgo de elegir mal o de decidir mal. Se requiere experiencia. Hacer una investigación cualitativa no es lo más simple.

El hacer una buena entrevista cualitativa de cualquiera de los tipos planteados requiere una destreza amplia, un conocimiento del investigador en distintos campos y un adiestramiento concreto en la *escucha* del entrevistado. Al hacer una entrevista hay que adiestrarse en saber escuchar, en saber lo que quieren decir aunque las palabras no sean lo suficientemente claras, debiéndose hacer interpretaciones amplias, detectando contradicciones, generalidades, ambigüedades (los que mejor lo hacen son los psicoanalistas).

De las investigaciones de análisis de la recepción, sobre todo con niños, familias y maestros, se llegó a proponer estrategias de intervención familiar y escolar en el proceso de ver televisión de los niños, provocar una televidencia más inteligente y autónoma por parte de los televidentes, proponer cómo organizar asociaciones de televidentes, qué tipos de asociaciones pueden darse, experiencias que se están llevando a cabo.

Se está preparando -en México- una currícula para el *aprovechamiento* de medios de comunicación y mensajes de medios en el aula; se está tratando de generar grupos de discusión con familias a partir de estas guías de trabajo. La idea es que haya un material didáctico para la *educación para los medios*.

En la medida que la educación para los medios prenda en la sociedad, sería totalmente productivo el trabajo de investigación cualitativa de las audiencias, devolviéndoles el conocimiento obtenido de ellos, de forma que les sirva para mejorar sus mismos procesos de recepción. Todavía está por lograrse.