

# Unidad 2

---

- La Perspectiva Cualitativa

- 2.1 La opción por lo cualitativo
- 2.2 La intencionalidad
- 2.3 Interpretación contra efectividad
- 2.4 Lo distintivo contra lo regular
- 2.5 Objetos contra eventos
- 2.6 Involucramiento contra neutralidad
- 2.7 Premisas contra hipótesis
- 2.8 Categorías analíticas contra variables
- 2.9 Describir contra medir
- 2.10 Procesos y resultados contra resultados
- 2.11 ¿Qué es la perspectiva cualitativa?

## *LA PERSPECTIVA CUALITATIVA*

Durante la presentación del seminario (ver capítulo I), comenté la anécdota acerca de mi situación como estudiante en el final del Doctorado, allá en la Universidad de Harvard en los Estados Unidos; pero no fui el único que lo vivió: muchos otros académicos que buscaban hacer un tipo de investigación cualitativa, distinta, vivieron problemas similares a los míos, porque no había un consenso en las instituciones y en la comunidad científica dominante internacional sobre la pertinencia de hacer investigación cualitativa.

Esto demuestra que, más allá de las personas que sufrimos este cambio -que nos tocó vivirlo en carne propia por haber coincidido con la etapa en la cual comienza a desarrollarse y a aceptarse internacionalmente la metodología cualitativa-, estas perspectivas son producto de *consensos científicos* o *entre* los científicos.

Si recuerdan aquel autor, el filósofo de la ciencia Khun, que hablaba de los grandes paradigmas, de las revoluciones científicas, de cómo se va creando la ciencia, lo que se experimentó no fue tanto la revolución científica propiamente, pero sí un cambio de paradigma en la epistemología para acercarse a la realidad, conocerla y tomar conocimiento sobre aspectos de ella.

Esta modificación tuvo relación con el *cambio de lo cuantitativo a lo cualitativo*, con el término y el reinado de lo cuantitativo y el surgimiento de lo cualitativo en un momento específico, que tuvo cabida por el cambio de *paradigmas epistemológicos* de la filosofía de la ciencia, empujado por las comunidades científicas internacionales.

Es decir: el cambio hacia lo cualitativo no se debió solamente a un desarrollo intrínseco de la filosofía del conocimiento, de la filosofía de la ciencia: se debió al cambio de mentalidad entre los que hacen las ciencias, entendidas como ciencias duras, y de las comunidades científicas.

Fue un cambio de paradigma, según distintos períodos, los que Khun había escrito al referirse a las revoluciones científicas. Ningún cambio tecnológico es producto de una sola fuerza, como tampoco lo es ningún cambio científico.

#### IV. 1. CAUSAS DEL DESARROLLO

##### DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Quisiera poner entre paréntesis, aprovechando que estoy mencionando la no necesidad del cambio de paradigmas por razones intrínsecas al paradigma mismo, sino externas de la comunidad científica, que también está vigente una extendida creencia -actualmente, en especial entre los investigadores de la comunicación y de la información- que las *tecnologías de información* se deben exclusivamente al avance científico tecnológico. No es tal.

Hay muchos ejemplos históricos en los que podemos ver que una mera tecnología llega a ser nueva tecnología no sólo porque existe un conocimiento que lo sustenta, sino porque es rentable económica o políticamente. Eso es lo que determina que un invento o un conocimiento se *convierta* en una tecnología.

Existen muchos casos en la historia de las nuevas tecnologías que hablan de eso. Por ejemplo, cuando la televisión color comenzó a ser una nueva tecnología: en Canadá se retrasó la TV color, no porque no existiera la capacidad técnica para tenerla (ya había varios modelos), sino porque toda la programación en los Estados Unidos -que ya había iniciado las transmisiones a color- no iban a tener el reciclaje necesario o iban a perder la audiencia canadiense. De allí que para poder vender a la audiencia cana-

diense toda producción en blanco y negro, retrasaron la entrada de la TV color algo así como 5 años. Es decir, se ve claramente una *decisión externa* al propio desarrollo científico.

Lo mismo pasó con otros ejemplos, como con el teléfono en Inglaterra, que se retrasó no porque no existiera el avance, sino porque se había invertido en cables telegráficos; por lo que había que esperar a que el costo de inversión se recuperara antes de introducir la nueva tecnología.

Y esto pasa continuamente: las tecnologías son producto de una serie de acontecimientos, algunos que tienen que ver con el desarrollo *intrínseco* de la propia tecnología y otros con el desarrollo del mercado o con *decisiones políticas*.

De igual manera pasa en la ciencia. Allí las cosas son productos de *procesos*: el paradigma anterior no se ajusta para contestar ciertas preguntas o resolver ciertos problemas, no abre perspectivas para poder explorar otros y se buscan nuevos caminos, nuevas alternativas.

Pero también se requiere una serie de cambios *externos*: sociales, económicos, políticos y en particular de las comunidades científicas, que permitan que esto suceda.

Finalmente esto sucedió, con lo que algunos autores, como Jensen, se refieren al *cambio cualitativo*, hace unos diez o doce años aproximadamente.

#### IV. 2. LA OPCIÓN POR LO CUALITATIVO

A partir de entonces se ha venido incrementando en su popularidad y en la adhesión de los investigadores la perspectiva cualitativa. Sobre todo en el terreno de la comunicación y la cultura ha sido notable, porque había una serie de inquietudes y de insatisfacción de los investigadores más críticos con la perspectiva cuantitativa, que no había resuelto -por ejemplo- por qué las leyes tienen los efectos que tienen en su audiencia.

Se habían hecho miles de estudios, se habían publicado miles de trabajos en distintas revistas a lo largo de casi 50 años de la historia de la *communication research* y ninguno de estos había arribado a una explicación integral acerca de a qué se debe que las audiencias sean impactadas o influenciadas por los distintos tipos de comunicación.

Había una *necesidad* de encontrar otro conocimiento que nos permi-

tierra entender este fenómeno, esta vinculación. Esto en el campo de la comunicación, pero de todas formas coincide con otras disciplinas.

Existía la necesidad de entender este nuevo surgimiento y proliferación de distintas culturas y combinaciones, de todo lo popular y no sólo de la cultura alta (alta cultura universal, como se considera al arte, etc), que se había considerado en muchos de los estudios, o sea: darle un *status de objeto de estudio* científico a otros aspectos y expresiones culturales de la mayoría de la población.

Estos dos ámbitos de conocimiento son receptivos al cambio cualitativo por estas razones, y además como un afán de *interdisciplinarietàad*.

Otras disciplinas, como la antropología, la historia, la lingüística, ya venían haciendo un trabajo que era compatible con la perspectiva cualitativa, sin llamarla o denominarla de esa manera.

De hecho, la antropología es fundamentalmente (no especialmente) un trabajo cualitativo. Desde los grandes antropólogos como Levi Strauss, hasta los que han venido después, hicieron un trabajo cualitativo con pequeños grupos, en distintos momentos, con observación, con involucramiento del investigador en la comunidad donde está investigando, con una aproximación y una participación sucesiva a su objeto de estudio. Estas son cosas básicas de la perspectiva cualitativa.

Esta breve explicación, para explorar de dónde viene lo que parecería presentarse como una moda epistemológica o intelectual, quisiera complementarla, y describirla para caracterizar la perspectiva cualitativa, y distinguirla de la cuantitativa de manera más detallada y puntual.

### IV. 3. DIFERENCIAS ENTRE

#### LA PERSPECTIVA CUALITATIVA Y LA CUANTITATIVA

*Principales diferencias entre la perspectiva cualitativa y la cuantitativa.*

#### *Perspectiva cualitativa*

- Interpretar
- Lo distintivo
- Objetos

#### *Perspectiva cuantitativa*

- Objetividad
- Lo regular
- Eventos

- |                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| ■ Involucramiento          | ■ Neutralidad               |
| ■ Premisas                 | ■ Hipótesis                 |
| ■ Categorías               | ■ Variables                 |
| ■ Describir                | ■ Medir                     |
| ■ Asociar                  | ■ Separar                   |
| ■ Procesos y resultados    | ■ Resultados                |
| ■ Creatividad Metodológica | ■ Técnicas precisas         |
| ■ Racionalidad sustantiva  | ■ Racionalidad instrumental |
| ■ Estudio de microprocesos | ■ Estudio de macroprocesos  |
| ■ Teoría fundada           | ■ Estadística               |

### IV. 3. A. LA INTENCIONALIDAD

En primer lugar, una forma en la cual se diferencian las dos perspectivas es en la *intencionalidad fundamental* y última. La perspectiva cualitativa busca *entender*, en el sentido que ya se apuntó al consignar estos dos grandes paradigmas. La perspectiva cuantitativa busca *verificar*. Esto no quiere decir que después de una verificación no podamos arribar a un mejor entendimiento, simplemente es el fin propio, último y epistemológico, el de verificar los eventos que están allá afuera y que existen independientemente del investigador.

En cambio la perspectiva cualitativa busca entender los objetos de estudio como una acción o como una actividad del propio investigador, que trata de *hacer sentido* a partir de los elementos que está explorando.

### IV. 3. B. INTERPRETACIÓN VS. EFECTIVIDAD

En segundo lugar, la perspectiva cualitativa se caracteriza en su *proceso* por la *interpretación*, a diferencia de la perspectiva cuantitativa que busca *efectividad*. Es decir, si uno tiene la intencionalidad de verificar, se supone que aquello que verifica adecuado al método científico rigurosamente es un *conocimiento objetivo*; de hecho el conocimiento positivista se proponía como un conocimiento objetivo, positivo, verificable, en el cual no se permite introducir elementos propios del contexto o propios del investigador. Se trata de que aquello que se investiga tenga la objetividad, entendida ésta como medible, numérica, cuantitativa, con técnicas sofisticadas para hacer estadísticas, etcétera.

En cambio, la perspectiva cualitativa busca *hacer sentido* de aquello que está investigando, para llegar a una interpretación. A veces es preciso

hacer un cierto tipo de verificación. No está peleada la verificación con la interpretación: la distinción pasa por saber que lo que le preocupa a la perspectiva cualitativa es interpretar, y no verificar únicamente.

Pero, desde el sentido común, para llegar a un cierto tipo de interpretación tenemos que pasar -a veces- por la verificación, para tener una interpretación apropiada, acorde con lo que está pasando.

#### IV. 3. C. LO DISTINTIVO VS. LO REGULAR

La otra característica en la cual se diferencian las dos perspectivas es que, mientras la cuantitativa busca verificar la *regularidad* en la que se producen los eventos o, en los casos que existen en la realidad, encontrar tendencias, sacar la media de la *repetición de los eventos*, la perspectiva cualitativa pretende encontrar lo *distintivo*, lo propio, *lo que diferencia* aquello que estamos explorando del conjunto que está integrando.

Es un ejercicio y una modalidad muy distinta tratar de distinguir o tratar de encontrar la regularidad, la repetición, lo común.

Esto lleva a ver que los *tipos de conocimientos* producidos, acorde con estas características, van a ser distintos.

Por un lado, en la perspectiva cuantitativa, podemos comprobar, verificar una serie de repeticiones; pero, por el otro, desde lo cualitativo vamos a encontrar aquello que es *particular*, no necesariamente irreplicable. Y esto hay que distinguirlo: no por ser distintivo es irreplicable; pero sí aquello que es particular, nos permite adentrarnos en el objeto que estamos conociendo desde esta búsqueda de su particularidad.

Los métodos comparativos, en la perspectiva cualitativa, son muy importantes. Como estrategia de investigación se recomienda -y resulta bastante provechoso- aprovechar las comparaciones entre elementos que pueden ser comparados -porque tienen algo en común- y que por lo general son muy distintos.

Por ejemplo, en algunos de los proyectos de los que he participado, se compararon distintos segmentos de audiencia, diferenciados de acuerdo a criterios de rasgos económicos, región, lugar de residencia, nivel educativo, tipo de ocupación, orientación religiosa, cultural y demás, como para ver de quién hablan estos criterios que demarcan -de una manera particular- a un segmento e inciden en que ellos tengan una interacción o una recepción con los medios de comunicación particular, distinguible con la de otros que tienen una condición de acuerdo a otros criterios. Esto permi-

te comparar distintos aspectos de la misma *interacción* con los medios de comunicación, en distintos segmentos de audiencia; y también permite ver lo específico de cada uno.

#### IV. 3. D. OBJETOS VS. EVENTOS

Otro elemento importante se relaciona con lo que aborda, lo que explora, lo que investiga la perspectiva cualitativa: lo que aborda son *objetos*, en lugar de *eventos*. Eventos son cosas que suceden, que pasan independientemente de nuestra voluntad para que pasen; están ahí, afuera, lo que implica la necesidad de ir a encontrarlos, verificarlos, contarlos y demostrar la regularidad con la que pasan.

Los objetos, por definición en la perspectiva cualitativa, se entienden como *construidos*: no existen por sí mismos, no los vamos a encontrar en ningún libro, no los vamos a encontrar con presencia material física, sino que el investigador los construye.

En cierta medida, los investigadores cualitativos construimos nuestros propios objetos de observación y exploración: construimos *objetos de estudios*.

El término objeto de estudio tiene su sentido en que nosotros, a partir de una decisión formada en la teoría, en la experiencia, en distintas disciplinas, en conocimientos anteriores de productos de investigación, llegamos a la decisión de construir un objeto concreto relacionando cosas que no están relacionadas, o relacionándolas de una manera que creemos que puede ser más atractiva para ser explorada (en cuanto nos pueden dar un conocimiento mucho más rico y profundo de lo que queremos saber).

Esto tiene importancia, por ejemplo, cuando un maestro tiene alumnos y llega a la etapa de la tesis. Los alumnos dicen: "no hay ningún tema para la tesis". Tener un tema no es tener un objeto; tener un tema puede ser estudiar la cultura de la ciudad de La Plata, la publicidad de la televisión.

En la perspectiva cualitativa es crucial la formulación del objeto, porque si el objeto está mal formulado vamos a investigar una cosa que no queremos, una cosa que no está debidamente acotada por la rigurosidad y por el conocimiento anterior, o que tampoco refleja los intereses de la investigación que queremos.

Los objetos son *maneras* de relacionar elementos, son la *relación* en sí misma de elementos que no parecen estar relacionados. Por ejemplo, para entender la recepción de noticias entre familias, en una investigación

promovida para conocer exactamente qué significa entre las familias de clase media de la ciudad de México la recepción de noticias. una de las cosas que encontramos fue que las noticias internacionales no producían ninguna influencia más allá de dar una información rápida de lo que estaba pasando en el mundo; pero no convocaba a tomar ningún tipo de posición y mucho menos de participación ciudadana o democrática política a partir de lo que pasaba.

A medida que íbamos bajando en la *cercanía del acontecimiento noticioso* y el receptor, veíamos que había una mayor disponibilidad de los receptores para tomar una posición o manifestarse a partir de lo que veían.

De allí empezamos a relacionar que la *cercanía de la noticia* con el grupo de receptores es un elemento que influye en la recepción y *sentido* que hacen los receptores de la información noticiosa de la televisión. Pero esto no existía: no existe, no se puede ver, se tiene que inferir. No existió lo que se llama "cercanía en la noticia": existe la noticia, el acontecimiento de la noticia. Pero la cercanía es una cosa simbólica, inmaterial. Estas cosas juntas construyen un objeto de estudio del cual, en la siguiente investigación, proponíamos: conocer si sólo la cercanía del acontecimiento noticioso es lo que influye en que la noticia sirva como un recurso para la cultura política del receptor, o si hay otro elemento. De esta manera íbamos *acotando* el mundo. De varios de estos elementos que entran en juego, quizás, es esencial la construcción del objeto en la metodología cualitativa.

#### IV. 3. E. INVOLUCRAMIENTO VS. NEUTRALIDAD

Otro de los puntos es el *involucramiento del investigador* en la perspectiva cualitativa, versus la *neutralidad* requerida al investigador en la perspectiva cuantitativa.

Una de las premisas elementales en la investigación cuantitativa es que el proceso de la investigación *no se contamine* con la posición del investigador. Esta es una de las máximas de la investigación cuantitativa: se trata que los instrumentos y la terminología de la investigación sea tan precisa e impenetrable de contaminaciones que permita garantizar la *objetividad* deseada.

En la perspectiva cualitativa esto no se busca: se busca que el *investigador se involucre*. La premisa es muy distinta: se requiere que el investigador se vaya adentrando en el objeto de estudio. No basta con construir

el objeto de estudio y decir "ya lo tengo", "ya está": es un proceso en el cual el investigador se va adentrando, va descubriendo nuevos elementos, nuevas relaciones, los va explorando y entendiendo paulatinamente.

Proceder de esta manera no es nada sencillo: hay una serie de precauciones que se toman para que el involucramiento del investigador esté en un *nivel tolerable*, para que no contamine demasiado el objeto y no sea una interpretación exclusivamente subjetiva.

Es oportuno reconocer que muchas investigaciones cualitativas *abusaron* de este involucramiento y el resultado es que lo que se propone como conclusión es más una conclusión teñida de la subjetividad del investigador, que la conclusión que represente las opiniones de los *sujetos de investigación* o las características del objeto de estudio explorado.

Aquí siempre hay una tensión en la cual el involucramiento puede representar un conflicto, pero no porque pueda representar un conflicto se tiene que eliminar; es decir, se requiere que el investigador se involucre; y el trabajo actual ha sido, desde la comunidad de investigación cualitativa, proponer técnicas para que este involucramiento no sea negativo para la investigación, sino que sea un involucramiento inevitable, más bien requerido y querido, pero que no estorbe el proceso, que no lo contamine y no lo dañe.

Técnicas que son algunas del sentido común, como la de *explicitar todos los pasos* de la investigación; o tomar el caso de estar analizando el discurso vertido a través de los sujetos de la investigación, utilizar una técnica probada de la semiótica o de la lingüística que permita decir "bueno, de acuerdo a estas premisas de análisis del discurso y análisis del lenguaje, yo interpreto que mis informantes dicen tal cosa de esto, que tengo aquí transcripto porque lo grabé". Se tiene que ir mostrando que hay una fuente confiable de información y que existe una manera *transparente y rigurosa* de ir haciendo sentido de esa información.

Siempre el involucramiento de los investigadores es un tema de tensión. Algunas veces, en la investigación antropológica, cuando se está tratando de investigar algún aspecto de la cultura de la vida cotidiana de grupos, el investigador tiende a irse a vivir con la comunidad que está investigando, pierde de vista la dimensión de su propia persona. No es que sólo diga: "voy a explicar tales técnicas". Llega un momento en el cual el investigador está tan imbuido que tiene que empezar a tomar distancia, salir y después regresar, porque si no no se sabe si los resultados corres-

ponden al investigador involucrado o a los propios involucrados.

Hay que tener mucho cuidado: este es el riesgo que se corre con el involucramiento, pero hay muchos temas que a grandes rasgos se llaman *de reflexividad*. Esta reflexividad tiene que ver con la manera en que dialécticamente el investigador va acercándose, regresando esa información para que salga otro tipo de conocimiento y vuelva a volcarse a su objeto de estudio.

#### IV. 3. F. PREMISAS VS. HIPÓTESIS

Después, están las *premisas* y las *hipótesis*. En la investigación cuantitativa, las hipótesis se proponen para *comprobarse* o *disprobarse*, y tienen que ser muy precisas.

En la investigación cualitativa lo que se propone no son hipótesis, sino algo similar -pero no igual-: las *premisas*. El papel que éstas juegan en la investigación cualitativa es el de *orientar* el proceso de investigación.

Lo que no debiera pasar es comenzar algún tipo de investigación sin tener premisas. No se trata de tener hipótesis en el sentido cuantitativo, muy formuladas y con indicadores concretos y variables, a través de los cuales vamos a verificar si se dan o no las hipótesis: se trata de tener ciertos *principios ordenadores* de la búsqueda.

Las premisas son propuestas que permiten ordenar la búsqueda en cierto sentido y no en otro. La diferencia entre un investigador y un recopilador de información es que el primero tiene hipótesis o premisas, según sea cuantitativo o cualitativo; el recopilador de información solo tiene ganas de recopilar información. Esto es fundamental para definir el papel y la identidad de cualquier investigador. No se puede llegar, sentarse y ver qué pasa, porque si bien es una manera legítima de recabar información, no lo es para hacer una investigación.

El investigador tiene siempre principios orientadores, ideas vagas o generales de lo que va a encontrar, y tiene una idea que le permite ir *cor-tando* los segmentos de aquello que está investigando para llegar a conocer lo que quiere investigar.

#### IV. 3. G. CATEGORÍAS ANALÍTICAS VS. VARIABLES

Después tenemos una diferencia en cuanto a *variables* y *categorías analíticas*.

Las variables son parte de la terminología de la investigación cuantitativa. En cambio la investigación cualitativa utiliza categorías analíticas.

Las variables, por lo general se proponen *antes* de hacer la investigación en la perspectiva cuantitativa, a diferencia de las categorías analíticas de la investigación cualitativa que *no* siempre tienen que estar definidas antes de investigar.

Algunas categorías analíticas se proponen desde antes, pero otras se van obteniendo al irse adentrando en el objeto de estudio, es decir, van siendo producto de aproximaciones sucesivas al objeto de estudio.

Distintas corrientes y un debate cada vez más rico -actualmente- se está dando entre los seguidores de la teoría cualitativa: algunos dicen que no hay que tener ningún tipo de categorías preestablecidas, porque si no estamos condicionando fuertemente el proceso de investigación. Otros dicen que es fundamental tener las categorías; y finalmente están los que dicen que en algunos casos hay que tenerlas y en otros no.

La razón de este debate es que se considera que a mayor precisión de las categorías analíticas *antes* de iniciar la investigación, hay un mayor *condicionamiento* de la investigación, de los sujetos de investigación y de la información que deben ser subsumidos a las categorías preestablecidas que tiene el investigador, y no respetar las otras categorías implícitas de los sujetos de investigación.

Por supuesto que estos no dan una información categorizada, pero hay una categorización implícita, que tiene que inferir el investigador para ser fiel a la propia interpretación de los sujetos y tratar de no poner demasiado suyo en la interpretación que va a hacer de aquella información.

Es bastante complicado el asunto de las categorías, pero la decisión debe ser *pragmática*, porque hay que ver si las categorías que se tienen al comenzar permiten hacer sentido sin bloquear la propia categorización implícita en los informantes, o si habría que quitarlas y obtenerlas de la propia información.

Cabe preguntarse, con relación a las categorías: ¿no sería correcto explicitarlas?

Es lo más acertado, porque es ingenuo pensar que el investigador va a hacer una investigación sin tener categorías: sí, las tenemos. Lo que hay que tener es una actitud *abierto* y *flexible* para ver si nos están encajonando lo que nos informan para poder modificarla.

IV. 3. H. DESCRIBIR VS. MEDIR

Lo siguiente es la diferencia entre el *tipo de conocimiento* que se obtiene. La perspectiva cuantitativa generalmente presenta *mediciones, cuantificaciones* de aquellos eventos y regularidades que existen; y la perspectiva cualitativa nos presenta *interpretaciones* a través de *descripciones*.

Esto no quiere decir que no se incluyan algunas cuantificaciones o mediciones. Hay trabajos antropológicos cuantitativos, hay base cuantitativa en los estudios cualitativos, pero lo fundamental del tipo de conocimiento es *descriptivo*, en términos analíticos del discurso. Lo que importa es describir lo más *detalladamente* posible. En cambio, en la perspectiva cuantitativa, lo que importa es llegar a porcentajes, mediciones, estadísticas, para mostrar lo que se consiguió con el proceso de investigación.

Estas descripciones (en la perspectiva cualitativa) buscan mostrar lo particular, lo *distintivo* del objeto estudiado. Esto hay que hacerlo en forma de discurso, porque si no es muy difícil comunicar lo distintivo con respecto a otros objetos investigados. Por eso los resultados de la investigación cualitativa tienden a ser largos, *extensos*, no como en la cuantitativa donde a veces los resultados son una fórmula matemática, un cuadro estadístico o una gráfica de porcentajes.

IV. 3. I. ASOCIAR VS. SEPARAR

El otro asunto es con relación a los *esfuerzos*. La investigación cualitativa busca *asociar*: se inscribe más en un cruce del paradigma interpretativo con el paradigma interaccionista. Busca asociar cosas que no estén asociadas, pero que se relacionan para producir un nuevo conocimiento. La perspectiva cualitativa es *integracionista* en este sentido, busca hacer nuevas combinaciones, pero además incluir nuevos elementos.

Por ejemplo, en la investigación de recepción, hecha con una perspectiva cualitativa, sería posible combinar los elementos propios del receptor en términos individuales, lo que está en su cabeza, su manera de percibir, su conocimiento, y por otro lado su situación concreta. Puede estar absorto ante la pantalla televisiva, o leyendo un diario o escuchando una radio: son otros los elementos que hay que asociar para entender su interacción con el medio y con un determinado mensaje; la cultura del individuo también está influyendo sobre las maneras de percibir o ciertas disposiciones para la recepción. Lo que importa es entender cuántos ele-

mentos inciden en el objeto de estudio que queremos abordar para hacer un buen estudio. Este es el esfuerzo que busca la investigación cualitativa.

La cuantitativa apunta a lo contrario: busca *separar*, es decir, *extraer* para poder contar y verificar.

En este sentido, los estudios más prácticos son los de laboratorio, donde se separan a grupos en diferentes salas y se les presenta una serie de cosas, abstraídas de su contexto social, para hacer una serie de experimentos. Se da un esfuerzo de separación de los sujetos, objetos y eventos para poder contarlos y analizarlos.

IV. 3. J. PROCESOS Y RESULTADOS VS. RESULTADOS

En la perspectiva cualitativa se considera que la investigación siempre es un *proceso*. En la perspectiva cuantitativa, se da la aplicación de una *serie de técnicas*: hay *etapas secuenciales*, no se entiende que hay un *proceso* de investigación.

En la perspectiva cualitativa, se empieza con algunas premisas, algunas categorías analíticas, para luego ir acercándose -en pasos sucesivos- al objeto investigado; se purifican sus categorías. Se profundiza para ver si aquel sentido preliminar que (el investigador) le va dando a la información es el sentido que debe darle. Quizás, el investigador *va y vuelve con el objeto de estudio*. Lo ideal es *purificar* la información para que sea mucho más precisa y rica que lo que pueda obtenerse en una primera aproximación. En este sentido, es un proceso que puede ser muy largo.

Hay investigaciones cualitativas que pueden durar años y que se analiza sólo una familia. Es muy conocido un estudio de un antropólogo famoso que escribió un libro titulado "*Antropología de la pobreza*". Pasó casi un año conviviendo con una familia mexicana. Es un caso de involucramiento y además de proceso de investigación. Hubo en este estudio una parte de planificación y diseño, de análisis, de chequear información, de hacer sentido de las categorías y de escribir un reporte. Es decir: un proceso bastante largo.

En México hay un programa que se llama "*Cultura*", donde se hace una investigación muy detallada sobre el consumo cultural de las telenovelas. Después de dos años se comenzó a escribir el reporte. Durante ese tiempo se vio televisión, se compartió ese espacio con una sola familia. No soy partidario de un estudio de este tipo, porque hay demasiada inversión de tiempo y se puede obtener algo similar con métodos mucho

más rápidos; pero es un ejemplo más de cómo la investigación es un proceso que los investigadores cualitativos llamamos “*estar en contacto con los datos*”. Esto es: el investigador puede hacer una interpretación de una entrevista y decir “ya tengo una, me voy a la siguiente”. El investigador tiene que volver continuamente a los datos, ver por qué la siguiente entrevista dice cosas diferentes a la primera, volver para replantearse, hacer un mejor sentido, plantear mejores preguntas y adquirir mayor profundidad en el proceso de investigación. Este proceso significa *hacer sentido*.

A la perspectiva cualitativa también le interesan los *resultados*, pero lo que necesariamente le interesa es el *proceso*.

#### IV. 3. K. CREATIVIDAD METODOLÓGICA VS. TÉCNICAS ESPECÍFICAS

Otro de estos puntos comparables del cuadro, de estas dos perspectivas, está dado por la manera de concebir a las herramientas metodológicas.

En la investigación cuantitativa hay una oferta de *técnicas probadas*, con marca, con patente: encuestas abiertas, cerradas, semicerradas, fórmulas matemáticas, estadísticas, para hacer muestras; una serie de técnicas disponibles.

En la investigación cualitativa, uno de los desafíos -y de las características- es la *creatividad metodológica*. Para estas investigaciones es conveniente combinar una observación etnográfica y un estudio de caso con una entrevista en profundidad. Alguien puede decir: “voy a hacer una entrevista en profundidad y una observación participante”; otro puede decir: “voy a analizar el discurso”; pero debe haber una combinación para hacer sentido.

No es que una técnica vaya con otra, sino que el investigador tiene que lograr que vaya: la creatividad se refiere a la *estrategia metodológica*.

En la investigación cuantitativa esta cuestión está resuelta. Por lo general, se hace un diseño, se trazan las hipótesis, las variables, los indicadores, y se llega a un modelo de interpretación de las variables. Todo está más reglamentado.

En la investigación cualitativa cada caso de estudio, cada proyecto de investigación, puede presentarse como único (no obstante que se utilicen algunas técnicas comunes a otros). Pero la combinación, el tiempo en que se aplican, con cuál va acompañada, de qué manera y hasta qué límite se aplica una entrevista, todo ello es una decisión del investigador: implica creatividad, no hay reglas escritas; el investigador tiene que ir *tomando*

*decisiones sobre la marcha* y modificando esas decisiones. Esta es una parte esencial del proceso de la investigación cualitativa.

#### IV. 3. L. LOS INTERESES DEL INVESTIGADOR

*Pregunta de uno de los asistentes:* Usted dijo que fue valioso el aporte de la investigación que se hizo sobre una familia mexicana. ¿Cuál fue el aporte concreto?

Bueno, primero sirvió para describir qué significa la pobreza en la clase marginal en una familia llamada Sánchez (por así decir), en la ciudad de México. Es decir, el objeto de investigación no fue sólo la familia estudiada, sino hacer una etnografía de lo que es la pobreza a través de cómo ésta se encarna en una familia; es como las grandes afirmaciones que hizo Piaget, que las hizo en torno a la observación de su hijo.

Las afirmaciones que hemos utilizado en torno al desarrollo cognoscitivo, la inteligencia y demás, provinieron de observaciones realizadas en una sola persona. En el caso que hizo el investigador en México, lo que quería decir fue qué es la pobreza y cómo es en las sociedades del Tercer Mundo. Como objeto de conocimiento se involucró en la familia de la mejor manera que pudo.

Toda investigación es *interesada*, incluso la cuantitativa: la diferencia es que algunos investigadores cuantitativos *pretenden* no ser interesados.

En la investigación cualitativa el investigador tiene que explicitar sus propias premisas, sus propios intereses y decir: “desde acá, con mis connotaciones estoy haciendo esta investigación”. Desde la manera de formular el objeto de estudio es clara la existencia de un *interés*. En la medida que nuestro interés no obstruya el poder obtener la información, no hay mayor problema: eso no se puede evitar.

Lo más preocupante es que los investigadores digan que su investigación no es interesada. Esta *pretensión de neutralidad* no puede ser sostenida, pero muchos colegas se aferran a eso. Eso no quiere decir que entre los investigadores cualitativos no haya habido abusos: es cierto que hay muchas investigaciones sesgadas, que contaminan y determinan los resultados y el proceso, y que no se explicitan.

El mayor riesgo de la investigación cualitativa es dejar *oculto* el punto de partida y la posición del investigador; porque así no se da toda la información sobre ella. Se reserva cierto tipo de información para poder

entender desde dónde este investigador está proponiendo su conclusión. Siempre hay un interés: la única salida es *explicitar los intereses*.

#### IV. 3. LL. RACIONALIDAD SUSTANTIVA VS. RACIONALIDAD INSTRUMENTAL

El otro elemento que diferencia a ambas perspectivas (la cualitativa y la cuantitativa) es la *racionalidad de la generación de conocimientos*.

Los investigadores que trabajamos dentro de la perspectiva cualitativa, denominamos a la racionalidad como *sustantiva*, porque trata de llegar a la *profundidad* de interrelacionar, integrar y asociar distintos elementos para arribar a conclusiones lo más integrales posibles.

Es una *racionalidad sustantiva*, versus la *racionalidad instrumental* de la perspectiva cuantitativa. Lo instrumental se refiere a que hay una *serie de técnicas* y un *método* -que es el científico, de las ciencias exactas (y a veces de las sociales)- que hace que haya una serie de técnicas probadas; por lo tanto escoger y seleccionar esas técnicas es una *decisión instrumental*. Son instrumentos que van a servir para facilitar la recolección de la información.

En la racionalidad sustantiva, lo que se entiende -además de la decisión de los instrumentos- es una decisión acerca de los pasos y de la estrategia para recolectar la información.

La *tendencia* también es un aspecto en el cual se diferencian las dos perspectivas. En la cualitativa, la tendencia es a la *interdisciplinaridad*: una cosa es que se logre o no, pero se trata de lograrla. Se pretende unir conocimientos de distintas disciplinas que nos permitan un conocimiento más integral del objeto de estudio. Difícilmente podamos decir que en el campo de la comunicación social utilizamos sólo teoría de la comunicación: al hacer investigación cualitativa estamos implementando conocimientos, aportaciones de otras disciplinas, como la antropología, la sociología, los estudios culturales, la historia, la política. En la medida en que logremos hacer nuestro objeto más interdisciplinario, arribaremos a conclusiones más ricas y completas que nos permitan entender mejor nuestro objeto.

#### IV. 3. M. MICROPROCESOS VS. MACROPROCESOS

Otra diferencia es que en la investigación cuantitativa hay una tendencia a estudiar *macroprocesos*, mientras que la investigación cualitativa enfoca los *microprocesos*: todo aquello que sucede a nivel lo más micro

posible, para poder llegar a una profundidad. En la medida en que se pueda estudiar la familia Pérez, con 5 ó 10 miembros, en México, el universo es un microproceso dentro de ese ya micro organismo social: es algo muy reducido.

#### IV. 3. N. ESTADÍSTICA VS. TEORÍA FUNDADA

Finalmente la estrategia metodológica fundamental de la perspectiva cuantitativa es en la actualidad lo *estadístico*. Al principio era el *modelo hipotético deductivo* el que iba más con el método científico: a partir de una hipótesis, ver una serie de regularidades y deducir cómo es que suceden los eventos en la realidad. Pero como esto no se puede observar siempre, ha desarrollado la estadística, que a través de la matemática permite acercarse a la totalidad sin incluir a la totalidad, es decir, a través de una *muestra* que nos permita tener una *representatividad* de la totalidad.

Digamos que la estrategia de la perspectiva cuantitativa es la estadística, mientras que la estrategia preferida de la investigación cualitativa es la *teoría fundada*, que es el proceso de ir *haciendo teoría y fundamentarla* a partir de la información que vamos recogiendo.

Hay otros recursos, pero como estrategia fundamental y básica de ambas corrientes podríamos decir que: en una, es la estadística, y en otra, la teoría fundada. Esto no significa que sean las únicas, aunque sí lo que casi siempre se utiliza.

De alguna manera, en la investigación cualitativa, la teoría fundada siempre está presente, por eso hay que darle un poco más de tiempo.

#### IV. 4. ¿QUÉ ES LA PERSPECTIVA CUALITATIVA?

Con todo esta caracterización previa, quisiera proponer una definición de lo que puede considerarse como *perspectiva cualitativa*: es un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible.

Otra cuestión a puntualizar: la idea de *proceso*. Si no se entiende que la investigación cualitativa es un proceso, no se entiende qué es investigación cualitativa. Es un proceso de *indagación* y *exploración* de un objeto.

que es un objeto siempre construido, al cual el investigador va accediendo mediante *interpretaciones sucesivas*. Es decir, no se conoce de una vez, sino que siempre se está conociendo más, y ese es un desafío: decir hasta dónde y dónde hay que terminar.

Para esto, el investigador se sirve de una serie de instrumentos y técnicas apropiadas para permitir no sólo la interpretación, sino también el involucramiento con ese objeto de estudio. Puede ser un involucramiento mayor o menor, según sea el tipo de metodología concreta que se utilice, pero no se puede eludir el involucramiento con el objeto estudiado.

El final de todo esto es llegar a una interpretación de este objeto de una manera más profunda e integral posible.

Por otra parte, el grado de involucramiento varía. Los antropólogos son los que más se han involucrado -en el pasado- para poder adiestrarse y ver con los mismos ojos de los objetos investigados los propios procesos de interacción. Había que compenetrarse lo más posible para luego poder compartir con ellos la interpretación que hacían de su propia vida. Este involucramiento casi total coexiste con otros involucramientos mucho más particulares y puntuales.

En el campo de la comunicación se han utilizado involucramientos parciales, desde el ya comentado acerca de cómo incide ver televisión en familias concretas, hasta realizar una entrevista en profundidad de los sujetos que se quiere conocer y a partir de la información ir *haciendo sentido* de lo que significa relacionarse con algún modelo de comunicación. Es un involucramiento puntual que tiene *límites* y también *posibilidades*.

Las posibilidades se abren puesto que a las conclusiones se llega más rápido; además se puede incluir a más sujetos de investigación. En la mayoría de las investigaciones en comunicación desde la perspectiva cuantitativa, se tiende a un mínimo involucramiento del investigador. Hay una tendencia que indica que los estudios más clásicos antropológicos requieren demasiada inversión: de tiempo, de energía, de recursos, de esfuerzo, con los cuales no se cuenta para hacer este tipo de investigaciones. Por lo tanto se han ideado otras técnicas como la *entrevista en profundidad* o la *observación participante*, pero por períodos más cortos.

Un investigador estadounidense, que ha sido pionero en la etnografía de la recepción de medios, ha propuesto un involucramiento mínimo. Se trata -primero- de tener una observación etnográfica mínima en un grupo de sujetos y a partir de ahí seguir una entrevista abierta y provocar infor-

maciones, conceptualizaciones y valoraciones de los propios sujetos, en cuanto al objeto de investigación, que es la recepción de medios. Además se puede realizar una observación participante de unas 2 ó 4 horas para ver la interacción específica como modo de comunicación que se está analizando.

Se ha propuesto esta combinación de unas horas de observación participante con la observación a través de la ficha biográfica, con una entrevista en profundidad que puede durar entre 2 y 4 horas y hacerse en dos partes, como un mínimo involucramiento del investigador con su sujeto investigado.

Sin embargo, el involucramiento mayor o menor está fijado en la *idoneidad*: tiene mucho de arbitrariedad, mucho de posibilidades de realización de la investigación en cuanto a recursos, a tiempos, a capacidad para permanecer en un estado de observación permanente o prolongada. No es nada fácil para un investigador decir "me voy a involucrar con el sujeto de estudio y me olvido de la familia, del trabajo, del mundo".

Por otro lado, varios autores dentro de la perspectiva cualitativa, consideran que el límite hasta dónde puede involucrarse queda a criterio de la *subjetividad del investigador*: se produce una especie de dialéctica entre los datos que va obteniendo y los objetivos de la investigación.

El investigador tiene que ir equilibrando y evaluando si tiene que involucrarse más o si ya es suficiente para llegar a una conclusión que aporte algo. Hay mucho de *arbitrariedad* en esto del involucramiento y mucho de *condicionamientos* reales para estos trabajos de investigación.

#### IV. 5. OBJETOS DE ESTUDIO Y NIVELES DE REFLEXIÓN

La otra medida que se ha tratado de desarrollar ha sido la de la *reflexibilidad del objeto de estudio*. El involucramiento no es entendido sólo en términos de presencia del investigador, sino que también tiene que ver con la *interacción de la información* que ha recabado y los propios objetivos de la investigación; es decir, con qué *profundidad* se va a trabajar la información obtenida.

Hay investigaciones donde se graba una entrevista, se transcribe, se ve qué dijo, se aplica algún método semiótico-lingüístico y se va analizando la información; pero luego se quiere tener un mayor involucramiento,

## LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA CUALITATIVA

entonces se realiza una nueva entrevista. Así, (el investigador) continuamente está *yendo y viniendo del discurso a las categorías*, formulando nuevas categorías hasta que se siente satisfecho. Este tipo de involucramiento con la información no implica que el investigador esté todo el tiempo con el sujeto de investigación: está en permanente *contacto dialéctico* con la información que estos sujetos aportaron.

La experiencia, sobre todo en el campo de la comunicación y la cultura, ha permitido aclarar cuántas entrevistas es necesario hacer para captar la profundidad de un objeto determinado. Por ejemplo, al ver el discurso político de una comunidad: a cuántos tengo que entrevistar para darme cuenta de los tipos posibles de cultura o de discurso político que tienen en esa comunidad.

Lo que acá se aplica es una regla quizás no escrita, pero sí hablada dentro de la experiencia, que es el estudio de *25 casos de redundancia*: no vale la pena tener más de 25 entrevistados porque la información nueva que nos van a dar los demás va a ser mínima. Hay investigaciones que se han hecho con 10 ó 20 entrevistas y se llega a afirmaciones que de alguna manera pretenden una generalización. Por supuesto que no son afirmaciones representativas estadísticamente, pero sí no corresponden a la idiosincracia individual de alguno de los sujetos de la investigación.

Para ayudar a comprender el grado de involucramiento, también está previsto que entre 20 y 30 -a lo sumo- sujetos de investigación permiten tener una gama de la variedad de los matices de un determinado objeto de estudio.

Esos 20 ó 30 sobre un universo de cuántos: ¿no interesa el tamaño?

No es una muestra cuantitativa, es una *muestra cualitativa*, que tiene una racionalidad distinta: agotar la información que me permita conocer el objeto de estudio.

No se trata de incluir a todos aquellos sujetos de investigación para los cuales aquello es cierto para la totalidad. Por ejemplo, cuando se estudian los procesos de recepción, lo que interesa no es cuántos son receptores activos y críticos de la TV: lo que queremos saber es cómo es el proceso crítico de recepción televisiva. En la medida en que podamos distinguir lo que es un proceso crítico de lo que no lo es, estamos cumpliendo el objetivo cognoscitivo de nuestro objeto de estudio. No importa saber para cuántos: lo que importa es saber *cómo* es un proceso. Este, en la medida en que logremos conocer cómo es un proceso crítico y cómo no lo es, es

nuestro primer objetivo para arribar a una conclusión en la investigación cualitativa.

Por ejemplo: hay que empezar con el análisis de un texto y vemos qué nos dice; después vamos a un segundo texto, y vemos qué nos dice; vamos a un tercer texto y vemos qué nos dice, qué añade, hasta que vemos que no aparece nada distinto.

Cuando hablamos de muestra, vamos a tratar de decir que nos falta la representatividad de esa muestra con el universo. En la investigación cualitativa no se habla de muestra: se tiene o no una *serie de casos* a partir de los cuales se puede decir que estos casos le permiten tener una *serie de conocimientos*. Me atrevería a decir que esta regla sería válida para textos, ya que llega un momento en que no aparece información nueva, por lo tanto no vale la pena seguir añadiendo más casos, pero eso el investigador lo tiene que decidir sobre la marcha.

Lo que se trata -con esta forma de proceder- es *distinguir tipos de procesos* de recepción. Si se quiere ver la totalidad posible de los procesos de recepción, llega un momento en que hay un límite. Para captar la totalidad se tiende a hacer un tipo de investigación censada.

#### IV. 6. LA SUFICIENCIA COMPARATIVA

Ahora bien: ¿es posible descubrir una o varias gamas interesantes en procesos de recepción, si solamente se consideraran 3 ó 4 sujetos?

Hay un criterio que de alguna manera se puede denominar de la *suficiencia comparativa*. Una manera de arribar conocimientos en la perspectiva cualitativa es a través de comparaciones para buscar lo distintivo.

El criterio de suficiencia comparativa no es una muestra matemática ni estadística, sino que lo que interesa es *distinguir procesos*. Es necesario tener más de uno, pero el límite me lo va a dar la *redundancia informativa* sobre lo que busque.

A priori yo no sé cuántos textos tengo que analizar; la experiencia me dice que 20 ó 30 como máximo. De lo que tengo que darme cuenta es incluir textos distintos, para poder ver una gama mayor y aquí los criterios para poder seleccionar sujetos u objetos son muy importantes.

Cuanto más se logre *diferenciar* el grupo de textos o sujetos que conforman el objeto de estudio, mayores posibilidades habrá de encontrar di-

ferencias y distinguir procesos. Son muy importantes estos *criterios de selección*.

Uno de los desafíos de la investigación cualitativa es que los criterios tradicionales no alcanzan para diferenciar entre cosas aparentemente iguales y conseguir cosas distintivas. Más que hablar de sesgar, es ver qué tan relevante es el conocimiento que obtengo para interpretar y arribar a una conclusión que tenga sentido. Pero aquí no se habla tanto de sesgo o no sesgo: eso se habla en la investigación cuantitativa. La connotación o el énfasis no se mide en sesgo, sino en la *pertinencia* o *relevancia* que esta investigación permite por los datos obtenidos y el método para llegar a conclusiones ricas, completas y más profundas.

No obstante, es muy importante aquí hacer estas distinciones. Por eso es vital tanto énfasis en los términos, porque aunque en un primer momento la investigación cualitativa pueda parecer más connatural con el sentido común (porque nosotros siempre estamos interpretando cosas de la vida cotidiana; en el intercambio con otro hacemos interpretaciones y además generalizaciones a partir de un solo dato y de una sola persona), en la medida en que estas generalizaciones de tipo casero y cotidiano, poco ilustrado, conllevan una interpretación, y en la medida en que la investigación cualitativa acarrea interpretaciones basadas en el conocimiento -no necesariamente en técnicas matemáticas sofisticadas-, es un poco más natural, más cercana a lo que uno hace en la vida cotidiana, que la investigación cuantitativa, ya que ésta requiere un aparato estadístico, matemático, etc.

Es muy importante enfatizar en la diferencia de terminología. Estamos muy *contaminados* por la investigación cuantitativa: hablamos de variables, de indicadores, es decir, la vigencia del paradigma del método científico se ha incrustado en el vocabulario cotidiano. No por ser del paradigma científico, sino porque ya lo hemos incorporado a nuestro vocabulario cotidiano, es que hablamos de variables, indicadores, hipótesis. Así como no tiene mayor importancia dentro de lo cotidiano, sí lo tiene dentro de la investigación cualitativa. Por eso, para hacer este tipo de investigaciones, hay que desprenderse de la terminología anterior, que está ya incrustada en nuestro lenguaje cotidiano.

¿Siempre se trata de buscar las diferencias?

El sentido de tratar de buscar lo distintivo, las diferencias a través de las comparaciones, es un *afán de profundidad*. Se llega a profundizar aquello

que se está distinguiendo, en lo que se está comparando. Hay otras maneras de comparar, que la investigación cualitativa utiliza para acercarse a conocer su objeto de estudio. El sentido es llegar a la mayor profundidad posible en lo que estoy tratando de abordar y entender.

#### IV. 7. ¿CUÁNDO TERMINA UNA INVESTIGACIÓN?

En otro orden, al construirse el objeto: ¿cuándo deja de ser interpretativa la investigación?

En cierto sentido *nunca* dejan de ser *interpretaciones intensivas*: llega un momento en que el investigador se da por terminado. Es decir: no termina, *se da por terminado*: dice que con este conocimiento considera que ha cumplido sus objetivos. En ese momento dejó de ser *supesiva*, porque no hay nadie que la sucede, no porque tenga la pretensión de ser la última, sino porque se decide que hasta ahí llega el proceso de investigación, se tiene suficiente información. Esta instancia se siente: tiene mucho que ver con el *sentir* y no sólo con la *racionalidad*.

Sin embargo, no sólo lo distintivo ayuda a una investigación en profundidad; por eso es tan difícil llegar a una integración. Ahora los colegas cualitativos están intentando unir las dos perspectivas. Pero es evidente lo difícil que resulta llegar a una integración.

Si es difícil llegar a construir un objeto interdisciplinariamente, también lo es integrar: al menos no hay una integración actual satisfactoria y completa de las dos perspectivas, porque son muy distintas.

Lo que se puede hacer es *completar*. Por ejemplo, si por razones políticas se quiere tener una posibilidad de concluir que las variaciones en tipos dentro del objeto de estudio tienen una cierta representatividad, lo que hago -primero- es una encuesta estadística, después selecciono un conjunto no mayor de 20 ó 30 y realizo procedimientos cualitativos. De esta forma habrá mayor garantía de decir que el conocimiento cualitativo que se obtenga (que en sí no tiene nada que ver con lo cuantitativo) puede conectarse con lo cuantitativo y ser generalizado. Esto es para graficar que es muy complicado *integrar perspectivas*, porque no sólo es cuestión de combinar técnicas, sino que está planteada una cuestión epistemológica de dos visiones, racionalidades e intencionalidades distintas de generar conocimiento.

#### IV. 8. EL LASTRE CUANTITATIVO

¿Por qué está tan impregnado el campo de la comunicación de toda la metodología de análisis cuantitativo?

Los estudios en comunicación nacieron durante la Segunda Guerra Mundial, con los Estados Unidos en su papel protagónico de ganar la Guerra y como *estudio de opinión*. Lo que importaba era descubrir de qué manera se podía *persuadir* al mundo para decir "somos los buenos"; entonces se encargó construir un aparato tecnológico para lograrlo: nacieron *sin cuestionar* el objetivo.

De este modo se desarrollaban las técnicas cuantitativas, estadísticas, que permitieran hacerlo mejor (la campaña de persuasión). Eso fue lo que determinó a nivel mundial el *énfasis de lo cuantitativo en la investigación en comunicación*.

En otras áreas no sabría decir por qué la predominancia de lo cuantitativo, pero es un lugar común entre los colegas de la comunicación y la cultura decir que -sobre todo a partir de Durkheim- las ciencias sociales también adoptaron la perspectiva cuantitativa.

La sociología creyó que había una necesidad de cuantificar los procesos sociales, pensando que cuando cuantificaba lograba corroborar, entender y verificar.

De alguna manera, desde la sociología se genera una influencia, ya que ésta ha transmitido a la comunicación esta perspectiva cuantitativa.

También, desde el propio campo emergente en los '40 en la investigación en comunicación, fueron los intereses políticos hegemónicos de los Estados Unidos los que pusieron dinero para patrocinar investigaciones, para que se desarrollaran las técnicas, lo cual marcó una línea clara de trabajo.

Por eso, hasta ahora, los comunicólogos no podemos acabar con esa influencia cuantitativa: no es sólo una cuestión de sacudirse, es cuestión de ubicar *para qué sirve*, qué se obtiene con esa perspectiva y qué buscamos.

Los estudios cuantitativos se fueron haciendo *obsoletos* porque cada vez se hacían más generalizaciones a partir de muestras más pequeñas. Esto también es muy claro: si uno ve algunas comunicaciones internacionales sobre la investigación de la comunicación, es notorio que la *Esuela del Estado de Virginia*, de EE.UU., hizo una investigación con alumnos de

6º año de Educación Básica, y a partir de allí surgen las generalizaciones: los niños de la Educación Básica tienden a 1, 2, 3 y 4 objetivos. No hay ningún aporte que valide hacer tal generalización a partir de 20 ó 25 sujetos. Podría sí haber cierto acercamiento para decir que no importa cuántos son, sino que puedo decir algo a partir de una pequeña muestra.

Ha habido una especie de *relajamiento* de las ciencias duras -por lo menos en algunas- en tratar de arribar a conclusiones y generalizaciones en base a muestras muy pequeñas. Esto tuvo influencia en la situación que se atraviesa ahora en el terreno de la comunicación y la cultura.

#### IV. 9. VESTIGIOS DEL POSITIVISMO

Por otra parte, pareciera que hay un temor generalizado. El método científico vino a tratar de acabar con todas estas interpretaciones subjetivas y oscurantistas de la realidad, con las interpretaciones mágicas auspiciadas por la teología, que venían a dar la respuesta última de todo lo que sucedía. Trató de esclarecer el método y de hacer las cosas lo más transparentes posibles.

Se apreció mucho en ese contexto histórico, después de una etapa oscurantista, donde la magia estaba más arriba, y se popularizó el método científico como la *respuesta objetiva*: era un *avance* de la humanidad en su forma de conocer y quedó como la etapa positiva, la última etapa del conocimiento.

Se popularizó de esa manera porque tuvo un arraigo de por lo menos dos siglos, considerando que el método científico es la última respuesta de la humanidad, en términos de conocer su propio mundo y a sí mismo. Esto es lo que está permeando el discurso cotidiano y las cosmovisiones particulares de la mayoría.

Existe un *temor*, en cierta medida justificable, por caer en este *subjetivismo*, que en algunos sectores la investigación cualitativa se ha visto como una manera de volver a caer. Algunos estudios también han caído: no es que la investigación cualitativa sea una panacea, es otra forma de conocer, distinta a la cuantitativa, y también se ha abusado de la perspectiva cualitativa.

Ahora algún distraído dice: "no tengo que pasar por los cursos de estadística en las universidades para hacer investigaciones: basta con que

me lance a hacer una entrevista y ya tengo una investigación cualitativa". Esto ha sucedido y es muy peligroso.

*Comentario de uno de los asistentes:* No creo que las investigaciones que hoy por hoy se hacen en Argentina, en el campo de la comunicación, sean mayoritariamente cuantitativas: todo lo contrario: en las investigaciones que se hacen sobre todo en las Universidades que aparecen y en revistas especializadas es mayoritaria la perspectiva cualitativa. Lo cuantitativo está presente en los estudios de mercado, en las encuestas pre-electorales que se hacen fuera del ámbito de las Universidades.

*Comentario de uno de los asistentes:* un aporte más a la reflexión anterior. En la Argentina, por la tradición sociológica ha habido una importante utilización de la metodología cuantitativa: es incipiente lo que se está haciendo en el campo académico desde lo cualitativo.

La corriente izquierdista-marxista trató de hacer, en el caso de la comunicación, una investigación -por lo menos- crítica y distinta. Para eso utilizó un *mismo positivismo*: por ejemplo las técnicas de ver los efectos de los medios eran las mismas que las positivistas. La *metodología del marxismo* era la positivista: no han sido creativos sobre la propia construcción de conocimiento.

Sigue habiendo resabios del positivismo en todos los críticos. Es cierto, y esto no es algo peculiar de la Argentina, sino también de México. Inglaterra, Estados Unidos y Canadá, que se están haciendo cosas muy innovadoras, muy creativas, pero no se dan cuenta que las premisas son las mismas. Solo que en la *perspectiva ideológica* les parece que llegan a descubrir cosas contrarias a lo que descubren los otros.

El efecto de esto fue que en América Latina se haga algo en la investigación y en la generación de conocimiento en el ámbito comunicacional: una *ideologización*, porque muy pocos en América Latina -a diferencia de lo que marcó a los Estados Unidos- han hecho investigación cuantitativa en serio. La mayoría lo ha intentado, pero no lo logró, porque implica una formación y un manejo de la estadística. Muchos hacen estas investigaciones y dicen que son cuantitativas, pero hay muy pocas investigaciones cuantitativas.

Aparte, estas pocas han llegado a decir como conclusión que los medios de comunicación son *malos*. Pero lo crítico de los resultados fue

más a nivel ideológico que epistemológico. Este es un debate que no se ha resuelto y que sólo estamos dando cuenta de estas discusiones epistemológicas que aparentemente no hemos considerado con anterioridad.

Está en curso un debate abierto, que hay que seguir nutriendo y despejando, para evitar este tipo de situaciones en las que, supuestamente, con la misma epistemología podemos decir cosas distintas.