

*LA INVESTIGACIÓN
EN COMUNICACIÓN
DESDE LA PERSPECTIVA
CUALITATIVA*

Guillermo Orozco Gómez



P

*Ediciones de Periodismo
y Comunicación*



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Ediciones de Periodismo y Comunicación N° 1
LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
DESDE LA PERSPECTIVA CAUALITATIVA

Derechos Reservados
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

© *Ediciones de Periodismo y Comunicación*
Prohibida su reproducción total o parcial sin la
autorización del autor o los editores.

La Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina.
Mayo de 1996.
Registro de la Propiedad Intelectual en Trámite.
Impreso en la Argentina.

INDICE

ADVERTENCIA	11
PRÓLOGO	13
CAPÍTULO I	21
PRESENTACIÓN	
I. 1. Hacer investigación	24
CAPÍTULO II	27
PARADIGMAS DE PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS	
II. 1. Paradigma positivista	28
II. 1.a. Lo científico y lo acientífico	30
II. 2. Paradigma realista	32
II. 3. Paradigma hermenéutico	33
II. 4. Paradigma interaccionista	34
II. 5. "Ningún paradigma en sí mismo es mejor que otro"	36
II. 6. Los límites epistemológicos	37
II. 7. Lo cuantitativo y lo cualitativo: alcances de la integración metodológica	38
II. 8. Lo particular y lo general en la metodología cualitativa	40
II. 9. Correspondencia entre ciencias y paradigmas	41
II. 10. Los paradigmas como punto de partida	42
II. 11. Verificación y comprensión: el debate entre las ciencias "duras" y las ciencias "blandas"	44
II. 12. La necesidad de definir el tipo de conocimiento que se busca	47
CAPÍTULO III	51
CORRIENTES DE INVESTIGACIÓN PARA EL ESTUDIO DE RECEPCIÓN DE MEDIOS	
III. 1. Corriente <i>Efectos de los medios</i>	52

III. 2. Corriente <i>Usos y gratificaciones</i>	55
III. 3. Corriente <i>Criticismo literario</i>	56
III. 4. Corriente <i>Estudios culturales</i>	56
III. 5. Corriente <i>Análisis de audiencias</i>	57
III. 6. El investigador, el paradigma y la corriente de pertenencia	58
III. 7. Comparación de las características de las corrientes de investigación	59
III. 8. Los elementos del proceso de comunicación según las corrientes de investigación	61
III. 9. Categorizaciones externas y necesidades particulares de los proyectos de investigación	64
 CAPÍTULO IV _____	 67
LA PERSPECTIVA CUALITATIVA	
IV. 1. Causas del desarrollo de las tecnologías de la información	68
IV. 2. La opción por lo cualitativo	69
IV. 3. Diferencias entre la perspectiva cualitativa y la cuantitativa	70
IV. 3. a. La intencionalidad	71
IV. 3. b. Interpretación vs. efectividad	71
IV. 3. c. Lo distintivo vs. lo regular	72
IV. 3. d. Objetos vs. eventos	73
IV. 3. e. Involucramiento vs. neutralidad	74
IV. 3. f. Premisas vs. hipótesis	76
IV. 3. g. Categorías analíticas vs. variables	76
IV. 3. h. Describir vs. medir	78
IV. 3. i. Asociar vs. separar	78
IV. 3. j. Procesos y resultados vs. resultados	79
IV. 3. k. Creatividad metodológica vs. técnicas específicas	80
IV. 3. l. Los intereses del investigador	81
IV. 3. ll. Racionalidad sustantiva vs. racionalidad instrumental	82
IV. 3. m. Microprocesos vs. macroprocesos	82
IV. 3. n. Teoría fundada vs. estadística	83
IV. 4. ¿Qué es la perspectiva cualitativa?	83