

La Comunicación del nuevo siglo

La fenomenología como paradigma de investigación de la comunicación

Carlos Ernesto Deras Cortez.

Vice-Decano Facultad de Ciencias y Humanidades.

Maestro en Comunicación Social.

Profesor Universitario.

Resumen

En este artículo, el autor esboza una propuesta alternativa para la investigación de los procesos comunicacionales desde la perspectiva del otro, en correspondencia a la tendencia latinoamericana de la comunicación. Se plantea la fenomenología como una perspectiva holística desde la cual se puede abordar la realidad comunicacional en sus diferentes matices o gradaciones. Destaca la importancia del método fenomenológico y refiere una relación de los enfoques de la comunicación con las técnicas e instrumentos para el estudio de la misma.

A propósito del paradigma de la comunicación

El gran semiólogo italiano, Umberto Eco, rechaza la idea de quienes afirman sin razón que “la comunicación no tiene nada que ver con la semiótica”. Por ello diremos como Antonio Sánchez-Bravo que rechazamos la “acusación constante que la teoría general de la información o de la comunicación nada tenga que ver con la filosofía” (Sánchez, 1978: 43, Yurén, 1994). Nos referimos a distintas disciplinas de las ciencias sociales como la antropología, psicología, la pedagogía, etc., todas ellas tienen un tronco común en la filosofía.

Como bien plantea el profesor español José Luis León, en el siglo XX surgieron “muchos paradigmas analíticos” (León en Ángel Benito, 1991: 812-813) para el estudio de la comunicación. Pero advierte que “cada uno de ellos se ha enfocado por un aspecto parcial de la comunicación de masas” (León, 1991: 813). Es decir, opta por estudiar la realidad comunicacional a partir de uno o dos aspectos de la misma (emisor-productor, mensaje-oferta y consumidor-receptor).

Entre otros paradigmas para la investigación tenemos a saber: el semiótico, el crítico, el psicoanalítico, el psicosociológico y por supuesto el fenomenológico (León; 1991: 813), o

sociocultural como señalan algunos latinoamericanos. Cada una de esas perspectivas tiene su campo de aplicación, su metodología (con sus técnicas e instrumentos más apropiados), sus conceptos, eslabones preferidos en el proceso de la comunicación, así como de sus representantes más significativos y seguidores. La realidad comunicacional es motivo de investigación por las ciencias sociales tal como sostiene Miquel de Moragas Spá, "partimos del hecho indiscutible que nuestro objeto de estudio presenta diferentes contornos, como para un objeto posible de cualesquiera de las ciencias sociales" (Moragas, 1985: 16).

La fenomenología se caracteriza por "prestar atención a todos los aspectos de la realidad comunicacional, sin dejar de lado a priori ninguno fuera de su consideración" (León en Benito 1991: 816).

Las ciencias sociales han establecido ciertas "referencias" básicas para tratar sus propios objetos de estudio y, la comunicación es parte del objeto de análisis de las mismas e intenta explorar de manera inteligible. La inteligibilidad se integra de un "sentido compartido". Así tenemos que "el sentido es el resultado de la confrontación de lo que llamamos *realidad* con cierto número de referencias que sirven de proyecto de codificación" (Mucchielli, 1998: 15), o de un modelo teórico en construcción para enfrentar nuevas realidades. Pero el análisis de la realidad, en nuestro caso específico, "la realidad comunicacional", las ciencias sociales ha dispuesto algunas referencias

con el propósito de captar la realidad y así poder transformarla en expresión científica. Ello es conocido como paradigma que usa todo investigador a la hora de tratar con la realidad.

Siguiendo la definición de Thomas S. Kuhn, en su trabajo "*La estructura de las revoluciones científicas*", vamos a entender por paradigma "*un conjunto de elementos epistemológicos, teóricos, conceptuales y coherentes*" que "*sirven a la comunidad de investigadores de una determinada rama científica*" (Kuhn citado por Mucchielli, 1998: 15-16). El énfasis es nuestro. Kuhn, quien evalúa el crecimiento de la ciencia, señala que siempre "los científicos han tratado dentro de un marco conceptual particular", según la especificidad de una disciplina en particular, puesto que en los diferentes campos de la realidad no se pueden abordar desde una sola perspectiva y se necesita de visiones específicas para su estudio, una visión holística o de totalidad. Por ello "el paradigma es una manera particular de comprender y describir el mundo que define ciertos problemas que necesitan ser investigados y cómo debe proceder la investigación" (Wigley, 1994: 237-238). En otras palabras, el objeto de estudio de determinada disciplina en las ciencias sociales, por ejemplo, requiere de un método, unas técnicas y de los instrumentos necesarios para abordar cierto tipo de realidades o matices de la misma. Sin embargo habrá otra disciplina que requiera el concurso de otros métodos y técnicas, o sea cada una opta por el uso

Entre otros paradigmas para la investigación tenemos a saber: el semiótico, el crítico, el psicoanalítico, el psicosociológico y por supuesto el fenomenológico (León; 1991: 813), o sociocultural como señalan algunos latinoamericanos. Cada una de esas perspectivas tiene su campo de aplicación, su metodología (con sus técnicas e instrumentos más apropiados), sus conceptos, eslabones preferidos en el proceso de la comunicación, así como de sus representantes más significativos y seguidores.

El método fenomenológico parte de la duda. Hay que dudar de todo dice Husserl, frente a la afirmación arbitraria, esto es, que no se pueden admitir concepciones radicales, prejuicios, mitos, valores fijos e inalterables antes de tratar un fenómeno de la realidad, al contrario del método hipotético deductivo.

de cierto paradigma. Los elementos integradores del paradigma son como señala Kuhn: "las unidades del logro científico que organizan el trabajo de teórico y metodológico de una comunidad de investigadores en un campo específico" (Kuhn citado por Nosnik, 2000: 26). El paradigma fenomenológico se presenta acá como una de las perspectivas metodológicas para investigar la comunicación.

Cuando se hace referencia a la *fenomenología*, se entiende casi siempre la escuela de pensamiento filosófica creada por Edmund Husserl (1859-1938), durante las tres primeras décadas del siglo XX, cuyos planteamientos son necesarios para el entendimiento de la corriente interpretativa, actualmente muy de moda en los estudios cualitativos de diversas disciplinas de las ciencias sociales: particularmente la comunicación.

Es imprescindible señalar que el "método fenomenológico" propuesto por Husserl (Colás, 1998: 225), es parte de los enfoques de la metodología cualitativa, expresada en las prácticas investigativas de la actualidad. Estos enfoques, específicamente el fenomenológico comienza a plantearse, como se indica arriba, desde los años 30 del pasado siglo. En un principio, su aplicación se limitaba a la filosofía y la sociología, pero posteriormente se extendió a otras disciplinas como la antropología, la psicología, la comunicación, etc. Tanto la "sociología del conocimiento y la sociología fenomenológica" por ejemplo, continúan siendo "puntos de referencia e influyen en las nuevas tendencias de los

estudios de la comunicación" (Wolf en Daniel Dayan, 1997: 256).

El método fenomenológico parte de la duda. Hay que dudar de todo dice Husserl, frente a la afirmación arbitraria, esto es, que no se pueden admitir concepciones radicales, prejuicios, mitos, valores fijos e inalterables antes de tratar un fenómeno de la realidad, al contrario del método hipotético deductivo. El investigador debe desligarse de todo supuesto acerca de la realidad que pretende analizar, pues "para practicar la fenomenología no hay que estar influido por ninguna tradición, por ninguna autoridad, por ninguna suposición que los hechos deberían ser de un modo o de otro: hay que limitarse simplemente y hondamente a la observación de las experiencias" (Ferrater, 1969: 646). En uno de sus trabajos Antonio Sánchez-Bravo Cenjor, nos advierte que no es una renuncia definitiva, pues se trata de un ejercicio mental que puede beneficiar a nuestra introspección (Sánchez, 1978: 47), donde la crítica es lo único valioso, o como bien ha expresado Gaston Bachelard en *La formación del espíritu científico*, para el conocimiento "el primer obstáculo es la experiencia básica, es la experiencia colocada por delante y por encima de la crítica, que, ésta sí, es necesariamente un elemento integrante del espíritu científico" (Bachelard, 1987: 27).

Toda esta corriente de pensamiento precisa que "el método fenomenológico caracteriza actualmente un estilo de filosofía en base a descripciones de vivencias. O como bien apunta el mismo doc-

tor Schutz, el "mundo de sentido común", "mundo de la vida diaria", "mundo cotidiano", son expresiones que indican el mundo intersubjetivo experimentado por el hombre dentro de lo que Husserl llama la «*actitud natural*». Investigaciones en esta línea tratan de profundizar el problema de la representación del mundo" (Colás, 1998: 229). Es decir, los significados subjetivos y el mundo vivido, de esos procesos prácticos de la construcción de un mundo compartido, pues una característica esencial del hecho humano es que necesita, a partir del nivel banal y cotidiano de intercambio de semejantes, una construcción (Mucchielli, 1998: 56). Y ese es el aporte de la fenomenología social: la construcción social de la realidad.

Como movimiento filosófico, la fenomenología (E. Husserl 1901; Schutz 1927; Martín Heidegger 1928 y Maurice Merleau-Ponty, entre otros), consiste en "la investigación directa sin teorías, acerca de la explicación causal, o datos provenientes de preconcepciones y presuposiciones" (Yurén, 1994: 225), donde los individuos construyen socialmente la realidad de acuerdo a "patrones de acción" comúnmente establecidos y el investigador, a partir de tales patrones va constituyendo su propio marco teórico para enfrentar esa nueva realidad.

Ese método es tan riguroso, como rigurosas se caracterizan otras ciencias, como por ejemplo la matemática. Sin embargo, ni las matemáticas, ni cualquier otra ciencia rigurosa venida de las ciencias físico-naturales, "pueden conducir a

la comprensión de nuestras experiencias del mundo, cuya existencia aquellas presuponen de manera acrítica y pretenden medir con los recursos correspondientes a la escala de sus instrumentos" (Schutz, 1974:112). Ante ello prevalece un "espíritu científico" de carácter holístico, de totalidad.

Como método, la fenomenología señala que el otro es el elemento constitutivo del yo, vale decir, en el proceso de comunicación el elemento constitutivo de la misma es el otro, pues el elemento fundamental de la información es el receptor y no el emisor o medio (Sánchez-Bravo, 1978: 45). Por tanto la subjetividad no es la primera categoría del sujeto, sino la alteridad. Tradicionalmente los estudios de la comunicación se han desarrollado a partir del emisor y del mensaje, pero no es, sino hasta finales de los años sesenta y setenta, con los estudios culturales (Escuela de Birmingham) y la tendencia sociocultural Latinoamericana de la comunicación que comienzan a efectuarse estudios que tienen en cuenta al receptor como un ente activo que puede negociar, aceptar o rechazar la oferta de los medios. Aunado al método fenomenológico se encuentra el apareamiento, a partir de los años 80, de distintas corrientes en el marco de la tendencia sociocultural. Corrientes que estudian la comunicación desde el otro: desde el receptor.

En principio, el planteamiento de Husserl cuestiona a todas las ciencias y podríamos preguntarnos "si existe algo que puede llamarse método científico, en

Como movimiento filosófico, la fenomenología (E. Husserl 1901; Schutz 1927; Martín Heidegger 1928 y Maurice Merleau-Ponty, entre otros), consiste en "la investigación directa sin teorías, acerca de la explicación causal, o datos provenientes de preconcepciones y presuposiciones" (Yurén, 1994: 225), donde los individuos construyen socialmente la realidad de acuerdo a "patrones de acción" comúnmente establecidos y el investigador, a partir de tales patrones va constituyendo su propio marco teórico para enfrentar esa nueva realidad.

el sentido de ser sólo uno y estar generalmente aceptado y ser practicado por los científicos" (Beltrán, 1991: 97). Ello permite afirmar a Beltrán que sería problemático la existencia de un solo método, "porque la filosofía de la ciencia no ha alcanzado un suficiente grado de acuerdo al respecto, sino porque la práctica de la ciencia dista de ser unánime". Cabe recordar como bien señala Moragas Spá (1985) que se hace necesaria la práctica de una estrategia multimetodológica, multidisciplinaria para entender mejor el fenómeno de la comunicación. El mismo Aristóteles (384-322 antes de nuestra era) "el pensador más grande la antigüedad", admite la diversidad metodológica se hace necesaria para investigar "a todos los objetos, cuya naturaleza esencial tratamos de dilucidar". Advertía además que "si no existe un método general único para resolver las cuestiones de esencia, nuestra labor se complica, pues para cada materia diferente habremos de determinar el proceso apropiado de investigación" (en McKeón, citado por Colás, 1998:5).

Husserl llega a considerar, como Aristóteles, que la ciencia es toda una filosofía metodológicamente rigurosa, sistemática y crítica. Entendida así la ciencia creía que los fenómenos podían obtener un conocimiento válido de las estructuras básicas de la "experiencia de la vida" de los actores (Ritzer, 1993: 368).

El mismo planteamiento de Husserl advierte que "la ciencia se da cuenta que no es copia o calca de lo real, sino una construcción de signos que procura entrar en contacto con ella en algunos puntos" (Robberechts, 1968:10). Así tenemos

que tanto la física, la química, la medicina, la política, economía, etc., constituyen su mundo y todas las ciencias hacen otro tanto. Pero no sólo las ciencias, sino el complejo sistema humano expresado en sus distintos niveles: el sistema religioso (creencias), los patrones de comportamiento, sus rutinas, las transacciones comerciales, el devenir histórico o las ciencias jurídicas. Niveles que de una u otra manera van conformando nuestro entorno haciendo énfasis en determinados elementos, según el contexto el cual nos movamos o actuemos. Existen diversos autores que han enunciado y desarrollado distintos aportes al método fenomenológico. Uno de ellos es el alemán Alfred Schütz.

Acerca del Método Fenomenológico

Este paradigma no tiene una metodología definida, de manera estructurada o acabada tal como se precian de serlo otras metodologías. Acá prevalece una "actitud de apertura mental hacia la realidad comunicativa y sus interacciones" (León en Angel Benito, 1991: 816). Adopta distintas formas, puesto que cada estudioso proporciona una orientación particular a los postulados filosóficos y sociológicos de la fenomenología. Este método supone, según Husserl, definir y describir "la esencia de los datos conscientes prescindiendo de lo fáctico, lo singular y lo contingente" (Yurén, 1994: 225-226).

Es decir que para este método, las esencias constituyen las vivencias para captar a los objetos. El método

Husserl llega a considerar, como Aristóteles, que la ciencia es toda una filosofía metodológicamente rigurosa, sistemática y crítica. Entendida así la ciencia creía que los fenómenos podían obtener un conocimiento válido de las estructuras básicas de la "experiencia de la vida" de los actores (Ritzer, 1993: 368).

fenomenológico “diferencia entre el carácter objetivo (noema en Husserl) captado por el acto cognoscitivo y el carácter subjetivo (noesis) del conocimiento, del contenido verdadero de la experiencia. La fenomenología consiste en pasar del noema a la noesis, que en ese momento se convierte en noema” (Yurén, 1994: 226), puesto que su contenido es el que se requiere analizar en ese nuevo acto cognoscitivo que reflexiona sobre el primero. En una palabra, el método fenomenológico es un “método que entiende inmediatamente el mundo vital del hombre mediante una interpretación totalitaria de las situaciones cotidianas” (J. Sheffert 1977; citado por Tena Suck y Rodolfo Rivas; 2000: 38).

El método fenomenológico, asimila, conoce por medio de la percepción del entorno de la vida cotidiana, donde cada percepción se constituye en un objeto el cual es percibido en un momento dado: *un fenómeno presente*. Este fenómeno es el objeto de estudio del científico social y sobre el mismo, el investigador reflexiona. A su vez, dichas reflexiones provienen de las vivencias o acciones cotidianas reflejadas en la conciencia del científico y “son valoradas por él para su trabajo científico” (J. Sheffert 1977; citado por Tena Suck y Rodolfo Rivas, 2000: 38).

La investigación social interpretativa se ha desarrollado en cierto número de disciplinas de las ciencias sociales, en particular en la sociología. Tal enfoque “tiene diferentes nombres: interaccionista, humanista, fenomenológica, naturalista, o simplemente sociología cualitativa” (Jeansen y Jankowski, 1993:66).

Este modo de acceder a la realidad incorpora a su análisis: primero el análisis fenomenológico, que explica “el sentido que tiene para nosotros el mundo objetivo de las realidades en la experiencia. Sentido que la filosofía es capaz de deducir, de provocar, pero que jamás puede modificar” (Degué, 1990:1,933). Este análisis determina que la primera forma en que se presenta la realidad es una fenomenología pura de las vivencias, del pensamiento y del conocimiento (vivencias captadas por la intuición). Y donde la “descripción fenomenológica es pues, la investigación de la subjetividad, es decir, los contenidos de la conciencia” (Mucchielli, 1998:60). Segundo el método de comprensión de los hechos humanos, referido a captar “el sentido subjetivo e intersubjetivo de una actividad a partir de las interacciones que se les pueden atribuir a uno o varios actores” (Mucchielli, 1998: 62), a partir de nuestra propia vida de lo social.

Destaca Mucchielli que Droysen fue el “primer historiador en plantear el método de la comprensión de hechos humanos” en 1850 y fue desarrollándose en los pensamientos de E. Husserl, Dilthey, Georg Simmel, George Herbert Mead, M. Weber y Alfred Schutz, hasta Berger y Louckmann.

Y finalmente en tercer lugar, se ubica el análisis etnometodológico, radicado a finales de los años 60, que supone el análisis del ritual de la conversación. Este análisis advierte que la etnometodología, que es el hecho social, es un hecho emergente producto de procesos ocultos, donde se dan interacciones de la vida cotidiana “banales, repetitivas que generan el fenómeno visible” (Mucchielli,

El método fenomenológico, asimila, conoce por medio de la percepción del entorno de la vida cotidiana, donde cada percepción se constituye en un objeto el cual es percibido en un momento dado: un fenómeno presente.

La idea central de la metodología fenomenológica es lograr captar el significado de la experiencia humana, la "conciencia intencional" según Husserl. Acá volvemos a la idea que no se trata de un método definido, sino que surge, se elabora el proceso de la interrogación y confrontación del planteamiento inicial.

1998:62). Se entiende por etnometodología como la "búsqueda empírica de los métodos empleados por los individuos para dar sentido y al mismo tiempo realizar sus acciones" Esta acepción debe entenderse en contextos determinados, pues da acuerdo con Harold Garfinkel (1967) este enfoque cualitativo supone el estudio de las prácticas cotidianas, el razonamiento práctico y el entorno o circunstancias prácticas.

La idea central de la metodología fenomenológica es lograr captar el significado de la experiencia humana, la "conciencia intencional" según Husserl. Acá volvemos a la idea que no se trata de un método definido, sino que surge, se elabora el proceso de la interrogación y confrontación del planteamiento inicial. Vale decir, que los significados son explicados con los actores (sujetos de estudio) del proceso hasta llegar a determinar una orientación o forma de interpretación. En tal sentido, la etnometodología constituye una relación entre el contexto de una situación determinada y el individuo.

Desde la etnometodología, la fenomenología pretende mostrar los medios utilizados por los sujetos para organizar su vida común, cotidiana y social, es decir, qué hacen las personas de un grupo determinado. Por ejemplo: la sala de redacción de un periódico, radio o televisión, o los miembros de un gabinete de comunicaciones o relaciones públicas, así como la familia y su práctica cotidianidad en el hogar.

Los estudios de la comunicación desde la fenomenología dan lugar a los análisis

de las rutinas profesionales, análisis de la construcción social de la realidad, producción de las noticias e informaciones en general, los estudios de los roles (sociofenomenología), análisis de los efectos a largo plazo, análisis de la conversación, del comportamiento y los análisis cualitativos de la recepción, entre otros.

Importancia del método fenomenológico para la investigación de la comunicación

La fenomenología tal cual la plantea Alfred Schutz, deviene de dos vertientes fundamentales. Por un lado es la herencia de la filosofía fenomenológica de Edmund Husserl y por otro, de los planteamientos del interaccionismo simbólico de H. Blumer (1937) y del interaccionismo interpretativo (de Norman Denzin). Schutz "persibia una relación entre reconstrucción cotidiana de la realidad y el mundo cultural e histórico *pre-dado*" (Ritzer, 1993: 367). El doctor Schutz continúa diciendo que "creemos que este mundo ya existía antes de nacer nosotros, que tiene su historia y que nos es dado de manera organizada", en consecuencia el mundo del sentido común es la escena de la acción social, a su vez las personas que se encuentran en este mundo de la acción social entran en mutua relación y tratan de entenderse entre sí y consigo mismos. (Schutz, 1974:16).

Considerando a Schutz para la comunicación se debe tener en cuenta a la hora de la investigación algunos supuestos como: *la observación del fenómeno*

comunicacional del matiz o gradación que sea, para su rigurosa descripción de características o etapas (como proceso). Acá se trata de obtener la mayor información posible de primera mano, sin intentar todavía de clasificar o categorizar los mismos. Eso será una tarea del análisis de datos, más bien, debe el investigador trascender de lo superficial: de la simple apreciación del investigador a la de los sujetos o procesos investigados, la de los agentes externos a tales procesos, recabar información de distintas fuentes.

Además se debe que tener presente la *búsqueda de de múltiples perspectivas*. Ello implica por parte del sujeto investigador una actitud holística o de totalidad acerca del objeto de estudio (las rutinas profesionales, aspectos de la recepción, mediaciones, usos sociales, consumo, etc.).

Y también la *búsqueda de la esencia y la estructura* de los procesos de la comunicación (los diálogos y socialización al interior del receptor o productor de la comunicación en un sistema informativo), interesa saber cómo se forma tal o cual estructura que permite que la comunicación misma circule, se entienda y logre propósitos deseados. *Las lecturas, significados* (interpretación) desde la recepción en contextos determinados, o desde la producción de los mensajes, se constituye en otro aspecto de importancia.

Así las cosas, el método fenomenológico ha hecho valiosos aportes a los estudios cualitativos de la comunicación como son: su interés por indagar de qué manera los integrantes de la

recepción o de la producción comunicacional experimentan e interpretan el mundo social que construyen en los procesos de socialización de su vida cotidiana. El aporte al estudio de los fenómenos desde la perspectiva de los sujetos, considerando *su contexto y al receptor como un sujeto situado social y culturalmente*. Ha conferido una primacía a la experiencia subjetiva inmediata y mediata del sujeto como base principal para recolectar ese nuevo conocimiento. Al respecto Rodrigo Barrantes Echavarría, refiere algunos principios de la fenomenología con relación a la recuperación del conocimiento de la siguiente manera:

| Principios de la Fenomenología | |
|--------------------------------|---|
| Sujeto de Conocimiento | El sujeto es consciente de sus experiencias. |
| | La realidad no se recupera de manera pura, sino la conciencia la deforma para hacerla accesible al conocimiento. |
| | La conciencia del sujeto elabora lo que percibe y lo introduce en significados propios. |
| | La verdad y la realidad, entendidas como relativas e históricas, marcan una estrecha relación entre éstas y el conocimiento, pues nuestro conocimiento y nuestras acciones están mediatizadas por la postura que asumamos frente a la realidad. |

Fuente: (Echavarría, 2004:20-21).

Para la comunicación se debe tener en cuenta a la hora de la investigación algunos supuestos como: la observación del fenómeno comunicacional del matiz o graduación; la búsqueda de múltiples perspectivas; y también, la búsqueda de la esencia y la estructura de los procesos de la comunicación (Schutz).

En tal sentido, no existe una única realidad cognoscible, sino más bien una compleja red de significaciones que determinan una manera de entenderla y por esa misma situación, el conocimiento resulta posible porque es el resultado de una posición que frente a la realidad asuma el sujeto en un proceso de interacción con otros sujetos.

Algunas consideraciones sobre la investigación fenomenológica

Hacer investigación fenomenológica supone pensar sobre la experiencia en fusión de buscar los significados de las experiencias de los individuos. Ello supone un proceso de interpretación mediante el cual el receptor, determina su entorno y actúa mediante sus acciones, el investigador intenta ver el mundo desde la perspectiva del receptor situado.

No se trata, como dicen algunos, que el investigador capta una subjetividad desprovista de carácter científico, pues la tarea del investigador es la de ordenar la subjetividad del otro.

Desde la consideración anterior podemos decir que la investigación fenomenológica es una indagación científico-humano de la experiencia de las personas, sujetos de estudio. Estudio que pone atención a los procesos descriptivos de las significaciones vividas y construidas por el receptor y productor de la comunicación, de los contextos de las mismas, de su vida cotidiana de la experiencia no categorizada o conceptualizada y no las variables estadísticas o la frecuencia de determinados pautas de comportamiento. Finalmente podemos decir que el estudio fenomenológico es la investigación de las esencias, un intento por desentrañar las estructuras significativas del mundo de

las personas como por ejemplo en los procesos comunicacionales diversos de una comunidad, una oficina, en el hogar, en un medio de comunicación (perspectiva de los productores de la comunicación), etc.

Estudios y técnicas utilizadas por el paradigma

Fenomenológico

La aplicación del análisis fenomenológico interpretativo se desarrolla en los diferentes elementos del proceso de comunicación, es por ello que este paradigma suele utilizar gran parte de las técnicas para la recolección de datos, entre ellas se encuentran los de análisis de contenido, tanto en su nivel cuantitativo como en el cualitativo (semiótico-crítico). Gran parte de los estudios efectuados desde este paradigma provienen del campo académico (universidades) y muy escasamente del campo comercial (instituciones privadas dedicadas a la labor de investigación).

En el campo académico de nuestro país se registran a partir del inicio de la década de los 90's del siglo anterior los primeros estudios de la recepción de la comunicación de corte cualitativo, pues en décadas pasadas solamente se habían practicado investigaciones de carácter cuantitativo. En tales estudios cualitativos ya se percibe una incipiente aplicación fenomenológica, prueba de ello lo constituyen los estudios efectuados por la Asociación Nueva Radio ANR, la Universidad de El Salvador, la Universidad Centroamericana UCA, entre otras.

Otro campo de aplicación son las rutinas de producción en el ámbito periodístico como por ejemplo la producción de información: organización y funcionamiento en las estaciones de radio, televisión y algunos periódicos.

Cuadro Guía:

| Paradigmas y su circunscripción en la investigación del proceso de comunicación | | | | | |
|---|-------------------------|--|-------------------------|--|--|
| Paradigma fenomenológico y otras perspectivas teóricas | Elementos de la CC | Enfoques de la comunicación | Elementos de la CC | Técnicas de recolección de datos | Instrumentos de recolección de datos |
| Fenomenológico Crítico Psicosociológico | Productor/ Emisor | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sociología de producción de mensajes. 2. Economía Política Crítica. 3. Tecnología instalada. 4. Imperialismo cultural. | Productor/ Emisor | <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas. • Entrevistas en profundidad. • Observación participante. • Observación simple. • Historias de vida. • RAP. | <ul style="list-style-type: none"> - De interrogación. - De observación. |
| Fenomenológico Semiológico Crítico Psicoanalítico | Mensaje/ Oferta | <ol style="list-style-type: none"> 1. Imperialismo cultural. 2. Estudios culturales. 3. Establecimiento de agenda. 4. Análisis del cultivo. | Mensaje/ Oferta | <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenido. • Análisis semiótico. | <ul style="list-style-type: none"> - De inventario. - De resumen. |
| Fenomenológico Psicosociológico Psicoanalítico Crítico Sociocultural | Receptor/ Consumidor | <ul style="list-style-type: none"> - Efectos - Crítica literaria. - Establecimiento de la agenda. - Usos y gratificaciones. - Estudios culturales. - Recepción: <ol style="list-style-type: none"> 1. Consumo cultural. 2. Uso social. 3. Frentes culturales. 4. Recepción activa. 5. Mediaciones. | Receptor/ Consumidor | <ul style="list-style-type: none"> • Historia de vida. • Encuesta. • Grupo focal. • Experimento de laboratorio. • Entrevista en profundidad. • Observación participante. • Observación no participante. • Historia oral. • RAP. | <ul style="list-style-type: none"> - De interrogación. - De registro. - De observación. |

Fuente: Elaboración propia a partir de los aportes de Lozano Rendón, «Enfoques» (1997); Casetti y Federico Di Chio, «Instrumentos» (1999); Ángel Benito, «Paradigmas» (1991) y Jensen, Klaus y Karl Rosenberg «Enfoques» (1997).

Referencias

- Bachelard, Gaston (1987): «La formación del espíritu científico». México. Siglo XXI.
- Barrente Echevarría, Rodrigo (2004): «Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo». San José. UNED.
- Beltrán, Miguel (1991): «La realidad social». Madrid, Técnos.
- Benito Jaén, Angel (1991): «Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación». España. Ediciones Paulinas.
- Colás Bravo, Pilar y otros (1998): «Métodos de investigación en psicopedagogía». España. Mc Graw Hill.
- Degué, J. (1990): «Fenomenología», en Enciclopedia Universal de la Filosofía. Las nociones filosóficas, tomo 2, Pág. 1933.
- De Moragas Spá, Miquel (1985): «Sociología de la comunicación de masas». Barcelona. Editorial Gustavo Gilli.
- Ferrater Mora, José (1969): «Diccionario de Filosofía», t. I, Buenos Aires. Editorial Sudamericana.
- Jensen, Klaus Bruhn y N. W. Jeankowski (1993): «Metodologías cualitativas de investigación de la comunicación de masas». España. Bosh Comunicación.
- Lyotard, Jean Franacois (1989): «La fenomenología». Barcelona. Paidós.
- Mucchielli, Alex (1998): «Psicología de la comunicación». Barcelona. Paidós.
- Nosnik, Abraham (2000): «Desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico». México. Editorial Trillas.
- Ritzer, George (1993): «Teoría Sociológica Moderna». McGraw Hill. Madrid.
- Robberechts, Ludovic (1969): «El pensamiento de Husserl». México. Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez-Bravo Cenjor, Antonio. (1978): «Objetividad en el discurso informativo». Madrid. Ediciones Pirámide.
- Schutz, Alfred (1974): «Estudios sobre teoría social». Buenos Aires. Amorrortu.
- Schutz, Alfred (1974): «El problema de la realidad social». Buenos Aires. Amorrortu.
- Tena Suck, Antonio y Rodolfo Rivas-torres (2000): «Manual de investigación documental». México. Plaza y Valdés Editores.
- Wigley, Mark (1994): «La Reconstrucción del espacio», en Dora Fried Schnitman, Nuevos Paradigmas, cultura y subjetividad. Argentina, Paidós.
- Wof, Mauro (1997): «Investigación en comunicación y análisis textual», en Daniel Dayan (comp.), En busca del público. España. Gedisa editorial.
- Yurén, Adriana (1994): «Conocimiento y comunicación». México. Alambra mexicana.



Dra. Matilde Elena López



Dr. Napoleón Rodríguez Ruiz



Lic. Ítalo López Vallecillos



Dr. Fabio Castillo Figueroa



Dr. Manuel Luis Escamilla



Dr. Alejandro Dagoberto Marroquín