
LA INVESTIGACION "TAPADA"

EN COMUNICACION: SUS FRUTOS

Pablo Lasso*

"Tapada" en dos sentidos: en el mexicano de quien le tiene fé a su gallo de pelea, y en el otro, de que hasta ahora no se le ha dado mucha luz.

Es poco usual, tal vez, comparar una cosa aparentemente tan pura, limpia, e intemporal como la investigación con algo sangriento que ocurre en el contexto de un palenque. Sin embargo, la configuración teórica de la realidad y los hombres defendiendo nuestras ideas, generamos un cierto espectáculo. Afirmaba Popper que las ideas, como las especies en el mundo darwiniano, pugnan entre sí, en su adaptación al medio, por su sobrevivencia. También las ideas nacen, crecen, se reproducen y mueren; se han escrito libros que relatan esos árboles genealógicos llamados "historia de las ideas". El tiempo, hecho reloj, marca inexorablemente la hora donde las ideas se hacen estériles.

La comunidad científica también tiene sus ritmos: de tranquilidad con la hegemonía incontestada de paradigmas dominantes, los periodos de ciencia normal, que llamaba Kuhn, y momentos de alboroto y revolución, de agitado gallinero.

En estos momentos la comunidad científica de los comunicólogos, como la del resto de las ciencias sociales, está muy agitada. La normal tranquilidad en que vivían los investigadores "macro" se ha visto afectada en su modo de existir, hacer, y lo que es más importante, en su "nadie más que yo" lo puede lograr. Me recuerda el momento en que vivieron los "macro físicos" newtonianos, a principios de siglo, con la aparición de la escuela de Copenhague.

Ese "nadie más que nosotros" puede lograr hacer investigación y generar teoría, se refería a un modo de investigar donde lo esencial se hace sin contar con el individuo y el individuo aparece a la hora de tener

que verificar "eso" (ya sea teoría o técnica de obtención de datos) que se originó externa e independientemente de él.

La aparición del actor social como elemento esencial desde donde se puede llegar a lo "macro" (a través de la visión negociada del llamado constructivismo social), la importancia clave de la investigación en comunicación humana y social del mundo cotidiano (el mundo social se hace mediante procesos comunicacionales)...todo eso habla de una nueva forma de investigar donde el individuo y su relacionabilidad son el punto de partida. Antes eso, cuyo elemento unitario no es el individuo, sino los mapas cognitivos basados en significados como elementos de negociación, hay una respuesta de los "macros": el camino es imposible y, además, no puede ser.

En esta pelea por el modo de hacer investigación, no por el tema, sino por el papel que juega la teoría de la comunicación, punto de partida o producto; en esta pelea donde habrá vencedores y vencidos, conquistas de mercados y de cabezas en base a las potencialidades que el producto del respectivo modo de hacer investigación ofrezca, ahí es donde queremos ver lo que nuestro "tapado" da de sí. Lo que apostamos son años de vida profesional.

Se han hecho muchas, tal vez miles, de investigaciones en medios masivos siguiendo el esquema de relacionar audiencias (previamente categorizadas en variables independientes) con productos culturales y o prácticas sociales. Sabemos las categorías sociales que fueron a ver *Rambo*, por ejemplo, pero me atrevo a afirmar que todas esas investigaciones son radical-

* Profesor-investigador en la Maestría en Comunicación. Director del Departamento de Ciencias Sociales del ITESO.

mente inútiles para saber en base a qué hay que construir la próxima serie de películas taquilleras porque no se sabe descifrar la interacción entre los mapas cognitivos del espectador y el texto-contexto de la película, sus repercusiones catécticas y evaluativas. Eso, tal vez lo más importante desde el punto de vista del mercado e industria capitalista, todavía queda a nivel de "olfato" del productor. Hemos visto fracasar películas con todos los ingredientes de éxito.

Antes de exponer las bases de un nuevo modo de hacer investigación, quisiera resaltar que el relato escrito del producto no tiene que ver con el proceso mediante el cual se llegó a él. Un modelo claro en sus elementos e interacciones no expresa la vida oculta de su gestación, ni la obcecación parecida al mito de Sísifo por la que tiene que atravesar todo innovador.

Los elementos que articula este modo nuevo de generar productos son:

- a) Un modelo, *paradigma* o constructo teórico explícito *de y para* el fenómeno social o parcela de la configuración social donde se desea intervenir. Si el modelo está bien cosntruído tendrá una estrategia metodológica implícita, será perfectible mediante aproximaciones sucesivas, y lo que es más importante, tendrá una respuesta, que permitirá demostrar su verificabilidad o falseabilidad del tipo "haciendo esto, en este contexto, sucederá esto" (lo cual no es conductismo sino teoría científica de la configuración social).
- b) Un análisis del *discurso* de los actores sociales, entendiéndolo el discurso social como una negociación de saberes individuales previamente socializados. De esta forma el discurso se relaciona con una epistemología colectiva interactuando con mapas cognitivos individuales y con la acción social. Finalmente, los mapas individuales se entienden en contextos de clase social. La posibilidad de hacer tal análisis se basa en una teoría previa de los objetos, significados y conectores sintácticos. Los dos grandes problemas que hubo que resolver fueron el hallazgo del segmento diferencial en base al cual integrar diversidad de discursos y actores (necesario para poder hablar de cultura) y la identificación del movimiento (el proceso del discurso a lo largo del tiempo).

Tras cinco años de autocrítica, después del primer intento de hacer una investigación en clave de representaciones sociales, nuestros mejores productos (evidentemente los dos últimos) son: el currículum cognitivo oculto en la enseñanza de la ingeniería, y el modo de producción y cultura organizacional.

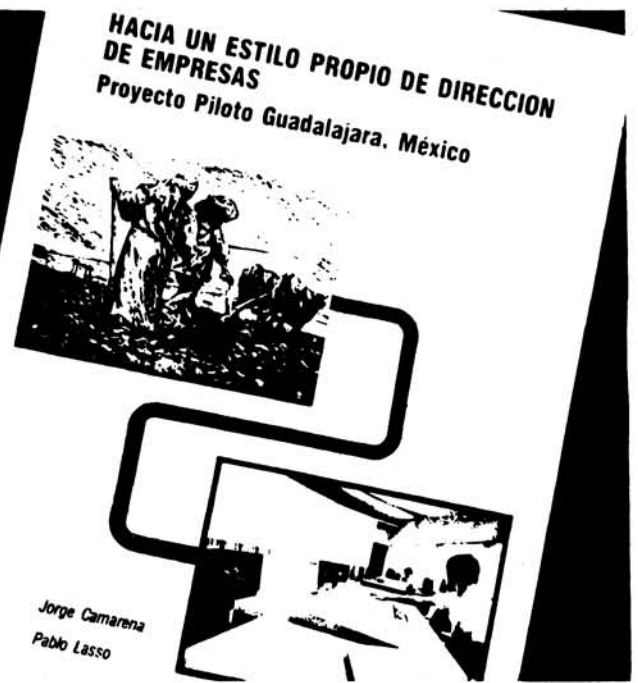
1) *El currículum cognitivo oculto en la enseñanza de la Ingeniería*: conflicto de mapas, vencedores, vencidos y reformulaciones.

El paradigma de intervención incluyó los siguientes postulados:

- a) El proceso de enseñanza-aprendizaje que se da en el salón de clase puede ser visto como un proceso de comunicación orientado hacia un objetivo común.
- b) La situación donde se da el proceso está compuesta por objetos sociales y no sociales que pueden ser condivididos o no por los actores; incluso el mismo objetivo común puede que tenga significados diferentes para los diversos actores.
- c) El proceso de comunicación "enseñanza-aprendizaje" incluye los siguientes elementos: estructura de almacenamiento de conocimientos, estructura del "mundo construido", proceso de enseñanza-comunicación, proceso de aprendizaje-reconstrucción del mundo, proceso de retroalimentación del proceso.
- d) El proceso de enseñanza-aprendizaje está determinado por relaciones de poder, manifiestas o latentes, orientadas y controladas por los actores de la situación basadas en un supuesto compartido culturalmente: el desempeño esperado de los papeles de maestro y alumno.
- e) La situación donde se da el proceso de enseñanza-aprendizaje tiene las fronteras subjetivas que señalan los actores; el salón es simplemente el lugar físico de encuentro donde se verifica la comunicación personal.
- f) La zona de desarrollo próxima de Vygotsky es el lugar donde más eficaz y eficientemente se da el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El análisis del discurso de los alumnos de primer ingreso mostró la gráfica correspondiente a los objetos y sus conexiones relacionados con: a)propósitos, motivaciones, etc., que les hicieron estudiar ingeniería; b)organización del tiempo, hábitos de estudio; c)deseos de logro al final del semestre, y d)rasgos de un "buen maestro".

El análisis del discurso de los mismos alumnos del primer ingreso al cabo de seis meses, preguntados por el logro de la pregunta "a" y la relación de la pregunta "b" con los resultados de las evaluaciones, nos dio el cambio. El paradigma permitía predecir que ese cambio era debido al proceso de negociación de la realidad común (el proceso de estudiar ingeniería) con el correspondiente esquema de intencionalidades de los maestros.



El análisis del discurso de los maestros (intenciones, propósitos y objetivos) así como el de la organización metodológica, obtenidas sus gráficas correspondientes, nos permitió comprobar la predictividad del paradigma así como el de los conflictos ocultos que acompañan al currículum y que modifican, a veces drásticamente, los mapas iniciales (aparecen objetos nuevos, desaparecen otros, se reorganizan los que quedan en nuevas estructuras, y lo mismo los conectores).

Esos efectos de la negociación comunicacional antes pasaban inadvertidos; lo negociado es algo tan importante como en qué consiste prepararse para ser ingeniero.

Esos datos han permitido dos continuaciones. La primera, a nivel de la División de Ingeniería, consiste en responder si lo que de hecho ocurre con el currículum oculto se pretende que sea así intencionalmente, ¿los objetos y relaciones que desaparecen deberían desaparecer? La segunda continuación nos ha llevado a intentar un modo nuevo de aprender física basado en considerar los libros de física como libros de comunicación del mundo material. En ese sentido nuestro esquema anterior de negociación entre dos mapas cognitivos variables en el tiempo se reduce a la relación entre un mapa cognitivo constante (el del libro, aunque dentro de un proceso de acumulación de la primera y la última página), y un mapa variable (el del alumno que quiere apropiarse el contenido del texto). El hecho de que los libros de física sean híbridos de lenguajes naturales y lenguajes formales relacionados con los mismos objetos, nos lleva a

analizar la relación entre la sintaxis de los lenguajes naturales y las matemáticas entendidas como lógica formal. Este tantear las posibilidades de la comunicación en la innovación de la pedagogía de la física, esperamos esté terminado en el año 1990.

2) *Modo de producción y cultura organizacional:* calidad, productividad y significados personales.

Esta segunda línea de investigación nació en 1982 cuando se trató de detectar el estilo propio de dirección de empresas en Guadalajara y su zona. Se hizo una caracterización "macro", a partir de entrevistas y cuestionarios. Se editó el libro *Hacia un estilo propio de dirección de empresas*.

En un segundo momento se investigó, en una sola empresa, los significados que se ponen en juego, por parte de todos los actores ahí involucrados en el modo de producir. Tratamos de generar un producto equivalente al "modelo japonés". En 1987 entrevistamos, desde los propietarios, hasta los albañiles de una famosa constructora.

Ahora, en la etapa actual, con la teoría obtenida, nuestro objetivo es la intervención-transformación para pasar a un modo de producción y de calidad óptimo para cada empresa. Es decir, el paso de lo actual a lo deseable y posible. El principal problema que detectamos y resolvemos es la no identificación de los trabajadores con la empresa.

Finalmente, para terminar, un pequeño comercial. Si alguien (profesional, estudiante, maestro, empresario...) está interesado en nuestro modo de investigar y sus productos, puede contactarnos en la Maestría en Comunicación. Nos agrada intercambiar ideas.