

## *Epístola a un científico principiante*

### *Letter to a beginning scientist*

---

**Prof. Dr. Raúl Eguizabal Maza.**

Catedrático de Universidad y Director de la Revista *Comunicación y Metodos*

En el trabajo científico, el joven investigador se enfrenta a veces con problemas inesperados. Uno de los más frecuentes no es, en realidad, un problema metodológico sino más bien epistemológico o todavía de forma más precisa, terminológico. Esto resulta bastante frecuente en el terreno de las Ciencias Sociales, sobre todo cuando el investigador trabaja (lo que resulta bastante común) con métodos cualitativos, donde la exactitud de los vocablos y expresiones resulta tan importante.

En este sentido, vamos a intentar precisar algunos términos comunes en el trabajo investigador. Es decir, queremos saber de qué hablamos cuando hablamos de cosas como “hipótesis”, “modelo”, “observación” u “objetividad”. Nuestra intención es puramente didáctica, sin querer en absoluto sentar cátedra, pues sabemos que las palabras son dúctiles y cambian con el tiempo, y además porque la obligación, la observancia y la rigidez pueden ser quizá útiles, en un momento dado, pero también resultan poco científicas.

Así, **las hipótesis**, podemos definir las como “soluciones tentativas, que planteamos en forma de proposiciones”.

Una hipótesis, por tanto, no puede tener forma de pregunta porque de hecho se trata de una respuesta que habrá que demostrar o refutar (una proposición es verdadera o falsa), en eso consistirá nuestra investigación.

La función de las hipótesis reside en que sirven para orientarnos en el trabajo científico, para tener algo de lo que partir y no operar demasiado a ciegas. Dos problemas clásicos con las hipótesis en las investigaciones en comunicación:

1º Hay muchas hipótesis. En realidad cada hipótesis debe ser demostrada o negada y supone pues un trabajo de investigación diferente.

Las conclusiones deberían servir, entre otras cosas, para derivar si la hipótesis es válida o no.

Muchas veces, las distintas hipótesis presentadas, no son en realidad tan diferentes. Y pueden reducirse a una sola.

En otras ocasiones, el investigador (sobre todo si se trata de una investigación larga, tipo tesis) se olvida de las hipótesis iniciales, y no realiza ninguna conclusión respecto a ellas.

2º La hipótesis es obvia. Es decir, para demostrarla no resulta necesaria la realización de ninguna investigación. El investigador, perezoso o desvergonzado, nos tememos, la ha escogido precisamente porque conoce la respuesta de antemano.

Esto ocurre con bastante frecuencia, lo que invalida gran parte de nuestras investigaciones y transmite una idea laxa respecto a lo que es el trabajo científico en comunicación.

La forma más fácil de evitar esta impostura, es realizar previamente una inmersión en el ámbito sobre el que queremos trabajar planteando un “estado de la cuestión” que nos permita establecer una hipótesis con garantías.

Veamos, en segundo lugar, de qué hablamos cuando hablamos de **modelo**.

Una primera y casi intuitiva diferencia es la que se establece en el terreno del arte y en el terreno de la ciencia, ámbitos donde el término es común. Los dos sentidos, el científico y el artístico, son opuestos. En arte, el modelo es lo que en ciencia llamamos el original o el objeto real. Por el contrario, un dibujo o una escultura (es decir: una representación) podría ser un original si nos movemos en terreno artístico

Una segunda distinción que conviene aclarar es la que existe entre modelo y técnica. De hecho, un uso vulgar del término “modelo” se refiere a cualquier proceso que tenga forma de árbol a través del cual se van tomando una serie de decisiones o que suponga una jerarquía de disposiciones.

Podríamos decir que modelo es “un sistema simplificado a partir de un sistema más complejo”. Lo que se hace en la operación de modelización es que se elimina alguna de las dimensiones de un sistema demasiado complejo para ser estudiado tal cual, reduciendo el número de variables y obteniendo un modelo del primero, apto para su estudio. Así una maqueta es un modelo a escala en la que la variable del tamaño ha sido eludida. Una maqueta de una máquina de tren o de un avión (por poner un ejemplo práctico) puede ser, así, un modelo que incluya todos sus elementos y que realice semejantes funciones pero en el que se ha reducido el tamaño.

Un dibujo o una pintura es pues, en realidad, un modelo realizado a partir de un original complejo en el que se han obviado algunas variables: la tridimensionalidad, el tamaño, el color, etc., al tiempo que se han mantenido otras que permiten su reconocimiento.

La construcción de un modelo podemos, pues, resumirla en las siguientes etapas o situaciones:

- 1º En la realidad (sistema u objeto) intervienen demasiadas variables.
- 2º Seleccione un número limitado de variables relevantes para la investigación.
- 3º Construyo un sistema simplificado, más conciso y fácil de estudiar.
- 4º Estudio el modelo cosa que no podía hacer con el objeto real por ser demasiado complejo.
- 5º Extrapolo mis conocimientos a la realidad

Habitualmente un modelo sirve para describir teóricamente y predecir. La construcción de modelos (hoy día se pueden hacer virtuales) es un trabajo común a todas las ciencias, de esta forma se ha podido conocer el funcionamiento de, por ejemplo, las mareas o los volcanes, cuyo conocimiento *in situ* comportaba riesgos o problemas. Y si existen dificultades para la predicción quizá ello se deba a errores en el proceso de modelización o al error mismo del modelo que puede estar bien construido, pero que indudablemente no es la realidad.

Pasemos a otro de los términos sobre el que vamos a reflexionar brevemente: **la observación científica**. La observación científica consta de una serie de elementos que deberemos tener en cuenta.

1º El OBJETO de la observación. En el campo de las investigaciones sobre comunicación, el objeto puede ser de lo más diverso; puede ser un sujeto (espectador, consumidor, ciudadano) o una organización (una agencia, un periódico, la industria

cinematográfica, etc.); puede ser material (una película, un logotipo, un anuncio) o inmaterial (la imagen de una empresa, un fenómeno de opinión pública, etc.).

2º El SUJETO u observador. Puede ser individual (un investigador) o colectivo (un equipo). Puede ser privado (empresa o persona) o puede ser institucional.

3º Las CIRCUNSTANCIAS de la investigación, es decir en qué contexto se está realizando tal observación: la elaboración de un TFM, una tesis, una campaña,...

4º Los MEDIOS de observación que pueden ser técnicos (un Análisis de Contenido, por ejemplo, una encuesta, un test) o tecnológicos (un Audímetro, sin ir más lejos, un *eye tracking*, etc.).

5º El CUERPO DE CONOCIMIENTOS al que hace referencia la observación: Ciencias de la Comunicación, Estructuralismo, Marketing, Psicología, etc.

El último de los términos sobre el que queremos reflexionar es el de **la objetividad**, quizá uno de los más problemáticos y que nos lleva a menudo a preguntarnos si realmente existe, en el campo de las ciencias sociales, eso que en ciencia se llama objetividad.

Para entendernos, llamaremos objetividad al “deseo de observar, registrar e interpretar los sucesos de tal manera que observadores independientes puedan verificar un hallazgo”.

Dicho de otra manera, diferentes investigadores utilizando los mismos instrumentos sobre iguales objetos deberían obtener el mismo resultado o (lo que es más realista en el ámbito social) resultados comparables.

Pero también llamamos objetividad al trato igualitario para todos los elementos que constituyen el “corpus documental” de una investigación. En este caso, todos los sucesos deben ser tratados (observados y analizados) empleando las mismas herramientas. La objetividad, vista así, no reside en la reproductibilidad de un experimento sino en un tratamiento equiparable de todos los eventos o hechos que forman parte del corpus a investigar.

Si resulta complicada de encontrar, en ciencias sociales, lo que comúnmente se entiende por objetividad ello se debe a las relaciones (dimensiones) existentes entre el observador y lo observado.

Es casi imposible que el observador no ejerza influencia sobre lo observado durante el proceso de observación, en la medida en que ambos tienen parecidas dimensiones. Para evitar, en la medida de lo posible, esta distorsión se hace necesaria la búsqueda de una distancia epistemológica entre el sujeto y el objeto. Es decir, cuanto más ajeno, externo o lejano sea el problema al observador, más precisa será una investigación; bien es cierto que sobre aquello que nos resulta completamente indiferente (y, por tanto, muy lejano) es difícil que mostremos interés investigador. Creo que el método histórico puede servir muy bien para ejemplificar esta situación. La distancia epistemológica equivale, para el caso, a la distancia temporal entre el sujeto y el objeto. Cuanto más atrás nos remontemos, la objetividad aumentará según este principio, dado que la separación entre sujeto y objeto será mayor

#### HOW TO CITE (APA)

Eguizabal Maza, R. (2022). Epístola a un científico principiante. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, 4(1), 1-3. <https://doi.org/10.35951/v4i1.160>