

CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

3.1 La introspección como método

En años recientes, la técnica introspectiva de recolección de datos ha sido retomada por otras disciplinas y no sólo por la Psicología. Los estudios de mercado, por ejemplo, hacen uso de ella para entender mejor a los consumidores y poder mejorar las estrategias mercadológicas. Y por supuesto, existe el debate sobre la validez de estas pruebas. Stephen Gould, profesor de marketing de Baruch College en Nueva York, se encuentra involucrado en este debate y defiende la introspección como método para conocer la conducta de los consumidores y más aún, cómo un método que el mismo investigador puede aplicar en él mismo para obtener datos.

En un artículo publicado en el Journal of Consumer Research (Marzo de 1995), Gould dice haber encontrado (en él mismo) la capacidad para detectar los contenidos de su consciencia, sus procesos mentales y, prestando mucha atención, algunos patrones mentales (cuando y cómo aparecen los pensamientos). Lograr esto no es fácil y dice Gould: *“just as it takes an electron microscope to see atoms, it takes a trained, focused awareness to observe mental processes”*.

De esta forma, Gould nos remite al observador *entrenado* del que Tichener hablaba cuando se refería al observador *experimentado* de Wundt. Entonces, por lo que entendemos, el debate acerca de la técnica introspectiva no debe radicar en si los datos que ésta arroja son válidos (los avances en la Psicología han

permitido la creación de instrumentos y herramientas para obtener los datos de forma fidedigna); sino en la capacidad y entrenamiento del investigador para recolectarlos e interpretarlos.

“El problema es que la percepción interna es válida sólo mientras ocurre. En el flujo normal de la experiencia una percepción está ya concluida cuando decidimos observarla, de modo que la introspección se vuelve retrospección, o sea la observación de una imagen no confiable de la memoria. Podemos esperar que la percepción retorne, pero también podemos quedar esperando para siempre. Aquí es donde los experimentos vienen en nuestra ayuda. Por medio de la presentación experimental de estímulos producimos la percepción que queremos observar una y otra vez, y bajo esas circunstancias no tenemos que confiar en imágenes dudosas de la memoria; sabemos que la percepción está en camino y estamos listos para observarla cuando llega. En tanto las condiciones experimentales permiten esta clase de observación de “el proceso mismo”, más que de nuestro recuerdo de él, los datos psicológicos tendrán el mismo valor que los datos de la ciencia natural reunidos por la observación de hechos externos”
(Dazinger, 1980)

Los psicólogos, para hacer uso de la introspección como método deben establecer un lenguaje en común con su paciente para poder entenderlo, además, deben enseñarle a los sujetos a describir genuinamente sus experiencias, deben detenerse a recolectarlas, luchar por encontrar términos para describirlas y aprender a calificar las respuestas. (Ian Jack y Roepstorff 2002)

En mi caso, yo soy investigador de mi propia Cintra. Como comunicólogo analizo mis propios procesos de comunicación tanto internos como externos. Para lograrlo, primero tuve que aprender a investigar fenómenos comunicativos, posteriormente me entrené para poder observarme y registrar los datos que surgieron de la observación y finalmente, analizarlos y estructurarlos en este papel.

Dedico la gran mayoría de mi tiempo a realizar una autoetnografía. En la cual todo el tiempo registro lo que hago, lo que pienso, lo que siento, lo que imagino, etc. Como dicen Ian Jack y Roepstorff (2002): *“La única información que tienen los científicos de cómo es someterse a su experimento, proviene de su propia experiencia de realizarlo”*. Este es un trabajo de tiempo completo que me da el placer de desempeñarme como científico de la comunicación y de conocerme a mí mismo.

3.2 Yo, y sólo yo.

“Everyone can observe behaviour, but only the subject has direct access to experience. Nonetheless, it is the experimenter who must take responsibility for the interpretation of both”

Ian Jack y Andreas Roepstorff

Debido a que los datos para la investigación provienen de una sola fuente (mi mente), el único sujeto de investigación soy yo mismo. No puedo obtener datos de ninguna otra mente pues cada quién concibe sus pensamientos de modos diferentes. No puedo juntar un grupo de gente para conocer sus procesos de comunicación porque aún no tengo puntos de referencia para compararlos. Hasta que queden bien claros mis propios procesos, podré comenzar a intentar entender los de otros.

Lejos de la subjetividad, esta metodología permite una mayor objetividad. Yo soy la persona que mejor me conoce y me he entrenado para ser un buen observador. También he adquirido los conocimientos teóricos para entender mis ideas y mis procesos de comunicación. Soy el único que ha vivido exactamente lo mismo que mi sujeto de investigación, el único que lo entiende realmente y que conoce los mismos códigos.

Cuando un psicólogo analiza un reporte introspectivo de un paciente, lo interpreta basado en sus propias experiencias y conocimientos (éstos incluyen un referente que el paciente les transmitió). Así que la interpretación y los resultados estarán sujetos a la mente del analista. Eso es subjetividad, aún cuando el psicólogo intente ser lo más objetivo posible.

Yo no soy psicólogo, eso está claro. Pero soy comunicólogo. Puedo estudiar procesos de comunicación. Y me elegí a mí como objeto de investigación, o como lo llaman mis colegas, población y muestra simultáneamente. El índice de confiabilidad y seguridad es bastante alto, pues yo no me puedo mentir a mi mismo. Sin embargo, sé que puedo interpretar los datos a conveniencia.

Como investigador, intento ser lo más honesto posible en la recolección e interpretación de datos. Y lo hago porque obtendré un beneficio directo al hacerlo (autoconocimiento). Como objeto de investigación, procuro elegir bien mis respuestas y burlar algunos paradigmas, miedos y estereotipos.

3.3 Aplicación

Si este fuera un estudio cuantitativo, tendría que plantear una hipótesis e intentar comprobarla mediante un experimento aplicado a un cierto número de individuos. Después, los datos arrojados serían contados, comparados y expuestos en una gráfica. Finalmente, obtendría algunas conclusiones y las pondría a consideración.

La diferencia de ese tipo de estudios al actual, es que no puedo medir ni graficar mis pensamientos. De tal modo que los resultados de este estudio serán cualitativos. Con ellos intentaré interpretar mis procesos comunicativos y después dárselos a conocer a ustedes.

Un día tuve un par de dudas: ¿cómo me comunico conmigo mismo? y ¿qué resulta de esa comunicación? Comencé a escribir la respuesta a esas preguntas y hoy, lo que hago es analizarla, conocer sus fundamentos, e interpretarla para saber qué tan real y válida es.

Ya escribí lo que sé, ahora necesito saber si lo que escribí está bien. Detecté las ideas centrales e investigué acerca de ellas. Me gusta saber qué dicen otras personas acerca de los temas que forman parte de mi introspección. Quisiera saber si lo que digo es aplicable en otras personas, saber si podrían utilizar el mismo método para conocerse a sí mismos.

La metodología es la siguiente: yo me pregunté algo, lo respondí y ahora analizo esa respuesta desde un enfoque científico para obtener algunas conclusiones y proponer nuevas preguntas.

Es muy similar al método que utiliza Shay Sayre en su artículo *“Using Introspective Self-Narrative to Analyze Consumption: Experiencing Plastic Surgery”*. Sayre es profesora de Comunicación en la Universidad Estatal de California, tiene aproximadamente unos 65 años, y como residente de uno de los condados más adinerados de Estados Unidos se siente en la necesidad de someterse a una cirugía plástica facial.

Mientras vivía el proceso de la cirugía, escribía sus experiencias en un diario. Al final analizó esa introspección y lo aplico a los estudios de mercado. Se analizó a ella misma como consumidora, con esto, obtuvo información valiosa para su estudio pero, además, aprendió mucho acerca de sí misma. Los únicos datos que utilizó para obtener conclusiones fueron sus recuerdos y reflexiones.

Yo hago algo parecido. La grabadora de voz que los chinos me proporcionaron me permite grabar mis pensamientos y luego repasarlos y estudiarlos para encontrar patrones, reflexiones, información nueva, decisiones y todos los datos que me permitan entender mi sistema de Cintra. Analizo lo que digo, cómo lo digo, en qué momento lo dije, por qué lo dije, etc. De esas actividades salieron ideas que me ayudaron a formular una base teórica que explica mis procesos de comunicación. Igual que Sayre, los únicos datos que tengo son mis pensamientos.

3.4 Datos

Antes de continuar con la exposición de los resultados quisiera hacer una breve recapitulación y exponer los datos que hasta este punto he recopilado en el análisis de esta introspección.

Según yo:

- No es posible la existencia sin la Cinter
- Comunicarnos con otros nos hace existir.
- Comunicarnos con nosotros mismos nos hace darnos cuenta de que existimos.
- ¿Para qué existir si no estamos al tanto de ello?
- Existir es pensar.
- Para pensar debemos conocer algo en lo que podamos pensar.
- La comunicación es la única forma de conocer.
- Conocer es la aprehensión del objeto por el sujeto.
- El sujeto se forma imágenes del objeto. Eso son los conocimientos.
- La comunicación es la única forma de entender.
- Entender es darle un valor práctico a una imagen conocida.
- El entendimiento o razón es la única habilidad inherente al hombre.
- Por medio del pensamiento entendemos.
- Por los sentidos conocemos.
- *“Nada existe en el entendimiento que no haya estado antes en el sentido”*

- El pensamiento es imposible sin la comunicación.
- Los sentidos son inservibles sin la comunicación.
- Los sentidos la necesitan para recibir información procedente de lo que no soy yo.
- El pensamiento la necesita para comparar tal información y entenderla. (darle valor práctico, significado)
- La Cinter es la que ayuda a los sentidos.
- La Cintra genera el pensamiento.
- **Si no es posible la existencia sin el pensamiento; y el pensamiento no es posible sin la Cintra, la cual a su vez depende de la adquisición de información proveniente de lo que no soy yo que, por supuesto, no podría explicarnos lo que él es si no fuera por la Cinter; entonces, *no es posible existir sin comunicación.***
- Los mmc nos permiten percibir cosas que nuestros sentidos por sí solos no logran captar.,
- Gracias a ellos recibimos información de lugares y tiempos distantes y ajenos. Tal información se agrega a la que obtenemos por otros medios.
- Los mmc han propiciado el estudio descriptivo y explicativo del fenómeno de la comunicación.
- Se han establecido muchas teorías acerca de la forma en la que nos comunicamos con otros seres.
- Es posible que sus postulados se puedan aplicar a la Cintra ya que el fenómeno es el mismo pero en una dimensión más personal e íntima.

- Al hacerme consciente de la existencia de la Cinter, puedo valorar y darle un uso práctico a la información que por ella obtengo.
- Tal valor práctico se logra mediante la Cintra o pensamiento y, depende de mis conocimientos anteriores y de la validación que le haya dado después de un análisis fundado en las teorías de la comunicación.
- Las Ciencias de la Comunicación estudian el fenómeno que hace posible la existencia (la comunicación)
- Yo existo, y me interesa saber cómo es que existo.
- Las CC ayudan a entender la mitad de mi existencia explicándome la forma en la que recibo información de lo que no soy yo.
- Al obtener esta información de lo que no soy yo, comienzo mi propio proceso de comunicación por medio del cual me compararé y le daré un valor útil.
- Las CC deberían ayudarme con la otra mitad de mi existencia (yo soy), explicándome la forma en la que entiendo y razono la información.
- Estudiar la Cintra es tarea de otras disciplinas como la Psicología.
- Las CC no la estudian porque para analizar un proceso comunicativo es necesario que haya actores a los cuales analizar.
- Una misma persona no puede ser dos actores a la vez.