

Apuntes sobre el uso de métodos cualitativos y cuantitativos en análisis del discurso

Lluís Payrató
Universitat de Barcelona

(1) El problema de la utilización de métodos cuantitativos/cualitativos en las ciencias del lenguaje en conjunto, y en particular en lingüística textual y análisis del discurso, es un apéndice de cuestiones mucho más amplias:

- (a) Los métodos de investigación en ciencias sociales.
- (b) La metodología científica como concepto.

De hecho, la cuestión (a) nos lleva a plantear otra famosa cuestión (la propia existencia de las que se suelen llamar “ciencias sociales” o “humanas”, o la adecuación de este término en relación con el de “ciencia”), y por consiguiente acabaríamos, al final, planteando la cuestión (b), es decir, entrando en pura epistemología y preguntándonos, una vez más, qué es una ciencia (o *la ciencia*), cuál es el método científico y si este es desglosable o único. Aunque no se entre en profundidad en estas cuestiones, no puede olvidarse que son las que conforman el contexto del problema apuntado en nuestro ámbito discursivo, y sin plantearlas y “resolverlas” de la manera que sea (con definiciones o asunciones provisionales y “de trabajo”) no encontraremos respuestas adecuadas a nuestro problema particular.

(2) Los métodos o la metodología (científica) no pueden considerarse simplemente como una técnica. Tienen también una dimensión teórica en el sentido de que están unidos a la concepción teórica de la ciencia, a la definición de su objeto y de su objetivo, y a la propuesta y corroboración de hipótesis. La metodología tiene una dimensión teórica que encaja o está engranada con la concepción específica de un terreno de estudio, y no se puede separar de esa concepción (so pena de pasar a considerarla una mera rutina o aplicación técnica automática, un puro instrumento).

(3) Las corrientes científicas en la tradición de la lingüística textual y del análisis del discurso son muy variadas y, no pocas veces, claramente divergentes. De ahí se deriva que los métodos también pueden y suelen diferir muy a menudo. Algunas orientaciones son marcadamente gramaticales –y por ello deberíamos hablar en este caso de *metodologías gramaticales*, aunque el término no es habitual–; otras orientaciones son pragmáticas y sociolingüísticas, y por consiguiente nos situamos al lado de métodos diferentes.

(4) Los malentendidos no son ajenos a este debate. Muchas veces está implícito que en un enfoque cualitativo no se puede *contar* nada, y esto parece más que exagerado, o que en un enfoque cuantitativo no hay lugar para el detalle ni el análisis pormenorizado, lo que

constituye otra exageración. Puestos a concretar de una manera u otra, una concepción estricta y prototípica de análisis cuantitativo en ciencias humanas o sociales es la que lo sitúa como análisis con relevancia o representatividad estadística, y de acuerdo con esta disciplina tiene sus fundamentos (epistemológicos), su vocabulario técnico (universo, muestra, media, mediana, desviación, etc.) y sus técnicas. El análisis cualitativo, por su parte, no se define por la búsqueda de la representatividad estadística, sino prototípicamente por la interpretación crítica, es decir razonada y argumentada, en un contexto concreto, de un determinado *estado de cosas* (que, con un juego lingüístico, es un *estudio de caso*). Sin embargo, y aunque quizá fomente el malentendido, la combinación de las dos aproximaciones no es en absoluto imposible:

“Quantitative approaches tend to be associated with a positivist or postpositivist orientation, a realist ontology, an objectivist epistemology, and an experimental, manipulative methodology. Qualitative approaches, on the other hand, are more often associated with an interpretive, humanistic orientation, an ontology of multiple realities, a nonobjectivist epistemology, and a naturalistic, nonmanipulative methodology (Guba and Lincoln 1994). However, what is ostensibly quantitative research may involve qualitative analysis (e.g., discourse analysis) and vice versa. Case study, for example, normally considered qualitative research, may actually reflect a more positivist approach than an interpretive one (Yin 1994), or it may be part of a quantitative one-shot (experimental) case study or a single- or multiple-case time series design (e.g., Mellow, Reeder, and Forster 1996). Similarly, statistical techniques can be used in both quantitative and qualitative research, but inferential statistics are mostly associated with quantitative research (Gall, Borg, and Gall 1996). (Patricia A. Duff: “Research approaches in applied linguistics”, p. 15. En Robert B. Kaplan (ed.): *The Oxford Handbook of Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 2002, 13-23.

(5) El método concreto que se utilice en una investigación dependerá del tipo de objeto analizado y de los objetivos del análisis. A priori, lo que se ha llamado a menudo *triangulación*, es decir, el uso combinado de distintos métodos, es la estrategia que debe dar mejor resultado, puesto que es la estrategia que suele aportar más información y sugerir más explicaciones en el análisis. Este sería un punto de vista tradicional y muy razonable:

“It is a matter of everyday commonsense, as well as of police methods and the theory of social sciences, that accounts of an event should be cross-checked against other independent accounts or evidence gathered by a variety of methods. The term triangulation is used in different ways, but essentially it refers to collecting and comparing different perspectives on a situation. Thus survey data might be checked against ethnographic observations, and more generally quantitative data might be checked against qualitative reports, and vice versa.” (Michael Stubbs: *Discourse Analysis. The Sociolinguistic Analysis of Natural Language*. Oxford: Blackwell, 1983, p. 234).

(6) Determinar la secuencia del desarrollo de la investigación: adoptar un marco teórico, concretar objetivos (o *research questions*), proponer hipótesis o explicitar expectativas, e intentar determinar –con la combinación adecuada de métodos cuantitativos y cualitativos– los modelos o patrones del uso o producto lingüístico, que corroboren (o no) las hipótesis o confirmen (o desmientan) las expectativas.