

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.67012>EDICIONES
COMPLUTENSE

Eiroa, Matilde y Barranquero, Alejandro (2017): *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid. Editorial Síntesis, 208 páginas.

Eva Herrero Curiel¹

Dentro del campo de la investigación en Comunicación, se hace cada vez más necesaria la publicación de manuales en español de metodologías y técnicas de investigación aplicados a medios y tecnologías de la información. Como ya señalaba McQuail, el “estudio de la comunicación de masas no es sino uno de los numerosos campos de las ciencias sociales y sólo constituye una parte del ámbito general de la investigación de la comunicación humana” (2000: 35). De ahí, la necesidad de llenar ese vacío que existe en los estudios de Periodismo y Comunicación con un manual específico sobre el campo que sirva de referencia tanto a estudiantes de grado y postgrado de estas disciplinas como a profesorado y futuros investigadores/as del campo.

La misma editorial del libro reseñado ya publicó en 2010 la muy completa obra *Técnicas de Investigación en Comunicación Social* (Gaitán y Piñuel, 2010). Sin embargo, el manual *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*, escrito por los profesores Matilde Eiroa y Alejandro Barranquero, tiene algunas diferencias con respecto al texto anterior de cara a seguir pensando, problematizando y divulgar las técnicas de investigación más populares de un ámbito siempre cambiante. Este libro es fruto de la dilatada experiencia de los autores en el campo de la metodología: no solo como investigadores, sino también como docentes del área. Se trata pues de un manual actualizado, interactivo y muy didáctico que seguramente encuentre una buena acogida tanto entre los estudiantes que se adentran en el mundo de la investigación como en el de los investigadores/as *senior* que desean actualizar contenidos.

El manual se divide en tres grandes bloques metodológicos: conceptos básicos en investigación, metodologías de investigación y métodos emergentes. Ya desde las primeras páginas, los autores exponen el objetivo principal del libro “capacitar al lector acerca del método científico y las fases que una investigación debe seguir para ser considerada como tal” (p. 15). La consecución de este objetivo se logra, entre otros, con la ayuda de la propia estructura de la obra. En otras palabras, en

¹ Universidad Carlos III de Madrid (España)
E-mail: eherrero@hum.uc3m.es

cada capítulo se desarrollan diferentes temas siguiendo un esquema de introducción, desarrollo de los conceptos claves, resumen y una propuesta de ejercicios prácticos. Otro de los valores del libro es la posibilidad que tiene el lector de ampliar los distintos temas a través de recursos *online* que se ofrecen desde el portal de la editorial, un ejemplo de convergencia entre un manual académico al uso y las nuevas tecnologías a disposición de un aprendizaje más activo.

En el primer bloque los autores se centran en las distintas fases a las que un investigador o investigadora debe hacer frente cuando inicia un proyecto. Tras una primera definición de lo que significa investigar y lo que se entiende como método científico, los autores profundizan en las diferentes fases del método científico y el diseño de una investigación. El primero de ellos es la selección del objeto de estudio o la problemática específica sobre la que se va a investigar. A este respecto, uno de los aspectos que se resaltan es la necesidad de indagar y centrar bien aquello que deseamos estudiar, sobre todo porque a veces podemos tener ideas que ya han sido previamente trabajadas por otros autores. Una vez verificado esto, conviene seguir dando forma a la idea documentándose bien sobre el tema: “Es por ello necesario comprobar los escritos anteriores a fin de verificar si hay algún vacío al respecto o si es conveniente volver a investigar un determinado fenómeno porque existen nuevos datos o perspectivas” (p. 19).

Una vez diseñado el objeto, llega la fase de establecer los objetivos de investigación, las preguntas e hipótesis. Para ello, los autores facilitan ejemplos y claves para la elaboración de unos apartados de importancia trascendental, que servirán de guía para todo el trabajo y que ayudarán a perfilar aún más el objeto de estudio abordado y, con esto, acotar el terreno en el que el investigador o investigadora debe moverse.

En el segundo bloque, Eiroa y Barranquero desgranar las técnicas de investigación más utilizadas en el área de comunicación. Dentro del método cuantitativo, los autores se centran en la técnica estrella: la encuesta. Tras una breve introducción histórica sobre el origen y desarrollo de las técnicas cuantitativas, se aborda la forma de seleccionar una muestra, la preparación del cuestionario y la formulación de las preguntas, además de introducir a elementos de evaluación y validación de la misma una vez ha finalizado el trabajo de campo.

En el terreno cualitativo, los autores profundizan en las técnicas más populares: la entrevista, las historias de vida o los grupos de discusión, así como introducen a la investigación-acción participativa. De nuevo, tras indagar en los orígenes de estas metodologías, los autores se centran en el análisis de los datos en base a los lineamientos teóricos y programas informáticos más conocidos en el área, puesto que este tipo de datos “no puede ni debe resumirse en cifras” (p. 64). El análisis cualitativo tiene que tener en cuenta que la interpretación de los datos es lo que diferencia un trabajo reflexivo y crítico de algo meramente descriptivo. Por ello Eiroa y Barranquero hacen una inmersión en el análisis de contenido y el análisis crítico del discurso, técnicas esenciales para comprender cualquier texto mediático. Como señalaba Thompson (1998): “la comunicación mediática siempre es un fenómeno social contextualizado: siempre forma parte de contextos sociales estructurados de varias formas y que, a su vez, tienen un impacto estructural en los actos comunicativos” (p. 26). Es por ello que no podemos quedarnos únicamente

en un análisis textual ignorando el contexto social que rodea a cualquier texto mediático sea de la naturaleza que sea.

Otro aspecto que destacan los autores es el de la ética, destacando que en el ámbito de la investigación contemporánea la mayor parte del procesamiento de los datos o la difusión de los resultados se hacen a través Internet y otras tecnologías digitales. Dentro de los planteamientos éticos, la cuestión de la transparencia es fundamental: “A fin de reforzar la veracidad, conviene mostrar la documentación utilizada para el estudio: transcripciones, grabaciones, reproducción de material escrito y todo tipo de evidencias sobre el proceso metodológico e intelectual” (p. 66).

Otra de las técnicas de investigación en la que los autores se detienen es en la observación (etnografía), una metodología, en palabras de Barranquero y Eiroa, “fundamental en el estudio del entorno mediático y social”. Se trata de una técnica propia de la Antropología o la Psicología para percibir un fenómeno como puede ser un determinado tipo de conducta o un aspecto de la realidad social. Sin embargo, revisando la actual agenda investigadora de la comunicación, no parece ser la técnica que más se aplique, ya sea por desconocimiento o la escasez de uno de los recursos más valiosos que necesita el investigador: el tiempo.

Finalmente, los autores dedican el bloque final a abordar las principales tendencias investigadoras en el entorno digital. No se trata de investigar Internet como un nuevo medio de comunicación, sino abordar el mundo digital desde el punto de vista de cualquiera de los actores implicados en el proceso comunicativo: emisores, (periodistas, líderes de opinión, *influencers*...), medios (digitales, audiovisuales, blogs, redes sociales...), mensajes (nuevas narrativas, contenidos viralizados en redes sociales ...) o los propios receptores, que a la vez se convierten en usuarios generadores de contenidos en muchas de las plataformas digitales.

En todo este entramado se hace necesario arrojar luz sobre las técnicas, herramientas o recursos que cualquier investigador/a puede aplicar para interpretar los fenómenos emergentes que surgen en medios multiplataforma y cuyo desarrollo es más veloz que el tempo que requiere una investigación académica. ES de ahí que los autores tratan de entender la comunicación y sus medios desde la interdisciplinaridad a la que aboca la comprensión de los mismos como procesos y no como actos o productos: “la comunicación se ha convertido en una disciplina híbrida y sujeta a un permanente proceso de mutación y reciclaje de objetos, miradas y metodologías” (p. 197).

Referencias bibliográficas

- Gaitán, J.A. y Piñuel J.L. (2010): *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis
- McQuail, D. (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J.B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.