



RESEÑA  
RECIBIDO  
2 de diciembre de 2006  
PÁGINAS  
De la 127 a la 129  
ISSN: 1885-365X

#### FICHA DEL LIBRO

## Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación

AUTOR  
*M<sup>a</sup> Rosa BERGANZA CONDE, José A. RUIZ SAN ROMÁN (coord.)*

EDITORIAL  
McGraw-Hill, Madrid, 2005. 305 pp.



Rosa Berganza Conde y José A. Ruiz San Román coordinan y comparten autoría de esta obra, junto con otros ocho profesores de diversas universidades de la geografía española, con el principal objetivo de mostrarnos cómo aplicar técnicas científicas a la investigación de la comunicación mediática. Se trata de un manual que no sólo supone “una aportación interesantísima para el ámbito académico de nuestras ciencias de la información y la comunicación”, como afirma con gran acierto el autor del prólogo, sino que podría definirse como una obra de referencia tanto para quienes se estén iniciando en la investigación científica en comunicación como para aquellos que necesiten un texto serio, riguroso y actualizado para refrescar sus conocimientos.

El ejemplar consta de dos grandes partes, una teórica y otra más práctica, compuestas por seis capítulos cada una, con la novedad de que todos ellos van acompañados de ejercicios finales de autoevaluación que permiten al lector conocer su grado de aprendizaje de lo leído. Los autores del capítulo inicial defienden el carácter científico de la investigación en Ciencias Sociales, donde se encuadra la comunicación, y para ello hacen una breve reflexión histórica sobre las posibilidades del hombre de conocer la realidad y las principales posturas que existen al respecto. Para ellos, la ciencia moderna se presenta, en su origen, como un conocimiento definitivo sobre la realidad, por lo que “comprender la relación entre conocimiento y realidad es uno de esos cometidos a los que no podemos renunciar si queremos fundamentar con rigor la investigación social contemporánea”.

Igualmente interesante es la reflexión que plantean los autores del segundo capítulo cuando se preguntan si existe una contraposición entre la labor de los comunicadores sociales -periodistas- y el uso de métodos de trabajo que utilizan los científicos sociales. “La escasa puesta en práctica de un método de trabajo sistemático y riguroso en la profesión periodística da lugar con relativa frecuencia a deficiencias a la hora de contar lo que sucede a nuestro alrededor”, dicen, aunque no olvidan la existencia de prácticas específicas del periodismo, como el periodismo de precisión, en las que se aplican métodos científicos. La revisión que hacen de las diferentes perspectivas de investigación en Ciencias Sociales evidencia una clara pluralidad metodológica de la disciplina que hace complicada la tarea de clasificar técnicas de investigación, y ante eso niegan la existencia de compartimentos estancos e investigaciones que admitan un único enfoque. Todo ello

para aplicar dichas técnicas a las cinco principales áreas en las que se ha desarrollado la investigación en comunicación y en cómo los medios reflejan la realidad social: emisores, medios, contenidos, audiencias y efectos.

Mención aparte merece el capítulo dedicado a explicar detalladamente cómo planificar una investigación en Comunicación, partiendo del planteamiento del problema objeto de estudio hasta el diseño de la propia investigación que llevará a resolverlo. El proceso se inicia al precisar el objetivo general y los objetivos específicos, plantear las preguntas que permiten alcanzar los objetivos y, lo que es más importante, justificar a investigación, es decir, su conveniencia, proyección social, implicaciones prácticas, aportaciones teóricas o metodológicas. A continuación, se explican los pasos necesarios para elaborar el marco teórico y formular la hipótesis, cómo diseñar la investigación y la metodología de trabajo, la delimitación y el diseño de la muestra y el plan de trabajo que abarca el estudio de campo, el tratamiento de los datos y la redacción del informe final. No se olvidan aspectos menos académicos pero igualmente importantes, como la estimación de los recursos necesarios para llevar a cabo la investigación, la periodización y el presupuesto o la elaboración del índice y la bibliografía.

No puede pasarse por alto el cuarto capítulo, que como bien afirman sus autoras, "es muy útil para orientar a quienes se enfrentan por primera vez con la investigación en Comunicación", ya que constituye una especie de guía práctica que ahorra tiempo y esfuerzo al investigador. Recoge algunas de las fuentes estadísticas básicas que pueden servir de base para trabajos de investigación en el campo de la comunicación, explican su funcionamiento y la manera en que pueden ser aprovechadas. También las posibilidades que ofrecen algunas bases de datos y otros sistemas de almacenamiento de contenidos de medios de comunicación, que facilitan el trabajo de campo al analizar el contenido de los

mensajes de los medios.

La Estadística desempeña un papel concreto y limitado dentro de los trabajos de investigación sobre comunicación mediática, constituye un instrumento al servicio de ésta a la hora de procesar los datos que se han obtenido y analizarlos estadísticamente para poder extraer conclusiones válidas y fiables de ellos. De ahí lo fundamental de las páginas de esta obra dedicadas a desarrollar la aplicación de métodos estadísticos a la investigación de los medios. Se trata de un capítulo denso con contenidos muy técnicos que pueden resultar complejos, pero que al mismo tiempo son muy prácticos para quienes deseen abordar una investigación con datos, que pueden ser abundantes y desordenados, y desconozcan cómo y qué métodos estadísticos aplicar a su trabajo. La precisión y la claridad caracterizan las explicaciones sobre los tipos de variables que suelen aparecer en los estudios de medios y los niveles de medición más utilizados, así como la ordenación que permite observar cómo se distribuyen los datos y se relacionan entre sí, y los diferentes tipos de medidas, acompañados en todo momento de útiles ejemplos de casos concretos para facilitar la comprensión.

La labor de procesamiento de los datos obtenidos de una investigación y su tratamiento estadístico será más sencilla con el uso de alguno de los programas informáticos creados específicamente para ello. Uno de los más utilizados en el ámbito internacional es el SPSS (Statistical Package for Social Sciences), en el que se profundiza a lo largo de un capítulo del libro con sumo rigor utilizando ejemplos claros con datos actualizados.

La segunda parte del libro, como ya se señaló, está dedicada al desarrollo práctico de las técnicas de investigación aplicadas a la comunicación más fundamentales. Entre ellas se encuentra la encuesta, un método de gran tradición que sigue siendo una de las más conocidas y empleadas a pesar de no ser "un método preciso, sino que establecen unos resultados dentro de


unos márgenes de error conocidos". Estas probabilidades de error llevan a recomendar un especial cuidado en su diseño, es decir, al decidir qué población constituye el objeto de estudio y determinar a cuántas personas vamos a preguntar. Una vez determinado el tamaño de la muestra, la selección concreta de las personas que van a ser entrevistadas debe hacerse de forma aleatoria para que representen bien a la población o universo que queremos estudiar, para lo que el manual ofrece una exposición rigurosa de los distintos tipos de muestreo.

El manual también muestra un interesante repaso del análisis de contenido cuantitativo, una técnica cuyo empleo es fácil de comprender, pero "más complejo es conocer a fondo qué se está haciendo en realidad cuando se aplica, en nuestro caso, a los mensajes que conforman los contenidos de los medios de comunicación social". El análisis de contenido ha sido necesario prácticamente desde los orígenes de la investigación académica de los medios de comunicación y sigue siéndolo, fundamentalmente porque ayuda a procesar un gran volumen de información. Con ejemplos reales, se abordan las distintas etapas necesarias para desarrollar esta técnica, desde la clasificación de elementos en categorías, la recolección de datos y su codificación, pasando por su tratamiento estadístico y análisis, hasta la presentación de los resultados finales.

Tampoco olvidan los autores incluir los experimentos, su diseño y puesta en práctica. Introducen una enriquecedora reflexión sobre si es posible trasladar las técnicas experimentales, muy habituales en las ciencias naturales, a las ciencias sociales. Para ello dedican un capítulo a mostrar las posturas favorables y contra-

rias al uso de experimentos en las ciencias sociales y abordan las dudas de los científicos sociales sobre la capacidad de los especialistas en comunicación para hacer verdadera investigación. Defienden la experimentación en las ciencias sociales al constatar el uso de experimentos en la investigación en comunicación desde mediados del siglo XIX y dejan clara su postura: "los diseños experimentales o la técnica experimental (...) no sólo pueden ser aplicadas a las ciencias sociales por investigadores sociales, sino que pueden ser aplicadas por periodistas para hacer periodismo".

Finalmente, completa la obra el abordaje de la técnica de la entrevista, con énfasis en la denominada entrevista en profundidad por tratarse del tipo más útil y frecuente en el estudio de los fenómenos comunicativos. Se muestran de manera práctica las fases de planificación, desarrollo y análisis de esta modalidad, acompañadas de claros ejemplos de aplicación. Tampoco se olvida mostrar cómo poner en marcha grupos de discusión, una técnica de recogida de información cualitativa muy utilizada en la investigación en comunicación.

A modo de conclusión, pese a que algunos de sus capítulos merecerían ser tratados como obras independientes, *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* puede definirse como una obra imprescindible para quienes no deseen tener que recurrir a una amplia bibliografía a la hora de abordar una investigación en comunicación. Es, en definitiva, un manual en el que viene de todo y al que no le falta de nada. 

---

POR **Sonia Fernández**  
*Universidad Francisco de Vitoria*