

MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (coord.) *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Editorial Tecnos, 2008. 244 p.
ISBN: 978-84-309-4821-5

POR MIQUEL RODRIGO ALSINA

Catedrático de Teoría de la Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra



Hace algo más de 35 años, los estudios en comunicación alcanzaron el rango de universitarios en España, concretamente, en el curso académico 1971-1972. Desde entonces, y sobre todo a partir de la década de los años 90, la proliferación de investigaciones y publicaciones especializadas ha sufrido un espectacular aumento. Ahora bien, quizás queda todavía pendiente la consolidación epistemológica, esto es, la de la identidad de la disciplina.

El libro que se presenta a continuación ayudará sin duda a fortalecer el músculo disciplinar de los estudios en comunicación. Estamos ante una obra colectiva, que, si bien no pretende representar a toda la comunidad científica, nos ofrece un panorama excelente sobre la situación de la investigación comunicacional española. El texto está compuesto por siete capítulos en los que siete autores, seis profesores españoles y una profesora brasileña, tratan sobre distintos aspectos, campos y objetos de estudio de la investigación sobre comunicación.

Manuel Martínez Nicolás, que es el coordinador de la obra y profesor de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, no sólo hace la presentación general de la misma sino que también es el autor del primer capítulo "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales". En este texto podemos encontrar una densa, sintética y bien estructurada historia de la investigación comunicacional española dividida en tres periodos: de 1965 a 1980 (la emergencia disciplinar), de 1980 a 1995 (la consolidación y la agitación del campo) y de 1995 a la actualidad (la diversidad, el reconocimiento y los retos actuales). En cada uno de estos periodos se analizan las condiciones históricas, la estructura de la comunidad científica y la orientación general de la investigación. Nos encontramos ante una excelente interpretación sobre la investigación española sobre comunicación. Como siempre sucede con los estados de la cuestión que intentan abarcar décadas, podría hacerse alguna puntualización en algunos aspectos, pero en conjunto hay que reconocer que es una revisión del estado de la investigación muy ilustrativa.

El profesor de la Universidad Nacional a Distancia (UNED) Javier Callejo Gallego plantea uno de los clásicos objetos de

estudio de la investigación en comunicación: las audiencias. Pero el hecho que se trate de uno de los objetos de estudio que se desarrollaron desde los inicios de la disciplina no significa que no plantee problemas. El título de este segundo capítulo es bien explícito al respecto: "Audiencias multimedia: múltiples problemas, múltiples intereses". Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han introducido un incremento muy notable de complejidad en el panorama comunicativo, en general, y en su investigación, en particular. El estudio de las audiencias no es ajeno a estos cambios en el sistema mediático. Estos problemas no se refieren sólo a la cuantificación de las audiencias sino también al uso de los medios por parte de las mismas. En este sentido, sin restar importancia a la cuantificación, el texto se aproxima a los estudios de recepción. En este sentido Callejo Gallego considera que la tendencia de la investigación en este ámbito se manifiesta en "la centralidad adquirida por el consumo de medios de comunicación y, en general, por el uso de máquinas de comunicar entre las prácticas de consumo en general; y la imparable convergencia digital de todos los medios de comunicación." (p.79).

El tercer capítulo, "Historia de la comunicación e historia del periodismo: enfoques teóricos y metodologías para la investigación", es obra de Josep Gómez Mompert, profesor de la Universitat de València. El autor hace una importante diferenciación entre la historia de los medios de comunicación, la historia del periodismo y la historia de la comunicación; aunque también les reconoce un inevitable aire de familia. Se trata de un capítulo que debería ser de lectura obligatoria para aquellos que pretenden el abordaje histórico del mundo de la comunicación o, como dice el autor, de aquellos que deseen "historiar la comunicación" (p.116).

Otro de los campos de estudio que se tratan en la obra es la comunicación política. El autor del texto es el profesor José Luis Dader de la Universidad Complutense de Madrid. El título de este cuarto capítulo no puede ser más explícito: "La adolescente investigación en comunicación política: estructura del campo y tendencias prometedoras". En este texto se recogen los distintos enfoques epistémicos para el estudio de la comu-

nicación política (comportamentalista, estructural-funcional, interaccionista / constructivista y dialógico); así como los objetos de estudio preferentemente investigados. También se hace una breve referencia a los métodos de investigación utilizados. Por último, un utilísimo apartado de este capítulo trata sobre los hitos bibliográficos que en los últimos años han marcado la investigación de este campo.

“Investigación sobre comunicación política en Brasil” es el quinto capítulo del libro. Su autora es la profesora Vera Chaia de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo. Sin cuestionar el interés intrínseco del texto, quizás queda un poco desubicado, ya que trata de la investigación en Brasil. Este capítulo y el capítulo séptimo son quizás los que hacen perder, por motivos distintos, una cierta lógica interna a la obra. De todas formas, el texto de la profesora Chaia es un breve e interesante estado de la cuestión en que se contextualiza la investigación y hace un esclarecedor panorama de las investigaciones, los centros y los grupos de investigadores brasileños.

Francisco Sierra Caballero, de la Universidad de Sevilla, es el autor de capítulo sexto del libro, titulado “Sociedad de la información y comunicología. Una crítica económico-política.” La denominada sociedad de la información es seguramente el fenómeno político, comunicativo y social más impactante que nos está tocando vivir. Como ya se ha apuntado en otro capítulo de este libro, las Tecnologías de la Información y la Comunicación tienen un efecto transformador importante en el mundo de la comunicación. A veces, sin embargo, los cambios no han permitido tener una visión crítica sobre lo que está aconteciendo. En este capítulo, desde la perspectiva de la economía política, se hace una interesante aproximación crítica a cómo puede estudiarse esta realidad emergente.

El séptimo y último capítulo del libro se titula “Periodistas: entre la profesionalidad y el aventurismo”. Su autor es el profesor de la Universidad Complutense de Madrid Félix Ortega. En este capítulo se realiza un análisis de la profesión periodística desde del franquismo y se plantean distintos modelos profesionales. Lo que diferencia este capítulo de los anteriores es que, mientras en los otros se analizan la investigación (española o brasileña), aquí no se trata de la investigación sobre la profesión periodística si no más bien las distintas (auto)representaciones de la misma. Así, se muestran los puntos fuertes y los puntos débiles de la profesión.

Para concluir, podemos afirmar que estamos ante un texto de gran interés y utilidad para los investigadores de la comunicación porque, como afirma Martínez Nicolás en su presentación, el texto ofrece: “propuestas teórico-metodológicas para investigar la comunicación sobre seguro.” (p.11).