

Eguizabal Maza, R., y Jiménez Gómez, I. (Eds.) (2021):
“Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación”

Madrid, Fragua

Sergio Rodríguez-Malo de la Cruz. Universidad Complutense de Madrid
(España)

Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas, máster en Comunicación Política,
Doctorando en Gestión de intangibles y estudiante de grado de periodismo.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5234-3046>

Reseña

A la dicotomía clásica que se les presenta a los investigadores de ciencias de la comunicación entre la utilización de herramientas cualitativas o cuantitativas, dicotomía que todavía centra gran parte de las publicaciones en cuestiones metodológicas, se les une una nueva generada por la aplicación de las nuevas tecnologías, ya no solo por la aparición de herramientas que facilitan la comunicación como se ha podido comprobar durante esta pandemia provocada por el COVID-19, sino por la facilidad de acceso a una cantidad ingente de datos en todas las áreas de conocimiento, esto ha ocasionado, como indica el profesor Eguizabal en el prólogo de este libro, que antes de decidir qué herramientas utilizar los investigadores deban decidir si sus estudios se centran en el producto de la comunicación o en los datos generados por dichos productos.

La aplicación de las nuevas tecnologías para facilitar tanto la comunicación entre investigadores como para la realización de entrevistas o encuestas, centra parte de las comunicaciones incluidas en este libro, dejando patente la existencia todavía de una brecha tecnológica entre el desarrollo tecnológico actual y el uso de esta por parte de la academia, ya sea por el desconocimiento de todas las opciones o posibilidades que determinados programas pueden aportar al estudio de las ciencias de la comunicación, por las reticencias de determinados investigadores o por la necesidad de verificar que dichos programas cumplen los requisitos académicos necesarios para su utilización en investigación.

La observación participante, metodología por la que optaron varios de los autores de los artículos de este libro, puede suscitar un debate en cómo es utilizada, si es extrapolable a otras investigaciones o si se puede tomar como un estándar para determinados casos. La respuesta debería ser afirmativa siempre y cuando no sea una participación completa que desvanezca la objetividad y convierta una investigación en un publibreportaje que justifique un producto comunicativo denostado por gran parte de la sociedad.

Las investigaciones centradas en productos de masas y no en los datos, aportan metodologías específicas para cada producto en sí, prestando especial atención a estas singularidades que deben ser tenidas en cuenta antes de la aplicación de determinada metodología, lo que proporciona un enriquecimiento de la investigación en cuestión y de futuros estudios de características similares, como es el caso del artículo del estudio de la historia de la radio musical española de Luis Eguizábal o el análisis de la representatividad de mujeres en el cine contemporáneo de Esther Pérez.

El manido debate entre la utilización de técnicas cualitativas, cuantitativas o mixtas no carece de importancia en la actualidad, dado que cada objeto de estudio, y por lo tanto en cada investigación, el uso de estas técnicas deparan determinados inconvenientes o casos de éxito que, tras su estudio y publicación, puedan facilitar el desarrollo de futuras investigaciones, de ahí la importancia de las comunicaciones centradas en el aspecto metodológico y no en el resultado de las mismas.

HOW TO CITE (APA 7^a)

Rodríguez-Malo de la Cruz, S. (2021). Maza, R. E., & Gómez, I. J. (Eds.) (2021) :
“Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación”, Madrid,
Fragua.. *Comunicación y Métodos | Communication & Methods*, 3(2), 153-154.
<https://doi.org/10.35951/v3i2.139>