COMMUNICATION & SOCIETY
Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación

Calidad de Revistas Científicas Españolas FECYT 2016

Reseña /

Juan José IGARTUA

Métodos cuantitativos de investigación en comunicación

BOSCH, Barcelona, 2006, 704 pp.

Las ciencias de la comunicación constituyen una de las áreas de conocimiento que mayor evolución ha experimentado en los últimos años. De hecho, es difícil imaginar una universidad de futuro sin las titulaciones de comunicación entre su oferta académica. Un desarrollo riguroso de la investigación centrada en comunicación hace que trabajos como éste sean muy necesarios. El libro que presenta Juan José Igartua es fruto de un largo y laborioso proceso de especialización en el campo de la metodología, y resulta de gran utilidad para cualquier investigador en el área de la comunicación. El autor explica en tres apartados: a) la comunicación como campo científico; b) las técnicas de investigación cuantitativa; y c) el análisis estadístico de los datos.

En la primera parte, Igartua sitúa al lector ante la problemática de la comunicación como objeto de estudio científico, al que se aplican las técnicas de investigación cuantitativas que después describe. En un ejercicio de contextualización, el autor repasa los fundamentos de la investigación, aportando una excelente revisión de las asociaciones que arropan el trabajo de los investigadores en comunicación. En el segundo capítulo realiza una revisión del método científico, explicando las diferentes fases del proceso y los tipos de investigación existentes. Sin duda, el mayor aporte de este capítulo es la referencia al sistema que establece el factor de impacto de las revistas. Esta referencia es de suma importancia, sobre todo si se atiende a los criterios de evaluación de las publicaciones científicas de calidad. El último capítulo del apartado se centra en la construcción de las teorías científicas de la comunicación, lo que permite a Igartua revisar los principales componentes de la investigación. Es importante su explicación del meta-análisis como técnica que “permite analizar el desarrollo de un campo científico concreto” (p. 167).

Igartua también describe con precisión los diferentes métodos de investigación cuantitativa en comunicación; el análisis de contenido, la investigación mediante cuestionario y la metodología experimental son desarrollados en los tres capítulos que componen la segunda parte del libro. Quizás una de las técnicas que con mayor profusión se ha utilizado para analizar de manera científica los mensajes mediáticos sea el análisis de contenido. En palabras del autor, esta técnica es básica “para comprender su génesis o proceso de formación, obtener descripciones precisas de su estructura, analizar su flujo de intercambio, trazar su evolución e inferir su impacto” (p. 180). A lo largo del capítulo dedicado al análisis de contenido, Igartua describe los pasos a seguir para su realización, poniendo un especial énfasis en el chequeo de fiabilidad interjueces, una prueba necesaria para inferir la calidad del estudio y que en muchas ocasiones no se realiza por desconocimiento del investigador. El autor explica posteriormente las diferencias existentes entre las técnicas de estudio mediante encuesta y cuestionario, describiendo de forma sucinta la elaboración y aplicación del cuestionario en la investigación en comunicación. En el último capítulo, Igartua profundiza en el método de investigación experimental. A pesar de las muchas posibilidades que esta técnica aporta –de forma muy significativa en la explicación de la causalidad de los efectos mediáticos–, apenas ha sido utilizada en el estudio de la comunicación en el ámbito de habla hispana. Se hace aquí un brillante trabajo de reducción de la complejidad de esta técnica, donde el investigador debe implicarse de forma activa mediante la manipulación y control de variables. En este capítulo se explican minuciosamente las variables existentes, los conceptos de validez interna y externa, el control de la validez del estudio y los diferentes tipos de diseños experimentales, lo que ayudará a la comprensión y aplicación de este método de investigación.

En la tercera parte del libro se desarrollan las diferentes técnicas de análisis estadístico de los datos. A lo largo de cuatro capítulos, se explican con detalle las diferentes pruebas que han de realizarse para completar con éxito una investigación desde un acercamiento metodológico cuantitativo. Quizá el mayor aporte de este apartado consiste en el desarrollo riguroso, aunque sencillo, de cada una de las técnicas. En el cuarto capítulo, Igartua hace una aproximación necesaria a los conceptos básicos de la estadística descriptiva e inferencial, que permitirá comprender en qué caso se deberá utilizar cada una de las técnicas de análisis existentes. En los capítulos posteriores se explica la forma de realizar, mediante la presentación de ejemplos gráficos, los análisis univariados, bivariados y multivariados empleando una de las herramientas clave dentro del estudio de los medios de comunicación: el programa estadístico SPSS. La manera en que el autor explica estos análisis de los datos es otra de las aportaciones de la obra. La literatura sobre metodología existente hasta el momento en el campo de las ciencias sociales explica las diferentes técnicas a partir de ejemplos tomados de otras disciplinas académicas distintas a la comunicación. Sin embargo, la casuística elegida por el autor se apoya en ejemplos de investigaciones en comunicación, periodismo y publicidad. De una manera amena y sencilla, cualquier lector puede reproducir los ejemplos presentados y comprender el funcionamiento y aplicabilidad de las técnicas descritas; este aspecto ha sido muy demandado por los investigadores en comunicación.

En resumen, la obra que nos presenta Igartua es sumamente novedosa para el campo de la comunicación y, sin duda, constituye una pieza de gran interés para la docencia y la investigación en las ciencias de la comunicación. Es un libro que, por su rigor y detalle en la descripción de las diferentes fases necesarias para completar con éxito un trabajo empírico, no sólo es recomendable en el campo de estudio de la comunicación, el periodismo o la publicad, sino en cualquier disciplina de las ciencias sociales. Junto a ello, el estilo didáctico que el autor emplea, hace esta obra comprensible no sólo para los expertos en la materia, sino también para cualquier persona interesada en el estudio de la comunicación. Por ello, creo que nos hayamos ante una herramienta de gran utilidad para las enseñanzas de comunicación, tanto para los estudios de grado o licenciatura, como para los más especializados de postgrado o doctorado.

Carlos MUÑIZ
carmu@usal.es