

PRESENTACIÓN

JAVIER CALLEJO (UNED)

El origen de este monográfico se encuentra en una reunión del consejo de redacción de la revista. Se apreció la oportunidad de dedicar un número especial a la investigación en el campo de la comunicación. El propio consejo, tras propuesta del director de *Empiria*, me hizo el encargo del mismo. Hacía tiempo que se había puesto de relieve el radical cambio que había experimentado la investigación empírica de la comunicación en nuestro país en los últimos años. Una auténtica revolución, si se mira desde la perspectiva de quien observa qué investigación se hacía en los años ochenta del pasado siglo, cuando dominaban -casi en régimen de exclusividad- los estudios centrados en los rastros más o menos históricos de más o menos relevantes publicaciones periódicas del país o en descriptivos análisis de contenido sobre el seguimiento que habían prestado las cabeceras más relevantes a determinados asuntos públicos. Aunque dominaban estos tipos de estudios, sería injusto decir que no había otra clase de investigaciones empíricas, como dejar de señalar que se podía hacer muy interesante investigación empírica desde esa limitada tipología. Claro que había otro tipo de estudios. La radio y la televisión pública también habían sido ya objeto de varias tesis doctorales, despegándose de la siempre más controlable gestión analítica del papel guardado en las hemerotecas. El movimiento de las radios locales también había despertado especial atención por parte de los académicos. Por otro lado, había académicos que, por sus propios trabajos, o por asumir el imprescindible papel de porteros para los trabajos más relevantes que se hacían en el mundo sobre la emergente disciplina de la comunicación, han de reconocerse hoy como ilustres antecedentes. Por supuesto, como antecedente casi institucional, ha de nombrarse a Juan Beneyto. Ya con observación empírica propia de relieve, cabe señalar figuras como Miquel de Moragas -aportando además las sucesivas colecciones de artículos en la editorial Gustavo Gili-; Enrique Bustamante, Bernardo Díaz-Nosty y Ramón Zallo, desde la economía política de los medios de comunicación; Saperas, desde la sociología de los medios de comunicación, y algo posteriormente pero con la ventaja de contar con una consolidada propuesta en la relación entre comunicación y educación, Agustín García Matilla o Joan Ferrés. Figuras impagables como impulsores de la necesidad de estudiar la comunicación desde la observación empírica y como ventana hacia otras formas de investigar la comunicación mediada, sin tener que ejercer de estructuralista o post-estructuralista. Una investigación empírica desde la academia que contrastaba enormemente con la que se abría camino desde los propios medios de comunicación. Televisiones, cadenas de radio, grupos editoriales de diarios o revistas se encontraban, entonces, ampliamente abiertos a la innovación en la in-

vestigación, a todo tipo de fuente de información sobre las que fundamentar sus decisiones, ya sea en busca de la audiencia, ya con el horizonte de satisfacer a la audiencia que ya se tenía, ya con la implicación profesional en la innovación. No está de más recordar que los medios de comunicación –como institución- han sido tradicionalmente –y, en cierta forma, siguen siendo- impulsores de la experimentación metodológica. Basta recordar en este sentido la figura de Lazarsfeld.

Afortunadamente, hoy se puede decir que la investigación empírica española en comunicación goza de bastante buena salud. También la que se hace desde las universidades. Basta echar un vistazo a las monografías que continuamente se publican o asistir a los congresos y seminarios que sucesivamente viene proponiendo la Asociación Española de Investigación de la Comunicación desde hace diez años, institución fundamental para entender el impulso dado a la exigencia de investigación científica en comunicación en nuestro país, habiendo desarrollado una línea específica para la reflexión metodológica. También merece ser reconocida la labor impulsora de largo aliento de revistas como *Anàlisi*, *Cuadernos de Información y Comunicación*, *Comunicar*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *Zer*, *Historia y Comunicación Social* o *Comunicación y Sociedad*; así como de institutos de investigación, como InCom, de la Autónoma de Barcelona, o el conjunto de grupos de investigación avanzada en comunicación distribuidos por las distintas universidades. De hecho, esta evolución sería difícil de explicar sin hacer referencia a la relativamente amplia y rápida extensión de la oferta universitaria de estudios en este campo a partir del final de los años ochenta del siglo pasado, que, a su vez, se nutre de un nuevo y joven profesorado que pone la investigación empírica en el corazón de su trayectoria académica, ya sea por inclinación personal, ya por la presión derivada de los procesos de acreditación del profesorado.

Reconocimiento de las palancas que han propiciado un salto cualitativo en la investigación empírica española sobre comunicación mediada que se asume subjetivo, sin que la exigencia de brevedad pueda servir de paliativo a tal subjetividad. Como también ha sido subjetiva la invitación a los autores que forman parte de este monográfico. Más allá de ella, los criterios que fundamentaron la invitación inicial fueron, por un lado, cierta variedad de campos u objetos en los que la investigación empírica en comunicación tiene lugar. Por otro lado, se ha buscado que los trabajos estuvieran implicados en investigaciones presentes, en marcha o muy recientes. Por último y como no podría ser de otra manera, se han tenido en cuenta las trayectorias de investigación. El criterio de los evaluadores ciegos llevó a cabo después la labor de selección. Una labor que hay que distinguir como fundamental; pero que, sin embargo, deja un sabor amargo cuando la selección es la consecuencia de una invitación. Por ello, no puedo dejar de agradecer especialmente el esfuerzo de quienes aceptaron la invitación, enviaron sus artículos y, después, sucumbieron en el proceso de una exigente evaluación. ¡Una pena! Los supervivientes son los que conforman el monográfico y lo son precisamente gracias a los evaluadores. El que haya que guardar en el anonimato las autorías de las evaluaciones, no justifica que no puedan recibir públicos agradecimientos por su dedicación.

La ordenación de los artículos supervivientes se estructura sobre la línea de los niveles de la observación empírica, yendo del nivel epistemológico al nivel tecnológico, pasando por el nivel metodológico, con una vuelta -con el artículo “La narración audiovisual como documento social e histórico: enfoques teóricos y métodos analíticos”- a lo que puede considerarse una conciencia metodológica extendida, ya que partiendo de la pregunta sobre la realidad (social) de los medios de comunicación que ofrecen imágenes, se despliega hasta llegar a las puertas del propio nivel tecnológico. Junto a esta trayectoria del monográfico en línea recta, existe también un círculo: desde la apropiación que hace la sociedad -a través de las generaciones- de los medios de comunicación, a la apropiación que hacen los medios de comunicación que utilizan imágenes de la sociedad. Círculo desde la comprensión de que cada uno de los polos es inexplicable sin el otro.

El primer artículo es la respuesta a una pregunta de investigación aparentemente sencilla: ¿puede estudiarse el cambio social? Es a la pregunta que, tomada seriamente, se plantea e intenta responder Göran Bolin en este artículo. Para ello, lo inscribe en una epistemología del cambio social, sugiriendo un modelo de análisis del mismo a través del sentido que adquiere en la comparación entre generaciones. Las distintas cohortes se convierten así en sujetos especulares: especulan sobre su identidad diferencial y sirven de espejo a las otras generaciones. Como concreción de este modelo, se presentan los resultados de un estudio realizado desde la perspectiva cualitativa, mediante ocho grupos focalizados. Una investigación que se llevó a cabo en Suecia y Estonia, en articulación con la perspectiva cuantitativa, y en la que cobra especial protagonismo lo que el autor denomina el paisaje de los medios de comunicación, entendiendo como tal paisaje tanto el sistema de prácticas de uso de los medios de comunicación por parte de una generación, como el paisaje que de tal generación representan los medios de comunicación usados por la misma. La metáfora del paisaje mediático implica tres tipos de estructuras en las que se generan los sujetos, tanto individuales como colectivos: las estructuras de relaciones tecnológicas, las de relaciones organizativas o institucionales y las estructuras de las representaciones. Desde tal propuesta, la dual relación entre generaciones y medios de comunicación se convierten en un instrumento privilegiado para entender cómo queda fijado y, tal vez lo más importante y lo que distingue esta propuesta de otras meramente representacionales, vivido el cambio social. El sistema prácticas vinculadas a los medios de comunicación se constituye en condensación de vivencias del cambio social y, por lo tanto, en base de la narración de lo que en cada momento somos, frente a lo fueron y son otros, aun cuando ese otros seamos nosotros mismos en un pasado que veíamos el uso que hacían las otras generaciones con los medios de comunicación.

En un monográfico sobre la investigación en comunicación, los horizontes de un artículo como el firmado por Martínez-Nicolás, Carrasco-Campos y Saperas pueden considerarse prácticamente de obligado cumplimiento. Poniendo su objeto en los estudios sobre comunicación de los últimos veinticinco años en España, realizan una metainvestigación sobre comunicación desde una perspectiva longitudinal que se nutre principalmente de las revistas científicas de mayor

reconocimiento en el propio campo.

Las conclusiones del artículo son tan rotundas como esperanzadoras en muchas de sus dimensiones. Sólo la evolución del indicador del número de artículos publicados -y, por tanto, analizados- es un motivo para celebrar. También la señalada mejora de la calidad metodológica. Otros resultados son llamativos, como es el drástico descenso del peso relativo de los artículos dedicados a la investigación teórica.

Al menos se encuentra la esperanza de debatir sus resultados y cuestionarse sobre el particular interés que muestra el campo de los estudios sobre comunicación sobre la metainvestigación. Puede decirse que, en el contexto español, se muestra una posición netamente diferenciada del conjunto de ciencias sociales. El éxito de esta línea puede calificarse de indiscutible: apoyos institucionales, grupos de investigación consolidados, múltiples publicaciones, etc. ¿Conciencia explícita y publicada de la notable evolución de la observación empírica en este campo, como si fuera necesario resaltar que se puede investigar, como si se exigiese un continuo espejo de lo que se hace? ¿Paso de la focalización en lo que publican los diarios y revistas históricos, tan relevantes como accesibles en hemerotecas, a la focalización en lo que publican las revistas científicas del campo, tan irrelevantes como accesibles a través de internet? ¿No estamos nuevamente ante el dominio de los procedimientos del análisis de contenido? Utilizando un término de los autores, el sesgo *contenudista* parece fuerte. También para resaltar la fuerza de tal sesgo. Preguntas impertinentes a partir de un artículo muy pertinente.

En “La investigación responsable en los estudios de audiencia y recepción”, las profesoras Figueras-Maz, Gómez-Puertas plantean una reconceptualización de términos que se nos han hecho tan próximos, como audiencia y recepción, desde la perspectiva de la investigación responsable, lo que consideran como una ruptura epistemológica con su proyección en las propias prácticas, como señalan al analizar el papel de la investigación acción participativo. Una reconceptualización que, como remarcan las autoras, se encuentra en pleno debate en los estudios sobre audiencias y recepción y en el que conviene ir tomando posiciones. Se trata de un artículo atravesado profundamente por una dimensión ética, que se enfrenta a encrucijadas sobre las que aún no hay patrones, ni referencias, a decisiones en un marco de discusiones todavía sin acabar. Cuestiones que atraviesan -en el caso de los textos científicos- desde la forma en que se producen los registros -materiales de la observación- a la autoría de lo que se publica, pasando por la difusión transparente y la divulgación. Claro está, es en este último tramo donde la ya larga y potente tradición de los estudios sobre la audiencia y la recepción puede generar notables aportaciones.

Iolanda Tortajada y Cilia Willem se enfrentan a los textos -online- sobre los textos mediáticos o cómo los fans o seguidores implicados en una serie hablan sobre ese objeto o texto que es capaz de convertirlos en comunidad. Para ello se analizan seis blogs centrados en la serie *Girls*. Por lo tanto, la recepción se estudia a partir de los registros que dejan su público más implicado. La interpretación -recepción implicada- de la interpretación -exposición narrativa- de la

identidad de la mujer plantea un escenario rico en matices, que, a su vez, exige otra interpretación, la de la observación, que pondrá el acento en el cómo de la primera interpretación, en el cómo de la apropiación de esos materiales mediáticos. Tal vez lo más significativo de su análisis es cómo detrás de estos metatextos online hay un discurso, es decir, una expresión de lo que se entiende por lo que es un justo e injusto en un campo de las relaciones sociales tan central, como son las relaciones de género. Precisamente porque hay asunciones de lo que se considera justo, proliferan las justificaciones. Al igual que varios de los trabajos aquí presentes, las autoras no solo son capaces de mostrar las posibilidades analíticas del material seleccionado y del enfoque, sino también las limitaciones que tiene la decisión metodológica aquí planteada.

El artículo firmado por Arcila, Mariño, Ortega y Álvarez se sumerge en el nivel técnico de la observación empírica. Nos introduce en una de las líneas por las que camina actualmente la investigación de audiencias bajo la lógica del big data, derivada del acceso inmediato a los registros que van dejando los usuarios -en este caso, en Twitter- y las posibilidades de análisis automático algoritmizado. Dejando a un lado las implicaciones que la propuesta de este tipo de observación tiene para lo que se ha venido entendiendo por investigación de audiencias, destaca el carácter práctico del trabajo. Es un ejemplo de un “si quieres hacer esto, hazlo así”, cobrando relevancia su carácter práctico. Es *un sígueme y te digo cómo se hace* en el que el potencial observador o investigador adquiere la figura de usuario. Esa figura en la que estamos situados todos, especialmente cuando usamos las tecnologías de la información y la comunicación, y que parece emplazarnos como una prolongación de las máquinas inteligentes: si quieres ser inteligente, introduce tu nombre de usuario y contraseña y, a partir de ahí déjate guiar. Es lo que hacen los autores, nos guían en el uso de Apache Spark para predecir sentimientos de tuits en tiempo real y poder convertirnos en los ingenieros sociales con los que soñaba Comte: predecir en tiempo real. Claro que, como el pobre Augusto Comte sólo conocía un tipo de tiempo, todo el tiempo era real.

Aquí el usuario es alguien armado materialmente con su ordenador personal y con pocos recursos monetarios, pues el acceso a las aplicaciones básicas que se presentan es gratuito -aunque no todas- y cognitivamente con alguna idea del funcionamiento de los algoritmos, aquí principalmente utilizados con finalidades clasificatorias de tuits. Clasificación de los tuits según el sentimiento que los embargan, bajo la asunción de que los textos nos hablan más o menos transparentemente de nuestras emociones. Si mi entrañable y desaparecido amigo Carlos Gurméndez, con una vida intelectual dedicada a la profundización en los tipos de sentimientos y sus articulaciones, pudiese leer esta propuesta, estoy seguro que sería de los usuarios que, con ordenador en marcha, seguiría paso a paso las instrucciones que se dan en el artículo. Otros muchos también seguirán el mismo camino y lloverán artículos, trabajos de fin de grado, trabajos de fin de master y tesis doctorales centradas en el análisis y clasificación de los mensajes de los tuits a partir de estas mismas instrucciones. Pero ¡atención! se recomienda también leer, como si de un prospecto médico se tratase, las limitaciones que

estos procedimientos presentan, tanto a lo largo del artículo -los big data quedan reducidos a una selección muestral de los mismos, especialmente cuando los hashtag son muy populares- como en su parte final. Limitaciones que no son sino un reto para el optimismo tecnocientífico.

El guante metodológico lo retoma con plenitud y para acaben el monográfico el artículo de Pablo Francescutti. La pregunta del trabajo nos apela directamente como metodólogos: ¿son las narraciones audiovisuales una fuente para la observación sociológica? ¿Hasta dónde nos puede llevar esta fuente? Cuestiones que, por un lado, enlazan este artículo con otros del monográfico, en la medida que plantea qué hay de sociedad en los medios de comunicación; y, por otro lado, se diferencia de todos ellos, pues inquiere sobre qué puede hacer la observación sociológica con los medios de comunicación; en lugar del qué puede hacer la observación sociológica para los medios de comunicación. Para ello, parte de las distintas concepciones teóricas sobre las realidades -sociales- de la imagen en movimiento: el cine y la televisión como narraciones de una referencia llamada sociedad. La imagen como espejo, la imagen como síntesis de conflictos, la imagen como condensación ideológica...

De los marcos teóricos, se desciende a una tipología de los distintos procedimientos analíticos. Es decir, se aterriza en ese movable puente que enlaza teoría con técnica, con procedimientos. La presentación de los distintos procedimientos como un catálogo parece evadir una posición. Sin embargo, Francescutti proyecta la aplicación de lo anterior en un material concreto, como es el trabajo documental *La Transición*, un enfoque de un periodo de nuestra historia reciente. En la propuesta de aplicar las distintas categorías de análisis al material queda el artículo, reconociéndose el cierre total analítico como imposible. No sólo porque no pueden aplicarse todos los análisis, sino porque todo análisis es interminable, inacabable, infinito. Es la interpretación la obligada a cerrar el análisis.

Seis artículos seleccionados subjetivamente, que han pasado los procesos de evaluación que creo que relativamente dan, a la vez, una visión variada y coherente de las reflexiones -y obsesiones- que recorren la investigación empírica en el ámbito de la comunicación de medios. Antes de terminar, quiero agradecer a todos los participantes en este monográfico sus aportaciones. En primer lugar, a sus protagonistas principales, los autores de los seis artículos que lo componen, esperando que lleguen alguna vez a perdonar la siempre sensación de tardanza e inexplicable duración que va desde se manda un trabajo hasta que, por fin, se ve publicado. En segundo lugar, al comité de redacción de *Empiria* en general y a su director en particular, José María Arribas, por haber pensado que esta temática merecía ser abordada de forma especial. Por último, a los más importantes, quienes han estado en la sala de máquinas de este monográfico, tanto a los evaluadores, como a quien, en definitiva, le ha tocado la coordinación material de este número de la revista, como es Lola Velázquez. Sin ellos, no hubiera sido posible llegar hasta aquí.