

### Eiroa, M. & Barranquero, A., *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*

Madrid: Editorial Síntesis, 2017

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez

---



#### Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cs/412>

ISSN: 2183-3575

#### Editora

Centro de estudos de comunicação e sociedade

#### Edição impressa

Data de publicação: 29 junho 2018

Paginação: 427-429

ISSN: 1645-2089

#### Refêrencia eletrónica

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez, « Eiroa, M. & Barranquero, A., *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios* », *Comunicação e sociedade* [Online], 33 | 2018, posto online no dia 29 junho 2018, consultado o 01 outubro 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cs/412>

---



Revista *Comunicação e Sociedade* by CECS is licensed under a Creative Commons Atribuição-Uso Não-Comercial 4.0 International.

**EIROA, M. & BARRANQUERO, A. (2017) MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN Y SUS MEDIOS. MADRID: EDITORIAL SÍNTESIS.**

**Eduardo Francisco Rodríguez Gómez**

---

A necessidade de analisar o panorama da Comunicação nas sociedades em que estamos imersos resultou na legitimação de um campo interdisciplinar, cada vez mais atraente para muitos profissionais e acadêmicos. Consequentemente, a publicação de livros como este é mais do que justificada, especialmente se levarmos em conta a importância da investigação para a maioria dos estudos de graduação e pós-graduação em comunicação, os quais, por outro lado, se multiplicaram exponencialmente nos últimos anos. É verdade que a literatura sobre metodologias de investigação nesta área é bastante ampla, também em editoras de prestígio como a Síntesis, que já havia publicado uma monografia anterior sobre o assunto (Igartua & Humanes, 2010). Alguns desses livros constituem abordagens gerais, enquanto outros tratam, de maneira específica, de métodos quantitativos, qualitativos ou experimentais. Da mesma forma, as revistas científicas oferecem um grande número de artigos que abordam os desafios metodológicos que os novos problemas de comunicação suscitam, e que, em muitos casos, adiantam procedimentos inovadores que mais tarde não-de ser assumidos pela Academia.

Neste cenário, a tarefa de escrever um novo texto sobre Metodologias de Investigação diferente dos anteriores é um desafio que os autores resolveram com sucesso indubitável. Em primeiro lugar, este livro adota o axioma “aprende-se a investigar investigando”, já que é a própria prática de investigação que estrutura o guião central da obra, através do recurso efetivo a casos especificamente selecionados; ou seja, exercícios práticos ajustados gradualmente aos objetivos de cada capítulo. Assim, os diferentes métodos são acompanhados por uma reflexão teórica muito informativa, que permite associar as metodologias às principais referências e escolas das teorias da comunicação. Em segundo lugar, este trabalho oferece uma visão abrangente de diferentes técnicas, incluindo as mais importantes e mais utilizadas neste campo: inquéritos, entrevistas, análise de conteúdo, experimentação, etc. Estruturado em duas partes e nove capítulos, este livro oferece, em terceiro lugar, material de apoio interessante, não só no corpo do texto, mas também nas ligações que remetem para o projeto online, que inclui tabelas explicativas, exercícios práticos e bibliografia específica para cada um dos capítulos, que são, por si só, material muito útil para futuros estudantes e pesquisadores.

A primeira parte inclui um único capítulo, que explica as fases iniciais de qualquer processo de investigação: o momento em que os objetivos, hipóteses ou objetos de estudo são propostos. Nesta etapa, os autores perguntam-se por quê, para quê, como, quando e o que é essencial para investigar, e falam acerca da necessidade de um estágio

incipiente de reflexão no qual o trabalho empírico posterior venha a repousar. Na segunda parte, encontramos uma descrição das diversas técnicas – rotuladas com títulos indicativos da sua utilidade, tais como “desvendar”, “conhecer” ou “examinar” – através dos quais os autores pretendem facilitar o processo de decisão dos investigadores na altura de escolher o método mais apropriado. Estes são os capítulos que revelam os fundamentos e as operações básicas a serem realizadas quando se conduz inquéritos, entrevistas, técnicas de conversação de diversos tipos, análise de conteúdo e do discurso ou experimentação.

Para além destas formas clássicas de obter conhecimento, Eiroa e Barranquero incluíram um capítulo sobre a análise da dinâmica jornalística da imprensa clássica e da digital, que apresenta propostas de categorização para analisar as manchetes das notícias, uma contribuição original relativamente a outras obras sobre metodologia. Da mesma forma, consideramos audacioso e inovador o capítulo que toma a seu cargo o estudo da Internet e das plataformas digitais, no qual as técnicas são desenhadas em função dos diferentes formatos da Internet, da estrutura das hiperligações ou do ambiente complexo das redes sociais, acerca das quais é desenvolvida uma boa parte da investigação em Comunicação atual. Em conjunto com a explicação dos processos, também são interessantes as ligações e URL que direcionam os leitores para novas possibilidades e recursos para investigar. De facto, os autores apelam constantemente para aquilo a que chamam a “imaginação comunicacional”, um exercício auto-reflexivo acerca da necessidade de adaptar e reinterpretar os métodos existentes às necessidades específicas de cada objeto de estudo. Tendo em mente que a investigação sobre a Internet tem tido quase sempre uma natureza exploratória e experimental, devem ser levadas em conta as propostas dos autores.

O capítulo dedicado a “desvendar o conteúdo das mensagens” também tenta combinar contributos das tradições quantitativa – a análise de conteúdo – e qualitativa – análise crítica do discurso, narratologia, etc. – na abordagem aos textos comunicativos, apelando a uma triangulação metodológica que compreenda que já não há métodos mais ou menos adequados para o estudo da comunicação. O último capítulo, dedicado a descrever tendências contemporâneas na investigação na área, encoraja a que se procure evitar qualquer tipo de determinismo na interpretação de novos objetos, já que os métodos hoje apresentados como inovadores e adequados para tirar partido das potencialidades do digital não são mais do que uma reencenação de instrumentos do passado, que foram já previamente certificados por uma miríade de investigações.

Para concluir, recomendamos a leitura deste livro a quem queira iniciar-se no mundo emocionante da investigação em Comunicação, visto que é um guia completo, atualizado e muito estimulante sobre os diferentes caminhos que existem hoje para abordar em profundidade o papel dos média como construtores da realidade social. A sua natureza informativa também o torna útil para professores, já que os seus contributos clarificam muitas das dúvidas que tanto professores como estudantes enfrentam quando selecionam e usam os métodos de uma perspetiva adequada. ✍

**REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

Igartua, J. J. & Humanes, M. L. (2010). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

**NOTA BIOGRÁFICA**

Eduardo Francisco Rodríguez Gómez é Professor adjunto do Departamento de Jornalismo e Comunicação Audiovisual da Universidade Carlos III de Madrid. Doutor em Média pela mesma universidade e Mestre em Comunicação de Massas pela London Metropolitan University, a sua atividade de pesquisa centra-se no jornalismo investigativo, no Terceiro Setor da Comunicação e na análise da qualidade da pesquisa em comunicação. É co-fundador da RICCAP (Rede Comunitária, Alternativa e Participativa de Pesquisa em Comunicação) e membro dos grupos de investigação: Estudos de Comunicação Local (LOCALCOM), da Universidade Autónoma de Barcelona, e Pesquisa sobre Práticas Sociais em Comunicação (MAPCOM), da Universidade Rey Juan Carlos.

E-mail: edrodrig@hum.uc3m.es

Morada: Universidad Carlos III de Madrid

Edificio Ortega y Gasset

Calle Madrid, 133. 28903 Getafe, Madrid

\* **Submetido: 30.11.2017**

\* **Aceite: 15.03.2018**