

lidad del discurso de las NTR se trasluce, entre otras cuestiones, como la autora señala, una discriminación económica relacionada con la clase social y con el género, una serie de contradicciones a nivel de ideología social y política y nuevos planteamientos éticos.

Lo que el libro de María Lozano viene a proponernos es leer los textos hegemónicos, sobre la representación de la maternidad, de una manera crítica..., feminista. Y para eso, precisamente para eso, es necesario que cesen las evidencias construidas como innatas y esencialistas alrededor del cuerpo de la mujer y, por ende, del hombre.

Pero aprender a leer los textos sobre la maternidad con una mirada feminista

es, como dice la autora, pensar en «un trabajo no sólo hermenéutico, sino práctico, ha de crear un espacio ético-político dentro del paradigma democrático que escape a las trampas esencialistas. (...) La propuesta de transformación implica (...) el paso de una lógica de la verdad postulada por la razón androcéntrica a la lógica de la democracia, entendida como idea de igualdad, de poder entre todos los miembros de la comunidad» (p. 81-82).

*Begoña Siles Ojeda*

Profesora de Narrativa Audiovisual  
Universidad Cardenal Herrera-CEU

SORIANO, Jaume

*L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*  
Barcelona: Eumo Editorial, 2007

Son muchos los autores que han dado la voz de alarma. Nos encontramos en un momento difícil para la producción investigadora española en comunicación, que vive una ausencia de líneas metodológicas claras, coherentes y sólidas, un período de sequía iniciado a principios de los años noventa. En esa delicada disposición —al menos, si la comparamos con otros campos de conocimiento con más solera— siempre son bien recibidas propuestas como las de Jaume Soriano, quien con esta obra aporta una herramienta de trabajo de primer orden, que a buen seguro se convertirá en un referente de la nueva investigación en comunicación.

En este libro, Soriano no apuesta de manera clara por una metodología concreta ni se posiciona a favor de una técnica de investigación precisa. Al contrario, repasa los métodos y las técnicas básicas de la investigación en comunicación par-

tiendo de la premisa de que el protagonista es siempre el objeto de estudio. Pero no por ello es una obra más al uso de técnicas y métodos de investigación aplicados en comunicación. Desde la primera línea a la última, una de las grandes virtudes de este excelente trabajo es la de ser una monografía obsesionada por exponer, explicar y aplicar herramientas para el estudio en comunicación; introductoria, pero clara y comprensible.

Tampoco es un libro que destile muchos tecnicismos que, en ocasiones, obligan a abandonar su lectura por su difícil comprensión. La intensa y vehemente experiencia del autor, fruto de sus más de seis años de docencia en la Universidad sobre metodología de la investigación, le ha llevado a proveer un interesante manual de 284 páginas que recorre con un estilo científico impecable y una claridad sorprendente, paso a paso y con

numerosos ejemplos los métodos —en ocasiones densos— más apropiados y productivos en ciencias sociales. Y ello, pensando en los alumnos de los últimos cursos de las licenciaturas de Periodismo y Comunicación Audiovisual a quienes, por otra parte, les puede resultar de sumo interés el conocimiento de las herramientas más frecuentes en la investigación sobre los públicos, los textos y/o los emisores. Máxime cuando a corto plazo asignaturas sobre metodología de la investigación en la comunicación cobrarán un mayor protagonismo en nuestras facultades como consecuencia de la sustitución de las actuales licenciaturas por grados y posgrados —profesionales, de investigación o mixtos.

Es más, durante ese periodo de docencia del autor sobre la metodología de la investigación en comunicación, éste ha atesorado el conocimiento suficiente procurado de intensas discusiones con otros docentes y estudiantes para ajustar el grueso del libro a las necesidades de los estudiantes de comunicación, desde los procedimientos más densos hasta los más básicos.

Por tanto, manejabilidad, claridad, concisión son algunos de los calificativos que mejor definen este manual a lo largo del cual el autor nos lleva de la mano para iniciarnos en la investigación sobre los diferentes aspectos de la comunicación y que se organiza en cuatro capítulos. El primero de ellos se inicia con un enfoque hacia los fundamentos epistemológicos de la investigación científica en general para pasar rápidamente a la investigación en ciencias sociales. La parte final de este capítulo está dedicada a describir algunas nociones básicas sobre la manera de planificar un proyecto de investigación y sus implicaciones. A lo largo de los restantes tres capítulos se despliegan las herramientas metodológicas de aplicación más frecuentes en la investigación en comunicación. El autor las ha ordenado de acuerdo con las tres áreas de estudio

donde se han aplicado más frecuentemente: públicos, textos y emisores. En cada capítulo Soriano repasa unos procedimientos de investigación concretos como la encuesta, los grupos de discusión, el análisis de contenidos, la semiótica, la retórica, el análisis del discurso o las entrevistas, entre otros.

Así, en el segundo capítulo, el autor se refiere a la investigación de los públicos de los medios, que han merecido la atención de la mayor parte de las investigaciones en comunicación en las que se han aplicado metodologías y técnicas muy diversas, la mayoría, a juicio del autor, tomadas del campo de la psicología social y de la sociología: las encuestas, los experimentos y los grupos de discusión, de aplicación creciente durante los últimos años. El tercer capítulo trata de la investigación de los textos y es, quizás, el que plantea un mayor grado de especialización, porque los métodos que se describen sólo se aplican a los contenidos. El capítulo presenta una clara división entre el análisis de contenidos y otras formas de análisis textual: las técnicas semiótico-estructurales, el modelo retórico y el discursivo. El cuarto y último capítulo versa sobre la investigación de los emisores, que trata aquellos procedimientos más usados para el estudio sobre producción, historia y estructura de la comunicación: la etnografía, la investigación empírica secundaria y las entrevistas.

Siguiendo con el sentido práctico que impregna cada página de este manual, el autor no sólo selecciona los métodos más apropiados y productivos en la especialidad, sino que cuida la manera de presentarlos, con indicaciones sobre los pasos que son precisos seguir para ponerlos en práctica y ejemplos que ilustran las explicaciones. Es por ello, que Soriano ha procurado tratar cada técnica de investigación de forma autónoma —lo que no significa que no se puedan combinar—, estanca, para facilitar las consultas parciales. Estableciendo una sencilla metáfora, es

como un guía de museo que se para delante de cada cuadro —para nosotros, de cada uno de los procedimientos que nos presenta— de las diferentes galerías para darnos las cumplidas explicaciones que contribuyan a conocer mejor la obra que tenemos ante nosotros.

Como bien reconoce el propio autor, este libro se ha ocupado del *cómo* se ha de investigar, preocupación ésta que abarca la mayor parte del texto; en menor medida, del *por qué*; y nada del *qué*, la división en las tres áreas de investigación —públicos, textos y emisores— propuesta en este manual es lo suficientemente

amplia para no caer en una designación precisa de los objetos de investigación.

Es de prever, por tanto, tal como decíamos al principio, que la obra que se presenta esté destinada a convertirse en uno de los libros de referencia tanto entre investigadores consolidados como, principalmente, entre los investigadores en formación. Como bien dice el propio autor, investigar es querer conocer y en la acción investigadora coinciden el placer derivado del estímulo del pensamiento y la propuesta de cambiar el mundo.

*Koldo Meso Ayerdi*

HALL, Sean

*Esto significa esto. Esto significa aquello.*  
*Semiótica: guía de los signos y su significado*  
Barcelona: Editorial Blume, 2007.

La tradicional oscuridad de los términos semióticos más elementales queda sencillamente iluminada gracias a la estructura del presente estudio. Sean Hall, director de la cátedra de Estudios Contextuales en el Goldsmiths College de la Universidad de Londres, y anteriormente profesor de filosofía del Balliol College de Oxford, nos acerca un manual breve y directo que facilita la comprensión de setenta y seis conceptos semióticos mediante el recurso a cuadros y películas famosas o a ilustraciones especialmente ideadas para favorecer la intuición del texto.

El libro no da a conocer teorías de una forma académica, ni tampoco hace un análisis de los estudios semióticos conocidos hasta la fecha, sino que se limita a clasificar los elementos de significado según su utilidad para enmarcar situaciones comunicativas, narrar historias, interpretar el sentido de la comuni-

cación, etc. Está dividido en ocho capítulos y cada uno profundiza en nueve conceptos de significación. Las exposiciones comienzan con la realización de una pregunta de tipo filosófico, emotivo o simplemente desconcertante, para que el lector trate de desentrañar el significado del concepto antes de leer la definición que expone el autor. Para ayudarnos en esta ardua tarea, Sean Hall pone a nuestra disposición todo un mosaico de textos, fotografías, fotogramas de películas, obras pictóricas y dibujos esquemáticos que nos ayudan a entender qué es la semiótica y qué manera de crear, interpretar y entender los significados existen en los procesos comunicativos cotidianos.

*Esto significa esto* trata, paradójicamente, de hacernos comprender lo contrario: que en la comunicación no es una ecuación matemática en la que 1 siempre es 1. El uso de signos implica compren-