

Un taller donde poner a punto las herramientas de la investigación en comunicación

A workshop to develop communication research tools

Palmar Álvarez-Blanco, Carleton College (Minnesota, EEUU)

Catedrática en el departamento de español de Carleton College (Minnesota). Licenciada en filología hispánica por la Universidad de Valladolid, Máster de estudios culturales en la Universidad de Villanova (Pennsylvania) y doctorado en literatura y estudios culturales en la Universidad de Boulder (Colorado). Presidenta de la plataforma internacional ALCESXXI y co-fundadora de la revista *Journal of Contemporary Spanish Literature and Film* y co-fundadora del International Film Forum en Carleton College.

Rodrigo Fernández-Miranda, Universidad Nacional de Tres de Febrero (Buenos Aires, Argentina)

Magíster en Ciencias Políticas (Universidad de los Pueblos de Europa, España). Magíster en Marketing (Universidad Complutense de Madrid, España). Especialista en Ciencias Políticas y Sociología (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Posgraduado en Economía Social y Dirección de Entidades sin Fines de Lucro (Universidad Nacional de Tres de Febrero). Posgraduado en Comunicación Política (Universidad de Buenos Aires). Miembro del equipo de investigación social de Alba Sud, del Centro de Estudios de la Economía Social (CEES) de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (Argentina).

Editorial

En los últimos años, los métodos y prácticas en la investigación sobre comunicación se han ido diversificando, entre otras cosas porque el propio escenario comunicativo está en un proceso de cambio incesante. En este contexto, las metodologías desarrolladas y adaptadas a la investigación en el área de la comunicación se convierten en guías imprescindibles a la hora de afrontar retos académicos y profesionales en dicho campo. El objetivo de una revista académica como *Comunicación y Métodos* no deja de ser, por tanto, el de generar un espacio donde poder compartir estas herramientas y permitir que los investigadores y profesionales de la comunicación puedan analizarlos y ponerlos en valor.

Ahora bien, la idea no es crear un escaparate de estas herramientas, al modo de un repositorio para ver y no tocar, sino más bien lo contrario, propiciar un taller eminentemente práctico donde se ponen a prueba las herramientas metodológicas y se experimenta con su uso. Debería servir, por tanto, de taller abierto a las prácticas cotidianas de la investigación, de cara a poner a punto el instrumental al que tantos investigadores e investigadoras de la comunicación han aportado su trabajo durante décadas.

En esa línea, este nuevo número de la revista *Comunicación y Métodos* recoge una serie de investigaciones con aplicaciones en disciplinas específicas, como el cine. Así, Javier Sanz Aznar, Lydia Sánchez Gómez y Luis Emilio Bruni analizan el *event-related desynchronization/synchronization* del electroencefalograma registrado sobre espectadores como una aplicación de las metodologías neurocinemáticas al análisis fílmico. También en este campo, Paula Grueso Pascual propone la concepción semiótica que acuña Julia Kristeva como método analítico en el análisis fílmico. Con este punto de partida, la autora ahonda en el rol del observador para terminar descomponiendo un *filme* y examinando cada una de sus partes en términos comunicacionales.

En otra orientación temática, Leonardo Suárez Montoya presenta un modelo de análisis de redacción periodística o publicitaria, tomando en cuenta cuatro elementos lingüísticos: sintaxis, semántica, ortografía y morfología. Por su parte, Sandra Veinberg, de la Universidad de Liepaja (Letonia), muestra cómo el modelo de análisis de textos literarios propuesto por Mikhail Bakhtin puede utilizarse también para el análisis de contenido en los medios de comunicación, ayudando a profundizar en las narraciones de los medios de comunicación sobre un tema específico. Este método es especialmente interesante para identificar cuándo hay una interpretación distorsionada de la noticia.

Lizandro Angulo Rincón, Marisol Mesa Galicia y Juan Andrés Romero Prada presentan una metodología de investigación que, en concordancia con la investigación acción, pretende crear un modelo de formación transmedia para las radios y televisiones comunitarias de Colombia.

Otros dos artículos de este número de *Comunicación y Métodos* coinciden por su aplicación a temáticas medioambientales. Enzo Rainiero Ferrari Lagos, Fernando Martínez Abad y Camilo Ruiz Méndez utilizan un diseño cuasi experimental con pretest y postest de cara a verificar si los MOOC's pueden mejorar la Representación Social (RS) del cambio climático. Por su parte, Paula Mariel Reyes Carrasco analiza la actividad en Twitter de un nodo del movimiento *Fridays For Future* en España para identificar el impacto de sus estrategias comunicativas en este período.

Por último, otros artículos de este número se enfocan a la universidad y lo académico como terreno de estudio. Así, Rita Magdalena Solorzano Soto evalúa la revisión documental y el análisis crítico para el estudio de la cooperación académica entre universidades como factor de prestigio internacional. Por su parte, Gloria Gómez-Escalonilla presenta en su artículo los resultados del proyecto “Mapa de la Investigación en Comunicación en las Universidades Españolas de 2007 a 2018” referidos a la metodología de las investigaciones. En concreto, la autora da cuenta de las técnicas de

investigación que se han utilizado en las principales prácticas científicas realizadas en España en los últimos 10 años: proyectos I+D+i, artículos científicos publicados en revistas indexadas y tesis doctorales del ámbito de la comunicación. Las conclusiones permiten confirmar al análisis de contenido como la técnica más utilizada en las prácticas científicas del campo de la comunicación, aunque también se utilizan, en menor proporción, otras técnicas de investigación social: análisis del discurso, entrevistas en profundidad y encuestas.

Por tanto, en el presente monográfico se presentan trabajos que plantean metodologías de diversa índole, aplicadas por sus autores a distintos terrenos de la comunicación y distintos tipos de discursos. Con ello, queremos ofrecer una visión diversa y, a la vez, práctica de ese taller de las metodologías que tanto nos hace falta.

Conflicto de intereses: los autores declaran que no existen.

Traducción al inglés: aportada por los autores.

HOW TO CITE (APA 7^a)

Álvarez-Blanco, P., & Fernández-Miranda, R. (2020). Un taller donde poner a punto las herramientas de la investigación en comunicación. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, 2(2), 1-3. <https://doi.org/10.35951/v2i2.107>