

Eguizabal-Maza, R., Rodríguez de Austria, A. M., Jiménez-Gómez, I. (Eds.) (2022) “Metodologías e innovación para el estudio de la comunicación”

---

*Madrid, Fragua*

**Nancy Dimitrova Dobрева.** Universidad Complutense de Madrid (España)

Graduada en Periodismo, máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital.  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5257-9188>

## **Reseña**

La Asociación Científica Comunicación, Métodos e Innovación (COMEIN) aborda los ámbitos de la investigación en comunicación (Periodismo; Publicidad y Relaciones Públicas; y, Comunicación Audiovisual). En el libro “Metodologías e innovación para el estudio de la comunicación”, una iniciativa de este Grupo de investigación, se han publicado doce artículos de esas tres variantes de la comunicación.

En el preámbulo y el prólogo expresan las preocupaciones del Grupo de investigación académico COMEIN, como son las tensiones que tienen los profesores y profesoras por publicar y el hartazgo de tanto leer. Pero, sobre todo, muestran su preocupación por las metodologías que se usan, cada vez más idénticas en las investigaciones del área de la comunicación.

Los capítulos del libro ofrecen ideas de metodologías para la recuperación y organización de la información y el conocimiento en los ámbitos de la publicidad y el patrimonio cultural; el análisis de tendencias en el universo digital; los estudios cinematográficos, de contenido audiovisual o de sonido inmersivo; el neuromarketing y la educación (Rodríguez, 2022).

Los autores de estos artículos, además de su preámbulo y prólogo han sido elaborados por los socios de COMEIN y por otros investigadores que colaboran con este Grupo de investigación académico. Cada capítulo presenta una investigación en el área de comunicación en el que está especializado el/la investigador/a. En estos se incluye un resumen de los objetivos, las metodologías, los resultados y las discusiones y conclusiones de la investigación que ha dado lugar a un capítulo del libro.

COMEIN tiene cinco objetivos principales y la publicación del libro “Metodologías e innovación para el estudio de la comunicación” es un medio para cumplir con esos objetivos, sobre todo con el de promover la investigación en los campos de la comunicación, la comunicación digital, la metodología y la innovación.

En “Metodologías e innovación para el estudio de la comunicación” se reevalúa el concepto de innovación. Los doce capítulos del libro son una muestra de que para innovar en el estudio de la comunicación no hacen falta softwares muy costosos. Se puede encontrar la innovación en las metodologías ya existentes, readaptándolas y transponiéndolas a otros trabajos, llevándolas al terreno necesario. Para esto la tecnología, sí puede ser útil, porque permite transformar esas metodologías y hacerlas más eficaces.

Cada investigador tendría que hacer esto con su propio estudio. Es por eso por lo que en este libro no se va a hallar aquello en lo que uno mismo está trabajando, pero sí puede ser una herramienta para los investigadores, inclusive los estudiantes que están realizando sus TFG's y TFM's en el área de la comunicación.

En definitiva, el libro es una invitación a replantearse la perspectiva desde la que se investiga en comunicación y da algunos ejemplos de metodologías que no suelen verse en las publicaciones en revistas académicas del área de la comunicación.

#### HOW TO CITE (APA 7<sup>a</sup>)

Dimitrova-Dobreva, N. (2023). Reseña de “Metodologías e innovación para el estudio de la comunicación”. *Communication & Methods*, 5(1), 109-110.  
<https://doi.org/10.35951/v5i1.184>