

Métodos de análisis innovadores y comunicación desde una perspectiva transdisciplinaria

Innovative Methods of Analysis and Communication from a Transdisciplinary Perspective

Derrin Pinto. University of St. Thomas, Minnesota (EEUU)

Doctor por la Universidad de California, Davis. Experto en lengua española, desde 2004 es profesor de *Modern and Classical Languages* en la Universidad de St. Thomas, Minnesota, EEUU. Como investigador está especializado en pragmática y análisis del discurso.

Manuel Paulino Linares Herrera. Academia de Ciencias de Cuba (Cuba)

Profesor en la Universidad de La Habana, Cuba, y editor de Publicaciones Científicas. Es miembro de la Asociación Cubana de Bibliotecarios - ASCUBI, Biblioteca Nacional de Cuba José Martí, y del Consejo Nacional de Categorías Científicas de la República de Cuba. Es, además, Especialista Principal de la Academia de Ciencias de Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1174-2750>

Editorial

La aplicación de métodos, herramientas y procesos configura paradigmas, metodologías, modelos, protocolos; todos, implicados en la pragmática sociocultural de sus contextos, por lo que no se concibe un accionar transformador en la investigación y su aplicación metodológica, sin una multiplicidad impactante y de perspectivas ante la situación a indagar.

La metodología, como proceso continuo y ordenado en función de un resultado convincente, establece pautas que interaccionan con todo ente social, de ahí la misión transversal de las metodologías de la investigación en todo proceso del saber. Históricamente, la concepción metodológica se ha enriqueciendo. Ha sido un proceso gradual, acelerado por el papel de las tecnologías, cada vez más determinantes en el efecto y accionar de las diferentes vías y medios de comunicación.

La aplicación de una metodología de investigación en la comunicación, estará definida por la naturaleza del estudio, con una pretensión por esencia explorativa, descriptiva y

explicativa, que rinde fidelidad a los contextos socio-culturales, para lograr concientización, desarrollos y democratización en los grupos de estudio, contribuyendo a pautar y solucionar los problemas comunicacionales en la sociedad.

Así, la comunicación como proceso natural, implícito en todo quehacer, tiene un actuar muti y transdisciplinar, donde sus métodos, técnicas y herramientas tecnológicas, observacionales, experimentales y de análisis, definen procesos y flujos que intervendrán en los comportamientos comunicacionales, y en la composición de las expectativas en proceso de solución.

La revista *Comunicación & Métodos* invita a la comunidad científica nacional e internacional, a exponer sus resultados de investigación en el área de la comunicación. Esto significa responder a las necesidades funcionales y de legitimación de los medios de comunicación, la publicidad y el resto de la comunicación, para así establecer un paralelismo entre la hegemonía representativa y los sistemas de comunicaciones, sus agendas y las tendencias investigativas.

El primer estudio de este número ofrece una propuesta metodológica para analizar cualquier tipo de infografía. Con esta contribución, Borja Ventura Salom, María Tabuenca Bengoa y Laura González-Diez proponen la primera herramienta rigurosa para el análisis de infografías que tiene en cuenta tanto los elementos de diseño como los de contenido.

Desde una perspectiva neurocientífica, Miguel Casas Arias y Víctor Cerdán Martínez utilizan el electroencefalograma para investigar las reacciones y los efectos de la realidad virtual en la actividad cerebral de los usuarios. Esta metodología no solo aporta resultados importantes para el uso de la realidad virtual con respecto a la percepción de estímulos provocados por esta tecnología, sino que también puede contribuir con información novedosa para la creación de nuevas experiencias y aplicaciones en este ámbito.

Los próximos tres artículos en este número plantean metodologías para los medios audiovisuales. Carmen Rodrigo-Jordán incorpora la idea de repertorios de uso de vídeo con el fin de profundizar en el comportamiento y prácticas de los participantes. En su estudio, esta autora considera algunos de los retos que pueden surgir a la hora de realizar este tipo de trabajo. Pablo Hidalgo Cobo y Belén Puebla-Martínez presentan una metodología que sirve para analizar el contenido de las agencias de verificación en TikTok. Kaiyue Wang propone un criterio sistemático, desde un enfoque cognitivo y semiótico, para analizar las películas del género wuxia. Tal metodología puede facilitar el proceso de clasificar las obras y ayudar a delinear el género.

Genny Elizabeth Góngora Cuevas y Marcela Alejandra Vidal proponen una metodología longitudinal y multivariante de una macroencuesta en México con el fin de incidir en los hábitos de alimentación y de actividad física. El objetivo final es poder contribuir con la prevención de enfermedades crónicas degenerativas en la infancia.

Aránzazu Elena Rodríguez propone una metodología para estudiar la evolución de la comunicación de la corporación Atresmedia a lo largo de los últimos 20 años. Para su análisis, la autora considera la evolución de sus canales, mensajes, medios y audiencias.

En el último estudio de este número, João França utiliza una etnografía, realizada durante la pandemia de Covid, sobre el trabajo de periodistas en Barcelona para explorar el tema de la relevancia de los métodos de la antropología para el estudio de la producción de noticias.

Además de un enfoque predominantemente metodológico y considerando la ausencia de un hilo temático que conecte de manera directa todos los artículos de este volumen, las autoras y autores de este número comparten un deseo común de presentar métodos de análisis innovadores que permeen el campo de la Comunicación con una perspectiva transdisciplinaria. Esto implica la incorporación de herramientas y enfoques provenientes de disciplinas como la neurociencia, la semiótica y la antropología, entre otras.

HOW TO CITE (APA 7ª)

Pinto, D., & Linares Herrera, M. (2023). Métodos de análisis innovadores y la comunicación desde una perspectiva transdisciplinaria. *Comunicación & Métodos – Communication & Methods*, 5(2), 1-4. <https://doi.org/10.35951/v5i2.206>