

Editorial

Metodologías de análisis de la comunicación

Communication Analysis Methodologies

La discusión epistemológica alrededor de la comunicación, que giraba en torno a la definición de su condición, preguntándose por su carácter de ciencia, disciplina, técnica o simple metodología, parece haber pasado a un segundo plano en las últimas décadas cuando se ha empezado a discutir seriamente sobre la estandarización de tipologías metodológicas que, desde la comunicación, permitan a los estudiosos el análisis de la realidad de la sociedad y sus medios de información.

Tradicional y paradójicamente, la investigación en comunicación ha estado muy dispersa y no son pocos los casos en los que una metodología útil y novedosa queda en el olvido después del final de un proyecto. Esta circunstancia obedece fundamentalmente a la baja cantidad y, en ocasiones, calidad de revistas científicas en nuestra área, a la poca visibilidad de las mismas y de los libros de texto del campo y, de manera preocupante, al bajo nivel de consulta de lo que se produce en nuestra área por parte de los mismos investigadores de la comunicación.

Métodos tomados de disciplinas como la lingüística, la sociología, la psicología y la administración, entre otras, han servido para alimentar nuestro campo y generar metodologías de análisis propias y novedosas. El investigador de la comunicación es, en ocasiones, el que mira a aquel que ya ha mirado y esto hace especialmente compleja su labor como analista, puesto que nuestro punto de vista puede ser mediado por uno o más intermediarios.

Iniciamos nuestra edición con el más reciente artículo del Observatorio de Medios de la Uni-

versidad de La Sabana sobre los noticieros de la televisión colombiana. Los investigadores, liderados por el profesor Juan Carlos Gómez, pusieron en práctica una metodología que les permitió indagar por la calidad y el contenido de los noticieros colombianos mediante la aplicación de unas matrices de análisis diseñadas para el proyecto. Acto seguido, los profesores Téllez, Muñiz y Ramírez, desde México, nos presentan un análisis sobre los debates televisados y la influencia que los mismos han tenido en campañas electorales de México, España y Estados Unidos. Para su estudio, los investigadores retoman metodologías de análisis del discurso provenientes de la teoría funcional del discurso de campaña política.

La profesora Silvia Pellegrini, desde Chile, nos trae una reflexión sobre el periodismo ciudadano y los factores que requiere precisar para determinar su verdadero peso informativo. El artículo busca, en última instancia, consolidar un modelo que facilite la interacción entre medio y usuario, y estrategias de análisis que permitan identificar el impacto social e informativo de los medios.

Internet, un tema que ha estado presente en todas nuestras ediciones desde hace ya varios años, vuelve a aparecer como tema central y, en este caso, los profesores Islas y Arribas hacen uso de metodologías basadas en indicadores para medir el impacto que ha tenido la red en la vida de los ciudadanos en México. Su artículo hace parte de las iniciativas de investigación del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, alimentadas también por *World Internet Project*, un megaproyecto que promueve

este tipo de análisis en una buena cantidad de países en el mundo, y en el que este grupo mexicano tiene una importante participación.

Finalizamos nuestro monográfico con un artículo de Argüello y Rubiano en el que se analiza la recepción televisiva de la franja infantil de los canales nacionales de televisión colombianos por parte de niños desplazados por la violencia de una región del departamento del Huila. La investigación realizada usó herramientas cuantitativas y cualitativas para determinar, entre otras cosas, que la violencia presentada en la televisión es mucho menor que la que estos niños viven a diario.

En nuestra sección de Realidades Comunicativas presentamos cuatro artículos relacionados con la evolución de los medios y la apropiación de los mismos por parte de los usuarios, temas que han sido objeto de estudio de nuestra revista en ediciones anteriores. Las profesoras españolas Herrero y Diego centran su estudio en el origen y desarrollo de las series online, en las que los usuarios, a través de la web, proponen nuevos contenidos y narrativas que en ocasiones se vuelven atractivos para canales de televisión tradicionales y de alta audiencia. Igualmente, Cortés Landázury, por su parte, nos habla acerca de la industria de los medios de comunicación de la revolución tecnológica desde un punto de vista económico, con el objetivo de proponer nuevos temas de investigación en este campo. Las transformaciones de los medios son también el detonante para que Yamille Haber, desde Cuba, proponga en su artículo una reflexión sobre la resignificación de la palabra para el discurso periodístico en nuestros tiempos. Finalmente, presentamos el artículo del español Daniel Vela sobre la generación X y sus características representadas por los medios

de comunicación, especialmente por el cine, y una reseña de John Murelaga sobre el libro *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*, una compilación de trabajos editada por Guillermo López García.

En el II Encuentro Internacional de Editores organizado por Redalyc en Valdivia, Chile, en noviembre último, se hizo énfasis en la necesidad de convocar a los investigadores de cada una de las áreas para que contribuyan a la consolidación de cada campo y de la investigación en la región iberoamericana desde la consulta, referencia y citación de nuestras revistas, con el fin de consolidar las líneas y las metodologías de investigación de nuestros países.

Desde nuestra revista *Palabra Clave* nos unimos a este clamor e invitamos a investigadores de la comunicación, docentes y estudiantes a que consulten no sólo esta publicación, sino los títulos de libros y revistas que sobre los diferentes temas de nuestro campo de estudios se publican cada año en Iberoamérica. Sólo leyendo y citando a nuestros colegas de Iberoamérica nuestros países podrán empezar a tener mayor visibilidad e impacto internacional, pues el crecimiento de las distintas áreas de la comunicación no puede ser sólo producto de un esfuerzo individual, ni institucional; es posible que ahora mismo, en alguna universidad latinoamericana, algún colega esté llegando a las mismas conclusiones que alguno de nosotros o usando una metodología novedosa que a alguien más pueda ayudarle a encontrar la solución a sus problemas de investigación.

Jerónimo León Rivera-Betancur
jeronimo.rivera@unisabana.edu.co