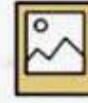
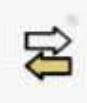




La Investigación sobre Comunicación en España. Tendencias actuales y perspectivas de futuro

Francisco Segado Boj
Salvador Gómez García
Jesús Díaz del Campo Lozano
(Coordinadores)



La Investigación sobre Comunicación en España. Tendencias actuales y perspectivas de futuro

Colección Biblioteca de Ciencias de la Comunicación

Francisco Segado Boj
Salvador Gómez García
Jesús Díaz del Campo Lozano
(Coordinadores)

**La Investigación sobre Comunicación
en España. Tendencias actuales
y perspectivas de futuro**



MADRID MMXXIV

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos sin el permiso y por escrito del Editor y del Autor.

Director de la Colección: IGNACIO MUÑOZ MAESTRE

Foto de cubierta: imagen de rawpixel.com en Freepik.

Título: La Investigación sobre Comunicación en España.
Tendencias actuales y perspectivas de futuro

Esta publicación forma parte de los siguientes proyectos:
I+D+i Politainment ante la fragmentación mediática: Desintermediación, engagement y polarización (Referencia PID2020-114193RB-I00); y *Producción y consumo de información sobre salud mental en redes sociales. Análisis de aspectos periodísticos, psicológicos, éticos y sociales* (Referencia PID2022-136425OB-I00).

© Los autores de cada capítulo, 2024.

© de esta edición,

EDITORIAL FRAGUA

C/ Andrés Mellado, 64.

28015-MADRID

TEL. 915-491-806 / 915-442-297

E-MAIL: editorial@fragua.es

www.fragua.es

I.S.B.N.: 978-84-127325-7-3

Índice de contenidos

PRÓLOGO. LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA. UNA INTRODUCCIÓN	9
FRANCISCO SEGADO BOJ SALVADOR GÓMEZ GARCÍA <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM)</i>	
JESÚS DÍAZ DEL CAMPO LOZANO <i>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</i>	
CAPÍTULO 1. COMUNICAR LA CIENCIA, ¿QUÉ SIGNIFICA LA TRANSFERENCIA EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN?.....	17
JOSÉ MANUEL NOGUERA VIVO <i>Universidad Católica de Murcia (UCAM)</i>	
CAPÍTULO 2. EL NEGOCIO DE LOS MEDIOS EN DEBATE.....	25
MIRIAM RODRÍGUEZ-PALLARES MARÍA JOSÉ PÉREZ-SERRANO <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM)</i>	
CAPÍTULO 3. INFOTAINMENT	31
SALOMÉ BERROCAL GONZALO <i>Universidad de Valladolid (UVa)</i>	
CAPÍTULO 4. EN BUSCA DE LOS ECOS HERTZIANOS. UNA APROXIMACIÓN A LA INVESTIGACIÓN SOBRE HISTORIA DE LA RADIO EN ESPAÑA.....	41
SAMUEL GARCÍA-GIL <i>Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)</i>	

CAPÍTULO 5. LA COMUNICACIÓN CULTURAL COMO CONDICIONANTE DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES	47
AINHOA JIMÉNEZ-ARRANZ	
PATRICIA DURÁNTEZ-STOLLE	
<i>Universidad de Valladolid (UVa)</i>	
CAPÍTULO 6. ESTUDIOS DE CÓMIC EN ESPAÑA: EL CAMINO A LA CONSOLIDACIÓN.....	57
GERARDO VILCHES	
<i>Universidad Europea de Madrid (UE)</i>	
CAPÍTULO 7. LA INVESTIGACIÓN CINEMATOGRÁFICA EN ESPAÑA: METODOLOGÍAS, ENFOQUES Y RETOS	65
LUCÍA TELLO DÍAZ	
<i>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</i>	
CAPÍTULO 8. LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA SOBRE GUION AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: UNA ELIPSIS A RESOLVER.....	73
LAURA FERNÁNDEZ-RAMÍREZ	
<i>Universidad Rey Juan Carlos (URJC)</i>	
IGNACIO NEVADO	
<i>Universidad Complutense de Madrid (UCM)</i>	
CAPÍTULO 9. LA INVESTIGACIÓN DE LA FICCIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA	79
JAVIER MATEOS-PÉREZ	
<i>Universidad Complutense de Madrid (UCM)</i>	
CAPÍTULO 10. EL REALITY SHOW O CÓMO IR MÁS ALLÁ DE LA TAXONOMÍA Y LA INDIGNACIÓN.....	87
JOSÉ CABEZA SAN DEOGRACIAS	
<i>Universidad Rey Juan Carlos (URJC)</i>	
MANUEL GÓMEZ SEGARRA	
<i>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</i>	

CAPÍTULO 11. ESTRATEGIAS PROMOCIONALES DE TELEVISIÓN EN REDES SOCIALES.....	93
ERIKA FERNÁNDEZ-GÓMEZ <i>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</i>	
CAPÍTULO 12. LA INVESTIGACIÓN DE LOS INTANGIBLES CORPORATIVOS EN ESPAÑA: UN FUTURO DE POSIBILIDADES.....	99
NATALIA ABUÍN <i>Universidad Complutense de Madrid (UCM)</i>	
CAPÍTULO 13. PANORAMA DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS MENORES COMO TARGET PUBLICITARIO	105
BEATRIZ FEIJOO <i>Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)</i>	
CAPÍTULO 14. RETOS Y DESAFÍOS EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONTENIDO GENERADO POR EL USUARIO.....	111
JUAN MANUEL GONZÁLEZ-AGUILAR <i>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</i>	
CAPÍTULO 15. INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA ¿UNA NUEVA ERA DE LA IMAGEN O UN CICLO MÁS EN SU EVOLUCIÓN?	117
SILVIA MAGRO-VELA NURIA NAVARRO-SIERRA <i>Universidad Rey Juan Carlos (URJC)</i>	
CAPÍTULO 16. META-INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN: UNA MIRADA AUTORREFERENCIAL E INTROSPECTIVA PARA EL AVANCE DE LA DISCIPLINA.....	129
VALERIANO PIÑEIRO-NAVAL <i>Universidad de Salamanca (USAL)</i>	

Capítulo 7

La investigación cinematográfica en España: metodologías, enfoques y retos

Lucía Tello Díaz

Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

La investigación cinematográfica en España ha adolecido de cierta indeterminación durante décadas. A ello ha de añadirse la tendencia a asumir las producciones audiovisuales como subproductos comunicativos, aplicando a su análisis una metodología proveniente de otras ramas de las ciencias sociales.

La primera aproximación a la investigación cinematográfica es interdisciplinar, incluso transdisciplinar, realizada desde posturas teóricas propias de las ciencias de la información y de la comunicación. De ahí que la base del estudio cinematográfico se haya llevado a cabo principalmente desde el paradigma informacional-comunicacional. Este paradigma se impuso desde hace décadas, tendiendo a analizar la película en términos de mensaje. De este modo, el análisis cinematográfico se encuentra dominado

por ciertos macro-modelos que entienden el cine como acto comunicativo; este enfoque, muy influido por modelos como el de Lasswell, enfatizan el contenido de las películas y su construcción como lenguaje. En segundo lugar, destacan las investigaciones que analizan el cine dentro del contexto, con especial interés en la comunicación humana y la interacción en sociedad. El cine aquí se entiende como agente que media en la experiencia y proyecta roles a unos individuos atrapados en la estructura social.

Por su parte, las teorías macro-sociológicas de la comunicación, encabezadas por el pragmatismo y la Gestalt, muestran los fallos en que se incurren cuando existe discrepancia entre lo que los emisores (autores de la película en sentido amplio) quieren transmitir y lo que el receptor (spectador o audiencia) percibe.

La perspectiva del interaccionismo simbólico, en cambio, analiza la importancia del cine como agente modificador de conductas individuales, subrayando los modelos conductuales que se instituyen desde el cine. También han marcado hitos relevantes en el análisis cinematográfico enfoques como el crítico, el cual asume el pensamiento analítico aplicado a la comunicación cinematográfica. Estos análisis, que partieron de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Marcuse), realizan un análisis crítico de la cultura de masas e inciden en la influencia del cine como expresión cultural.

Los análisis influidos por los métodos estructuralistas y los semióticos, sin embargo, hacen hincapié en el valor del cine como discurso, entendido la película tanto como estructura lingüística, cuanto como relación del significado y del significante. Por último, los estudios enmarcados en la *Mass Communication Research* entienden el cine como acto global de comunicación masiva, ahondando tanto en el estudio de la emisión como en el de la recepción en el marco de la comunicación integral.

Marcos metodológicos específicos

Por fortuna, estos macro-modelos se han visto superados por otros tantos enfoques de análisis cinematográfico que no solo inciden en el contenido, sino que asumen la película como un acto dinámico, cultural, psicosocial y mediático. Así lo entiende el enfoque psicoanalítico, el cual interpreta el cine como forma comunicativa de origen psicosocial, dando relieve a estudios que analizan aspectos como el deseo y la subjetividad dentro de la construcción cinematográfica. Este modelo, que deriva de la relectura de la teoría freudiana realizada por Jacques Lacan, ha dado lugar a innumerables estudios de género, con autoras paradigmáticas como Laura Mulvey o Teresa de Lauretis. Este aspecto también deriva en la concepción del cine como constructor de la realidad, siendo integrado en los estudios culturales en los que también adquieren una gran relevancia las investigaciones de temática LGTBIQ+.

Otros marcos metodológicos surgidos en la investigación cinematográfica son las teorías de análisis narrativo, las cuales parten de la asunción de la película como un relato y entre los que destaca la concepción de transtextualidad de Jean Genet. Asimismo, existen multitud de análisis formales del universo cinematográfico, los cuales destacan aspectos concretos como el montaje, la fotografía, el guion, la dirección o la producción. Del mismo modo, sobresale la abundancia de estudios que analizan la cinematografía desde un punto de vista histórico-historiográfico, así como los que emplean el análisis comparativo, el semiótico (significado, simbolismo), el morfológico-sintáctico (planos, construcción del mensaje como lenguaje) e incluso el análisis de la obra cinematográfica como manifestación artística en relación con el resto de las bellas artes. Desde otras perspectivas más amplias, descuellan investigaciones cinematográficas que resaltan el análisis filosófico del cine (desde

una perspectiva ética y/o moral), así como el análisis del mensaje cinematográfico desde un punto de vista ideológico/propagandístico.

Esto también lleva a mencionar la ingente cantidad de análisis cinematográficos que toman como punto de partida el contexto sociológico, así como las nuevas aplicaciones de la psicología al universo cinematográfico, ahondando en los procesos de proyección-identificación de los espectadores. Otro aspecto que ha contribuido a la diversificación del análisis cinematográfico incluye la irrupción psicológica en el proceso de investigación cinematográfica desde la perspectiva de los personajes, con la aplicación del análisis transaccional para entender la cosmovisión que nos proponen las distintas producciones.

Por otro lado, también la educación y la pedagogía han hecho incursión en el análisis cinematográfico, dando lugar a innumerables estudios sobre los efectos del cine, especialmente en la juventud y la infancia, a través de teorías como la de la simulación, poniendo el acento en la reacción de las neuronas espejo.

Tampoco se pueden soslayar, finalmente, los estudios cinematográficos desde la perspectiva de las TIC, algo que adquiere especial relevancia en el caso del determinismo tecnológico.

Futuras vías de investigación cinematográfica

He aquí que el estado actual del trayecto de consolidación del estudio cinematográfico ha alcanzado su plenitud, ya que se inaugura una etapa de retos que diferencia la contemporaneidad de otros tiempos pretéritos. En primer lugar, se encuentra el reto de analizar otras cinematografías, lo que implica alejarse de la norteamericana como paradigma. Este sería un buen punto de partida para cualquier metodología analítica, restando establecer categorías

de análisis propias según la coyuntura. A colación de ello, resulta ineludible el estudio de temas concretos que redunden en el enriquecimiento del análisis cinematográfico, como analizar cuantitativa y cualitativamente el éxito de las filmografías “periféricas” en el propio seno de Hollywood, así como el fenómeno del terror coreano, el *indie* europeo y el asiático. También queda pendiente un análisis crítico pormenorizado de la propia cinematografía española, el surgimiento de una potente generación de mujeres cineastas y la desigualdad en el acceso a la dirección en España.

Por supuesto, el análisis cinematográfico contemporáneo ha de poner el foco en el contexto actual, con todos los factores industriales envueltos en la transformación del fenómeno cinematográfico, como la caída de la exhibición en ventanas tradicionales o el auge de la producción y la exhibición digitales. Especialmente relevante es el estudio de la influencia de las plataformas, causantes de la gran transformación del paradigma mediático actual, y cómo afectará a distintos niveles (psicosociológicos, demográficos, generacionales, tecnológicos, industriales) el acceso al cine desde las plataformas digitales. Por ello, se proponen como temáticas susceptibles de generar un corpus científico cinematográfico futuro distintos puntos, especialmente el de la juventud y el cine, acentuando las consecuencias de las nuevas formas de acceso al mercado audiovisual, la facilidad de visionado contra el interés en el cine y, especialmente, la brecha digital (tanto desde la perspectiva geopolítica, como la de los estudios etarios). También es pertinente analizar las implicaciones psicológicas que supone ver una película fragmentada o incluso acelerada. A este respecto, debería debatirse la necesidad del botón +10 o +15 en algunas plataformas.

Por descontado, se hace necesaria la investigación de las plataformas, bien como competencia audiovisual, bien como oportunidad de mercado, tanto a nivel de producción, como desde la perspectiva de la aceptación

social. Esto entraña con el estudio de la conveniencia de una segunda pantalla en la dinámica del entretenimiento y los efectos de la atención dividida. En este aspecto, es fundamental atender a la influencia y desarrollo del cine en un contexto mediado por multipantallas.

Desde el punto de vista de la exhibición, debe realizarse un análisis de la crisis en las salas de cine, la pertinencia de la exhibición simultánea y la negociación del margen de proyección en salas para que no se solape con la emisión en plataformas.

Asimismo, sería pertinente establecer, desde un punto de vista ontológico, cuál es la naturaleza de una película que se visualiza en un dispositivo móvil, lo que es también susceptible de ser analizado a nivel psicológico, sociológico, de interacción social e incluso desde la naturaleza ritual del propio acto de ver cine.

La vertiente artística también permite analizar las nuevas formas de visualizar cine desde el punto de vista artístico, señalando cómo ha cambiado el lenguaje audiovisual adaptado a una pequeña pantalla, tanto a nivel tecnológico como estético (montaje más rápido y temáticas condicionadas por el nuevo medio).

Se hace necesario, igualmente, realizar estudios sobre el contenido del cine posmoderno en la línea de Gerard Imbert, analizando las implicaciones sociopsicológicas del cambio de paradigma. Este hecho enraíza con los estudios culturales relativos a la persistencia de los estereotipos, la necesaria diversidad y las políticas que despliegan los grandes conglomerados mediáticos. También es necesario analizar la influencia real de movimientos sociales como #BlackLivesMatter o #MeToo.

Será conveniente, igualmente, asumir los retos del relato cinematográfico a nivel metanarrativo, con fenómenos actuales como la intertextualidad, el pastiche, la superabundancia de *remakes*, *reboots*, rodajes de películas de acción real frente a cintas de animación pretéritas y otras formas de actualizar el cine.

Otros temas que la investigación cinematográfica del presente y del futuro tendrá que contemplar es la importancia de la alfabetización audiovisual, así como todos los procesos de interpretación, inclusión y recodificación de códigos de interpretación.

Por último, desde un punto de vista tecnológico se acercan dos grandes retos: por un lado, el estudio comparativo de la estética y del desarrollo del mundo del videojuego en relación con el universo cinematográfico y, por otro, un análisis profundo de los VFX (efectos visuales), con especial hincapié en la creación y manipulación de personajes y eventos digitales a través del CGI (Computer Generated Imagery), con todos los desafíos tecnológicos y éticos que esto implica.

Referencias

- Aguilar, Pilar (2019). *El papel de las mujeres en el cine*. Madrid: Santillana.
- Imbert, Gerard (2019). *Crisis de valores en el cine posmoderno: (Más allá de los límites)*. Madrid: Cátedra.
- Neira, Teresa (2020). *Streaming Wars*. Barcelona: Timunmas.