

Presentación Monográfico: La investigación cualitativa en comunicación

Julieti Sussi Oliveira, Universidade de Sevilla

julieti.oliveira@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4476-7791>

Por tercer año consecutivo presentamos el monográfico Investigación Cualitativa, fruto de un trabajo en conjunto con el equipo organizador del Congreso Iberoamericano en Investigación Cualitativa (CIAQ 2018) que reúne a investigadores de Portugal, Brasil, España y Latinoamérica. El trabajo con otros grupos trae grandes contribuciones para la ciencia gracias al intercambio de conocimiento no solo entre diferentes campos académicos, sino también lingüísticos, aportando riqueza intercultural y aproximando a través de la ciencia conocimientos a otras realidades sociales que, aunque están dentro del mismo campo de trabajo, la comunicación, están separadas por fronteras geográficas y lingüísticas.

En este sentido, el Congreso Ibero-Americano en Investigación Cualitativa (CIAQ), que a cada año realiza su edición en un país diferente de Iberoamérica, cumple con ese deber de aproximar investigadores, académicos y teóricos de diversos países y lenguas diferentes. Este monográfico recoge las investigaciones presentadas en la VII edición del CIAQ, realizada en la *Universidade de Fortaleza*, Brasil, en julio de 2018, en el que se reunieron investigadores para debatir sobre los avances de la investigación cualitativa. Para este monográfico han sido seleccionados rigurosamente por los editores los estudios relacionados con la investigación cualitativa aplicada al campo de la comunicación en sus distintas variables.

Abrimos el monográfico con el artículo ***Pobreza intergeneracional no complexo de favelas do Sao João – Rio de Janeiro – Brasil***, donde los autores plantean un debate sobre la reproducción o no de la pobreza en las diferentes generaciones de familias residentes en un barrio marginal de la ciudad de Rio de Janeiro. Basándose en entrevistas y en un análisis comparativo entre tres generaciones de familias, la investigación apunta que las dificultades enfrentadas por los miembros de esa comunidad desencadenan mecanismos de producción y transmisión de la pobreza a través de las diferentes generaciones. Concluye con una importante reflexión sobre la implantación eficaz de las políticas públicas para la erradicación de la pobreza en esa comunidad.

Forma de citar:

Oliveira, J. (2019). Apresentação Monográfico: La investigación cualitativa en comunicación. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 44, 10-12. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i44.01

Siguiendo con las investigaciones en lengua portuguesa, ***Eventos prejudiciais a reputação corporativa: un estudo exploratorio utilizando a técnica de vinhetas*** presenta una discusión sobre la utilización de viñetas como técnica para la investigación cualitativa. Para la elaboración de este artículo se realizaron entrevistas a gestores de cuatro empresas diferentes para identificar sus percepciones en relación a acontecimientos que perjudican la reputación corporativa en casos de posibles alianzas comerciales. Para el desarrollo de la investigación hicieron uso de herramientas informáticas de investigación cualitativa, concretamente el software NVivo.

El siguiente artículo, ***Comunicação governamental: o exemplo do Ministério de Felicidade dos Emirados Árabes Unidos***, trata del análisis de una nueva abordaje del tema felicidad, en ese caso desde la comunicación gubernamental, tratando la iniciativa del gobierno de los Emirados Árabes Unidos de crear un Ministerio de la Felicidad. Haciendo uso de la metodología cualitativa del análisis de contenido, los investigadores utilizaron como material de análisis las dos primeras noticias publicadas en la prensa escrita sobre la creación del novedoso Ministerio, teniendo así como objetivo principal conocer la idea inicial del proyecto y también el significado que tenía en él la palabra felicidad.

A su vez, ***As narrativas jornalísticas em formato de Stories no Instagram e Snapchat*** tiene como escenario la utilización de las redes sociales por los medios de comunicación. A través del uso de procedimientos metodológicos propios del análisis de contenido, los autores afirman que las narrativas usadas por el periodismo en esas redes sociales son una adaptación de las técnicas tradicionales a la potencialidad y las limitaciones que ofrecen esas redes.

Desde Portugal contamos con la ***Investigação Responsabilidade corporativa da Jerónimo Martins: discurso que gera imagem empresarial positiva***, que tiene como objeto de estudio uno de los mayores grupos empresariales portugueses, la multinacional *Jerónimo Martins*. Los autores aplican el Análisis del Discurso a los datos lingüísticos y a los argumentos utilizados por esta empresa en la producción del documento de Comunicación Dirigida en el *Relatório de Responsabilidade Corporativa 2016*, para de ese modo poder estudiar la imagen corporativa construida en su discurso.

El siguiente estudio es ***Plebiscito por la paz en Colombia: un análisis desde las emociones en sus resultados políticos***, que tiene como telón de fondo la realidad vivida en Colombia en el periodo en que se realizaron el plebiscito por la paz con sus sorprendentes resultados. En él, los investigadores realizan un análisis para conocer el efecto emocional que la publicidad produce sobre los electores y como esas emociones afectan a la población a la hora de tomar decisiones.

Finalmente, de la paz en Colombia también trata nuestro próximo artículo, ***El Perdón: condición para la paz: estudiantes de salud pública y enfermería, Universidad de Antioquia***, que retrata el momento histórico vivido por Colombia con la firma de los acuerdos de paz que dan fin a una violencia que dura más de 50 años. Por medio del análisis de entrevistas aplicadas a estudiantes de Salud Pública y Enfermería de Medellín, los autores intentan averiguar el significado de la paz para ese grupo de estudiantes que forman parte del futuro y de la transformación del país.

Desde la revista Ámbitos consideramos que la divulgación de este monográfico formado por estudios con diferentes perspectivas culturales, metodológicas y científicas de interpretación de mensajes y narrativas mediáticas es imprescindible para el desarrollo de la investigación en el campo de la comunicación, así como para eliminar barreras y facilitar el contacto entre investigadores iberoamericanos. Con estos objetivos, esperamos que este monográfico pueda aportar su granito de arena a la ciencia.