



PRINCIPIOS Y RELACIONES METODOLÓGICAS INTERDISCIPLINARES

Sobre el estudio integrado de la imagen en redes sociales

Methodological Principles of Interdisciplinary Research:

The Integrated Study of the Image in Social Networks

GUSTAVO LEÓN-DUARTE

Universidad de Sonora, México

KEYWORDS

*Interdisciplinary studies
Communication
Research
Social media
Image*

ABSTRACT

This text examines the basic methodological principles of interdisciplinary studies to discuss disciplinary scientific collaboration strategies around the integrated study of the image. It explores three specific areas of research: the principle of definition of the specialized positioning of interdisciplinary research and its pertinence with image study scenarios; the principle of disciplinary integration, and the use of sociodemographic variables in the study of online media and social networks and the principle of conflict reconciliation applied to the comprehensive study of the image on Instagram, Facebook and Twitter.

PALABRAS CLAVE

*Estudios interdisciplinarios
Comunicación
Investigación
Redes sociales
Imagen*

RESUMEN

Este texto examina los principios metodológicos básicos de los estudios interdisciplinarios para discutir estrategias de colaboración científica disciplinar entorno al estudio integrado de la imagen. Explora tres áreas específicas de investigación: el principio de definición del posicionamiento especializado de la investigación interdisciplinar y su pertinencia con escenarios de estudio de la imagen; el principio de la integración disciplinar, y el uso de variables sociodemográficas en el abordaje de medios y redes sociales en línea y el principio de reconciliación de conflictos aplicado al estudio integral de la imagen en Instagram, Facebook y Twitter.

Recibido: 02/ 11 / 2021

Aceptado: 20/ 01 / 2022

1. Introducción

En los últimos años hemos sido testigos de un cambio importante en la estructura de los medios y redes sociales en línea, particularmente en las experiencias centradas en el manejo de la imagen y lo visual. El ciberespacio, en tanto un medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de ordenadores y elementos tecnológicos y, además, de diversas expresiones prácticas, de actitudes, de valores y de inteligencia colectiva, trae consigo múltiples implicaciones sociales y culturales diversas que están cambiando vertiginosamente casi todo (Levy, 2007). De acuerdo con Levy (2007), la imagen como técnica y expresión directa de estas prácticas y modos de pensamiento, está sometida en el ciberespacio tanto al juicio para evaluar sus impactos como para descubrir sus «irreversibilidades donde un cierto uso nos compromete», y permite aprovechar las «virtualidades de las que es portadora para decidir lo que haremos con ella» (p. 11).

La relación positiva que interesa enfatizar es que cuanto más se desarrollen los procesos de inteligencia colectiva para abordar el estudio integral especializado de la imagen en medios y redes sociales virtuales, mejor será la apropiación de los cambios técnico-sociales de los especialistas. En este sentido, la idea no es nueva. Levy (2007), ha sostenido por más de dos décadas que el crecimiento del ciberespacio no se determina mecánicamente por el desarrollo de la inteligencia colectiva, sino por el entorno propicio donde se desarrolla: en el caso de algunos procesos de inteligencia colectiva que llegan a desarrollarse gracias al ciberespacio, tienden a acelerar el ritmo del cambio tecnosocial, lo que hace necesaria la participación activa si el especialista no quiere quedarse atrás, y tiende a «excluir a aquellos que no han entrado en el ciclo positivo del cambio, de su comprensión y de su apropiación» (p. 15).

Lo que también queda claro, siguiendo con la afirmación del estudio de Levy (2007), es que la tendencia de cambio en la estructura visual de los medios y redes sociales en línea está parcialmente impulsada por un conjunto de innovaciones y cambios acelerados de carácter tecnosocial. La llamada ola de popularización de los *smartphones* o teléfonos inteligentes, y la consecuente mejora de la experiencia de conectividad e interactividad sin límites que genera el Internet móvil. Los cambios sostenidos en la cultura de la socialización en línea han habitualizado en el usuario, particularmente en las nuevas generaciones interactivas, las prácticas de uso, consumo y producción de contenidos en medios, plataformas y redes sociales en línea.

En este sentido, lo que sí es nuevo, al grado de no parecer extraño incluso para el especialista de la imagen digital, es la capacidad extraordinariamente rápida del uso y manejo de la imagen en determinados medios, aplicaciones y redes sociales virtuales como Twitter, Facebook, Instagram y WhatsApp. En conjunto, estos cuatro medios y redes sociales de comunicación compartieron mediante sus usuarios globales un total de 3.2 millones de imágenes digitales en promedio al día durante 2015 (Datareportal, 2021). En el caso de Twitter, aplicación con más de 330 millones de usuarios activos en promedio mensual durante 2020, y más de 145 millones de usuarios diarios sólo en Estados Unidos de América (EE.UU.), las publicaciones o tweets con imágenes lograron recibir un 18% más de interés o clics; un 89% más de «me gusta» (*likes*) y un 150% más de *re-tweets* (Datareportal, 2021). Fue Facebook, la red social donde más se cargaron, comentaron y re-enviaron imágenes durante 2020 con un poco más de 300 millones de fotos en promedio diario.

Sin embargo, es Instagram la aplicación y red social que hasta hoy en día ha desarrollado el mayor crecimiento desde su creación, en octubre de 2010. De acuerdo con DataReportal (2021), para enero de 2020 Instagram era ya la sexta red social más utilizada a nivel mundial, con alrededor de 1000 millones de usuarios activos mensuales. Para este último año, su relación con el manejo, producción y distribución de la imagen fue explosiva: 600 millones de usuarios que en promedio diario comparten 95 millones de fotos y videos. Recordemos que en Instagram, una de sus funciones principales es utilizar la función de «historias» vinculadas a la imagen del «instagramer» en el día a día. Así, no parece coincidencia que Facebook, Instagram y Twitter sean tres de las cinco aplicaciones de redes sociales en línea centradas en imágenes y que mayor crecimiento a nivel mundial han registrado por penetración de usuarios

(DataReportal, 2021). La aceleración en estas redes es tan fuerte que incluso los que se consideran estar más «la última» están, en diversos grados, desbordados por el cambio.

Entonces, si esto es así, ¿qué aspectos, factores y situaciones influyen para entender el papel que define la imagen en medios y redes sociales virtuales cuando el cambio tecnológico presenta movimientos acelerados de cambio? ¿Cómo definimos una perspectiva de estudio capaz de abordar problemas complejos en contexto de cambio vertiginoso que aspire, adicionalmente, a una explicación más heurística y comprensiva? ¿Qué es y cómo entender una perspectiva de investigación interdisciplinar de corte instrumental? ¿Qué elementos y principios metodológicos básicos se deben tomar en cuenta para integrar distintas visiones, ideas, factores, teorías, experiencias y objetos de conocimiento en una sola perspectiva de investigación académica científica? ¿Qué técnicas de integración de conocimiento disciplinar especializado son pertinentes en el estudio de la imagen en medios y redes sociales? Los cuestionamientos son entendidos aquí como planteamientos de apoyo a las guías de contenido del presente estudio.

El objetivo del presente estudio es aportar elementos para el análisis metodológico especializado del papel que juega la imagen en medios y redes sociales virtuales desde una perspectiva interdisciplinar de corte instrumental. Particularmente, desde tres áreas específicas de investigación: a) desde el principio de definición del posicionamiento epistemológico y ontológico de la llamada corriente de estudios interdisciplinarios de Estados Unidos de América (EUA)¹, y con respecto a los «nuevos» escenarios de estudio de la cultura de la imagen; b) a partir de la definición de experiencias, principios e ideas de colaboración académica y de investigación entorno a la integración de la imagen con variables socio-demográficas en redes sociales; y, c) a partir del desarrollo de una propuesta de investigación interdisciplinar instrumental para el estudio integral de la imagen en medios y redes sociales.

2. Medios y redes sociales. El papel de la imagen y el posicionamiento de la perspectiva de investigación interdisciplinar

Un primer posicionamiento personal del autor al respecto del estudio integral de la imagen sería aclarar y definir la toma de posición con respecto a la perspectiva interdisciplinar y al objeto bajo estudio. Antes, y dado que el término *interdisciplina* es frecuentemente utilizado a lo largo y ancho del texto, me parece útil proporcionar desde ahora mismo una breve definición del término. *Interdisciplina*, frecuentemente también llamada en EUA como *perspectiva integradora* (León-Duarte, 2022), refiere a un enfoque particular de estudio de un fenómeno u objeto que es distinto del enfoque disciplinar. La justificación ontológica más sustantiva es que aborda problemas, objetos y/o fenómenos complejos. Frecuentemente, la complejidad de sus fenómenos bajo estudio escapan al abordaje de una sola disciplina. El principal principio de coherencia epistemológica es la integración de los conocimientos disciplinarios. La integración se refiere a la fusión, hibridación o síntesis de conocimiento. El propósito central de la perspectiva interdisciplinar es producir una explicación y una comprensión más completa de las causas del fenómeno bajo estudio, de ahí que su enfoque valore al máximo los conocimientos de las disciplinas contribuyentes. Por ejemplo, los conocimientos de psicología cognitiva, estudios religiosos y ciencias

¹ Entendemos por estudios interdisciplinarios en EUA a la tradición del estudio de la perspectiva interdisciplinar que se asienta en este país desde la década de los setenta. (Mayville, 1978; Welch, 2011). Institucionalmente, su desarrollo está objetivado en asociaciones de universidades, centros de investigación y colegios de educación superior que reconocen e implementan regularmente enfoques interdisciplinarios en los procesos de aprendizaje e investigación. En este sentido, la Asociación de Colegios y Universidades de Estados Unidos de América (AAC&U, por sus siglas en inglés), es la agrupación líder que goza de mayor tradición y prestigio público en el ámbito de educación superior. Comprende más de 45.000 instituciones miembros de todo tipo y tamaño. En el ámbito de la investigación, la Asociación de Estudios Interdisciplinarios (AIS, por sus siglas en inglés), es la organización profesional interdisciplinaria más respetada y prolífica en la promoción del intercambio de ideas interdisciplinarias desde su fundación, en 1979. Es importante destacar que la AAC&U reconoce que el enfoque interdisciplinar para el aprendizaje y la investigación tiene la capacidad única de abordar problemas del mundo real, sin guion, y lo suficientemente amplios como para requerir múltiples áreas de conocimiento y múltiples modos de investigación. Su razonamiento es: «Si bien la especialización disciplinaria es apropiada para llenar las lagunas de conocimiento, los problemas complejos requieren de un enfoque interdisciplinario». (Huber et al., 2005, p. 13).

políticas pueden integrarse para construir una comprensión más completa de las causas que explican ciertas formas de terrorismo (Repko et al., 2019, p. 119).

De acuerdo con Martin et al. (2005, p. 141), existen tres pasos lógicos para definir esta estrategia de investigación interdisciplinaria y su pertinencia de trabajo con la imagen: 1) la primera es percibir con precisión cómo otros estudiosos ven y entienden el papel de la imagen en medios y redes sociales en línea. Para participar en un proceso de implementación interdisciplinario, Martin et al. (2005, pp. 141-147), sostienen que primeramente se debe asumir conscientemente el papel que podría jugar la imagen como un experto disciplinario y ver el tema y/o problema a través de los ojos del experto (o grupo de expertos). Por ejemplo, el antiguo modismo de «una imagen vale más que mil palabras», se ha convertido en la nueva máxima entre los especialistas en *marketing* de redes sociales. Si bien muchos especialistas han examinado los determinantes que impulsan la viralidad de la imagen en el contexto del contenido del mensaje, la gran mayoría de estos los estudios se centran en el texto semiótico del contenido del mensaje (Chintagunta et al., 2010; Tan et al., 2014), dejando el papel y el impacto que tiene el contenido de la imagen en gran parte inexplorado. Por tanto, para definir posibles integraciones de miradas disciplinares especializadas entorno al papel que juega la imagen es necesario saber con precisión cómo es analizada por distintos especialistas.

2) Una vez identificadas las distintas miradas especializadas, un paso lógico consecuente es ver la situación ampliamente desde múltiples perspectivas (Martin et al., 2005, p. 141). Las implicaciones para la implementación de un proceso interdisciplinario de corte instrumental son más que evidentes: no limitar nuestras búsquedas ni nuestros análisis solo a aquellas miradas disciplinares especializadas con las que estamos familiarizados, o solo aquellas opiniones con las que de entrada estamos de acuerdo por empatía y ensalsamiento disciplinar. Por ejemplo, en el estudio de Assaker et al. (2020), se afirma que la imagen ecológica en el contenido publicitario del giro turístico tiene un efecto positivo indirecto en la lealtad de los huéspedes a través de la calidad percibida y la confianza (p. 952). No obstante, una mirada más profunda a su investigación, sugiere que estos resultados ayudan definitivamente a desmitificar las relaciones causales entre las características de la imagen ecológica y la confianza.

Más aún, los resultados del estudio nos ayudan a entender el papel que juega la imagen en redes sociales en la determinación del nivel o grado de lealtad que pudiera tener un turista al momento de elegir un futuro plan de viaje; es más, incluso, nos apoya a determinar cómo influye positivamente la imagen ecológica en redes sociales al momento de medir la percepción de los huéspedes sobre determinados productos y servicios de un hotel, así como, también, relacionar el papel que juega la imagen en la determinación de la satisfacción y la confianza de la marca (p. 955).

3) El tercer paso lógico del trabajo interdisciplinario es apreciar la perspectiva de estudio del otro en profundidad, para lograr una comprensión completa y amplia de la perspectiva (Martin et al., 2005, p. 141). En el trabajo interdisciplinario, la profundidad y la comprensión plena se refieren al desarrollo de una habilidad crítica y comprensiva del manejo y la integración de los aportes disciplinares. Por ejemplo, el trabajo realizado desde una disciplina como la Arquitectura, pudiera tener poca o nula relación con la identificación de la imagen en la elección de un lugar físico o virtual. Una revisión bibliográfica más profunda nos permite apreciar en profundidad el potencial de la perspectiva disciplinar. En este caso, la Arquitectura del lugar, para lograr una comprensión completa cuando hablamos del manejo y del impacto de la imagen en redes sociales móviles virtuales y a la hora de elegir un determinado sitio y espacio arquitectónico.

Así, el estudio y análisis de la imagen para comunicar el sentido y significado de un espacio público específico mostrado en medios y redes sociales pasa por la llamada *instagramabilidad*, es decir, «la frecuencia de un lugar virtual capturado en Instagram» (Huang et al., 2021). En este estudio, Huang et al. (2021), la imagen y la percepción del individuo se ven integrados como un hito arquitectónico para fundamentar la mucha (o poca) atracción turística del lugar. Así, mientras que, en el caso de la aplicación y red social de Twitter, la *Twitterabilidad*, la frecuencia de mención y relación de una imagen con un determinado lugar demostraron que las imágenes y la comunicación de los individuos y grupos sociales estaban vinculados a su «amabilidad percibida» como a la «relevancia para la vida cotidiana de las

comunidades» (p. 6-18). Las técnicas y procedimientos metodológicos desarrollados en este estudio tienen implicaciones teóricas y prácticas para los planificadores urbanos. Tal y como mencionamos arriba, de este último estudio citado, también se ha podido comprobar, que investigaciones comparativas previas sobre la influencia y el impacto del contenido de la imagen, tanto en Twitter como en Instagram, pueden ser determinantes en el éxito (o no) de la publicidad de ciertos productos específicos.

Mientras tanto, para otros especialistas de los estudios ciberculturales como Pan et al. (2021), el estudio científico de la imagen en medios y redes sociales, lo han llevado al plano del entendimiento especializado de cómo influye la imagen directamente en la selección del lugar turístico del individuo y los grupos sociales: los especialistas se cuestionaron ¿qué tipos de factores intervienen en la imagen para determinar la elección de un determinado lugar en turistas internacionales? Los resultados concluyentes revelaron que es la imagen del destino y la comunicación interactiva de las y los miembros de determinada red social lo que permite definir, por un lado, la actualización del conocimiento de los turistas hacia los destinos existentes, y, por otro, determinar los medios y redes sociales, sus características de operación y actuación así como los niveles de influencia en el comportamiento de elección. Es decir, para estos especialistas, son los posibles turistas los que tienden a adoptar una determinada imagen de su destino en función de la influencia que tienen otros miembros de las redes sociales sin importar si tienen una imagen previa o no (p. 19-21).

El estudio concluye que la magnitud de la influencia social de la imagen depende también de las propiedades específicas que tiene cada red social. Por ejemplo, para especialistas de la imagen publicitaria como Li y Xie (2020), el efecto positivo significativo del contenido de imagen de alta calidad, sumado a la imagen profesional (la imagen tomada por un profesional), conducen constantemente a una mayor participación del usuario en ambas plataformas. Sin embargo, sus hallazgos también concluyen con la afirmación de que «el efecto del colorido varía según la categoría de los productos publicitados», mientras que la presencia de un rostro humano y un ajuste de imagen-texto puede «inducir una mayor participación del usuario en Twitter pero no en Instagram» (p. 18). Los hallazgos de Li y Xie (2020), podrían arrojar mucha luz sobre el cómo mejorar la participación de los usuarios en medios y redes sociales móviles utilizando las características específicas del contenido de imagen en determinados productos publicitados como, por ejemplo, la industria automotriz.

3. Los estudios interdisciplinarios. Integración disciplinar y uso de variables sociodemográficas en el abordaje de la imagen en medios y redes sociales

Un primer cuestionamiento que el especialista en estudios interdisciplinarios podría denotar es ¿cómo utilizar la imagen en los medios y redes sociales en línea para conectarse con una audiencia en particular?, o, ¿cuáles factores y aportes disciplinares son los que interesa tratar cuando hablamos de «estudio integral de la imagen»? ¿cómo integrar núcleos teóricos disciplinares que trabajan aisladamente la cultura de la imagen en medios y redes sociales? La primera evidencia que salta a la vista al iniciar sesión en cualquier aplicación y red social como, por ejemplo, el caso de Twitter, y sus usuarios de la región de Norteamérica (EE.UU., Canadá y México), es que, actualmente, son los EE.UU. el país que tiene un mayor registro de usuarios masculinos (70%) que usuarias femeninas (30%). Es decir, casi la cuarta parte de la audiencia estadounidense de Twitter es masculina (Datareportal, 2021).

Esta es una primera consideración importante cuando se piensa en relacionar el dato del género con el contexto de uso y consumo local.

En EE.UU., por ejemplo, la brecha de dicha relación es menor: el 54% de los usuarios estadounidenses de Twitter son hombres y el 43% mujeres. Temporalmente, los usuarios adultos en EE. UU. aumentó significativamente el uso de Twitter durante la pandemia originada por el coronavirus SARS-CoV-2, iniciada en marzo de 2020 (Datareportal, 2021). En este año, y hasta julio de 2021, se ha convertido en el periodo de mayor uso de las redes sociales en general. Así, Facebook, Instagram, Snapchat, Pinterest, Twitter y TikTok han visto sus mayores aumentos de uso durante los días de pandemia por COVID-19 (marzo de 2020-agosto de 2021).

En el caso de Canadá, la brecha es aún menor: el 43% de los hombres canadienses que está conectado a Internet tienen una cuenta de Twitter, y el 41% de las mujeres canadienses. Respecto a los rangos de edad en los usuarios canadienses, el 28,9% de la audiencia de Twitter tiene entre 25 y 34 años (Datareportal, 2021). Ese es el segmento de edad más grande, seguido de cerca por los de 35 a 49 años con un 28,2%. Los hombres superan en número a las mujeres en todas las categorías de edad, pero especialmente en estas dos cohortes más grandes.

Para el caso de México, al primer trimestre de 2021, sumó con acceso directo al 77.2% de la población nacional. Esto representó a 100 millones de mexicanas y mexicanos que usaron diversas plataformas y redes sociales virtuales. El número de usuarios activos de Twitter superó los 11 millones para agosto de 2021 (Datareportal, 2021). Particularmente, la red social Twitter, representó un incremento de casi un 24% en comparación con lo registrado en el mismo mes del año anterior (Datareportal, 2021). El porcentaje que esta red social reporta como mujeres usuarias mexicanas es del 38.9% para el cierre de febrero de 2021 (Datareportal, 2021).

En tanto los usuarios hombres, sumaron el 61.1%. Los perfiles que conforman las audiencias de las redes sociales permiten establecer 7 grupos segmentados por rangos de edad y género. También el papel protagónico de la mujer mexicana. Por ejemplo, entre de edad de 13 y 17 años, un 3.6% son usuarias y el porcentaje disminuye al 3.2% en el caso de los chicos. De los 18 a 24 años, hay un 13.1% de usuarias femeninas y 12,1% masculinos. Luego el grupo más grande de audiencias es de 25 a 34 años que tiene 15.1% de mujeres y 16.1% de hombres. En los últimos 3 rangos de edad siguientes disminuye el porcentaje de audiencias, pero se mantiene el índice mayor de participación de la mujer mexicana: entre 45 y 54 años, el 5.7% de las mujeres y el 5% de los hombres usan redes sociales; de los 55 a los 64 años apenas un 2.9% de las damas y 2.2% de los caballeros y, en el caso de las y los mayores de 65 años, solo el 1.7% para el caso de las mujeres y el 1.5% de hombres que hacen uso de las redes sociales en México (Datareportal, 2021).

A partir de la descripción de ciertas variables socio demográficas, y el estado que comportan las y los usuarios de determinadas aplicaciones y redes sociales en Norteamérica, es posible iniciar con la construcción narrativa de la idea que particularmente interesa tratar: estudio integral de la imagen en medios y redes sociales. En las últimas cinco décadas, los estudios interdisciplinarios en EUA han generado un buen conjunto de definiciones sobre el término de interdisciplina que han ganado una amplia aceptación al grado de gozar con cierto consenso entre el capital científico que ha nutrido históricamente a este campo de estudio.

El conocimiento y el reencuentro con los clásicos de los estudios interdisciplinarios en EUA ofrecería una variedad de circunstancias teóricas potenciales para el especialista en el estudio integral de la imagen, por ejemplo. En la Tabla 1, se sintetizan los principales acuerdos generados por las y los académicos entorno a la definición de *estudios interdisciplinarios*. Aquí tratamos de mostrar la comprensión de cada definición de acuerdo con: a) el significado y sentido otorgado al enfoque del estudio interdisciplinario utilizado; b) el proceso de implementación que cada especialista del campo ha utilizado y, c) el resultado o producto alcanzado en su estudio.

Tabla 1.

Sentido y significado del enfoque interdisciplinar.

Visión.	Especialistas	Sentido, significado, implementación y resultado del estudio interdisciplinar.
1. Julie Thompson Klein y William H. Newell (1997).		Los estudios interdisciplinarios se definen como el proceso de responder una pregunta y buscan resolver un problema, o abordar un tema que es demasiado amplio o complejo para ser tratado adecuadamente por una sola disciplina o profesión. Para su implementación, los estudios interdisciplinarios se basan en perspectivas disciplinarias, e integran sus conocimientos con el propósito de construir una perspectiva más comprensiva. (pp. 393-394)
2. Diana Rhoten, Veronica Boix Mansilla, Marc Chun & Julie T. Klein (2006).		Los estudios interdisciplinarios se definen como el modo del diseño e instrucción curricular, en el que un equipo de estudiosos pueda identificar, evaluar e integrar información, datos, técnicas, herramientas, perspectivas, conceptos o teorías de dos o más disciplinas o conjuntos de conocimientos para mejorar la capacidad de los estudiantes en la comprensión de los problemas y crear nuevos enfoques y soluciones más allá del alcance de una sola disciplina o área de instrucción. (p. 3)
2. National Academy of Sciences, National Academy of Engineering, & Institute of Medicine. (2005).		Los estudios interdisciplinarios integran información, datos, técnicas, herramientas, perspectivas, conceptos y/o teorías de dos o más disciplinas o cuerpos de conocimiento especializado con el fin de avanzar en la comprensión fundamental o para resolver problemas cuyas soluciones están más allá del alcance de una sola disciplina o área práctica de investigación. (p. 26)
4. Carol Geary Schneider (2004).		Los estudios interdisciplinarios y el aprendizaje integrativo corresponden a un término abreviado para enseñar un conjunto de capacidades que podríamos llamar las artes de la conexión, el juicio reflexivo y la acción que permite llevar a los estudiantes a conectar e integrar las diferentes partes de su educación general, para conectar el aprendizaje con el mundo real, más allá de la academia, y, sobre todo, para trasladar su educación a nuevos contextos, nuevos problemas y a nuevas responsabilidades. (pp. 1-2)
3. Alan Repko, Rick Szostak & Michelle Buchberger (2017).		El proceso cognitivo de evaluar críticamente las posibles aportaciones disciplinares, los conocimientos y la creación de un terreno común entre sus contribuciones para construir una nueva comprensión. La nueva comprensión debe ser producto o resultado del proceso integrador disciplinar (p. 217)

Fuente: elaboración propia en base a datos de: León-Duarte, 2015; 2022; Repko, 2008; Repko, Szostak & Buchberger, 2019.

De la información de la Tabla 1, se podría afirmar que, de acuerdo con la redacción que define los sentidos y significados de los estudios interdisciplinarios, cada posición académica varía considerablemente entre cada especialista (o grupo de especialistas), de modo que se podría concluir que tienen poco en común; sin embargo, un acercamiento al contenido narrativo sustantivo nos revela que comparten varios puntos en común. Por ejemplo, con respecto al significado de la interdisciplina. Efectivamente, una lectura cercana nos permite identificar las ideas básicas y conceptos clave que cada definición avanza sobre la naturaleza de la interdisciplinariedad.

De esta lista, es posible categorizar estas palabras clave o frases bajo tres encabezados generales: propósito, proceso y producto de estudios interdisciplinarios. Algunas de estas palabras o frases pueden ser aplicables a más de una categoría. Por ejemplo, la importancia del estudio de la imagen para la

interdisciplinaria, particularmente para el debate sobre cómo definir el papel del terreno común de trabajo y la integración de la imagen en los distintos estudios y núcleos teóricos disciplinares, más adelante comentadas, las cuales proporcionan motivos suficientes para revisar la concepción interdisciplinaria del terreno común y el proceso de implementación de la integración en la perspectiva interdisciplinaria de corte instrumental desarrollada por el Profesor William Newell.

4. El proceso de integración interdisciplinaria. Reconciliación de conflictos metodológicos en el estudio integral de la imagen en medios y redes sociales en línea

William Newell, fundador de los Estudios Interdisciplinarios de EUA, constituyó y enseñó en el programa de estudios interdisciplinarios de la Universidad de Miami durante casi 40 años (1974-2019). Newell también fundó la Asociación de Estudios Interdisciplinarios (AIS), la institución estadounidense más reconocida y prestigiosa en el ámbito de la investigación interdisciplinaria. Newell (2001), es el primero en este campo en definir el terreno común en términos interdisciplinarios. El terreno común, afirma Newell (2001), implica el uso de varias técnicas integradoras para modificar o reinterpretar los componentes o las relaciones disciplinares para sacar a la luz sus puntos comunes, de modo que se puedan identificar los vínculos entre las visiones disciplinares y sus posibles conflictos (p. 20).

La definición que desarrolla Newell (2001) contiene fundamentalmente tres ideas que aquí conviene plantear en el contexto de entendimiento y aplicación del estudio integral de la imagen: 1) Newell (2001), afirma que el terreno común es algo que hay que crear, excepto entre las ciencias naturales, donde a menudo se puede descubrir; 2) la creación del terreno común implica modificar o reinterpretar los componentes del estudio o aporte disciplinar que incorporamos (es decir, sus elementos definitorios, incluidas las perspectivas, las ideas, las teorías, los conceptos y las suposiciones); y, 3) la modificación de estos componentes implica el uso de diversas técnicas de integración, más adelante comentadas.

Por su parte, especialistas norteamericanos como Repko et al. (2019), señalan que para construir una definición consensuada y completa sobre la integración interdisciplinaria es necesario verse como un proceso cognitivo que nos lleve a evaluar críticamente las posibles aportaciones disciplinares, los conocimientos y la creación de un terreno común entre sus contribuciones para construir precisamente una nueva comprensión. Esta nueva comprensión, sostienen, debe ser producto o resultado del proceso integrador de las disciplinas contribuyentes (p. 217).

Desde años atrás, Repko (2008), ya ofrecía una primera definición del *terreno común* incorporando la posición de Newell (2001) con las formulaciones de interdisciplinares cognitivos como Clark y Bromme (2000). Para Repko (2008), el *terreno común interdisciplinario* es una o más teorías, conceptos y supuestos mediante los cuales se pueden reconciliar e integrar las percepciones conflictivas. Repko (2008), afirma que la creación de un terreno común implica sacar a la luz posibles puntos comunes que subyacen a las percepciones conflictivas y basadas en la teoría, de modo que «estas visiones puedan conciliarse y, en última instancia, integrarse» (p. 272).

Vista así, la integración no es el fin de la perspectiva interdisciplinaria, sino el medio para conseguir un entendimiento más interpretativo y explicativo, elementos claves, en mi opinión, para construir una teoría, pues ambas cuestiones enfatizan las funciones heurísticas de las teorías. Tal y como ya se trabajó en León-Duarte (2002, 2019, 2021), las ciencias sociales y humanísticas son extensiones formales de las prácticas interpretativas cotidianas mediante las cuales los humanos dan sentido a las palabras y acciones de los demás para coordinar sus actividades.

Por tanto, las teorías en las ciencias sociales y, de manera particular, en el campo de la comunicación, no siempre pueden proporcionar explicaciones generalizables y absolutas. Lo que sí permiten es elaborar marcos conceptuales que pueden ayudar a interpretar situaciones específicas útiles para caracterizar las formas singulares con las que opera el objeto y/o sujeto bajo estudio. Por estas razones, para algunos teóricos como Durham y Kellner (2012, p. XI), los enfoques interpretativos tienden a ver el valor de una teoría como «ópticas o formas de ver que centran la atención en los fenómenos y sus conexiones con la sociedad en general y en una amplia gama de discursos y prácticas» (p. XI). Consecuentemente, su argumento es «multiplicar las teorías y los métodos a su disposición para ayudar a captar diversas

dimensiones de un objeto, para establecer más y mejores conexiones, y para proporcionar una comprensión más rica y completa de las prácticas culturales bajo escrutinio» (p. XI).

El fin o propósito del enfoque interpretativo en una perspectiva interdisciplinar en el entendimiento del papel que juega la imagen en redes sociales en línea es elaborar una comprensión más acabada y proponer una solución más completa de la imagen en tanto que representa una visión especializada y un producto de investigación científica. Una visión es lo que se produce cuando un experto o especialista disciplinar aplica esa perspectiva a un problema concreto. Se trataría, consecuentemente, de un enfoque y un reto intelectual extraordinario de integrar las ideas producidas por los expertos disciplinarios en un único problema limitado en el tiempo, el espacio y en la cultura visual en medios y redes sociales en línea.

En todo caso, como sostiene Repko (2008), crear un terreno común es como construir un puente para salvar un profundo abismo. En el lado cercano del puente se ubicarían las fuentes de conflicto entre las percepciones; el lado opuesto es el lugar donde se combinan tantas percepciones como sean posible. La función del interdisciplinario sería construir este puente y un terreno común para conectar los dos lados. Sin una definición clara de esta posición y función, el proceso de integración y producción de una comprensión interdisciplinaria no procedería (p. 27-29).

Por tanto, para poder proceder con la creación del terreno común, y la integración de una perspectiva integradora en el estudio de la imagen en redes sociales, se debe tomar en cuenta tres cuestiones que en mi opinión amparan una solución al principio metodológico en cuestión. Particularmente, con lo que aquí hemos llamado el «conflicto posible entre suposiciones subyacentes de ideas y teorías en el estudio integral de la imagen en redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter». Estas tres cuestiones y escenarios remiten directamente a la naturaleza, al contexto y al alcance del conflicto intelectual de tantas perspectivas disciplinares incorpore el estudio. 1) el primer aspecto retiene que ver con la no existencia de conflicto aparente entre el arsenal de ideas teóricas que sostienen los conceptos utilizados por las distintas disciplinas involucradas, y que sirven para describir ideas similares. 2) el segundo aspecto es que el arsenal de ideas y visiones disciplinares en conflicto son diferentes, pero no opuestas; quizás porque, como sostiene Repko (2008), estas sean productos de la misma disciplina y simplemente reflejan alternativas. 3) finalmente, una tercera cuestión reside en el hecho de que las posibles visiones e ideas disciplinares que aspiramos a integrar sean diametralmente opuestas porque reflejan diferentes perspectivas disciplinarias y/o expresan diferentes teorías y conceptos disciplinares y, por tanto, expresen y signifiquen inconmensurabilidad en los supuestos disciplinarios.

Dado que la inclusión sustituye al conflicto, Newell (2007, pp. 245-264), propone tomar siempre en cuenta la flexibilidad intelectual del investigador/a en el proceso de integrar posibles aportes disciplinares. Por su parte, Repko (2008), propone tres maneras de crear un terreno común cuando las percepciones entran en conflicto. La primera y más directa consiste en conciliar posibles conflictos disciplinares entre las teorías que incorpora la perspectiva interdisciplinar (p. 27). La segunda forma es conciliar los conflictos entre los conceptos; y la tercera forma consiste en conciliar los conflictos entre los supuestos que subyacen a las ideas y los conocimientos basados en las distintas teorías disciplinares contribuyentes a la perspectiva integradora (p. 28).

Precisamente por ello, Repko (2008), sostiene que la conciliación de los conflictos entre las ideas disciplinares suele implicar el uso de una de varias técnicas integradoras, como son las llamadas técnicas de expansión teórica y la redefinición. En tanto logran la integración de las disciplinas contribuyentes, el valor real que expresan estas técnicas integradoras radica en que son formas probadas de crear un terreno común. Estas técnicas tienen como objetivo sustituir el pensamiento característico de la perspectiva disciplinar por el pensamiento interdisciplinar. Por motivos de espacio editorial, aquí solo se analiza la técnica de expansión teórica para el análisis integrado de la imagen en medios y redes sociales virtuales.

Repko (2008) fue quien presentó y desarrolló originalmente la técnica de la expansión de la teoría al interior de la Universidad de Texas, en Arlington (EE.UU). Para los objetivos del presente estudio, la técnica de la expansión de teoría se considera un procedimiento analítico pertinente y potente. Pertinente porque, en definitiva, la técnica logra el desarrollo de una capacidad y disposición para participar en más

de una conversación e integración teórica. Se considera potente porque, al utilizar la técnica, implícitamente se establece el propósito heurístico de reflexionar sobre el cómo desarrollar un cuerpo de pensamiento relacionado con otros enfoques y las consecuencias que podría tener para la práctica del estudio integral de la imagen tal como se concibe en otras tradiciones teóricas (Craig, 2015, pp. 356-374).

Como se señaló en León-Duarte (2021), el valor heurístico generalmente procura estrategias, posiciones, modelos, métodos y criterios que permiten la resolución de problemas comunicacionales a través del análisis profundo de los problemas, la creatividad y el pensamiento integrador, precisamente. Estos intereses y habilidades reflexivas sin duda se extienden más allá de la típica preocupación administrativa por la creatividad, el nivel y logro de consecución de metas y objetivos y, también, de los recursos utilizados y los logros conseguidos en la planificación y operación de los programas educativos en comunicación en el espacio de educación superior (pp. 95-118).

Así, la técnica de la expansión de la teoría propuesta por Repko (2008) se utilizaría para modificar una teoría de modo que pueda abordar todos (o al menos la mayoría) de los factores causales relativos al análisis de la imagen en medios y redes sociales virtuales. La expansión de la teoría puede implicar la adición de uno o varios factores; por ejemplo, el sentido y significado semiótico del contenido del mensaje que transmite la imagen en redes sociales (Chintagunta et al., 2010; Tan et al., 2014); o el efecto positivo indirecto en la lealtad de los huéspedes a partir de incorporar el valor de la imagen ecológica en el contenido publicitario (Assaker et al., 2020). La técnica de expansión teórica propuesta por Repko (2008) tiene la capacidad de incorporar tantos factores como aportes disciplinares sean necesarios, incluyendo diferentes subcampos o áreas de especialización disciplinar, dentro de la misma disciplina o por fuera de ellas (de entre diferentes disciplinas y/o escuelas de pensamiento).

Otra fuente común de conflicto entre visiones e ideas disciplinares es el conflicto que pudieran generar los conceptos disciplinares. En lo que respecta a los conceptos, Repko (2008) aconseja al interdisciplinario que haga dos cosas. En primer lugar, prestar mucha atención a la forma de integrar conceptos, ya que las disciplinas pudieran aplicar un sentido diferente a la hora de aplicar determinados conceptos disciplinares, incluso para describir ideas similares (p. 16).

Por ejemplo, la «eficiencia» tiene significados muy diferentes para los economistas, los biólogos y los politólogos. En segundo lugar, Repko (2008) señala que el investigador debe redefinir cuidadosamente los conceptos específicos para que sea más fácil aplicar dos o más perspectivas disciplinares al problema bajo estudio (pp. 16-17). Este paso es considerado esencial y preparatorio para crear un terreno común que se concentre en el estudio integral de la imagen en el ciberespacio. En este contexto, la creación de un terreno común entre conceptos disciplinares conflictivos puede lograrse fácilmente utilizando la técnica integradora de la redefinición.

La redefinición implicaría, de acuerdo con la propuesta realizada por Repko (2008), la modificación o redefinición de conceptos y supuestos utilizados por las disciplinas pertinentes para sacar un significado integral común. La redefinición puede revelar aspectos comunes en conceptos o supuestos que pudieran quedar ocultos por el lenguaje específico de cada núcleo disciplinar propuesto. ¿Cuándo se produce exactamente la integración mediante esta técnica? La integración se produce cuando se delimitan las ideas de cada teoría y método concreto, y se demuestra cómo, en asociación de visiones e ideas disciplinares distintas, ofrecen una mejor explicación que cualquiera de ellas por separado (Szostak, 2002, p. 115).

5. Conclusiones

En el presente estudio se han podido asentar algunas prácticas normativas y principios metodológicos prácticos que están consensuados al interior de la corriente de estudios interdisciplinares de EUA con el fin de generar, presentar y utilizar la perspectiva interdisciplinar como enfoque de investigación académico y científico. El estudio aclara la comprensión ontológica de la perspectiva interdisciplinar en tanto define las características fundamentales de los objetos que teoriza para su puesta en práctica a la hora de abordar la imagen en medios y redes sociales virtuales. Específicamente, para crear un terreno común de trabajo interdisciplinario y a partir de dos o más teorías, conceptos y visiones disciplinares mediante las cuales se pueden reconciliar e integrar las ideas en conflicto. La creación del terreno común en el estudio integral de la imagen implicaría sacar a la luz los puntos en común que subyacen a las ideas y

visiones conflictivas en la teoría tradicional de abordaje de la imagen, para posibilitar tanto la reconciliación como la integración del conocimiento.

Es decir, tal y como se ha discutido en el presente estudio, los objetos de la integración son los elementos que definen a las perspectivas disciplinares que expresan, a la vez, las distintas ideas disciplinares sobre la imagen en medios y redes sociales virtuales. En este sentido, el trabajo interdisciplinar pionero de Mansilla y Gardner (2003), proporciona un marco epistémico para evaluar el trabajo interdisciplinar sobre tres bases fundamentales: a) el modo en que el trabajo interdisciplinar se sitúa frente a lo que las y los investigadores saben y consideran defendible en las disciplinas implicadas (por ejemplo, la coherencia con múltiples antecedentes disciplinarios distintos); b) la forma en que el estudio otorga sentido y significado para mantenerse unido como un todo coherente (equilibrio al entretejer las perspectivas disciplinares), y c) el modo en que la integración hace avanzar los objetivos que las y los investigadores fijan para desarrollar sus actividades y sus métodos empleados (eficacia en el avance de la comprensión) (p. 5). Al cumplir estas bases, el estudio integral de la imagen en el ciberespacio habrá iluminado tanto el proceso de creación del terreno común como la integración de las ideas producidas por expertos disciplinarios en una sola visión que estaría limitada en el tiempo, el espacio, la comunicación y la cultura.

Referencias

- Assaker, G., O'Connor, P., & El-Haddad, R. (2020). Examining an Integrated Model of Green Image, Perceived Quality, Satisfaction, Trust, and Loyalty in Upscale Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(8), 934-955. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1751371>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Chintagunta, P., Gopinath, S., & Venkataraman, S. (2010). The Effects of Online User Reviews on Movie Box Office Performance: Accounting for Sequential Rollout and Aggregation across Local Markets. *Marketing Science*, 29(5), 944-957. En, <https://doi.org/10.1287/mksc.1100.0572>
- Craig, R. (2015). The Constitutive Metamodel: a 16-year Review. *Communication Theory*, 25(4), 356-374. <https://doi.org/10.1111/comt.12076>
- DataReportal (2021). *Digital 2021 July Global Statshot Full Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>
- Durham, M., & Kellner, D. (Eds.). (2012). *Media and Cultural Studies: Keywords* (2a ed.). John Wiley & Sons.
- Huber, M., Hutchings, P., & Gale, R. (2005). Integrative Learning for Liberal Education. *Peer Review*, 7(4), 4-7.
- Hogue, J. V., & Mills, J. S. (2019). The Effects of Active Social Media Engagement with Peers on Body Image in Young Women. *Body Image*, 28, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.002>
- Huang, J., Obracht-Prondzynska, H., Kamrowska-Zaluska, D., Sun, Y., & Li, L. (2021). The Image of the City on Social Media: a Comparative Study Using "Big Data" and "Small Data" Methods in the Tri-City Region in Poland. *Landscape and Urban Planning*, 206, 103977. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103977>
- Huber, M. T., Hutchings, P., & Gale, R. (2005). Integrative Learning for Liberal Education. *Peer Review*, 7/4, 4-7.
- Klein, J. T., & Newell, W. H. (1997). Advancing Interdisciplinary Studies. En J. G. Gaff, Ratcliff, & Associates (Eds.), *Handbook of the Undergraduate Curriculum: a Comprehensive Guide to Purposes, Structures, Practices, and Change* (pp. 393-415). Jossey-Bass.
- León Duarte, G. A. (2002). Teorías e investigación de la comunicación en América Latina. Situación actual. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 7-8, 19-47. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/9464/8241>
- León Duarte, G. A. (2015). *Transformaciones en el campo de estudios de la Comunicación en América Latina. Perspectivas epistemológicas y éticas en torno a la generación, la apropiación y la divulgación del conocimiento* [Conferencia magistral]. XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS 2015. Medellín, Colombia, 5-7 de octubre de 2015.
- León Duarte, G. A. (2019). Aportes teóricos a la investigación del campo periodístico. Sentidos y significados desde el Campo Intelectual Creador. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 42(3), 41-59. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201932>.
- León Duarte, G. A. (2021). Teorías de rango medio en comunicación: elementos constitutivos para un enfoque de comunicación como cultura. *MATRIZES*, 15(2), 95-118. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p95-118>
- León Duarte, G. A. (2022). La crítica esencialista en los estudios interdisciplinarios en EUA: Sobre el proceso de integración de un terreno común interdisciplinar. *Norteamérica, CISAN-UNAM*, 17(1), 23. <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2022.1>
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Anthropos Editorial.
- Li, Y., & Xie, Y. (2020). Is a Picture Worth a Thousand Words? An Empirical Study of Image Content and Social Media Engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(1), 1-19. <https://doi.org/10.1177/0022243719881113>

- Mansilla, V. B., & Gardner, H. (2003). Assessing Interdisciplinary Work at the Frontier: an Empirical Exploration of Symptoms of Quality. *Interdisciplinary Studies Project, Project Zero. Harvard Graduate School of Education publications*. http://www.interdisciplinarystudiespz.org/pdf/VBM-Gardner_AssessingSymptoms_2003.pdf
- Mayville, W. (1978). *Interdisciplinarity: The Mutable Paradigm*. The Association of American Colleges and Universities.
- Martin, R., Thomas, G., Charles, K., Epitropaki, O., & McNamara, R. (2005). The Role of Leader-member Exchanges in Mediating the Relationship between Locus of Control and Work Reactions. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 78*, 141–147. DOI:10.1348/096317904X23763
- National Academy of Sciences, National Academy of Engineering, & Institute of Medicine (2005). *Facilitating interdisciplinary research*. Department of Education.
- Newell, W. (2001). A Theory of Interdisciplinary Studies. *Issues in Integrative Studies, 19*, 1–25. <http://hdl.handle.net/10323/4378>
- Newell, W. H. (2007). Decision Making in Interdisciplinary Studies. En, G. Morçöl (Ed.). *Handbook of Decision Making* (pp. 245–264). Routledge.
- Pan, X., Rasouli, S., & Timmermans, H. (2021). Investigating Tourist Destination Choice: Effect of Destination Image from Social Network Members. *Tourism Management, 83*, 104217. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104217>
- Repko, A. (2008). *Interdisciplinary Research: Process and Theory*. Sage.
- Repko, A., Szostak, R. & Buchberger, M. (2019). *Introduction to Interdisciplinary Studies*. Sage Publications. <https://lcn.loc.gov/2016023303>
- Szostak, R. (2012). Toward a Classification of Relationships. *KO, Knowledge Organization, 39*(2), 83-94. doi.org/10.5771/0943-7444-2012-2-83
- Tan, C., Lee, L., & Pang, B. (2014). The Effect of Wording on Message Propagation: Topic-and Author-Controlled Natural Experiments on Twitter. *arXiv, 1405.1438*. Cornell University, <https://arxiv.org/abs/1405.1438v1>
- Vega, L., Mendez-Vazquez, A., & López-Cuevas, A. (2021). Probabilistic Reasoning System for Social Influence Analysis in Online Social Networks. *Social Network Analysis and Mining, 11*(1), 1-20. <https://doi.org/10.1007/s13278-020-00705-z>
- Welch, J. (2011). The Emergence of Interdisciplinarity from Epistemological Thought. *Issues in Integrative Studies, 29*(1),1-39. <http://hdl.handle.net/10323/4462>