

# Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación

*Raúl Eguizábal Maza*  
*Isidro Jiménez Gómez*  
(editores)



Biblioteca de Ciencias de la Comunicación

EDITORIAL  
**Tragua**

Raúl Eguizábal Maza

Isidro Jiménez Gómez

*(Editores)*

**Herramientas metodológicas  
para el estudio de la  
comunicación**

 EDITORIAL  
**fragua**  
MADRID MMXXI

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

Imagen de la cubierta: Isidro Jiménez Gómez

Título: Herramientas metodológicas para el estudio de la comunicación

© EDITORIAL FRAGUA

C/ Andrés Mellado, 64.  
28015-MADRID  
TEL. 915-491-806/ 915-442-297  
E-mail: [editorial@fragua.es](mailto:editorial@fragua.es)  
[www.fragua.es](http://www.fragua.es)

ISBN: 978-84-7074-906-3 (pdf)

# Índice

|  |     |
|--|-----|
| Prólogo. El objeto y el signo, por <i>Raúl Equizabal Maza</i> .....  | 5   |
| 1. Metodologías que cobran protagonismo en comunicación en tiempos de pandemias, por <i>Gema Bonales Daimiel</i> y <i>Eva Citlali Martínez Estrella</i> .....              | 9   |
| 2. Aplicación de la ciencia de datos al análisis semántico, por <i>Isabel Iniesta-Alemán</i> y <i>Ricardo Diego Pérez Calle</i> .....                                      | 25  |
| 3. Un método mixto y multidisciplinar para el estudio de los programas de entretenimiento y la televisión pública, por <i>Itziar Azpeitia Iruretagoiena</i> .....          | 39  |
| 4. Metodología para el estudio de la historia de la radio musical española, por <i>Luis Equizábal Jiménez</i> .....  | 54  |
| 5. La entrevista en profundidad en el estudio de la gestión de marca del Real Madrid en el mercado chino, por <i>Lyu Dongye</i> y <i>Hu Hua</i> .....                      | 66  |
| 6. Observación participante y enfoques emic/etic en la comunicación de la ciudadanía organizada, por <i>Rodrigo Fernández Miranda</i> y <i>Isidro Jiménez Gómez</i> .....  | 75  |
| 7. Metodología para el análisis del eWom visual en Instagram, por <i>Zayda Rodríguez Placencio</i> .....   | 91  |
| 8. Representatividad de mujeres directoras en el documental y en el cine-ensayo contemporáneo en España, por <i>Esther Pérez Nieto</i> .....                               | 111 |
| 9. Digitalización metodológica para el estudio de la comunicación en pueblos indígenas, por <i>Ángel Torres-Toukoumidis</i> y <i>Hernán Hermosa-Mantilla</i> .....         | 133 |
| 10. El método mixto para el análisis de microcelebridades de Instagram y la idealización corporal del adolescente mexicano, por <i>Paola Guadalupe Gracia Olivas</i> ..... | 148 |

## 6

# Observación participante y enfoques *emic/etic* en la comunicación de la ciudadanía organizada

**Rodrigo Fernández Miranda**

(Universidad Nacional de Tres de Febrero)

**Isidro Jiménez Gómez**

(Universidad Complutense de Madrid)

### 1. Introducción

Dentro de la diversidad de formas de aproximación cualitativa al estudio de los fenómenos comunicativos, la observación participante representa un instrumento metodológico que ofrece importantes potencialidades. En este caso, considerando algunas de las singularidades propias del campo, la investigación en la comunicación de la ciudadanía organizada puede ser un terreno fértil para la puesta en práctica de los enfoques *emic/etic* (Bueno, 1990). En la perspectiva *emic* se genera un contexto de interacción entre observador e informante, priorizando la explicación de los actores participantes. En la perspectiva *etic* se describe una determinada conducta o fenómeno desde la mirada del observador, priorizando la conducta observable.

A lo largo de este capítulo se va a indagar sobre distintos usos y perspectivas de la observación participante, la investigación primaria y los enfoques *emic/etic* en la investigación de fenómenos comunicativos. Posteriormente, se propone un análisis de las condiciones y singularidades en la puesta en práctica de estas estrategias e instrumentos metodológicos para la aproximación a la comunicación de los actores de la ciudadanía organizada, como los movimientos sociales, el Tercer Sector o la Economía Social y Solidaria.

Finalmente, el texto ofrece una reflexión sobre las potencialidades y las limitaciones de estas formas de abordaje cualitativo para el estudio de la comunicación de estos agentes, en los casos en los que las personas que están investigando forman también parte activa de los propios procesos estudiados.

### *2. La observación participante como herramienta metodológica*

A pesar de la utilización mayoritaria del paradigma cuantitativo y sus "métodos rígidos" (Della Porta y Keatings, 2013, p. 16) en la fase de justificación y validación del proceso de investigación, es necesario ponderar la contribución de la metodología cualitativa. Esta, por una parte, aporta herramientas a las fases "más creativas", como la búsqueda de las hipótesis a refutar, y por otra parte también posibilita acercamientos más innovadores y ambiciosos al objeto de estudio.

Aunque las ciencias exactas tradicionalmente han tenido un gran peso en el mundo científico y académico, buena parte de los fenómenos que se tiene la intención de estudiar no pueden ser cuantificados y explicados a partir de este enfoque. De este modo, la investigación de corte cualitativo representa un tipo de investigación imprescindible e insustituible.

En los últimos años, los métodos y prácticas en la investigación sobre comunicación se han ido diversificando, entre otras cosas porque el propio escenario comunicativo está en un proceso de cambio incesante. En este contexto, herramientas como la observación participante vienen a ofrecer vías alternativas y en muchos casos más productivas a la hora de acercarse al estudio de un objeto desde las ciencias de la comunicación.

## OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN LA COMUNICACIÓN DE LA CIUDADANÍA

La observación participante se entiende como una técnica de producción de datos a través de la cual el investigador o investigadora observa las prácticas que los agentes despliegan en sus “escenarios naturales”, o bien ciertas “situaciones ordinarias” que se encuentran naturalizadas, y sobre las cuales dichos actores no suelen prestar atención o reflexionar de manera sistemática. Por otro lado, la persona que investiga participa en el despliegue de dichas prácticas de maneras y en niveles diferentes (Jociles Rubio, 2018), que van desde la sola presencia hasta la intervención activa en su ejecución (Guber, 2001).

La observación participante permite abordar desde una perspectiva singular fenómenos poco conocidos. Asimismo, posibilita profundizar en ellos con el privilegio de la cercanía y el contacto directo entre sujeto y objeto que puede brindar la investigación primaria. Esta herramienta, además, ofrece una aproximación a los fenómenos estudiados con mayor detenimiento, y puede aportar explicaciones a cuestiones que resultan inexplicables de forma cuantitativa.

Desde sus primeros usos en la investigación en comunicación, la observación participante ha evidenciado una constante evolución e innovación. A partir de los años 80, investigadores próximos a la *Media Sociology* o sociología de las organizaciones de medios estudiaban el análisis de contenidos combinando la observación participante con otras técnicas cualitativas como las entrevistas en profundidad. A través de esta combinación se identificaban los condicionamientos, ya sean estos individuales, organizacionales o institucionales, en la producción de los mensajes (Lozano, 1994).

En la investigación de la comunicación de masas, la observación participante posibilitó indagar sobre los procesos de producción y recepción de los mensajes. En la investigación sobre las audiencias de medios y de las nuevas tecnologías de la comunicación, esta herramienta cualitativa ha enriquecido la aproximación etnográfica como método de la antropología. En estos casos, la observación participante daba la posibilidad de sortear limitaciones técnicas de otras investigaciones cualitativas sobre las audiencias aportando un informe más completo y justificado en torno a las

vidas familiares y las culturas estéticas y domésticas, así como del uso de las tecnologías en los hogares (Morley y Silverston, 1994).

También, esta herramienta ha sido desplegada en la investigación etnográfica de las redacciones de los medios periodísticos. En los años 70, Sigal (1973) realizó observación participante en diarios estadounidenses para indagar la actuación de los y las periodistas en cuanto a la información y sus fuentes. Poco más tarde, otros autores como Gans (1979), Golding y Eliot (1979) o Tuchman (1983) profundizaban la observación participante en las redacciones y lo ampliaban a los estudios de radio y televisión.

Los estudios y autores citados dan cuenta que la observación participante atesora una trayectoria de décadas en el estudio de una diversidad de objetos de la comunicación. Su principal aporte al estudio de la comunicación consiste en que el investigador trabaja en el propio terreno en el que se desarrolla cada objeto de estudio (Retegui, 2020); una observación “desde adentro”, aunque su carácter participativo posibilita que dicha observación no sea realizada en un carácter de simple espectador (Guber, 2008).

### *3. La investigación primaria y los enfoques emic/etic*

Las fuentes de información son los materiales y documentos que contienen información útil para llevar a cabo una investigación. Las fuentes primarias ofrecen información de primera mano, normalmente contemporánea al fenómeno estudiado y producida por alguien que lo experimentó o lo presencié. Tradicionalmente, estos recursos primarios podrían ser cartas, memorias, revistas, discursos, manuscritos, entrevistas u otros objetos o documentos de este tipo. No obstante, es importante considerar que la investigación primaria va más allá de los propios recursos utilizados.

El uso de fuentes primarias también evidencia el grado de proximidad, contacto e interacción entre el sujeto investigador y el fenómeno estudiado. De hecho, sería preciso hablar no sólo de fuentes primarias de investigación, sino de investigación primaria porque se trata de una forma

específica (cercana, original y de primera mano) de abordar y enfrentarse al estudio de un objeto.

El propio proceso investigador ofrece oportunidades para aportar fuentes de información primaria a una investigación, en ocasiones porque es posible hallar materiales y recursos originales previamente desconocidos, en otros casos por la propia interacción con personas que ofrecen información de interés y que no había sido prevista inicialmente por el sujeto investigador. Una de las dimensiones esenciales de la innovación en la investigación es, justamente, saber aprovechar las oportunidades que van surgiendo durante el proceso investigador para afinar las herramientas, enriquecer la forma de abordaje y, de esta manera, acercarse mejor al problema estudiado.

En ese sentido, un campo donde tradicionalmente existen posibilidades de innovación es la investigación primaria, es decir, la que accede y analiza directamente los fenómenos a estudiar o la que se basa en materiales y documentos contemporáneos al fenómeno estudiado. La constante evolución de estas fuentes primarias demanda nuevas herramientas para la investigación, por lo que el investigador tiene el reto de adaptar los métodos que conoce a estos nuevos objetos de estudio y los materiales para poder comprenderlo.

De este modo, la observación participante aporta un acercamiento innovador en su planteamiento radical de la fuente primaria: quienes investigan no sólo buscan generar y recopilar recursos cercanos, originales y de primera mano, sino que apuestan por conectar del todo los roles de investigador y fenómeno estudiado, adoptando el denominado enfoque *emic* que tantos logros ha generado en el campo de la antropología y la sociología.

La distinción entre los enfoques *emic* y *etic*, introducida originariamente en Lingüística por Kenneth Lee Pike (1967), permite hablar de un acercamiento radical donde el investigador ve necesario experimentar las acciones y demás circunstancias que estudia. Pike estudiaba sin intérprete el idioma de los indios mixtekas y se dio cuenta de que podía transcribir su habla en alfabeto fonético o por grabación, sin entender su significado, aunque con posibilidad de que la grabación o la transcripción fuera entendida por terceros conocedores de la lengua mixteka; llamó *etic* (de fon-

ética) a las transcripciones de ese idioma; la traducción de su significado fonético a frases en inglés (o en castellano, etc.) con significado implicaba adoptar la misma perspectiva de los nativos o “agentes” del habla, perspectiva a la que llamó *emic* (de fon-émica).

Esta distinción se generalizó a otros campos, como la antropología, etnología, psicología, moral, sociología, política, derecho procesal, historia, entre otros. La perspectiva *emic* describe los hechos desde el punto de vista de sus agentes; la perspectiva *etic* describe los hechos desde el punto de vista del observador (Bueno, 1990). En este sentido, la relación *emic/etic* visibiliza otra vertiente del problema del objetivismo y el subjetivismo en la construcción del conocimiento en las ciencias sociales (Schaffhauser, 2010).

Volviendo a la observación participante, el investigador adoptará una perspectiva *emic* en cuanto a que se constituye como un agente activo que experimenta de primera mano los fenómenos estudiados. Sin embargo, asumirá la perspectiva *etic* para reconstruir esa experiencia y convertirla, traducida según patrones establecidos, en conocimiento académico. Este paso radical entre los enfoques *emic* y *etic* es probablemente la representación más sincera y honesta del sujeto operatorio, modelo del investigador en las ciencias humanas (Bueno, 1995).

#### 4. *El estatuto epistemológico del observador participante*

Los métodos y las herramientas utilizadas para investigar cuentan con el dinamismo propio de cada ciencia, de forma que pueden ser reconstruidos y funcionar en los distintos territorios del conocimiento al que se aplican. De hecho, el papel del sujeto investigador a la hora de adaptar o innovar resulta especialmente importante en el campo de las ciencias de la comunicación, al menos por dos motivos fundamentales. En primer lugar, por la responsabilidad que recae en el investigador como sujeto operatorio en las ciencias sociales (Bueno, 1995). Segundo, por el dinamismo intrínseco del área de la comunicación, una actividad social que se encuentra en continuo cambio y profundamente atravesada por la tecnología.

Así, las ciencias de la información o la comunicación son disciplinas donde el objeto epistemológico es el ser humano en cuanto parte esencial de

la producción comunicativa. Gustavo Bueno explica, a partir de su teoría del cierre categorial, que las ciencias humanas, en tanto parten de campos de fenómenos humanos (y, en general, etológicos), comenzarán necesariamente por medio de construcciones llamadas *β-operatorias*, frente a las construcciones *α-operatorias*, que son los "procedimientos de la construcción científica en virtud de los cuales son eliminadas o neutralizadas las operaciones iniciales a fin de llevar a cabo conexiones entre sus términos al margen de los nexos operatorios (apotéticos) originarios" (Bueno, 1995).

Es decir, que las ciencias humanas, como es el caso de las ciencias de la comunicación, dependientes gnoseológicamente de las operaciones llevadas a cabo por los sujetos (sujetos gnoseológicos) que intervienen en esa disciplina, son "sistemas internamente antinómicos e inestables, en oscilación perpetua, [...] en cuanto a los fundamentos mismos de su cientificidad" (Bueno, 1995). La debilidad de una ciencia que dependiera excesivamente de la escala temporal en la que actúan los sujetos gnoseológicos es palpable en este contraejemplo histórico que aporta el propio Bueno:

Las diversas trayectorias elípticas del cometa visto en 1682 y que Halley, aplicando en 1705 la teoría de la gravitación de Newton, predijo que volvería a aparecer 76 años más tarde, constituye un contenido de la Astronomía que ningún astrónomo individual, ni los astrónomos de una generación, podrían haber establecido. Es necesaria la "comunicación interpersonal", a través de las generaciones, para llegar a la conclusión de que el cometa Halley de 1682 es el mismo que había sido visto por los astrólogos chinos en el 613 antes de Cristo, o el que se observó en 1910 o en 1986. (Bueno, 1995)

Así, la capacidad del sujeto gnoseológico para realizar operaciones internas, en el contexto que posibilita la propia disciplina académica, pasa a ser un elemento clave del desarrollo de la ciencia, como explica Hidalgo (2009). La actividad del científico no consiste sólo en la composición de teorías, sino también en la manipulación de hechos y realidades, pues no es posible construir teorías ni nuevos enunciados científicos al margen de la producción de realidades materiales. De esta forma se enfatiza estructural-

mente el aspecto operatorio de las ciencias, pues estas no se conforman con el "análisis" o la "explicación" de los términos de su campo, sino que establecen relaciones entre ellos y efectúan operaciones, que reconducen internamente, de forma necesaria y no gratuita, a otros términos del mismo (Hidalgo, 2009).

Las implicaciones de este estatuto operatorio de la cientificidad son importantes en diversas direcciones. Por ejemplo, en el caso de las ciencias de la comunicación, ha ido teniendo sentido no sólo la gestión reglada de la producción científica más valorada institucionalmente, los artículos académicos, sino también los cada vez más necesarios corpus muestrales del campo comunicativo, muestras representativas que recopilan la producción comunicativa de diferentes medios y formatos. Por ejemplo, noticias en prensa, publicidad en televisión, mensajes de Twitter, etcétera. Si bien el acceso en una facultad de comunicación a los periódicos y revistas, por ejemplo a través de su servicio de hemeroteca, es un primer estadio en ese proceso, la construcción de corpus muestrales en el campo comunicativo habla de otro grado de madurez científica al que se puede y debe aspirar. Dada la dificultad que encuentran los estudiantes de doctorado y los investigadores menos experimentados a la hora de elaborar muestreos representativos, este tipo de recursos de investigación, internos a la disciplina, permiten una mayor profundización teórica y un mayor desarrollo científico.

Además, el estatuto científico de las ciencias de la comunicación también es una gran oportunidad para los investigadores y las investigadoras de esta área del conocimiento, ya que pueden aportar innovaciones necesarias para el avance de dicha ciencia y, de hecho, tendrán que hacerlo para poder explicar los incesantes cambios que se producen en el ámbito de la comunicación. Sin ir más lejos, la observación participante nos ofrece un acercamiento dinámico, construcción dialéctica constante de las perspectivas *emic* y *etic*, modelo puro de la investigación primaria, cercana y viva.

*5. La observación participante aplicada a la comunicación de la ciudadanía organizada*

Un espacio que puede ser fértil y de sumo interés para la puesta en práctica de la observación participante en la investigación es el de la comunicación que realizan los actores de la ciudadanía organizada, como los movimientos sociales, las entidades del Tercer Sector o de la Economía Social y Solidaria.

5.1. Importancia y limitaciones de la comunicación de los actores de la ciudadanía organizada

Las prácticas de este tipo de entidades y colectivos están atravesadas necesariamente por una dimensión comunicativa y cultural. Este tipo de experiencias actúan como grupos de presión o como agentes de sensibilización y transformación social. De tal forma, la difusión de su trabajo, la visibilización de sus posicionamientos y su agenda, o la construcción de vínculos con determinados sectores sociales terminan siendo objetivos centrales de estos agentes. Este tipo de comunicación puede tener distintas orientaciones, la información o educación, sensibilización o concienciación, y puede ofrecer contenidos problematizadores o bien propositivos (Fernández Miranda, 2019).

Uno de los principales objetivos comunicativos de los agentes de la ciudadanía organizada es mostrar problemáticas sociales y ambientales que tienen poca o nula presencia en la agenda pública, gubernamental y mediática (Jiménez-Gómez y Martín-Sosa, 2021). Los movimientos sociales, el Tercer Sector y la Economía Social y Solidaria también pretenden visibilizar y poner en valor determinadas prácticas colectivas por entenderlas como socialmente transformadoras.

Las capacidades comunicativas de los actores de la ciudadanía organizada, en última instancia, son las que definen los horizontes de transformación social que pueden alcanzar estos agentes. En otros términos, la eficacia política y la incidencia cultural de los agentes a través de los cuales los y las ciudadanas se organizan y participan está condicionada por su eficacia comunicativa (Nos Aldás, 2019).

Sin embargo, a pesar de la relevancia de la comunicación para la consecución de sus objetivos, estas entidades y grupos despliegan sus prácticas comunicativas en el marco de un escenario mediático complejo y con una diversidad importante de limitaciones. En muchos casos se carece de personas, de recursos materiales, técnicos o económicos, o de capacidades instaladas para la comunicación; en otros casos, faltan estrategias sólidas o la valorización de la comunicación como una función estratégica de estos actores (Jiménez-Gómez y Olcina-Alvarado, 2017).

Una primera limitación en el impacto de la comunicación de los actores de la ciudadanía organizada se produce en sus posibilidades para la captación de la atención de los públicos. Thrall, Stecula y Sweet (2014) explican las dificultades con las que se encuentran este tipo de organizaciones para hacerse un hueco en la atención de la mayoría de los espectadores potenciales.

Las sociedades contemporáneas representan un complejo entramado de redes, grupos de personas e instituciones diversas, sin cuyo previo conocimiento la comunicación se resiente (Jiménez-Gómez y Olcina-Alvarado, 2017). La pretensión de alcanzar a “la gente”, a un público genérico, monolítico u homogéneo no solo hace difusas las posibilidades de interacción, sino que también tiende a confundir los objetivos comunicativos de estos agentes.

Por otra parte, la indefinición de los públicos a los que se quiere llegar suele derivar en problemáticas que impactan en otros pasos o instancias de los procesos comunicativos de estos agentes. Informar, educar, concienciar, poner en agenda o provocar son fines distintos, y exigen modelos de actuación que no siempre pueden o deben coexistir en una misma campaña o acción comunicativa.

En este sentido, los agentes de la ciudadanía organizada tienen el reto de observar y deconstruir a sus públicos potenciales, identificar un conjunto de reglas o parámetros que posibiliten comprender y atender de manera diferenciada a las especificidades; esto es, segmentar los públicos a los que se dirige y adaptar las prácticas comunicativas en cada caso. Los procesos de segmentación también posibilitan dirigir la comunicación planificada para interpelar a grupos sociales que se encuentran más alejados

y que cuentan con menor información y receptividad hacia los discursos de los movimientos sociales o las experiencias de la ESS (Fernández Miranda, 2017).

Además, esta mirada comunicativa evita la difusión ocasional y endogámica. En muchos casos, estos actores de la ciudadanía organizada suelen concebir a la comunicación como un último paso, limitándose a la difusión del trabajo una vez este ha sido realizado. En lugar de responder a una estrategia, se activan acciones comunicativas en momentos puntuales. Como resultado de todo lo anterior, la comunicación no es capaz de superar las primeras *capas de la cebolla* e incidir en los públicos menos habituales. Para evitar estos problemas es necesario integrar la comunicación en todo el proceso de trabajo, desde el primer momento y de forma estratégica (Jiménez-Gómez y Olcina-Alvarado, 2017).

Teniendo en cuenta la anterior caracterización de la comunicación de los actores de la ciudadanía organizada, los investigadores e investigadoras del ámbito de la comunicación pueden aportar una perspectiva estratégica clave a la hora de enfocar el trabajo de las organizaciones o colectivos en los que participan.

### 5.2. Observación participante en la comunicación de la ciudadanía organizada

Como se destacaba al inicio del capítulo, la observación participante representa una herramienta que puede ofrecer perspectivas novedosas en la investigación de fenómenos comunicativos. Como disparador se plantea la siguiente pregunta: ¿qué usos y potencialidades puede brindar este instrumento en el estudio de las prácticas comunicativas de los actores de la ciudadanía organizada?

En muchos casos, las personas que investigan la comunicación también son parte activa de procesos colectivos a través de los cuales determinados sectores de la ciudadanía se organizan para la consecución de objetivos comunes. En estos casos, los y las investigadoras pueden asumir un doble papel y una perspectiva dual de aproximación al objeto de estudio, en cuanto investigadores y también militantes o activistas de dichos procesos.

De este modo, desde su rol de integrante de los procesos colectivos, aplican una perspectiva *emic* para potenciar los objetivos de transformación social y la identificación con el grupo. Pero también, desde su rol de investigador de dichos procesos, pueden adoptar una perspectiva *etic* cuando es necesario analizar de forma rigurosa las prácticas y guiar estratégicamente los pasos de la comunicación. En este sentido, la observación participante puede ser una de las herramientas metodológicas con mayores potencialidades para el estudio de los actores de la ciudadanía organizada en este rol dual.

Su vinculación, familiarización, socialización y pertenencia a estas entidades o colectivos socio-solidarios posibilita construir una perspectiva singular para la investigación de sus prácticas comunicativas. Como punto de partida, el sujeto que investiga está inmerso en el ambiente natural en el que se despliegan las prácticas colectivas de los agentes desde antes de iniciar el proceso de investigación.

De esta manera, en el momento de aproximarse a este tipo de fenómenos comunicativos, los y las investigadores que son parte de agentes de la ciudadanía organizada tienen una legitimidad desde el inicio; cuentan con un conocimiento previo sobre las prácticas, los informantes, los procesos, los discursos o los sentidos compartidos en relación a su comunicación. Esto da lugar a una singularidad, que también puede constituirse como una fuente de riqueza: la posibilidad de investigar desde adentro la perspectiva de los actores sobre la comunicación, siendo parte integrante de estos.

Justamente, esta circunstancia permite afrontar uno de los retos centrales con el que se encuentran los y las investigadoras para la producción de datos a través de la observación participante: la socialización. La posibilidad de adentrarse en las situaciones ordinarias de los objetos estudiados, de lograr el reconocimiento y la legitimación por parte de los actores estudiados representa una dificultad siempre presente en esta forma de observación.

Ahora bien, este conocimiento previo que el sujeto investigador tiene del objeto a estudiar también puede poner en riesgo el necesario rigor en su abordaje y la veracidad de sus resultados. ¿De qué manera pueden

coexistir la investigación con la militancia sin resignar la rigurosidad? ¿Cómo sería posible potenciar una perspectiva desde adentro con otra desde afuera de los fenómenos a través de la observación participante?

Como punto de partida, un diseño metodológico sólido, una estrategia investigativa coherente y un instrumental de recolección diversificado y articulado serán condiciones necesarias para que los y las investigadoras puedan aproximarse al estudio de la comunicación de los espacios colectivos de los que son parte. De este modo, la combinación de las perspectivas interna y externa, la relación equilibrada entre la objetividad y la subjetividad en el proceso de investigación estarán determinados por la robustez de la metodología, la estrategia y las técnicas con las que se pretende aproximarse a dicho objeto.

En suma, la observación participante representa un instrumento de investigación idóneo para la investigación de la comunicación de los actores de la ciudadanía organizada. Especialmente cuando la investigación convive con la militancia en este tipo de espacios, el investigador o investigadora es previamente miembro de dicho grupo observado y conocedor de sus prácticas, procesos y significaciones.

Sin embargo, el principal riesgo de esta forma de abordaje de la comunicación estará determinado por las posibilidades efectivas de tomar distancia (perspectiva *etic*) desde la cercanía (perspectiva *emic*), de desapegarse de un objeto al que se encuentra ligado, de mirar con objetividad procesos en los que está personalmente involucrado el investigador-militante.

Por ello, la respuesta deberá ser metodológica: una clave que definirá el rigor del proceso y la solvencia de los resultados de la investigación consiste precisamente en la construcción de una metodología que permita la aproximación rigurosa al objeto, observar de manera sistemática desde adentro un grupo con el que se encuentra socializado, sin perder la perspectiva externa y objetiva que es imprescindible en toda investigación.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bueno, G. (1990). *Nosotros y ellos: ensayo de reconstrucción de la distinción emic/etic de Pike*. Pentalfa Ediciones.
- Bueno, G. (1995): *¿Qué es la ciencia? La respuesta de la teoría del cierre categorial*. Ciencia y Filosofía. Pentalfa.  
<http://www.filosofia.org/aut/gbm/1995qc.htm>
- Cortés, J. D. (2016). De la separación de la independencia a la separación de las potestades, 1825-1853. En *La batalla de los siglos: Estado, Iglesia y religión en el siglo XIX. De la Independencia a la Regeneración* (pp. 115-224). Universidad Nacional de Colombia.
- Dios, A., y Margiolakis, E. (2020). *Experiencias contraculturales en Argentina y Bolivia: conexiones dispersas en contextos de opresión. Intersecciones en Comunicación*. UNICEN.
- Fernández Miranda, R. (2017). Organizaciones, ciudadanía, Estado y consumo. Otro modelo de consumo: reflexiones y líneas de acción de la Economía Social y Solidaria en un marco neoliberal. En Caracciolo, M. (coord.) *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas*. CEUR Conicet.
- Fernández Miranda, R. (2019). Aproximaciones a una metodología cooperativa para el bien común. Diseño e implementación de una metodología cooperativa de las Mesas de la Economía Social al desarrollo local sostenible. En R. Eguizábal Maza y I. Jiménez-Gómez (eds.) *Métodos y prácticas en el estudio de la comunicación*, (pp. 99-126). Fragua.
- Gans, H. (1979). *Deciding What's news. A study of CBS evening news, NBC night news, Newsweek and time*. Panteón Books.
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Norma.
- Guber, R. (2008). Antropólogos-ciudadanos (y comprometidos) en la Argentina. Las dos caras de la antropología social en 1960-70. *Journal of the World Anthropology Network-Red de Antropologías del Mundo*, 3.
- Golding, P., y Elliott, P. (1979). *Making the News*. Longman.
- Hidalgo, A. (2009). Cierre categorial. *Diccionario crítico de las ciencias sociales*, Tomos 1-4, Madrid - México, Plaza y Valdés.

## OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN LA COMUNICACIÓN DE LA CIUDADANÍA

- Jiménez-Gómez, I., y Olcina-Alvarado, M. (2017). *Manual de comunicación para la ciudadanía organizada*. Libros en Acción.
- Jiménez-Gómez, I., y Martín-Sosa, S. (2021). Cobertura en la prensa europea de la adaptación de las ciudades a las olas de calor y al cambio climático. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 45-63.
- Jociles Rubio, M. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Colombiana de Antropología*, 54 (1), 121-150.
- Lozano, J. (1994). Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales. En C. Cervantes Barba y E. Sánchez Ruiz (coords.). *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. Universidad de Guadalajara.
- Morley, D., y Silverston, R. (1994). Comunicación y contexto. Perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios. Versión n° 4. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco.
- Nos Aldás, E. (2019). *Comunicación transgresora de cambio social*. Col·leccio Sapientia, n° 158. Universitat Jaume I.
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2019, 16 de octubre). Comunicado oficial de la Oficina Regional para el Sur de América Latina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados [comunicado de prensa]. <http://bit.ly/338ulBZ>
- Pike, K. L. (1967). *Language in relation to a unified theory of structure of human behavior*. The HagueMouton.
- Retegui, L. (2020). La observación participante en una redacción. Un caso de estudio. *La Trama de la Comunicación*, 24(2). Universidad Nacional de Rosario.
- Rodríguez, M. (2020, 27 de junio). Joseph Schumpeter, el hombre que predijo el fin del capitalismo y que es clave para entender la economía de hoy. *BBC Mundo*. <https://bbc.in/3isGkCj>
- Sigal, L. (1973). *Reporters and Officials. The Organization and Politics of Newsmaking*. Heath and Company.

## HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN

- Schaffhauser, P. (2010). Aurora González Echeverría. La dicotomía emic-etic. Historia de una confusión. *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, (31), 121.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Gustavo Gili.