

# La construcción de la *antropología de la comunicación*: hacia una propuesta teórico metodológica

Miriam Herrera-Aguilar\*

Recepción: 10 de marzo de 2014

Aceptación: 6 de agosto de 2014

---

\*Universidad Autónoma de Querétaro, México.

Correo electrónico: miriam\_herrera@yahoo.com

Se agradecen los comentarios de los árbitros de la revista.

**Resumen.** Las ciencias de la comunicación tienen como objeto de estudio la comunicación misma en un sentido amplio e interdisciplinar, lo cual ha permitido proyectar la *antropología de la comunicación* desde hace ya varias décadas como una posibilidad teórico metodológica para el trabajo académico en tal campo. Se indaga sobre la pertinencia de seguir construyendo esta propuesta que teóricamente trata de comprender el mundo comunicacional en su dimensión antropológica, al tiempo que en la metodología ofrece elementos para hacer investigación desde una perspectiva cualitativa. Debido a que tal proyecto hace coincidir hoy en día el interés y las aportaciones provenientes de distintas latitudes, se sustenta su pertinencia y la posibilidad de enriquecerlo.

**Palabras clave:** comunicación, antropología, cultura, teoría, investigación cualitativa.

## **The Construction of the *Anthropology of Communication*: Towards a Theoretical and Methodological Proposal**

**Abstract.** This paper assumes that communication sciences examine the communication itself in a large and interdisciplinary way. In this sense, during several decades, researchers have been projecting the *Anthropology of Communication* like a theoretical and methodological proposal for the academic work in Communication. The objective here is to set the relevance of keeping up this proposal: it tries, as a theory, to understand the communication world in its anthropological dimension and, at the same time, as a method, to offer elements to investigate from a qualitative perspective. In conclusion, since this project nowadays involves the interest and contributions of researchers from different latitudes, its relevance and the possibility of keeping it up are supported in this work.

**Key words:** communication, anthropology, culture, theory, qualitative research.

## Introducción

Este trabajo parte de que las ciencias de la comunicación tienen como objeto de estudio la comunicación misma en un sentido amplio e interdisciplinar. Se sostiene que este campo moviliza y congrega diversas disciplinas como la biología, la filosofía, la economía, el derecho, la ciencia política, la historia, la psicología, la lingüística, la geografía, la sociología y la antropología, entre otras (Winkin, 2000; 2013;

Mattelart, 2010; Wolton, 2012; Martín-Barbero, 2012). Precisamente, la relación entre la comunicación y la antropología permite exponer esta reflexión teórico metodológica.

En primera instancia, la irrevocable dimensión antropológica de la comunicación lleva a definirla como el quehacer que pone al individuo en relación consigo mismo, con los otros y con su contexto, cultural y social, inmediato y mediato. Si bien este contexto incluye espacios de diversa índole, así como de los medios de comunicación masiva y las tecnologías digitales

de la información y de la comunicación, lo que se ubica en el corazón del proceso de producción social de sentido es la comunicación humana y su multiplicidad de códigos.

En el mismo marco, la noción de cultura que sostiene estas reflexiones proviene de Ward Goodenough: “todo lo que hay que saber o creer para comportarse de manera aceptable entre sus miembros” (1957, citado en Winkin, 1996: 138), misma que encuentra eco en Clifford Geertz (2006 [1973]), quien considera que, más que una construcción simbólica, ésta es una compleja articulación de redes simbólicas.

También se revela pertinente incluir la cultura material, la de los objetos, precisión señalada por Julio Amador Bech (2008), Lluís Duch y Albert Chillón (2012), en concordancia con Bronislaw Malinowski (1981). Tales propuestas se encaminarían a lo que Jesús Martín-Barbero (2012: 80) demanda: “un concepto de cultura que nos permita pensar los nuevos procesos de socialización”.

Aunado a lo anterior, los elementos teórico metodológicos que interrelacionan estas disciplinas han permitido concebir desde hace ya varias décadas una *antropología de la comunicación*, proyecto en construcción que se concreta como el eje conductor. Así, a partir de las propuestas de la escuela norteamericana de mediados del siglo pasado, de las relativamente recientes proposiciones europeas, así como de diferentes aportaciones del pensamiento latinoamericano que se ubican en esta línea de trabajo, se plantea indagar sobre la pertinencia de continuar tal construcción desde las ciencias de la comunicación.

Como primer paso, resulta pertinente tomar postura respecto a las nociones eje presentes: etnología, antropología, etnografía y comunicación. Estas precisiones son seguidas por la exposición de las diferentes propuestas que coinciden en la conformación de la antropología de la comunicación. El proyecto conlleva la aceptación de una etnografía de la comunicación, de la que se discuten algunos elementos prácticos.

## 1. Entre la antropología y la comunicación

En primer lugar, deviene necesario precisar en qué sentido son retomados los términos etnología, antropología, etnografía y comunicación. Lo anterior no pretende establecer cánones sino simplemente tomar una postura respecto a estos conceptos con el fin de utilizarlos de manera coherente en este texto.

### 1. 1. Etnología, antropología, etnografía

La etnología, señalan Philippe Laburthe-Tolra y Jean Pierre Warnier (1998: 14), es definida, desde una visión evolucionista común al siglo XIX:

“como el conocimiento científico del *otro*, del ‘salvaje’, del ‘primitivo’, del no civilizado”. Por su parte, Yves Winkin (1996: 104) observa que en esta época el que se hace llamar etnólogo permanece en su morada; desde su oficina en la universidad, instituto o museo, elabora cuestionarios etnográficos para los viajeros o misioneros que parten a África o a Asia; les pide responder a las preguntas formuladas y les solicita comprar, o incluso robar, todo lo que encuentren: cualquier objeto sirve para llenar las vitrinas de los museos de la etnografía”. Estos “antropólogos de gabinete” (Duch y Chillón, 2012).

Determinan, en gran medida, un contexto de “carácter colonial” en el campo. Desde esta perspectiva, pareciera entonces que la etnología tiende a desaparecer junto con las últimas etnias que, cada vez menos, se mantienen a salvo de la civilización (Laburthe-Tolra y Warnier, 1998); pero, ¿necesariamente la etnología depende de las llamadas sociedades tradicionales?

Una aproximación a este cuestionamiento la ofrece Yves Winkin (1996), quien identifica tres revoluciones en el desarrollo del campo de estudio del hombre y de los pueblos. La primera revolución sucede entre 1914 y 1920, cuando Bronislaw Malinowski decide partir él mismo a hacer su trabajo de campo al tiempo que afirma: “cada quien su oficio; los misioneros cumplen con su trabajo y yo, por mi parte, cumpliré con el mío; iré yo mismo a recolectar los datos que me interesan” (citado en Winkin, 1996: 104). Así, “el antropólogo partirá a su campo de trabajo y permanecerá ahí durante largas temporadas; además, dejará de considerar a quienes observa como ‘gentiles animales exóticos’ y los verá como personas dignas de respeto cuya vida social hay que tratar de reconstituir a través de la observación, a veces, participante” (Winkin, 1996: 104).

Más tarde, la segunda revolución tendrá lugar entre las dos guerras mundiales. En este periodo surgen los primeros estudios urbanos de la Escuela de Chicago, fundamentados en un principio simple pero significativo: “la ciudad es un laboratorio natural” (Winkin, 1996: 104). Las investigaciones de la Escuela de Chicago se desarrollan desde una perspectiva microsociológica y, al mismo tiempo, antropológica.

La tercera revolución se produce en los cincuenta del siglo XX. En este momento, escribe Yves Winkin, “los antropólogos *endotiques*, respecto de los *exotiques*, se liberarán poco a poco de la tendencia a hacer investigaciones sobre los pobres, los marginados y los dominados; por ejemplo, los indígenas, los campesinos, los vagabundos, etc.” (1996: 105). Finalmente, agrega Jesús Martín-Barbero (2012), los antropólogos asumen que las “otras” culturas no son inferiores sino simplemente diferentes.

En esta línea, la etnología designaría el estudio científico de las sociedades otras y la antropología el análisis de los rasgos sociales y culturales de la humanidad en su conjunto. La marcada tendencia evolucionista de tal distinción permite concebirla como “arcaica”. La etnología es actual, precisan Laburthe-Tolra y Jean Pierre Warnier (1998). De ahí, se propone otorgarle el rol de “hermana mayor” de la antropología; de esta manera, las dos disciplinas son vistas tomadas de la mano en su trayectoria epistemológica, incluso sus características etimológicas no permitirían separarlas; el prefijo *etno* (del griego: pueblo) designa a la primera como el estudio de los pueblos y el prefijo *antropo* (del griego; hombre) a la segunda como “la ciencia que estudia al hombre en sociedad”. ¿Cómo identificar el límite entre ambas? ¿Cómo acercarse teórica y metodológicamente al *antropo* sin el *etno* y viceversa?

La alternativa puede estar en lo que Laburthe-Tolra y Jean Pierre Warnier (1998: 13-15) denominan una etnoantropología interesada en “estudiar las sociedades llamadas modernas, no en sus aspectos más exóticos o marginales, sino en sus prácticas políticas y económicas, en sus creencias, en la producción de objetos sociotécnicos [...] para el análisis de las sociedades tanto de hoy como del pasado”. Tal propuesta resulta pertinente en su carácter integrador: entiende a la etnología inseparable de la antropología; no obstante, por razones de economía, una u otra expresión son utilizadas indistintamente en este trabajo y la segunda se privilegia respecto de la primera dado el tema aquí tratado: la antropología de la comunicación.

En este contexto, las precisiones que François Laplantine (2005 [1996]: 7) hace sobre la antropología permiten englobar las reflexiones anteriores:

La especificidad de la antropología no está ligada a la naturaleza de las sociedades que estudia (sociedades tradicionales frente sociedades llamadas modernas), a determinados objetos (como la religión, la economía, la política o la ciudad) ni a las teorías que utiliza (sea marxismo, estructuralismo, funcionalismo o interaccionismo), sino a un proyecto: el estudio del hombre en su totalidad, es decir, el hombre en todas las sociedades, latitudes y épocas, así como en todos sus estados. Por consiguiente, este proyecto es inseparable de un método: no se trata de una reflexión abstracta y especulativa sobre el hombre en general, sino de la observación directa de sus comportamientos sociales específicos a partir de una relación humana, de la búsqueda de una familiaridad con esos grupos, construida a través de compartir su existencia.

De esta manera, la antropología es comprendida aquí como teoría y práctica, ampliamente pertinente en el quehacer de la comunicación como campo de conocimiento. En tal

*praxis*, la etnografía se concreta como la sistematización del quehacer etnológico o antropológico, como su “instrumento básico” (Galindo Cáceres, 2008: 119).

La etnografía, definida de manera general como la:

“descripción de una cultura” (Harris, 1988 [1968]: 14), es además una disciplina científica y al mismo tiempo un arte (Winkin, 1996). En primer lugar, este quehacer consiste en saber ver. En segundo, exige saber estar con los otros y consigo mismo a la vez, en ese momento en que el investigador se encuentra en el campo de trabajo. En tercero, la etnografía exige una interpretación de los datos recolectados para que puedan ser leídos por terceros; por lo tanto, es necesario saber escribir. “Arte de ver, arte de estar, arte de escribir, son las tres competencias exigidas por la etnografía” (Winkin, 1996: 106).

Esta consideración coincide con François Laplantine cuando apunta que la capacidad de observación y de implicación que se espera de un etnólogo tiene que ver no sólo con el hecho de ver y de comprender lo que ve, sino de darlo a conocer con palabras y con nombres; para este autor, “la etnografía es la organización textual de lo visible y una de sus funciones principales es luchar contra el olvido” (2005 [1996]: 27). El quehacer etnográfico es, pues, la objetivación de la subjetividad, agrega Luis Jesús Galindo Cáceres (1997).

Así pues, fijarse el objetivo de trabajar etnográficamente es, antes que nada, obligarse a ir al terreno de estudio, ver qué sucede en éste, “rozarse” con la gente y hablar con ella. Este roce con los actores observados debe permitir impregnarse de su cultura. La etnografía, resume Winkin, es “observar, compartir, escribir” (1996: 207-208).

Para completar esta idea, François Laplantine (2005 [1996]: 20) define el trabajo de campo en el terreno de estudio:

La etnografía es, en primera instancia, la experiencia física de una inmersión total; consiste en una verdadera aculturación invertida en la que, lejos de comprender una sociedad sólo en sus manifestaciones externas, ésta debe interiorizarse con todo y los significados que los individuos mismos atribuyen a sus propios comportamientos.

Así, para terminar la confrontación de los términos etnología, antropología y etnografía, François Laplantine (2005 [1996]: 28) concluye: la descripción etnográfica es la realidad social misma aprehendida a partir de la observación, pero una realidad social convertida en lenguaje e inscrita en una red de intertextualidad. La etnología y *a fortiori* la antropología mantienen necesariamente una relación con “lo ya dicho” y “lo ya escrito”.

## 1. 2. La noción de comunicación y la posibilidad de una antropología ad hoc

Ahora bien, a partir de la concepción de la antropología como ligada al estudio del hombre en su totalidad, en todas las sociedades, las latitudes y las épocas (Laplantine, 2005 [1996]), se considera pertinente continuar la construcción de la antropología de la comunicación. En esta línea, resulta necesario tomar postura respecto de otra noción clave y no menos compleja: la comunicación.

Aunque se ha expuesto ya de manera general que, a partir de la dimensión antropológica, la comunicación se concibe como el quehacer que pone al individuo en relación consigo mismo, con los otros y con su contexto, cultural y social, inmediato y mediato, la llegada a este punto no tiene una trayectoria simple.

Una de las principales preocupaciones que muestran los investigadores de la red de universidades norteamericanas conocida como el Colegio Invisible o la Escuela de Palo Alto es pasar de la noción de *comunicación* que expresa acciones de repercusión de un yo sobre otro, que aísla a un yo y a su movimiento en una dirección definida, a una noción que pueda expresar una acción concebida como interacción, como un proceso dotado de mutualidad (Pittenger *et al.*, 1960). La comunicación se concibe, entonces, con la metáfora de la “orquesta”, como un sistema de múltiples canales donde el actor, miembro de una cultura, participa en todo momento, aún sin quererlo, con sus gestos, su mirada, su silencio o su ausencia (Bateson, 1951, en Winkin, 2000). En esta orquesta, no obstante, no hay director ni partitura, cada uno actúa de acuerdo con el otro; sólo el antropólogo de la comunicación puede elaborar progresivamente la partitura escrita, que seguramente será muy compleja (Winkin, 1996 [1981]).

Ahora bien, el proceso de comunicación se piensa en una dimensión cada vez más dilatada y, como señala Hymes (1967: 31-32), “después de haber parecido un objeto de estudio excesivamente pequeño y secundario, la comunicación puede llegar a parecer un objeto de estudio demasiado amplio y carente de significación”. Con base en lo anterior, propone retomar con mesura la máxima atribuida a Ray Birdwhistell: “nothing never happens”, para significar que la conducta comunicativa es continua y que aún la ausencia de respuesta indica la existencia de información.

La fórmula, agrega, puede postularse como cierta para un observador exterior al sistema estudiado, pero incierta y problemática para sus participantes que, en su práctica comunicativa, son necesariamente selectivos ante la abundancia de señales disponibles en una situación. En este marco, el etnógrafo tiene el reto de “discriminar quiénes participan y

quiénes no participan del código en cuestión [...] no todo siempre es comunicativo y se necesita algo más que la información para determinar qué sí lo es” (Hymes, 1967: 35).

Después de argüir contra una noción demasiado amplia de comunicación en antropología, él mismo previene contra una concepción demasiado estrecha de la misma. Mientras algunos autores excluyen de este campo de estudio la comunicación intrapersonal porque no es observable, él propone tomar en cuenta las situaciones en que un evento, sea o no un organismo vivo, es considerado comunicativo para alguna persona desde un determinado punto de vista cultural. Así, “el ámbito de la comunicación en antropología debe depender entonces del ámbito de la comunicación en las culturas individuales o comunidades sobre cuyo estudio etnográfico se basa el hecho y la teoría antropológica” (Hymes, 1967: 43).

De esta manera, sin caer necesariamente en la euforia de “todo es comunicación”, por hablar como Martín-Barbero (2012: 79), este proyecto tienen como objeto de estudio la comunicación en sus dimensiones intrapersonal, interpersonal y grupal; incluye los diferentes códigos de la comunicación humana –verbales y no verbales– así como el contexto, cultural y social, inmediato y mediato que rodea tales interacciones; los diferentes medios, incluidas las tecnologías de la información y de la comunicación.

## 2. La antropología de la comunicación

Si bien la noción de comunicación no se concibe hoy fuera de su dimensión antropológica, sobre todo desde una perspectiva interaccionista, la relación antropología-comunicación es resultado de una construcción epistemológica relativamente reciente. Así, enseguida se exponen los antecedentes de tal reciprocidad y se identifican las bases sobre las cuales se puede continuar la construcción de una antropología de la comunicación.

Dell Hymes (1967) observa que en un primer momento el término *comunicación* se usa de manera técnica y superficial por la antropología norteamericana. Después, la cultura, concepto central, sufre una especie de parcelación en rubros cómodos para su estudio; entonces el *lenguaje* aparece entre otros como la economía, la religión, el parentesco, etc. Paulatinamente se llega, no obstante, a observar una distinción entre el *lenguaje* y la *comunicación*; el primero designa un producto histórico y un comportamiento de la cultura, mientras que la segunda designa el proceso. Esta distinción es lo que sucesivamente permite a este autor concebir *The Anthropology of Communication*, proyecto fundamentado a partir del recorrido de la ramificación de la antropología.



Según él mismo, diversas fuentes de la antropología contribuyen al desarrollo de la teoría de la comunicación humana: desde la lingüística, respaldada en la teoría matemática de la comunicación, pasando por la etología, hasta la semiótica, a partir de la cual se llega a la paralingüística, a la cinética y a la proxémica, como se puede observar en la tabla 1. Esto, además de las contribuciones de las disciplinas rotuladas sucesivamente como etnolingüística, psicolingüística y sociolingüística (Hymes, 1967).

En esta escala, observa Dell Hymes (1967), la concepción que sigue en amplitud al lenguaje es la de “comunicación humana”, donde el primero se asume como un componente de esta última, entre otros. De tal diferenciación, y en busca de un mayor grado de implicación de las dos disciplinas involucradas, se desprende la necesidad de proponer la antropología de la comunicación:

La diferencia es fundamental para el desarrollo de una contribución antropológica adecuada a la teoría de la comunicación humana, y para la aplicación de la teoría de la comunicación humana dentro de la antropología. Sólo mediante tal cambio del punto de partida podrán los etnógrafos describir sistemas que sean sistemas de comunicación como conjuntos significativos (Hymes, 1967: 29).

Tal proyecto no se encamina a una antropología temática; más bien se contempla una reciprocidad entre ésta y la teoría de la comunicación humana en busca de un quehacer más completo, desde un contexto científico histórico específico. A partir de la invitación de Hymes –alimentada por toda una red de pensadores– y fundamentado en la obra de Erving Goffman, Winkin (1996; 2000) propone, desde un campo de la comunicación más desarrollado, continuar la construcción de la antropología de la comunicación.

Ésta tendría que concretarse, abunda Goffman (en Winkin, 1996), como una antropología de la cultura en acción que deje ver un horizonte de investigación original y que conciba a la comunicación no como transmisión, sino como una forma de relación entre la interacción y la institución.

La antropología de la comunicación sería entonces, más que una disciplina o un área de estudio, una actitud de investigación frente al mundo social. Se fundamenta en una visión *indígena* de la comunicación; deja fuera la arcaica oposición entre sociedad cercana o lejana; se ocupa tanto de terrenos muy delimitados (por ejemplo, escuelas, familias, etc.) como de entidades que no tienen una referencia espacial precisa (por ejemplo, una comunidad de débiles visuales o de personas con defectos de audición). La noción de comunicación permite a la antropología de la comunicación pensar lo social como un proceso, sin más.

No dedica su tiempo a buscar obsesivamente la verdad absoluta sobre la comunicación, sino a la recolección etnográfica de datos finos. Es una manera de hacer investigación en ciencias sociales (Winkin, 1996).

Incluye, pero no se limita a, una aproximación etnográfica de fenómenos comunicacionales, semejante a una antropología cognitiva, visual, simbólica, que se propone analizar el mundo social desde una perspectiva teóricamente fundada.

En este marco, si bien los aportes primero de la Escuela de Chicago, y luego con mayor fuerza los de la Escuela de Palo Alto, siembran la semilla de la antropología de la comunicación, se avanza en la hipótesis de que han sido ampliamente descuidados en el campo por dos cuestiones: por un lado se ha privilegiado el estudio de los medios de comunicación en detrimento del análisis de las interacciones sociales y, por otro, para abordarlos, el paradigma positivista cede poco terreno al hermenéutico o interaccionista. No obstante, el replanteamiento que desde Europa hace Yves Winkin, quien trabajara directamente con Ray Birdwhistell y Erving Goffman, va encontrar eco, implícita o explícitamente, en las propuestas de autores iberoamericanos de las ciencias de la comunicación como Jesús Martín-Barbero (2012), Lluís Duch y Albert Chillón (2012), Jesús Galindo Cáceres (1997; 2008), éste último junto con Tanius Karam Cárdenas y Marta Rizo García (2007), Guillermo Orozco Gómez y Rodrigo González (2012), por mencionar sólo algunos.

Así, como parte de esta propuesta, se desarrolla necesariamente una etnografía específica. Catherine Kerbrat-Orecchioni (1990: 59) observa que, con base en las aportaciones de Hymes (1967) y Gumperz (1964), además de Goffman (1983), otros investigadores como Fraake, Erving-Trip, Sacks, Hall y Labov sentarán las bases de la *etnografía de la comunicación*, cuyo objetivo es describir la utilización del lenguaje en la vida social y poner en evidencia el conjunto de normas que regulan el funcionamiento de las interacciones en determinada sociedad. No obstante, según

**Tabla 1.** Aportaciones a la teoría de la comunicación humana y sus autores.

Fuente	Autor(es)
Lingüística	Hockett, 1953
Teoría matemática de la comunicación	Shannon y Weaver, 1949
Etología	Boas, 1958
Semiótica	Sebeok, 1964
Paralingüística	Trager, 1958
Cinética	Birdwhistell, 1952
Proxémica	Hall, 1963

Fuente: elaboración propia con base en Hymes (1967).

Winkin (1996), la obra de Goffman se concreta como la primera etnografía de la comunicación. Este investigador canadiense busca constantemente establecer un vínculo entre lo micro y lo macro, entre el actor y las estructuras (Goffman, 1983).

Así, precisa Winkin (1996, 2000, 2009), el quehacer etnográfico es, además de una actitud de investigación frente al mundo social, la observación sistematizada en un espacio natural; éste se basa en el modelo del trabajo de campo (*fieldwork*) que llevan a cabo los antropólogos, sociólogos y comunicólogos, entre otros. En el mismo tono, Laplantine (2005 [1996]) considera que los estudiosos que han participado en la fundación y maduración de esta disciplina, aún joven, han insistido con mucha razón en que la presencia del etnólogo en el terreno de estudio (darse cita en el lugar, ir y venir frecuentemente al mismo) es la única manera de tener acceso al mundo de conocimiento perseguido: el saber antropológico. Aunque previene, “pasar largas estancias en contacto con una sociedad a la que procuramos comprender no nos convierte, *ipso facto*, en etnólogos; no obstante, esta etapa es una condición necesaria en dicho quehacer” (Laplantine, 2005 [1996]: 14).

### 3. La sistematización del trabajo etnográfico

#### 3. 1. *El trabajo de campo, a manera de advertencia*

El trabajo de campo es ineludible en el quehacer antropológico; no obstante, éste puede presentar dificultades de toda clase, desde metodológicas hasta psicológicas. Al respecto, Laplantine (2005 [1996]: 14) previene contra un probable desencanto: “la conexión del etnólogo y su terreno de observación puede expresarse como una relación amorosa o por lo menos afectiva, pero también puede ser fuente de enfrentamientos y conflictos”.

Para ejemplificar las dificultades psicológicas se presentan dos situaciones. Por una parte, Winkin (2009: 5-7) evoca sus cursos de la Annenberg School of Communication de la University of Pennsylvania. Birdwhistell enviaba a sus estudiantes a explorar un terreno extraño:

El *living room* de una casa cuyos ocupantes no conocíamos. Debíamos explicar a los habitantes de nuestro terreno de estudio que queríamos desarrollar una historia social de los muebles de su sala, elaborar una ficha con su ubicación en la habitación, etc. [...]. Lo que el profesor quería era enfrentarnos a la dificultad de ‘entrar’ en el terreno, hacernos sentir la angustia del antropólogo debutante que se ve obligado a presentarse, a explicarse, a ser coherente frente a un grupo de desconocidos (2009: 5-7).

Por otra parte, los recuerdos de Winkin encuentran eco en las prácticas antropológico-comunicacionales vividas por mí, en los noventa, en los cursos de Judith Martínez-Tapia en la Universidad Autónoma del Estado de México. Esta profesora enviaba grupos de tres o cuatro estudiantes de comunicación a diferentes comunidades mazahuas y otomíes mexiquenses durante la fiesta de Día de muertos. El objetivo de esta tarea era acercarse primeramente a los indígenas —de preferencia a los ancianos—, pedirles que mostraran las ofrendas que habían colocado para esta celebración y solicitarles que platicaran al respecto, un ejercicio de tradición oral. En un segundo momento se les solicitaba fotografiar los altares y —de ser posible— hacer que aparecieran en el encuadre.

Si bien este ejercicio se concreta en una experiencia de investigación, tiene sus limitantes. Tanto el pueblo mazahua como el otomí presentan cierta desconfianza frente al otro, aquel que no pertenece a su comunidad. Los integrantes de estas culturas autóctonas, en general, mantienen viva su lengua materna y también hablan español, pero los ancianos, con quien se buscaba interactuar prioritariamente, rara vez poseen la segunda. Sumado a lo anterior, la tarea buscaba desarrollarse teniendo el antecedente de que los mazahuas y otomíes no permiten ser fotografiados, ya que consideran que la reproducción de su imagen sobre un papel se lleva con ella el alma. En otras palabras, la tarea era indiscutiblemente embarazosa.

El objetivo de estos profesores busca confrontar al estudiante con las dificultades del trabajo de campo, urbano o rural; estas tareas podrían incluso pensarse como una especie de rito de paso al trabajo antropológico-comunicacional. El encuentro con el terreno es indiscutiblemente necesario.

En lo que respecta a las dificultades metodológicas, es innegable que el encuentro con el terreno de estudio puede reservar al investigador sorpresas agradables o desagradables; las primeras hacen que el trabajo fluya, mientras que las segundas lo entorpecen. No obstante, los riesgos se minimizan si se parte al trabajo de campo con una primera idea del objeto de estudio relativamente precisa, con nociones teóricas de la manera en que será abordado y con una planeación para la recolección de datos, es decir, con un proyecto sistematizado.

#### 3. 2. *División del quehacer antropológico en comunicación*

Para controlar el quehacer etnográfico, Yves Winkin (1996) recomienda dividir la tarea en tres etapas: seleccionar un terreno de estudio accesible donde el investigador logre sentirse cómodo, organizar la observación y estructurar los

instrumentos de recolección de datos. Por último, señala que el antropólogo de la comunicación debe aprender a trabajar en un vaivén entre el trabajo de campo y la teoría que concierne al objeto de estudio.

### 3. 2. 1. La elección e introducción en el terreno de estudio

El terreno de estudio es el espacio de observación delimitado de forma “natural” (no un laboratorio), en el que el investigador puede ir y venir para acercarse a los procesos de comunicación. Éste se puede concretar en un barrio urbano, en una comunidad rural, en uno o varios museos, en una o más escuelas con ciertas características o determinadas aulas de las mismas, en parques o bares de una ciudad: todos estos son espacios de interacción. La circunscripción puede ser física o cualitativa.

Una vez seleccionado el terreno, si es necesario, el investigador debe hacer los trámites correspondientes para acceder y frecuentar el espacio; no habrá que solicitar permiso alguno si el trabajo de campo se lleva a cabo en los parques de una ciudad, pero será indispensable hacerlo si nuestro objeto de estudio se encuentra en una escuela, por ejemplo.

Ya que se cuenta con un terreno “disponible”, el investigador necesita situarse espacial y temporalmente en éste: ¿dónde hará sus observaciones?, ¿en qué momento?, ¿cuánto tiempo? Estas primeras preguntas deben acompañarse de una más, relacionada directamente con el objeto de estudio: ¿qué va a observar? Para dar respuesta a estas interrogantes, el investigador debe darse cita en el espacio seleccionado; en este primer momento el desafío es recolectar datos de todo tipo, y con ello retomar sus lecturas, comenzar a organizar la información y afinar la primera idea. En un segundo momento el antropólogo debe ser capaz de regresar al terreno de trabajo con preguntas mejor conceptualizadas, su observación será más organizada y precisa y podrá obtener respuestas preliminares, elementos que le permitan hacer proposiciones más generales (Winkin, 1996).

En cuanto a la observación propiamente dicha, Winkin (2009) considera que ésta debe hacerse primero con una mirada desnuda, al tiempo que se toma nota de manera incluso desordenada. En la misma línea, Laplantine (2005 [1996]: 16) señala que el trabajo etnográfico requiere una mirada que no sea ni tan desenvuelta ni tan tensa; de ahí la necesidad de tomar una actitud de “estar a la deriva” (provisional por supuesto), de disponibilidad y de atención flotante. Esta condición permitiría identificar aquellos datos del terreno de estudio no imaginados, pero que resultan pertinentes para el trabajo en desarrollo. Una vez realizado este ejercicio, se tendrán más elementos no sólo para precisar el cuestionamiento, sino también para sistematizar el trabajo de campo.

### 3. 2. 2. La organización del trabajo de campo

Este proyecto se sirve necesariamente de las diferentes formas de recolección de datos heredadas y construidas junto con la antropología. Así, la observación (participante, no participante, directa), los cuestionarios, las entrevistas (semi estructuradas, en profundidad, etc.), las historias de vida, entre otras, se concretan como las técnicas privilegiadas en la etnografía de la comunicación. Sin embargo, es el trabajo de la mirada el que está en el centro del quehacer antropológico; independientemente de la técnica seleccionada, la observación es fundamental.

La elección del tipo de observación u otros instrumentos de recolección de datos se hace de acuerdo con el objeto de estudio. El investigador decide cuál se adapta mejor para alcanzar los objetivos de investigación establecidos. La observación participante no es la única manera en que el etnógrafo puede trabajar los procesos de comunicación. Lo que sí es indispensable es estar ahí, vivir al ritmo del terreno de estudio, jugar el juego sin prejuicios y no hacer trampa, por hablar como Winkin (1996).

Respecto a esto, la presencia del investigador en el espacio observado debe justificarse, sobre todo en terrenos de estudio circunscritos, ya que en mayor o menor medida los actores naturales se preguntarán qué hace uno ahí. Decir quién es uno y qué hace, sin exponer necesariamente todo el proyecto de investigación, evita manifestaciones de desconfianza en el entorno de trabajo. Se parte de que las personas que viven en los espacios susceptibles de ser estudiados tienen actividades cotidianas serias que los ocupan y no pueden permanecer pendientes mucho tiempo de lo que el etnógrafo hace. Siempre y cuando éste no genere problemas, debe tratar de integrarse lo más pronto posible para que cada quien desarrolle sus respectivas tareas sin obstáculos.

### 3. 2. 3. Diseño de los instrumentos de recolección de datos

Una de las dificultades metodológicas del trabajo etnográfico se manifiestan cuando no pasa nada o, al contrario, hay demasiados hechos a observar. Para no perderse en un terreno vacío o muy lleno de información, el etnógrafo debe tener siempre presentes sus preguntas de investigación y, con base en ello, sistematizar su observación (Winkin, 1996). La sistematización debe tomar en cuenta, una vez más, los aspectos espacial y temporal, así como el proceso de comunicación que se va a observar y la forma en que se va a registrar.

#### 3. 2. 3. 1. El aspecto espacial

Para comenzar a guiar la mirada, se sugiere elaborar fichas espaciales en las que el etnógrafo dibujará topográficamente

el lugar estudiado al tiempo que lo delimita (Winkin, 1996). Éstas pueden hacerse en diferentes niveles según las características del terreno de estudio. Por ejemplo, en un terreno circunscrito como los planteles escolares donde los procesos de comunicación son abundantes, el investigador tendrá que hacer una especie de mapa que muestre los elementos físicos más representativos del inmueble. A nivel micro, estructurará una ficha espacial del área recreativa o del aula de clase, según el espacio donde se lleven a cabo las interacciones a observar. Si se trata de la última, se hace una especie de plano tamaño carta en el que, a partir de siluetas, el etnógrafo mostrará el mobiliario y su disposición en el salón de clase, la ubicación de los actores al momento de la interacción observada así como sus desplazamientos. Los muebles y accesos del aula pueden representarse con cuadros y rectángulos nombrados con una etiqueta. Los actores pueden representarse con círculos marcados con nombres o números; otro recurso para señalar a las personas son siluetas al estilo de Winkin (1996). Si nuestra atención se concentra en determinados actores, debemos indicar su ubicación en la ficha, esto puede hacerse resaltando o rellenando los círculos o las siluetas.

### 3. 2. 2. 2. El aspecto temporal

En cuanto al aspecto del temporal, Winkin (1996) recomienda que el observador visite diariamente su terreno de estudio a la misma hora durante una semana, ocho días después propone cambiar el horario de observación y alternar los días de la semana; sugiere que estas visitas se hagan llevando consigo fichas temporales para registrar las características que toma el lugar según los diferentes horarios o días, el posicionamiento y la trayectoria de los actores, su evolución circadiana y semanal. Los resultados de este registro permitirán al investigador precisar qué días de la semana y en qué horarios se presentan las interacciones que le interesan.

En cuanto al periodo general de observación, muchos antropólogos recomiendan permanecer por lo menos un año en el terreno de estudio. En lo que a la observación de los fenómenos comunicacionales concierne, consideramos que el lapso lo determina la dinámica del objeto de estudio. En este sentido, Guillermo Orozco Gómez y Rodrigo González (2012) proponen el criterio de *suficiencia comparativa*. Puesto que en la perspectiva cualitativa –propia del quehacer antropológico– interesa distinguir procesos, se recomienda detener la recolección de datos una vez que se cuente con una serie de casos que permitan, a través de comparaciones, dar cuenta de lo distinto. En cuanto al número de casos,

“es necesario tener más de uno, por supuesto, pero el límite únicamente estará dado por la redundancia informativa sobre lo que se busque” (Orozco Gómez y González, 2012: 137).

### 3. 2. 2. 3. La tecnología y el registro de los datos

Otro de los dilemas a los que se enfrenta el investigador una vez que ha decidido trabajar en un espacio natural es la selección de la tecnología apropiada para registrar la información. Al iniciar el trabajo de campo se experimenta la necesidad de tener cincuenta pares de ojos y el mismo número de orejas. Aparece la tentación de instalar videocámaras y grabadoras de sonido por doquier para ver y escuchar todo lo que sucede en el terreno estudiado. Se espera que nada escape pero, al mismo tiempo, no hay que llamar la atención de los actores para evitar que alteren las interacciones y las prácticas observadas.

Las diferentes tecnologías de recolección de información con las que cuenta el investigador tienen tanto ventajas como inconvenientes. Por un lado permiten un registro completo de las prácticas comunicacionales pero, por otro, su uso nos da la sensación de estar lejos de nuestro terreno de estudio, de no estar ahí. Además, si no se seleccionan adecuadamente los momentos de grabación de imagen o audio, al final del periodo de recolección de datos se tendrán cantidades extremas de material no clasificado que debe ser tratado.

La ambición de exhaustividad descriptiva del trabajo de campo, previene Kerbrat-Orecchioni (1990: 47), puede hacer que nuestros resultados de investigación sean impublicables debido a su “gigantismo”. Además, según la misma autora, en la actualidad no podemos aspirar a describir interacciones que den cuenta de lo que Cosnier (en Kerbrat-Orecchioni, 1990: 48) llama *totexto*, es decir, la totalidad de la información comportamental implicada en una interacción; de ahí la insistencia en la delimitación del objeto de estudio.

Por su parte, Winkin (2009) propone retomar las recomendaciones de su profesor en lo que concierne a la utilización de tecnologías en el quehacer etnográfico. A Ray Birdwhistell no le gustaba que sus estudiantes utilizaran cámaras de video o fotográficas porque consideraba que éstas funcionaban como aspiradoras de datos y, a la vez, como preservativos. Como aspiradoras, estos artefactos impiden al investigador saber qué está succionando y al terminar la recolección se tiene una bolsa llena de información que, al vaciarla, no se sabe qué hacer con ella. Como preservativo, estas tecnologías protegen del peligro; el observador se siente seguro detrás de la cámara, pero no está realmente cara a cara con el otro y esto, señala Birdwhistell, puede arruinar el trabajo de campo (en Winkin, 1996: 112).



Así, el principio que Ray Birdwhistell plantea para recolectar los datos en el trabajo de campo es “nada de cámaras, nada de grabadoras, vayamos a nuestro terreno de estudio sin escafandra, equipados solamente con nuestro bolígrafo y nuestro cuaderno” (en Winkin, 1996: 123).

Lo anterior no invita a renunciar a las ventajas que las tecnologías de registro de información ofrecen; más bien se debe aplicar, como se hace al utilizar cualquier otra máquina, la lógica de uso (Perriault, 2002). Es decir, se debe evaluar cuidadosamente la utilidad de la herramienta, las ventajas y las desventajas que se obtienen con su aplicación, ponerlas en una balanza y decidir si acompañan o no el trabajo etnográfico. El uso de una tecnología no debe complicar el quehacer sino simplificarlo.

Por otro lado, dentro de los criterios para decidir si usar o no tales tecnologías, se debe considerar su pertinencia en el terreno, frente a los actores que conforman el objeto de estudio. ¿Las personas están de acuerdo en ser filmadas o grabadas? ¿Se sienten cómodas? La cámara, por ejemplo, ¿no genera una alteración en las prácticas sociales observadas? En este contexto, se deben tener presentes dos principios: respetar la vida privada de los actores, su derecho a la imagen si así lo solicitan, y no alterar la realidad interaccional observada.

De esta manera, aunque las grabadoras de imagen y sonido puedan facilitar el registro de la información de la investigación, si su empleo amenaza el buen desarrollo del trabajo, hay que regresar a una de las tecnologías más antiguas: la escritura. Con un poco de entrenamiento el observador puede transcribir interacciones en tiempo real, anotar los diálogos y a la vez describir los gestos y las modulaciones de voz de los actores, registrar los usos de los medios o de las tecnologías de información y de comunicación, por dar algunos ejemplos. Para este registro “a mano” de las interacciones o de los usos se recomienda utilizar fichas de observación.

El formato puede elaborarse en una hoja tamaño carta dividida en tres partes. La primera se conforma por una especie de encabezado para ingresar la información básica en cuanto al espacio, el tiempo y los participantes: lugar, fecha, hora, número de actores, edades, género, etc. La segunda y tercera conforman dos columnas en el resto de la hoja. En la de la izquierda se registran las conversaciones a la manera de un diálogo de teatro tomando en cuenta lo que dice cada actor, el tono, los gestos, los ademanes y, si es necesario, sus acciones. En la columna derecha se anotarán observaciones suplementarias a la interacción en cuestión, reflexiones del observador y las pistas de análisis que puedan venir a la mente en ese momento. Estas fichas de observación llevadas de manera sistemática proporcionan resultados satisfactorios.

### 3. 2. 2. 4. El diario de campo

Por último, pero no por ello menos importante, independientemente de las técnicas a utilizar, el etnógrafo de la comunicación debe acompañarse del diario de campo. Este clásico y útil instrumento sirve como principal soporte de registro o como complemento de otros; permite anotar los cambios de humor del trabajo de campo, los *insights* teóricos y, en su caso, los elementos observados que no caben en los otros instrumentos. La antropología de la comunicación recomienda utilizar este recurso del trabajo etnográfico desde el primer día que se tiene contacto con el terreno de estudio. Winkin (2013) invita a usarlo, además, todas las tardes después de las observaciones del día; éste debe tener una función catártica: en él se deben registrar tanto los logros como las frustraciones; por ejemplo, los momentos en que la problemática se aclara, aunque no todos los días habrá algo relevante que decir. El diario de campo puede revelar cambios en el investigador mismo; sus notas permiten revisar los acontecimientos de manera retrospectiva, analizarlos y comprender los errores así como los aciertos del quehacer etnográfico.

Cada terreno de estudio tiene sus ritmos particulares, el etnógrafo de la comunicación que trabaja constantemente en determinados espacios aprende poco a poco a identificar qué tipo de instrumentos de recolección de datos son los más adecuados, qué espacios y actores le ofrecen la información que busca, en qué horarios y periodos puede obtener las referencias que le interesan, así como qué tecnología puede utilizar y cuál no debe implementar.

## Conclusiones

Como se puede observar, la antropología de la comunicación es una propuesta que viene construyéndose desde hace ya varias décadas tanto de manera explícita como implícita; tiene su origen en la antropología misma pero se ocupa de fenómenos comunicacionales. Responde no sólo a una manera de hacer investigación sino a una forma de tratar de comprender el mundo; teóricamente permite pensar la comunicación desde una perspectiva compleja e inacabada y metodológicamente ofrece elementos para hacer investigación de forma sistematizada desde un enfoque cualitativo tanto en contextos rurales como urbanos.

Este proyecto hace coincidir aportaciones provenientes de distintas latitudes, aspecto que sustenta su pertinencia y la posibilidad de enriquecerlo; es de todos, adaptable a las necesidades de los investigadores del campo de la comunicación y a los actores de diferentes contextos.

La discusión evidentemente no termina aquí; el potencial y el carácter inacabado de este proyecto apunta hacia otras

pistas de reflexión y acción. Falta analizar cómo la antropología de la comunicación puede tejerse con las diferentes líneas de trabajo de las ciencias de la comunicación, si es posible hacerla coincidir con proyectos que se dibujan similares, por ejemplo la investigación-acción (Galindo Cáceres, 1997) o la etnografía virtual (Hine, 2004), también llamada cibnografía (Reguillo, 2012), por mencionar algunos. La continuación de su puesta en práctica por los estudiosos de la comunicación promete ofrecer más elementos teóricos y metodológicos para fortalecerla.

### Análisis prospectivo

Dos aspectos se dibujan en el horizonte de la antropología de la comunicación y su rol en el estudio de problemáticas sociales emergentes. En tanto propuesta teórico metodológica promete, por un lado, concretarse como una herramienta en la comprensión de un panorama inédito de objetos de estudio comunicacionales y, por otro lado, definirse como referencia metodológica útil en un marco de transformación del quehacer científico, encaminado al desarrollo del *pensamiento complejo*.

Los hechos contemporáneos permiten vislumbrar que el campo de la comunicación será testigo, a mediano y largo plazo, de mutaciones en la forma de interactuar, de reapropiaciones inéditas del fenómeno comunicativo por parte de actores sociales, políticos y económicos. Esto no sólo en el ámbito de lo digital, sino a través de un impacto de dicho entorno en los modelos de interacción cara a cara. Las plataformas, que hasta ahora han funcionado teniendo como límite pantallas temporalmente conectadas, podrían convertirse en aspectos orgánicos para una población creciente de individuos interconectados. Difícilmente podemos extrapolar el caso de algún otro medio al de internet y su impacto

no sólo como medio de difusión y entretenimiento masivo, sino como combustible de la economía política a nivel global. La construcción de la antropología de la comunicación tiene presente estos elementos.

Si bien metodológicamente la antropología de la comunicación responde a un interés de carácter cualitativo, en él existe un potencial de adaptación a paradigmas que pudiesen trabajar las perspectivas cualitativa y cuantitativa no como un añadido, sino como una articulación epistemológica capaz de romper la barrera entre números y significaciones sociales. Así, la propuesta sería viable para observaciones que se interesen a una visión meso o macrosocial de alcances representativos sin perder de vista paralelamente los fenómenos micro-comunicativos que surgen entre actores sociales en un momento-espacio dado. Para citar un ejemplo concreto, podríamos pensar en el tratamiento digital de datos recolectados cualitativamente –a partir de fichas espaciales, fichas de interacción verbal o no verbal al interior de un grupo–, mediante algoritmos de cierta complejidad capaces de cuantificar interacciones y generar patrones comunicativos para una problemática específica. Algunos algoritmos complejos ya existen, de hecho, y son utilizados y perfeccionados día a día en el entorno digital de las redes sociales, por ejemplo.

Los paradigmas clásicos para estudiar la comunicación como un fenómeno relativo sólo al contexto de los medios y las industrias creativas y culturales deberán apoyarse entonces en una propuesta que ofrezca una visión cercana a la interacción humana y sus transformaciones. Por esto, la antropología de la comunicación deberá ser una herramienta creativamente flexible ante un escenario comunicativo que, en unas décadas, no será el de hoy, con individuos para quienes lo digital-interconectado no será un entorno emergente, sino el único conocido.



### Bibliografía

- Amador Bech, J. (2008). Conceptos básicos para una teoría de la comunicación. Una aproximación desde la antropología simbólica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 203, 13-52.
- Duch, L. y Chillón, A. (2012). *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación* (vol. 1). Barcelona: Herder Editorial.
- Galindo Cáceres, L. J. (1997). *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. México: Biblioteca de la Universidad Veracruzana.
- Galindo Cáceres, L. J. (2008). *Comunicología y estudios culturales: encuentro entre la comunicación y la cultura visto desde el inicio del siglo XXI. Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 27, 113-131.
- Galindo Cáceres, L. J., Karam Cárdenas, T. y Rizo García, M. (2007). *Cien libros hacia una comunicología posible: ensayos, reseñas y sistemas de información*. México: Ideas Mexicanas.

- Geertz, C. (2006 [1973]). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Goffman, E. (1983). The Interaction Order. *American Sociological Review*, 1(48), 1-17.
- Gumperz, J. y Hymes, D. (eds.). (1964). *The Ethnography of Communication*. USA: American Anthropologist Association.
- Harris, M. (1988 [1968]). *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*. España: Siglo XXI Editores.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- Hymes, D. (1967). La antropología de la Comunicación, en Dance, F. E. X. (ed.), *Teoría de la comunicación humana. Ensayos originales* (pp. 9-61). Buenos Aires: Ediciones Troquel.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1990). *Les interacciones verbales* (tome I). Paris: Armand Colin.
- Laburthe-Tolra, P. y Warnier J. P. (1998). *Etnología y antropología*. Madrid: Akal textos.
- Laplantine, F. (2005 [1996]). *La description ethnographique*. Paris: Nathan.
- Malinowski, B. (1981). *Una teoría científica de la cultura*. Barcelona: Edhasa.
- Martín-Barbero, J. (2012). De la comunicación a la cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 60, 76-84.
- Mattelart, A. (2010). *Pour un regard-monde*. Entretiens avec Michel Sénécal. Paris: La Découverte.
- Orozco Gómez, G. y González R., (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
- Perriault, J. (2002). *Éducation et nouvelles technologies: théories et pratiques*. Paris: Nathan.
- Pittenger, R., Hockett C. F. y Danahy J. S. (1960). *The First Five Minutes*. Ithaca: Paul Martineau.
- Reguillo, R. (2012). Navegaciones errantes. De música, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. *Comunicación y Sociedad*, 18, 135-172.
- Winkin, Y. (1996 [1981]). *La nouvelle communication*. Paris: Éditions du Seuil.
- Winkin, Y. (1996). *Anthropologie de la communication: de la théorie au terrain*. Paris, Bruxelles: De Boeck Université.
- Winkin, Y. (2000). L’anthropologie de la communication comme disposition intellectuelle : quelques propositions pour une formation alternative en Sciences de l’Information et de la Communication. *L’impossible formation à la communication?* (pp. 130-142). Paris: L’Harmattan.
- Winkin, Y. (2009). Préface: acquérir une disposition ethnographique, en Derèze, G. *Méthodes empiriques de recherche en communication*. Bruxelles: De Boeck.
- Winkin, Y. (2013). Le dialogue de l’anthropologue avec lui-même: l’autoethnographie, en Londei, D. y Santone, L. (dir.). *Entre linguistique et anthropologie. Observations de terrain, modèles d’analyse et expériences d’écriture* (pp. 107-118). Bern: Peter Lang.
- Wolton, D. (2012). *Indiscipliné: 35 ans de recherches*. Paris: Odile Jacob.

