

## APROXIMACIONES METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO DE LA PARTICIPACIÓN

La presentación recoge la evolución del análisis de la participación en los cybermedios en los últimos veinte años, y propone nuevos enfoques inspirados en los conceptos "dark participation" y "reciprocal participation". Así, se expone cómo las primeras investigaciones otorgaban a esta apertura de las empresas mediáticas fundamentalmente connotaciones positivas, con algunas menciones al intrusismo que podía proceder del periodismo ciudadano, o la reducción de las redacciones. La complejidad de las relaciones en la actualidad permite contemplar cómo empresas tradicionalmente competidoras se unen para distribuir sus productos, para vender publicidad o incluso frenar la desinformación. En este contexto, la metodología recomendada para su análisis es la etnografía y la etnografía visual.