

anuario

Volumen 3 - Depto. de Ciencias de la Comunicación
Comunicación Social UNR

PROYECTO DE INVESTIGACION

USOS Y EFECTOS DE NUEVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACION EN EL AMBITO PRIVADO. Un análisis situado en hogares rosarinos.

Informe de Investigación

Los textos que se presentan a continuación forman parte del desarrollo de una investigación denominada Usos y efectos de nuevas tecnologías de comunicación e información en el ámbito privado. Un análisis situado en hogares rosarinos. Este proyecto se encuentra radicado en la Secretaría de Ciencia y Tecnología (SECYT) de la Universidad Nacional de Rosario, y sus integrantes son:

Directora: Sandra Valdetaro, Co-Director: Luis Baggiolini, Investigadores: Mariana Maestri y Ricardo Navarro, Becarios: María Belén Martino, Paola Bongiovani, María José Bongiovani, Natalia Aguirre, Cecilia González, Paola Rosso Ponce, Eleonora Suárez y César Pezzetti.

Los objetivos generales planteados en la investigación son: 1) Realizar un relevamiento sociológico para obtener información estructural sobre las características de las familias en la ciudad de Rosario en relación a su acceso diferenciado a tecnologías de comunicación e información; 2) Identificar opiniones y percepciones significativas en relación a las tecnologías de comunicación e información; 3) Analizar las dinámicas de decodificación e interpretación en el contexto del consumo mediático hogareño; 4) Describir los rituales de la vida cotidiana y las definiciones del orden de cosas en relación al consumo tecnológico en el hogar; 5) Examinar el contexto social y las sub-culturas en cuyo marco se desarrollan los procesos de consumo mediático-tecnológico.

Durante el primer año de la investigación se ha trabajado en torno a la consecución de los objetivos 1 y 2, a partir de una entrevista estandarizada con preguntas cerradas aplicada a una muestra representativa de 150 familias de la ciudad de Rosario elegidas al azar y respetando la distribución barrial y socio-económica de las mismas.

A continuación presentamos el informe de las actividades realizadas durante esta primera etapa de la investigación, que consta de las siguientes partes:

a) Elaboración del enfoque teórico-metodológico general de la investigación. b) Presentación de algunas reflexiones en torno a las derivaciones de una tecnología específica: la televisión por cable. c) Trabajo de campo: Descripción de los resultados obtenidos a través de una entrevista estandarizada realizada sobre una muestra de 150 familias de la ciudad de Rosario. Procesamiento estadístico convencional y Primer análisis de dichos resultados.

Con respecto a la segunda etapa de la investigación (en curso actualmente), se concretarán los objetivos 3, 4 y 5. Para ello se procedió a la construcción de una submuestra exploratoria de 15 familias elegidas de la muestra representativa de manera proporcional en relación a los parámetros planteados mas arriba. Sobre dicha submuestra exploratoria se realizará un tratamiento cualitativo-interpretativo utilizando técnicas de entrevistas individuales y grupales en profundidad, observaciones de situaciones habituales de consumo

mediático y tecnológico, relevamiento en terreno de modalidades físico-espaciales del ambiente doméstico, etc._

NUEVAS TECNOLOGIAS Y VIDA PRIVADA: UN APORTE TEORICO-METODOLOGICO

Sandra Valdettaro

Las transformaciones del sistema mediático que desde hace varios años están sucediéndose plantean la necesidad de iniciar un estudio capaz de ampliar nuestro conocimiento sobre los comportamientos de comunicación y sobre la construcción de representaciones sociales a partir del complejo tecnológico-comunicativo instalado en el hogar. En tal sentido, el presente trabajo se propone avanzar en la indagación de las modalidades de consumo mediático en el marco de la vida cotidiana como un escenario de articulación de distintos niveles de representación. Una importante línea de investigación en el contexto de los estudios mediológicos actuales es la reflexión sobre los comportamientos y representaciones simbólicas ligados al uso de los medios domésticos, en sus condiciones habituales de utilización. Desde este punto de vista, "lo global" y "lo local" no aparecen como meras ideas abstractas derivadas de una trivializada visión posmoderna de la cultura, sino que se constituyen en conceptos altamente explicativos operando como sustrato simbólico en la conformación de la imagen del mundo en el marco de la vida cotidiana.

Varias son las corrientes a partir de las cuales se puede reconstruir una mirada teórico-metodológica que contemple las distintas articulaciones de la mediación. Por un lado, desde el ámbito específico de las Teorías de la Comunicación, a partir de la década del 80, se comienza a pensar en el rediseño mediático de los espacios sociales tradicionales. Se asume así la necesidad de producir cambios profundos en el interior del discurso teórico y metodológico sobre comunicación que derivó en la incorporación de enfoques de "long-run" cuyo interés central no era ya medir actitudes u opiniones puntuales, sino tratar de reconstruir el complejo proceso de producción de la imagen pública. Las teorías de los efectos cognitivos de los medios, ancladas en ciertos enfoques de la sociología del conocimiento, remiten a la centralidad que adquieren los procesos simbólicos y comunicativos como presupuestos de la socialidad, esto es, a la relación entre la acción constante, sostenida y acumulativa de los medios y el conjunto de conocimientos sobre la realidad social. El presupuesto que recorre esta idea es el de una interdependencia directa entre los sistemas tecnológicos de mediación simbólica y la construcción de la imagen pública en una sociedad. Es por ello que, incluso acaso en el nivel de la interacción, aparecen los media como estableciendo las condiciones de nuestra experiencia del mundo. No habría posibilidades, en las sociedades altamente mediatizadas del presente, de construcción de una imagen del mundo más allá del marco interpretativo que proponen los media. En tal sentido, podría hablarse de una especie de continuidad cognitiva entre el sistema de medios -como "frame", como marco interpretativo otorgador de sentido- y los conocimientos compartidos públicamente.

Complementariamente, los llamados "estudios culturales sobre audiencia", partiendo de las consideraciones pioneras de Hall sobre la naturaleza de los procesos de codificación y decodificación, se presentan actualmente como una de las más importantes líneas de desarrollo dentro de este campo. Aunque sigue siendo la televisión y el ambiente por ella creado un motivo específico de estudio, se extiende la mirada hacia una consideración más amplia de las funciones de diversas tecnologías de comunicación e información en la esfera doméstica, y se amplía la perspectiva hacia las modalidades del entorno

tecnológico-comunicativo en la construcción de nuevos y diversos tipos de identidades -locales, nacionales, internacionales; públicas y privadas- en el contexto general de una geografía massmediática. Como principios básicos, y en el marco general de las lógicas de negociación del sentido, se parte de las nociones de "audiencia activa" y de "naturaleza polisémica" de los mensajes, dejando de lado, de este modo, tanto las posturas de tipo frankfurtianas de análisis ideológico que derivan en fuertes efectos conductuales, como las consideraciones funcionalistas en torno a las capacidades integristas de los medios en la sociedad. Intentando un camino que trate de ligar, de todos modos, los niveles de explicación pertinentes en ambas tendencias, se trata de encontrar las articulaciones, complejas y contradictorias, entre los niveles de las estrategias ideológicas centradas en la preeminencia teórica del texto y las tácticas del trabajo de la recepción como un lugar libre de imposiciones. La cuestión aquí es, en definitiva, evitar tanto una tendencia extrema a la textualización, como a la consideración de la recepción como lugar no contaminado por las estrategias de la ideología. En este sentido, y siguiendo a Giddens, consideramos el nivel de la estructura no como externo a la acción, sino como reproduciéndose en el interior de las actividades concretas de la vida cotidiana, esto es, como formación histórica sujeta a modificación. Así, el proceso de estructuración se constituye en el nivel de la acción al mismo tiempo que la acción se constituye estructuralmente. En tal visualización de los microprocesos como reproductores de macroestructuras el concepto de "negociación de sentidos" cobra operatividad como una instancia necesariamente inestable e incompleta y siempre de naturaleza procesual. Por lo mismo, la noción de "habitus" de Bourdieu -en el sentido de matriz de disposiciones y competencias capaz de generar un sinnúmero de variaciones estructuradas- permite aprehender significativamente la articulación de estas dos dimensiones.

El proceso de la generación del sentido puede ser abordado principalmente a partir de dos perspectivas. Una, de carácter semiótico-discursivo, a partir de la cual se exploran las estructuras y mecanismos de los textos mediáticos y las distintas relaciones de lectura y recepción establecidas, y la otra, de corte más sociológico general, que tiende a examinar las restricciones impuestas a la producción de sentido por los orígenes culturales del lector/receptor. Dichas vías de análisis permiten la articulación de las modalidades de interpelación de los sujetos como sujetos discursivos a partir del complejo de discursos existentes que componen una formación discursiva con los marcos de contextos sociales específicos de recepción. Si bien desde el polo de la emisión se intenta imponer ciertas clausuras en la estructura del mensaje tendientes a establecer un modo de interpretación "preferencial o dominante", apoyado en los modos de destinación y los estilos particulares de los textos mediáticos, no hay en verdad transparencia ni correspondencia unívoca con el nivel de la decodificación. La observación y el análisis de las particulares formas de relación con la audiencia permite comprender hasta qué punto las decodificaciones se producen dentro de los límites de los modos preferencial o dominante propuestos por el mensaje y hasta dónde esas decodificaciones son producto de los códigos y discursos de diferentes sectores de la audiencia. La problemática de una relativamente inestable distribución social de códigos culturales lleva a reconceptualizar la audiencia en otros términos, como una compleja red de subculturas y subgrupos superpuestos en las que se emplazan individuos concretos. Las lecturas dominantes, negociadas o de oposición se despliegan en realidad en un campo de variaciones internas en el cual la experiencia y la respuesta individual dependerán de los recursos culturales de que se dispone en un determinado y específico contexto social estructurado.

El hecho de considerar a la "familia" como contexto específico de análisis no significa presuponer allí una especie de escenario no antagónico de decodificación. No es la familia una "unidad de consumo" de mensajes; la podemos ver, al contrario, como una especie de "arena de enfoque" (monitoring) en la cual los distintos personajes van tomando determinadas posiciones en relación con sus diversas imágenes del sí-mismo. Las prácticas, las rutinas y los rituales del tiempo libre y la cotidianeidad en la vida familiar se encuentran pautados a partir de una no determinada serie de restricciones simbólicas, imaginarias, físico-espaciales y temporales. El marco masculino-femenino de la interacción, las relaciones de status interfamiliar, las pautas cambiantes de ver televisión, la actividad de selección de los programas, las situaciones de "visión forzada", las rupturas generacionales, etc., todo ello implica un sinnúmero de complicadas actividades interpersonales de comunicación en las cuales se juegan, en definitiva, relaciones de poder. En la medida en que la televisión se constituye en centro de la actividad familiar, en torno a ella surgen configuraciones de dominio, zonas de conflicto, tomas de decisiones y establecimiento de reglas, explícitas o encubiertas. El estudio de las modalidades del consumo mediático debe necesariamente abordar un análisis de las variedades de escenarios domésticos y de los tipos de hogares donde se despliega. Es necesario tener en cuenta, en la observación y análisis de los distintos escenarios familiares y domésticos, diversas expresiones de la relación entre medios y audiencia. Ante todo, partir de la consideración de que lo doméstico no es una categoría simple. La familia se extiende más allá de los límites del hogar, y en el consumo de bienes, servicios y sentidos define una relación con el mundo. Los sentidos del consumo televisivo no se circunscriben a la relación TV-espectador sino que se producen y sustentan en la lógica de las actividades de la vida cotidiana. La caracterización de la familia como un escenario doméstico de comunicación e información formado por distintas tecnologías obliga a especificar cada relación de consumo en sí misma y entre ellas, esto es, la definición del espacio interdiscursivo específico. Las modalidades de consumo mediático y las maneras en que la gente incorpora los sentidos ofrecidos por el medio, el cómo de la relación entre los textos y la audiencia plantea la indagación de ciertas cuestiones retóricas. Las variadas formas de la estructura física de las viviendas con la existencia o no de "espacios especializados", y la organización de los ambientes domésticos generan efectos determinantes para las modalidades del consumo mediático. Todas estas especificaciones llevan a la necesidad de considerar de manera adecuada las complejas dimensiones sociales, psicológicas, rituales e ideológicas del consumo mediático.

La noción de "consumo" es tomada aquí como un proceso general que incluye al menos dos instancias, una material y otra simbólica, como proceso activo y creativo, pasivo y determinado a la vez. El consumo productivo -"prosumo" para De Certau- es el nivel de las "tácticas deambulatorias" de las prácticas cotidianas que implican habilidades productivas y consumidoras, aspectos creativos de uso de las tecnologías que operan sigilosamente sobre la base de las imágenes dominantes del marketing y la publicidad. La familia, de este modo, se presenta como una célula multiactiva en la cual convergen estilos de vida diferenciados.

Los métodos etnográficos parecen ser los más adecuados para intentar elaborar estudios que tiendan a descubrir tanto las regularidades en las pautas de conducta de decodificación y de respuesta como los elementos de diversidad y de emergencia de nuevas prácticas, intentando reflexionar sobre las intrincadas relaciones de lo diverso con lo homogéneo. Este tipo de indagación se ubica dentro de la tradición interpretativista de los análisis sobre

audiencias. Dado que una de las características principales de los sistemas de comunicaciones actuales es el de relacionar los diferentes espacios -el público y el privado, el nacional y el internacional- y necesariamente, al hacerlo, desdibujar "fronteras" -sean estas de naturaleza físico-espacial como las del hogar doméstico o las de la nación; o simbólicas, como las diversas imágenes de "identidad"-, el marco analítico debe ser entonces aplicable tanto en el micronivel como en el macronivel. Tal es la pretensión de las perspectivas planteadas en el marco de estos paradigmas. Desde el punto de vista metodológico, intentar una etnografía de la audiencia implica ante todo entender a la investigación como una práctica discursiva, como el resultado de encuentros discursivos entre el investigador y sus informantes. En tal sentido se trataría en definitiva de una cuestión de interpretación, de construcción conjunta de la realidad a partir de una cierta lectura de diversas lecturas. La perspectiva fenomenológica del estudio de la audiencia en su escenario natural y los métodos cualitativos de recolección de datos parecen ser los más adecuados para un acercamiento a la lógica de la conducta cotidiana situada en relación con las modalidades de ingreso del -y en el- discurso público. En este sentido, el hogar o la familia como ámbitos específicos de investigación, insertos en un ambiente social y cultural más amplio, proporcionan con sus pautas de interacción cotidiana, con sus propios sistemas internos de relación, y su propia cultura de legitimación y de formación de la identidad, un laboratorio para la investigación naturalista del consumo y la producción del sentido. La cuestión aquí no es reemplazar un nivel de análisis macrosociológico por otro micro, sino, al contrario, integrar el análisis de las cuestiones generales de la ideología, el poder y la política -que Hall definió como la dimensión vertical de la comunicación- con el análisis del consumo, los usos y las funciones de las tecnologías de comunicación e información en la vida cotidiana -dimensión horizontal-. La articulación de las dimensiones de análisis vertical y horizontal permitirá arribar a un enfoque doble de las prácticas de consumo mediático. Entenderlas, simultáneamente, como rituales de estructuración de la vida hogareña y como modos simbólicos de participación en la comunidad; como maneras activas de consumo y producción y como un proceso que se da asimismo dentro de la esfera de la ideología.

Nos parece aquí evidente la pertinencia teórica de los distintos enfoques que se ubican dentro de las llamadas microsociologías de la vida cotidiana que implican un cambio de perspectiva metodológica con relación a la sociología en su conjunto al considerar las prácticas cotidianas y el lenguaje como objetos privilegiados de estudio de las relaciones sociales. La "microsociología" de Goffman, la "etnometodología" de Garfinkel y el "análisis de las conversaciones"-Sacks, Schegloff y otros- plantean en conjunto la reflexión sobre el hacer social en la red de relaciones de intersubjetividad. Para Goffman será objeto de estudio privilegiado la dimensión de acción del lenguaje, su valor de interacción estratégica y su fundamento polémico (de batalla), centrándose en las "ocasiones sociales" -las realidades pequeñas y transitorias-. El enfoque etnometodológico de Garfinkel se ocupa principalmente de la relación entre el sentido de lo que se comunica y el contexto, la situación en la cual aparece el uso del lenguaje, el aspecto local y contingente de la comprensión del discurso y de la acción, esto es, la construcción y el funcionamiento del sentido común, de aquello que se da por supuesto e interviene como tal en la comprensión del mundo social. Por su parte, el análisis de las conversaciones intenta situar la conversación -una actividad libre en apariencia- como lugar de ejecución de reglas y competencias socialmente adquiridas.

De estas perspectivas es importante rescatar el carácter de primacía que adquiere lo público en el ámbito de lo privado, las rupturas que en el nivel de lo

privado se realizan como consecuencia de una expansión de lo público en términos de las competencias socialmente adquiridas y exigidas para interactuar. Desde nuestro punto de vista, y en consonancia con lo anterior, se podría argumentar que la lógica de "lo público" se desarrolla en los marcos delineados por los sistemas de mediación simbólica socialmente hegemónicos que podríamos genéricamente nombrar como el sistema de medios. Hasta qué punto el nivel de la acción comunicativa en lo privado y en la interacción, se encuentra de algún modo estructurado por la gramática medial que caracteriza lo público es obviamente tema de investigación. La hipótesis central es, en este marco, la de una continuidad cognitiva entre el sistema de medios como "marco interpretativo" -como "frame"- y las modalidades de la interacción.

En términos de aclarar el concepto de "frame", y siguiendo a Goffman, podemos decir que definir una situación es responder a la pregunta sobre qué está sucediendo: establecer los límites del comportamiento adecuado, el marco que la distingue de otras situaciones, cualificar a los sujetos según el rol y el personaje que encarnan; estipular, en definitiva, el "significado" del encuentro. Estas definiciones no se crean siempre y cada vez de la nada, sino que presentan una estructura y estabilidad propias. De tal manera, las definiciones se basan en el supuesto de que existe un acuerdo sustancial, efectivo, real, verificable. Dichos "consensos operativos" presentan la apariencia de un acuerdo y constituyen el umbral mínimo y básico de agregación de un sistema social. En realidad, el acuerdo es un ponerse de acuerdo sobre los límites del mismo, el marco. Dicho de otro modo, en el umbral mínimo de formación de un microsistema social está en juego la posibilidad misma de un acuerdo más que los contenidos específicos del mismo: es una especie de acuerdo vacío que constituye el marco con el cual cada actor social encuadra sus secuencias de actividad. A nuestros fines de análisis, cobra importancia la actividad de aplicación de los marcos -el framing- la cual constituye los "mundos" que están al alcance de los miembros de una cultura y que son realizados rutinariamente, mediante la adhesión a sus convenciones. Los frames implican expectativas normativas que tienen que ver con la implicación profunda y plena del individuo en la situación. De tal forma, la interacción es vista por Goffman como el umbral mínimo de un núcleo social, como el "establecimiento del frame de accesibilidad mutua". El propósito general de Goffman es describir las reglas que en una cierta época de la sociedad controlan las interacciones en la vida cotidiana, describir la estructura de la interacción en cuanto unidad fundamental de la vida social. Ahora bien, dicha estructura presenta una reglamentación sutil y difusa que tiene que ver con la situación del sí-mismo (self) en la interacción, el sí-mismo del individuo en sociedad. Goffman divide al individuo en dos partes; una, "el actor", su soporte material, físico, biológico, cognoscitivo; otra, "el personaje", que está constituido por la imagen que un individuo tiene de sí mismo. Para Goffman, el individuo, como ser interaccional, tiende a concentrarse enteramente en "el personaje". En esta gestión de la imagen social de los actores hay procesos sistemáticos de negociación que sin embargo suelen ser efímeros. La construcción de la realidad social en la vida diaria se desarrolla mediante una corriente continua de definiciones de las situaciones: la vida cotidiana, como conjunto de situaciones sociales, es una arena de enfoque o "monitoring" recíproco.

Por su parte, la perspectiva de los etnometodólogos -Garfinkel- se centra asimismo en la vida cotidiana pero esta vez observada a partir de los modos, los métodos con los cuales se construye un escenario de sentido común, un ambiente social cuyos caracteres son los de una realidad preexistente. La consideración es que el contexto y el lenguaje, la escena social y la acción se determinan recíprocamente. Reciprocidad y "provincias de realidad" son dos

temas cruciales en este enfoque. Principalmente referida al estudio de los conocimientos de sentido común que usamos en las prácticas cotidianas -los resúmenes, las explicaciones, las glosas con que reconstruimos la racionalidad de tales prácticas-, la actitud etnometodológica ve los elementos de la sociedad como productos de particulares situaciones sociales. El nivel del sentido común sin ser transparente, presenta, sin embargo, la fuerza de lo autoevidente que se aplica de manera cambiante de situación a situación sobre la base de una indeterminación previa creando cada vez un cierto contexto. Se puede decir, en definitiva, que el interés etnometodológico reside en la observación del carácter reflexivo de las actividades prácticas. A los fines de tal observación cobra importancia el concepto de "indexicalidad", el cual, derivado del problema lingüístico de la enunciación en el lenguaje, es introducido por Garfinkel en la orientación sociológica. Las expresiones indexicales son las que marcan la inserción del discurso en la ocasión, en la situación en que se enuncian. Se subraya de este modo la naturaleza indexical del discurso común y de las prácticas cotidianas -las referencias de persona, espacio y tiempo que sitúan al discurso en un contexto-.

A los fines de la observación de los escenarios de la cotidianidad, cobra también cierta relevancia el enfoque "conversacionalista" -Sacks, Schegloff, Jefferson-, el cual se propone explicar el "trabajo" llevado a cabo por los interlocutores al sostener una interacción verbal, al organizar su modo de proceder, al establecer algunos nudos cruciales que la estructuran. La conversación, una actividad libre en apariencia, se muestra en realidad como un lugar de ejecución de competencias socialmente adquiridas. El mecanismo más inmediatamente evidente parece ser el intercambio de palabra según movimientos coordinados entre los locutores, esto es lo que se nombra como el dispositivo o mecanismo de los turnos o reglas de la atribución del turno. Es notable aquí la diferencia en relación con los planteos de Goffman ya que según él es preciso decidir qué pertinencia interesa, si la organización de los turnos por sí misma, o las secuencias de la interacción. En el segundo caso la unidad fundamental de análisis no es ya el turno y su organización reglamentada, sino el "movimiento", definido como todo periodo de discurso o de sus sustitutos, dotado de carácter unitario respecto a cualquier conjunto de circunstancias en las cuales los participantes se encuentren. Según Goffman, lo que es fundamental en el uso del lenguaje en las interacciones cara a cara, no es una unidad conversacional, sino una unidad interaccional. El interlocutor no se dirige a un enunciado del locutor, sino más bien a cualquier cosa que el locutor y los demás participantes aceptan como un enunciado del locutor. Desde este punto de vista, el análisis de las interacciones cara a cara -y por lo tanto de las conversaciones-, aunque mucho más complejo y menos practicable, aparece, sin embargo, en condiciones de comprender elementos que de otro modo se omiten -en particular la conexión entre acciones y movimientos no verbales y verbales-.

Para terminar, quisiéramos remarcar que, en términos de intentar un enfoque teórico-metodológico capaz de dar cuenta de las complejidades del consumo mediático como articulador de diversas dimensiones de representación, un posible camino a recorrer tiene que ver con la articulación de las orientaciones aquí expuestas. Las teorías sobre los efectos cognitivos de los media; las formulaciones sociológicas en la línea de Bourdieu, Giddens y De Certau; los estudios culturales sobre audiencia; y los enfoques microsociológicos, constituyen, seguramente entre otros, uno de los accesos pertinentes en tal sentido.-

-
Bibliografía:

- . Wolf, M; La investigación en comunicación de masas, Paidós, Barcelona, 1987.
- . Saperas, E., Los efectos cognitivos de la comunicación de masas, Ariel, Barcelona, 1987.
- . Morley, D., Televisión, Audiencias y Estudios Culturales, Buenos Aires, Amorrortu, 1996. Ver referencias a Hall, S. (1973a), "Encoding-decoding in television discourse", reimpresso en S. Hall y otros, (1981), Culture, Media, Language, Londres, Hutchinson, y Hall, S., Discurso Introductorio, International Television Studies Conference, Institute of Education, Londres, julio de 1988.
- . Giddens, A. , Central Problems in Sociological Theory, Londres, Hutchinson, 1979.
- . Bourdieu, P., La Distinción, Madrid, Taurus, 1988.
- . De Certau, M., The Practice of Everyday Life, Berkeley, University of California Press, 1984.
- . Berger, P. y Luckmann, T., La construcción social de la realidad, Buenos Aires, Amorrortu, 1968.
- . Schutz, A., Estudios sobre teoría social, Buenos Aires, Amorrortu, 1974.
- . Schutz, A. y Luckmann, T., Las estructuras del mundo de la vida, Amorrortu, Bs As, 1977.
- . Wolf, M., Sociologías de la vida cotidiana, Cátedra, Madrid, 1979. Ver referencias a Garfinkel, H., Studies in Ethnomethodology, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1967, y Sacks, H., Schegloff, E, Jefferson, G, A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation, Language 50, 4, 1974.
- . Goffman, E., La presentación de la persona en la vida cotidiana, Amorrortu, Bs. As. 1971.

Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación

[anuario@fcpolit.unr.edu.ar]

Directora del Departamento: Lic. Sandra Valdetaro

1998.Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Escuela de Comunicación Social
Universidad Nacional de Rosario. Argentina