

COMUNICACION: DE LA *GRAN TEORIA* A APROXIMACIONES CUALITATIVAS

Carlos Sandoval García

"Id y sentaos en los vestíbulos de los hoteles de lujo y en los peldaños de las fonduchas; sentaos en los sofás del Gold Coast y en las camas improvisadas de los bajos fondos; sentaos en el Orchestra Hall y en el Star y Garter Burlesk. En resumen, señores, vayan y ensucien sus pantalones en una auténtica investigación".

Robert Park, 1923.

RESUMEN

Las aproximaciones cualitativas han permitido formular e intentar responder viejas y nuevas preguntas de investigación relativas a las culturas profesionales de la comunicación y a la constitución de "comunidades interpretativas" en las audiencias. Ello supone que rasgos de la interioridad de los actores sociales pasan por la interioridad de quien construye inicialmente la pregunta de investigación; de allí las recurrentes interrogantes acerca de como "objetivar las propias objetivaciones" en la investigación.

ABSTRACT

The qualitative approaches not only allow us to formulate new questions about professional communications cultures and the constitution of "interpretatives communities" among the audiences, but it also provides answers to the unanswered questions Further more the internal features of the social actors influence the internal traits of who built the research questions. From here on ariser the frequent question of how to umbias the social constructions, in the way of research.

Las metodologías cualitativas en la investigación académica de la comunicación en América Latina toman cierto auge a partir de la década de los años ochenta. El despegue no surge tanto de la disputa con corrientes cuantitativas y positivistas, como suele ocurrir en Estados Unidos (Jensen y Jankowski, 1993), en donde la discusión recurrente es si las estrategias cualitativas son “válidas” o, por el contrario, “inespecíficas” (Berger y Chaffee, 1987: 18)¹.

En contraste, en la región, los esfuerzos cualitativos expresan una reacción sobre todo frente al llamado *teoricismo* (Prieto, 1983), interesado en elaborar la “gran teoría” a partir de pocos referentes empíricos; en tanto la atención se ha centrado más en las disputas “funcionalismo-estructuralismo-marxismo” que en la formulación de preguntas de investigación pertinentes.

El descontento con el *teoricismo* se vuelve evidente cuando, por ejemplo, grandes afirmaciones a menudo aparecen más claras en el prefacio que en las conclusiones, porque lo que debería ser objeto de análisis se constituye en punto de partida: “Los medios de comunicación transmiten la ideología de sus propietarios”; sí, pero ¿cómo, por ejemplo, la ideología se constituye en valores noticia? ¿Cómo se producen entrecruzamientos entre esa ideología y la vida cotidiana de las audiencias? De igual modo, no se alcanza a conceptualizar en qué consiste “la influencia de los medios de difusión” ni cómo aproximarse a reconocer tal “influencia”; porque planteado así, el problema supondría que los medios están, si se quiere, fuera de la sociedad y desde allí influyen en ésta. Igualmente, el descontento con el *teoricismo* aflora cuando se advierte la poca reflexión acerca de los procesos comunicacionales decisivos en la formación de nuestras culturas, sobre los cuales hay una muy escasa

reflexión; baste citar la poca atención –respecto a su peso sociocultural– a la presencia de la telenovela, las culturas juveniles que crecen con las nuevas tecnologías y la música o a la noticia de sucesos.

En cambio, suelen todavía escucharse afirmaciones del tipo: “la iglesia, los medios, la familia (el orden puede variar) son *aparatos* que se encargan de reproducir la ideología dominante”, de modo tal que cualquier posibilidad de análisis concreto queda pospuesta porque las conclusiones “emergen” antes de comenzar el análisis. De allí que las aproximaciones cualitativas al tiempo que surgen en polémica con el *teoricismo*, constituyen un contrapunto a los determinismos, que supondrían, cual “programación”, “órdenes sociales” sin explicitar cómo se configura, para decirlo de algún modo, la relación interioridad (subjetividad)-exterioridad (orden social) en determinadas coordenadas espacio temporales. Al descender de la “gran teoría” es posible reconocer que la determinación no es sólo imposición o libertad, sino un ejercicio cotidiano, institucional e histórico de límites y presiones que requiere renovarse día tras día (Williams, 1980).

En el campo académico de la comunicación y posiblemente también en otros de las ciencias sociales ha habido más énfasis en la teoría que en el método, es decir, se presta poca atención a las estrategias de investigación, lo cual ha conducido a lo que Torres Rivas (1989: 8) llama un “síndrome antiempírico”.

Así, por lo menos en el caso de Costa Rica, la investigación se presenta, más que como una disputa entre perspectivas cualitativas y cuantitativas o experimentales, como una actividad marginal tanto respecto al dinamismo de los procesos de comunicación e información como al resto de las ciencias sociales. Aún hoy se puede reiterar, que en el campo de la comunicación “de investigación hablamos más de lo que hacemos” (Contreras, 1979).

De hecho, investigar la comunicación implica múltiples dimensiones de marginalidad (Fuentes y Sánchez, 1989): frente al campo profesional, a menudo el oficio de investigar es percibido de manera semejante al crítico literario, es decir, quien analiza el periodismo o la publicidad, para citar dos casos, es alguien “que no dio la talla en el *mercado*”. De

¹ Esta polémica es muy sugerente en perspectiva histórica porque en los años veinte, las investigaciones de la llamada Escuela de Chicago surgieron desde metodologías cualitativas, reconociendo grupos marginales, comunidades, inmigrantes y grupos profesionales (Jankowski y Wester, 60); sin embargo, después de la Segunda Guerra Mundial, el positivismo y la gran teoría hegemónizan el campo (Wright Mills, 1987).

fuentes, las cuales confieren mayor o menor legitimidad a los profesionales.

Desde una perspectiva menos "académica", pero quizá por ello muy sugerente, Wallraff (1979) laboró como intruso en la redacción del diario *Bild Zeitung*, un periódico amarillista y conservador en Alemania, para analizar cómo es la "cocina" de la institución. De igual manera, realizó su *conversión* en *Ali el turco* desde cuya otredad reconoció, durante dos años y medio, los bajos fondos de la Alemania superior, culta y civilizada frente a los extranjeros. "Hace falta enmascararse para desenmascarar, hace falta engañar y disimular para aproximarse a la realidad", apunta Wallraff (1988: 7).

En el campo de la publicidad (Sandoval, 1996b), hemos intentado acercamientos semejantes, hallando identidades profesionales marcadamente autorreferenciadas, las cuales se afirman en la posibilidad de ejercer poder, de saberse protagonista de primer orden del consumo, una de las actividades fundantes de la sociabilidad actual, aunque no puede perderse de vista que, como cualquier otro rasgo de una identidad colectiva, la autorreferencialidad no es una cualidad generalizable, hay acentos y matices que tienden a ser más homogéneos cuanto más jerarquía posean la agencia y los actores del campo.

En las prácticas, la autorreferencialidad se alimenta de los productos y la "imagen corporativa" de la agencia. Esta constitución de identidad es tanto hacia lo interno del grupo, pues la misma agencia la impulsa con diversas actividades, como hacia afuera, cuando la identidad es contrastada frente a la configuración que se ha elaborado de los otros y que estos han realizado sobre el "nosotros".

Un dato significativo en el campo publicitario es la edad de quienes laboran en las diez primeras agencias de Costa Rica, según facturación de 1994: aproximadamente, el 70 por ciento tiene menos de 30 años, ha laborado menos de 5 años y apenas es estudiante o bachiller universitario. Ello permitiría comprender por qué buscan un modo de expresarse y destacarse, por qué les urge establecer "reputaciones y posiciones" (dónde si no en la publicidad, que se constituye en una actividad que más que vender productos, mercadea estilos de vida y el participar en la industria que

construye estos estilos implica reconocimiento social).

Quienes producen los "spots", de alguna manera proyectan sus expectativas –virtuales o prácticas– mirándose en sus realizaciones o producciones; saberse el autor –aunque sea desconocido por el público– de la publicidad que ve todo el país, otorga las suficientes gratificaciones como para elaborar una identidad marcadamente autorreferida.

Se trata de la construcción de un 'nosotros' en torno al *ser joven con poder*, en donde todo es "soda", "cute", "light". Es la identidad de ciertos sectores medios y superiores o también el sueño de autorrealización de quienes participan (simbólicamente), aunque no formen parte de estos sectores sociales.

Como se apuntó antes, otro ámbito en que se han empleado metodologías cualitativas es en el análisis de las audiencias, que ha sido, incluso, más considerable, pues con él surgen las viejas pero siempre vigentes interrogantes acerca de los efectos de los medios (Wolf, 1994).

El análisis cualitativo ha enfatizado el papel activo de las audiencias en la construcción del significado de los mensajes difundidos, éstas configuran "comunidades interpretativas y de apropiación" a partir de experiencias semejantes respecto a tecnologías, códigos, contenidos, ocasiones sociales y rituales comunicativos (Wolf, 1994: 127).

En nuestra experiencia con trabajadores de la construcción y trabajadoras de la maquila (Sandoval, 1996a), hemos reconocido que los discursos de los medios se presentan en una doble dimensión pragmática: por una parte, son objeto de representación y, por otra, se emplean para nombrar y otorgar sentido a situaciones y experiencias de la vida cotidiana. En otras palabras, son representados y sirven para representar.

En el primer caso, cuando los discursos de los medios son objeto de representación, los trabajadores y trabajadoras seleccionan radioemisoras, canciones, canales o películas y resignifican sus discursos, pero la escogencia y la elaboración es a partir de las ofertas existentes. No se impone el gusto, pero está delimitado y limitado por aquello que se programa con más frecuencia y es a partir de ésto y no de otras posibilidades, que se configuran representaciones.

El riesgo de enfatizar el carácter activo de las audiencias es suponer que tales procesos son independientes de los contenidos, condiciones de experiencia de los sujetos y de la definición de los medios, suposiciones que vendrían a tono con referentes neoliberales y posmodernos, según los cuales cada quien construiría versiones a partir de un mismo discurso, argumento que se apoyaría en las posibilidades de elección que aseguran las ya no tan nuevas tecnologías y en la diversidad sociocultural de las mismas audiencias.

Sin embargo, es difícil que los sujetos resignifiquen de manera crítica o impugnen mensajes si no disponen de otras fuentes, como en la mayoría de las situaciones analizadas. Se eligen *respuestas* de sumisión, doblegamiento o parodia pero no *opciones* (Monsiváis, 1984:117). El contraste de experiencias y mensajes es un camino que permite objetivar las primeras o cuestionar los segundos, pero desdichadamente no siempre es recorrido. Hay múltiples *mediaciones* pero no tantas *alternativas*, y si antes predominaron los acentos *apocalípticos* ahora no se trata de sustituirlos por *estrategias tranquilizantes* (Schmucler, 1992: 146), que interpretan cualquier respuesta ante los medios como una muestra de resistencia y cuando no de rechazo.

Distinguir entre *respuestas* y *opciones* recuerda que disponer de una perspectiva más comprehensiva acerca de algunas de las múltiples relaciones entre medios y procesos socioculturales no necesariamente implica que la presencia de estos disminuye sino que pone de manifiesto perspectivas más "densas" de su presencia cotidiana.

Esta especie de "democracia semiótica" (Livinstone, 1993: 8) sería una nueva vieja historia —los efectos limitados—, que le resulta muy al gusto a quienes tienen intereses en los sistemas de comunicación y desearían que se les exonere de responsabilidad frente a las audiencias².

En el segundo caso, cuando los discursos de los medios sirven para representar y otorgar sentido, hemos observado cómo canciones, películas y programas de televisión o personajes se emplean para nombrar situaciones cotidianas. Así una experiencia inmediata se configura en representación a través de *conjuntos textuales* (Eco y Fabbri, 1978) provenientes de fuentes mediáticas, de allí que no extrañe que a un varón moreno y delgado se le llame Somalia, por semejanza con los habitantes de aquella nación africana publicitada en los medios a raíz de las hambrunas que padecen sus habitantes.

Este proceso de nombrar situaciones de la vida cotidiana a partir de *conjuntos textuales* plantea interrogantes metodológicas centrales, pues por lo general los análisis de recepción interrogan a individuos —ya sea a través de la encuesta o incluso por medio de entrevistas— a partir de situaciones experimentales, las cuales son semejantes entre sí y distantes de las situaciones analizadas, al tiempo que las respuestas surgen más a propósito del acto de preguntar que de la situación modelada (Lave, 1991). De ahí la importancia de aproximaciones no inducidas a contextos de actividad e interacción, en donde los actores de los procesos de comunicación configuran significaciones sociales.

¿DEL ESCRITORIO AL CAMPO...?

O EL PESO DE LA INSTITUCIONALIZACIÓN

En la observación participante, quien se propone reconocer aspectos de la vida cotidiana presenta una doble dimensión de actor-autor, en donde el reconocimiento de la otredad pasa por la propia subjetividad; es el reto de estudiar un proceso concreto en una relación concreta con el proceso. La situación de análisis son los diálogos y conversaciones, allí donde se engarzan la referencia y el significado (Giddens, 1991).

Quien observa, al mismo tiempo que establece una relación de acercamiento, requiere mantener distancia para reconocer cuándo sus representaciones corresponden a su perspectiva como *actor*, cuándo a las de su condición de *autor* o cuándo se ha nativizado (Schwartz y Jacobs, 1984; Taylor y Bogdan, 1989).

² A finales de los años ochenta, Schiller (1989: 210) apuntaba: "Las teorías que ignoran la estructura y el *locus* del poder de representación y definición, y en su lugar enfatizan la capacidad individual de transformación del mensaje, presentan poco o ningún peligro para el orden establecido".

Sin embargo, este tipo de acercamientos suelen ser marginales, quizá porque los procesos de institucionalización de los agentes en el campo académico producen una suerte de sedentarismo, que no pasa sólo, aunque sea decisivo, por la edad³, sino que también por la legitimación y jerarquización que otorgan ciertas posiciones de poder, que tiende a volver irrelevante el trabajo de campo, por lo común "tarea de asistentes".

Sobre todo cuando se trata de investigación participante no reconocida, el trabajo demanda pisar terrenos en donde quien ejerce investigación es un anónimo que procura reconocer, desde una perspectiva de la comprensión, cómo en ciertos contextos socioculturales se elaboran significaciones sociales *desde* y *en* ciertas condiciones de experiencia.

Se requiere tiempo y paciencia para intentar una y otra vez; no hay una legitimación institucional ni intelectual, se es uno más con las reglas de juego establecidas. Crece la tensión al reconocer que se va un día tras otro sin reconocer datos. La presión se relativiza cuando se asume el trabajo de campo como algo más que un requisito, cuando constituye una actividad vital, en que se trata de controlar, al menos en parte, la incertidumbre.

En contraste, las formas convencionales de enseñanza asocian la investigación más con el rigor que con la audacia, con el "marco teórico" que más que delimitar, limita problemas. Se obvia, pues, que los lugares desde donde se pregunta no sólo determinan cómo se captan las cosas sino también qué cosas se captan (Martín Baró, 1990: 46).

Además de los aspectos relativos a la institucionalización, los acercamientos cualitativos, sobre todo cuando se trata de observación participante, plantean una serie de desa-

ños metodológicos, entre los cuales quisiéramos destacar dos: los relativos al trabajo de interpretación y a la implicación.

...DEL CAMPO AL ESCRITORIO

El trabajo con los datos es tan complejo como la permanencia en el campo, sólo que la dificultad es de otro tipo, tiene que ver con el construir redes de relaciones y sentido entre lo visto, lo vivido y lo registrado.

En ocasiones se prefiere reproducir los textos como testimonios, en otras se realiza una cuantificación, procedimiento poco efectivo pues para tal propósito hubiese sido recomendable haber empleado una técnica estructurada (Rockwell, sf: 18). También cabe la posibilidad de ilustrar una teoría con un caso particular o bien se trata de una descripción impresionista, en donde los detalles no dejan ver relaciones más consistentes.

Woods (1986: 65-6) insiste en la necesidad de combinar la cualidad ideográfica de la etnografía, descriptiva de situaciones particulares, con la nomotética, es decir, generalizadora, comparativa y teórica. Por ello, el análisis de los datos es un continuo ejercicio de escritura y lectura, en donde una nueva lectura de los registros constituye otra observación; dinámica que pretende constituirse en una "espiral de comprensión".

Conviene, por ello, no esquematizar demasiado y suspender inferencias anticipadas. El entretejido de datos y teoría es variable, abierto e inacabado, siempre admite lecturas diferentes y reelaboraciones sucesivas.

Taylor y Bogdan (1989: 159-162) esbozan algunas pistas: buscar temas examinando los datos de diversos modos posibles; leerlos repetidamente; seguir la pista de temas, intuiciones, interpretaciones e ideas; buscar temas emergentes; elaborar tipologías; desarrollar conceptos y proposiciones teóricas, estos últimos proporcionan un sentido de referencia general y sugieren direcciones para la observación.

Otra posibilidad es el intentar engarzar descripciones y análisis, en lo que Rockwell (sf: 29) llama "descripciones analíticas", en las que se muestran relaciones construidas mediante la descripción extensa de un evento o proceso concreto, reordenado de acuerdo con

³ Gaye Tuchman (1993: 103), quien ha realizado algunas de las investigaciones más sugerentes de observación participante en el campo de la comunicación, apunta: "(...) la observación ampliada de los participantes es un método para los jóvenes: cuando se tienen entre veinte y cuarenta años aún es posible observar durante diez y dieciséis horas y después teclear las notas antes de ir a dormir. Cuando se es más viejo esta cantidad de horas ya supone un problema."

categorías analíticas utilizadas, pero que a la vez conserve el detalle de los hechos observados.

En la investigación sobre vida cotidiana (Sandoval, 1996a), nos interrogábamos sobre posibles relaciones entre fuentes mediatas e inmediatas en la configuración de representaciones acerca del trabajo por parte de mujeres trabajadoras que laboran en maquiladoras. Anotábamos que desde lo inmediato una mujer trabajadora *siente* (la elaboración cognitiva de la experiencia no es frecuente) que su salario no corresponde a su esfuerzo durante la semana. Al comentarlo con compañeras de trabajo, ella encuentra opiniones semejantes. En su casa, su mamá le dice que no hay por qué lamentarse; su vida fue mucho más dura: recolectó café, a menudo bajo la lluvia, y por años trabajó como empleada doméstica con bajísimos salarios; que no olvide la fiesta ofrecida por la empresa la pasada Navidad. Mientras madre e hija conversan, en la televisión aparece un corto publicitario del gobierno que insiste en "producir para exportar", porque con ello se adquieren divisas y se genera empleo.

Las representaciones que elabora nuestra mujer son la resultante de estas diversas voces, unas con mayor legitimidad que otras: las surgidas de su experiencia y la de su amiga, la resignación de su mamá, las dádivas de la empresa, los recordatorios neoliberales del gobierno de turno, las cuales, además, tienen largos antecedentes, no emergen en un aquí y un ahora.

El trabajo de campo pretendió reconocer fuentes (lo mediato y lo inmediato) y procesos (objetivación, anclaje) que median en la configuración de representaciones, cuándo se contradicen, cuándo predomina lo inmediato, cuándo lo mediato, cuándo coinciden, cómo se amalgaman o excluyen.

En esta tarea fueron de mucha utilidad, algunas operaciones sistematizadas por Rockwell: interpretación (comprender el significado), reconstrucción (redes de relaciones, situaciones síntesis), contrastación (ubicar ejes de relación, diferencias o semejanzas, ausencias o presencias), contextualización (reconocer referentes de lo dicho) y explicitación (reescribir en forma más amplia que en el registro original).

Finalmente, Woods (1986: 196) propone algunas preguntas para interrogar al análisis

en proceso: ¿Qué falta aquí? ¿Qué falla en este argumento? ¿De qué otra manera se podría interpretar este material? ¿Cómo se podría criticar esto? ¿Qué quiero decir con esto? ¿Son necesarias las citas? ¿Qué es lo que dicen estas oraciones impresionantemente sonoras? ¿Qué relación tienen los párrafos?

IMPLICACION O EL INTENTO DE OBJETIVAR LAS PROPIAS OBJETIVACIONES

Una cualidad de la investigación etnográfica es aproximarse a reconocer modos en que los sujetos *ven* y *se ven* en el mundo y no solo cómo justifican sus acciones ante sí mismos y ante otros (Taylor y Bogdan, 1989: 170). Esta posibilidad, asimismo, abre muy diversas interrogantes acerca de la implicación de quien se presenta a escenarios ajenos.

Reconocer rasgos de la interioridad de los agentes sociales, pasa por la propia interioridad de quien se interroga. Por ello, quizá, uno de los rasgos más sugerentes de la investigación cualitativa sea que no sólo se problematiza la relación con otros, sino también la implicación de quien se propone ser *intruso*.

Sin embargo, la fuerza del positivismo ha vuelto casi imperceptible la implicación. Es un proceso lento, que recubre la cultura burguesa con más fuerza desde el siglo XIX, cuando de manera análoga, la cocina debía estar bien separada de la estancia de los amos; incluso hay una entrada aparte (Lourau, 1989; Elías, 1988).

La teoría de la implicación pretende discutir, precisamente, afirma Lourau (1989: 209), la cocina de la investigación, el proceso, que suele permanecer opacado⁴, por ello la urgencia de construir un extratexto, que reconozca actos fallidos de la investigación, como un esfuerzo de situarse al reverso del decorado.

El *extratexto* no guarda una relación directa ni siempre explícita con el texto ni es su 'espejo', pero sí constituye un referente para su lectura. Son notas al margen, pero no marginales, que también remiten a desafíos en la

⁴ A este respecto, suele citarse el diario de campo de Malinowski, pues es muy significativo que muchas de las páginas estén inmersas en un clima de obsesión sexual, relacionadas tanto con la soledad como con la angustia del trabajo de campo (Lourau, 1989: 46; Jankowski y Wester, 1993: 60).

exposición: cómo intercalar texto y *extratexto* de tal modo que en los informes se visibilicen dudas, incertidumbres, vueltas atrás.

Bourdieu (1992: 193), por su parte, insiste en observar al observador, de reconocer que no puede haber una relación naturalizada con el entorno y que se impone la necesidad de objetivar las objetivaciones desde las cuales se investiga. No se trata, advierte, de una pregunta narcisista, vagamente inspirada en el psicoanálisis, sino de un esfuerzo para localizar socialmente al interlocutor, no sólo en lo que respecta a clase, etnia o género sino también a la posición en el universo de la producción cultural (Bourdieu, 1992: 69) y propone la objetivación participante de la observación participante, donde se ejercite la posibilidad de reconocer el punto de vista desde el cual se procede, de tal modo que la investigación no sea una proyección incontrolada de la relación de quien investiga con aquello que se intenta analizar.

En el reconocimiento de presentaciones sobre vida cotidiana, nos encontramos con problemas que remiten a estas interrogantes: ¿cómo no idealizar a sectores trabajadores? ¿cómo evidenciar que quienes son explotados en el trabajo son autoritarios en otras dimensiones de la interacción social? De igual manera se plantea la necesidad de no obviar el carácter de construcción de conceptos como los de clase o pueblo, para citar dos casos frecuentes.

Ahora bien, las dificultades del objetivar las objetivaciones no puede conducirnos a la inercia, como aquel paciente de Freud que se pasaba limpiando los anteojos, pero no se los ponía por miedo a que se le ensuciaran. Quizá por ello, conviene tener presente el doble ejercicio que apuntaba Bajtín (Todorov, 1981: 168-9): *participación distanciada*, que enfatiza el momento de la empatía, y *distanciación participante*, que subraya el momento de la exotopía, pues "una cultura se revela más completa y más profunda sólo a los ojos de otra cultura".

PARA CONTINUAR...

La presencia de perspectivas cualitativas despierta no solo inquietudes teóricas o metodológicas, sino también pedagógicas, sobre todo porque la investigación no se suele ense-

ñar investigando; de ahí en parte lo marginal de la observación participante y otras modalidades etnográficas en la investigación en ciencias sociales⁵.

¿Qué (no) pasaría si por un semestre, dos o más abandonáramos las seguridades del aula, del cubículo o de ambas para aproximarnos a reconocer en el campo algunas de las certidumbres que pueblan el discurso universitario?

BIBLIOGRAFIA

- Baker, Martin y Anne Beezer (Eds.) (1992). *Introducción a los estudios culturales*. Bosch Comunicación, Barcelona, 1994.
- Berger, C. y Chaffee, S. (Eds.) (1987). *Handbook of Communication Science*. Sage, Newbury Park, California.
- Bourdieu, Pierre and Loic J.D. Wacquant (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. The University of Chicago Press, Chicago.
- Contreras, Eduardo (1979). "Investigación en comunicación en América Latina: la duda del método". Ponencia en el Sexto Seminario de Comunicación de la Universidad Anáhuac, México.
- Eco, Umberto y Fabbri, P. (1978). *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell' informazione*, citado en Miquel Rodrigo (1989). "La construcción de la noticia". *Comunicación: Barcelona*, nº 34.
- Elías, Norbert. *La sociedad cortesana*. FCE, México, 1988.
- Fuentes, Raúl y Enrique Sánchez Ruiz (1989). "Algunas condiciones de la investigación de la comunicación en México". En: *Cuadernos Huella*, nº 17, ITESO, Guadalajara.

⁵ Junto con esta ausencia de una experiencia concreta, que a veces se guarda y recuerda más que las prolongadas discusiones, se siente y resiente también un vacío en la discusión de lo que sería la "teoría social hoy" (Giddens y Tumer, 1991).

- Giddens, Anthony. "El estructuralismo, el postestructuralismo y la producción de la cultura". En: A. Giddens y J. Turner (Eds.) (1987). *La Teoría social hoy*. Los 90, Grijalbo-Alianza Editorial, nº 51, México, 1991.
- Jankowski N.W. y Fred Wester (1993). "La tradición cualitativa en la investigación sobre las ciencias sociales: contribuciones a la investigación sobre comunicación de masas". En: Jensen K. B. y Jankowski, K. B (Eds.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch Comunicación, Barcelona.
- Jensen, K.B (1993). "Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre comunicación de masas". En: Jensen K. B. y Jankowski, K. B (Eds.) (1993). *Op. Cit.*
- Martín Barbero, Jesús (1992). "Pensar la sociedad desde la comunicación". En: *Diálogos de la Comunicación*, FELAFACS, Lima, nº 32.
- Martín Baró, Ignacio (1990). "Conflicto social e ideología de Chile a El Salvador". En: Jiménez Domínguez, Bernardo (Coord.) *Aportes críticos a la psicología en Latinoamérica*. Editorial Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Monsiváis, Carlos (1983). *La cultura popular en el ámbito urbano. Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Ediciones Gustavo Gili-FELAFACS, México D.F.
- Lave, Jean (1988). *La cognición en la práctica. Cognición y desarrollo humano*, Paidós, nº 23, Barcelona, 1991.
- Levinstone, Sonia (1993). "The Rise and Fall of Audience Research: An Old Story With a New Ending". In: *Journal of Communication*. Austin: Autumn, Vol. 43, nº 4.
- Lourau, René (1989). *Diario de investigación. Materiales para una teoría de la implicación*. Editorial Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Prieto Castillo, Daniel. *Teoricismo y autocrítica: en búsqueda del tiempo perdido*. Connotaciones. Ediciones El Caballito, AMIC, México D.F., nº 4, 1983.
- Rockwell, Elsie. *Reflexiones sobre el proceso etnográfico*. Centro de Investigaciones Educativas, IPN, México D.F., s.f.e.
- Sandoval García, Carlos (1995). "Nicaragua: la política como suceso". En: *Iniciativa*. ICODE, nº 12, San José.
- (1996a). *Sueños y sudores en la vida cotidiana. Trabajadores y trabajadoras en la industria de la maquila y la construcción*. Editorial de la Universidad de Costa Rica, San José (en prensa).
- (1996b). "La industria publicitaria en Costa Rica". Informe de investigación, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Schmucler, Héctor (1992). "La Escuela de Frankfurt y Walter Benjamín contra las estrategias tranquilizantes". En: *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*. VII Encuentro de FELAFACS, UIA, México.
- Schwartz, Howard y Jerry Jacobs (1984). *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. Trillas, México.
- Taylor Steve y Robert Bogdan (1990). *Introducción los métodos cualitativos de investigación*. Paidós Básica, Buenos Aires.
- Todorov, Tzvetan. Mikhail Baktine: "Le principe dialogique". Seuil, París, 1981, citado en Gilberto Giménez. "La problemática de la cultura en las ciencias sociales". *Mimeo*.
- Torres Rivas, Edelberto (1989). "Ciencia y conciencia sociales en Centroamérica". En: *Polémica*. FLACSO, segunda época, nº 8, San José.
- Tuchman, Gaye (1978). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1983.

- (1993). "Métodos cualitativos en el estudio de las noticias". En: Jensen K. B. y Jankowski, K. B (Eds.), *Op. Cit.*
- Wallraff, Günther (1985). *El periodista indeseable*. Anagrama, Barcelona, 1979.
- *Cabeza de turco. Abajo del todo*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1988.
- Williams, Raymond. (1977) *Marxismo y Literatura*. Ediciones Península, nº 21, Barcelona, 1980.
- Wolf, Mauro (1992). *Los efectos sociales de los media*. Paidós, Colección Comunicación, México, 1994.
- Woods, Steven (1986). *La escuela por dentro. La etnografía en la práctica educativa*. Paidós-Educación, Buenos Aires, 1989.
- Wright Mills, Charles (1957). *La imaginación sociológica*. FCE: México, 1987.

Carlos Sandoval García
Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Universidad de Costa Rica
csandova@cartari.ucr.ac.cr