
MEDIOS: ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA FORMACIÓN DE LOS USOS SOCIALES

Gilles Pronovost

Introducción

Al utilizar la expresión “uso social de los medios”, el acento está puesto sobre el uso activo e interactivo de los mismos. Hay por supuesto la vertiente del consumo más o menos pasivo de los medios al cual se enfocan generalmente las investigaciones, pero aun si los consumidores se revelan en general muy receptivos a los medios, aun si el periodo pasado delante de la pequeña pantalla ocupa casi la mitad del tiempo libre semanal disponible, se pueden entrever estrategias, tácticas, resistencias, procesos de selección y de planificación. El uso de los medios no es solamente reductible a un simple consumo masivo.

La imagen de un consumidor pasivo frente a los medios ha cundido. Matterlart señala que

Hubo que esperar la entrada en la crisis para ver legitimada finalmente la idea, tan elemental, de que los procesos de comunicación se construyen gracias a la intervención activa de actores sociales diversos¹.

Si reconoce que “los usos se forman con la aparición de procesos múltiples de apropiación, y aun de modificación de los usos previstos”, Bernard Miegue (1989, p. 34) rechaza entretanto considerar que “los consumidores escapan a las especificaciones de los objetos técnicos y jugando con las acciones de promoción de los fabricantes, pueden conducir de manera duradera un proceso autónomo de construcción de sus propios usos”. No es siempre fácil construir lo que emana de las capacidades de innovaciones culturales, de diferencias de la situación, de des-

centramiento, de capacidad de acción que hay que reconocer a los actores y lo que resulta de la anticipación y la dominación de la oferta industrial. En otros términos, la noción de uso social de los medios remite a un debate que surge de una visión a veces muy polarizada entre el consumidor rey y las industrias culturales todo poderosas. Convendría denunciar esta idea de anticipación absoluta de la oferta cultural, puesto que ello implica un proceso de investigación de mercado, de adaptación a las normas sociales y culturales, de recuperación de las desviaciones de los usos; el movimiento no es entonces en un sentido único, sino que supone la presencia latente de los actores en la definición de la oferta. Por otra parte, es evidente que el acento puesto sobre la autonomía de los usuarios de los medios, su capacidad de rechazo o de oposición, no debe conducir a negar el juego de los poderes económicos e industriales. No debe tampoco conducirnos a un refugio último de la explicación superficial en la instancia de la individualidad, en una subjetividad superficial, en un psicologismo estrecho.

Otro dato a considerar en el estudio de los usos sociales nos lleva esta vez sobre el lugar de la participación de los medios en el conjunto de prácticas culturales de un actor. "Las prácticas culturales y la comunicación tienen un camino compartido" como lo escribe justamente Bernard Miege (*ibid.*, p. 35).

Los usos de los medios no pueden ser definidos fuera de un sistema cultural de referencia más global al de un actor, sin tener en cuenta el conjunto de sus prácticas cotidianas. En ese sentido, los usos sociales de los medios no constituyen más que una faceta de lo que se pudiera llamar el sistema de las prácticas de un actor, su constelación de actividades culturales, lo que implica procesos de interacción medios-prácticas culturales sobre las cuales vamos a regresar.

El objeto de este texto es presentar algunos elementos de una problemática de los usos sociales ligados a los medios, teniendo en cuenta a la vez la doble referencia a las capacidades de los actores y las lógicas industriales dominantes, así como el sistema de conjunto de las prácticas culturales en las cuales se inserta el consumo de los medios. En el plano empírico, nos apoyaremos esencialmente sobre un corpus de entrevistas realizadas hace algunos años, sobre la utilización más o menos diferenciada de la televisión, la videocasetera y la microcomputadora²; haremos igualmente relación a algunas reflexiones preliminares de una investigación en curso sobre los usuarios de la televisión interactiva llamada "Vidéoway" de la firma Vidéotron³.

Un continuum de usos sociales



Por “*formación de usos sociales*” entendemos los diversos procesos sociales por las cuales los actores llegan a **estructurar sus relaciones con los medios en el tiempo y en el espacio**, en el contexto del conjunto de sus prácticas culturales y en interacción con las lógicas industriales dominantes. Tal definición implica que los actores no tienen únicamente comportamientos de consumo cultural, sino que su *participación* está modulada por una trayectoria a la vez personal y sociológica de prácticas que se han constituido progresivamente y que son susceptibles de modificarse y de transformarse. Ello implica igualmente *maneras de hacer* que se manifiestan con suficiente recurrencia, bajo la forma de hábitos relativamente integrados en la cotidianeidad, para ser capaces de reproducirse y eventualmente de resistir en tanto que prácticas específicas, o de imponerse por relación a otras prácticas culturales innovadoras o preexistentes.



En el estudio de la formación de los usos, se pueden distinguir al menos dos grandes tipos de situaciones, que se corresponden con *tipos ideales* sobre un continuum de usos:

—el caso de **los usos ya estructurados**, por ejemplo en lo que concierne a los hábitos de asistencia a los museos, los **hábitos** de lectura, las modalidades de exposición a la televisión etc.; son de alguna manera usos ya situados, de los que el investigador quiere decodificar el proceso de su formación, estructuración y puesta en operación, tratando de identificar lo que proviene de la lógica de la oferta mercantil y lo que emana de los procesos clásicos de puesta en escena de las conductas sociales;



—el caso de **los usos en vías de formación**, por ejemplo en lo que concierne a la apropiación de las nuevas tecnologías de información, particularmente la televisión llamada interactiva, donde todavía no es fácil clasificar **la causalidad inducida** por la anticipación de la oferta sobre los usos de las verdaderas innovaciones culturales de parte de los usuarios⁴.



Usos estructurados y usos en formación constituyen los polos extremos de un continuum de prácticas; diversas situaciones intermedias deben ser bien entendidas para volver el análisis un poco más complejo.

El continuum televisión—videocasetes—televisión interactiva

Esta perspectiva muy simple puede ser aplicada a los diversos medios. En particular a partir de nuestras propias observaciones empíricas, hemos podido delimitar lo que podríamos llamar *un continuum empírico de usos* entre la televisión, la videocasetera, la asistencia al cine, los hábitos de lectura y la televisión interactiva.

Así, la televisión es ahora objeto de usos muy **estabilizados**, como muestra la banalización a la cual los informadores nos remiten en sus representaciones; el modelo dominante del uso de la televisión es el de objeto familiar, que puede incluso servir de compañía a otras actividades, y que se mira muy a menudo al azar del zapping.

La videocasetera por su parte ha sido objeto de usos en vías de estructuración que son muy rápidamente estabilizados, contrariamente a lo que ha sido sin duda para el teléfono o la televisión en sus inicios; ese fenómeno es tanto más agudo cuanto la introducción de esta tecnología se ha hecho en los medios populares. Una de las razones de la tan rápida estructuración de los usos de la videocasetera puede explicarse por el hecho de que el modelo de apropiación de la videocasetera se ha hecho en función del de la televisión. Con gran rapidez, la videocasetera ha sido objeto de un uso instrumental de gestión del tiempo, ya sea para el consumo diferido de programas de televisión, o bien, cada vez más en una perspectiva de complementariedad con el consumo del cine, por el acceso a los videocasetes. En su conjunto, el discurso usual es que el uso de la videocasetera no ha cambiado los hábitos culturales y del ocio de los individuos: en el plano de escuchar la radio, de los hábitos de lectura, etc. Se ve sin embargo que la exposición de películas en casa ha ocasionado una disminución neta de la frecuentación del cine, lo que significa que la videocasetera es una clase de "televisión" que se consumiría de manera instrumental y selectiva, comparada a "la televisión ordinaria" banalizada.

En esta perspectiva, se comprende la estrategia de algunos distribuidores que, para los servicios de televisión pagada (PPV) o *a la carta*, intentan insertarse de alguna manera en esa clase de uso de la televisión que representa la videocasetera; la televisión *a la carta*, es el cine instantáneo a domicilio. Sin embargo, dado que la videocasetera constituye esencialmente un instrumento de gestión del tiempo de consumo de películas en casa, los distribuidores deberán tener éxito en hacer coincidir el tiempo de disponibilidad de las películas *a la carta* con el del cambio de su consumo a domicilio, lo que supondría que todas las películas dis-

ponibles lo sean en todo tiempo. La tecnología no ha llegado todavía hasta allá, pero llegará sin duda.

En cuanto a la televisión interactiva, cuya experimentación está en curso en Québec, se puede notar un uso en vías de estructuración, que presta a la televisión sus primeros elementos de arranque. De hecho, no se trata de una televisión verdaderamente interactiva sino más bien de servicios telemáticos a través del televisor. Es por ello que no se logra implantar más que por constricción, puesto que los suscriptores de la televisión por pago, segmento lucrativo del mercado, deben imperativamente conectarse sobre el decodificador de Vidéoway para mantener su suscripción. Se puede señalar que el obstáculo de los difusores es grande. Estamos en presencia de un modelo de utilización de la televisión que ha hecho de ella un objeto banal, que se activa al azar del tiempo, el cual no se duda en diferenciar ya sea para dejarla o bien para ver un videocasete. ¿Cómo regresar entonces a darle una función instrumental a la pequeña pantalla? ¿Hacer del televisor un servicio de información especializada, de gestión de correo electrónico, etc., mientras que los usos populares se oponen? Si la televisión verdaderamente interactiva llega a imponerse, tres modelos de utilización deberán coexistir alrededor de la apropiación del mismo objeto: un modelo de pasatiempo, netamente dominante, un modelo de gestión del consumo personalizado de las películas como se ve en el caso del uso de la videocasetera y un modelo instrumental de utilización funcional de servicios especializados. Ahora por el contrario, la estrategia actual de Vidéoway está al tanto si no es que por delante del orden del juego, como prueban los numerosos video-juegos disponibles, en mucho mayor número que todos los otros servicios reunidos, así como del consumo creciente de las películas (la televisión por pago ofrece a ciertas horas varias opciones simultáneas de películas); los servicios que pueden ser objeto de un uso instrumental de la pantalla son casi irrisorios. Es como si se intentara introducir un uso instrumental del televisor "por la puerta de atrás" o en paralelo a usos ya constituidos.

Aunque si bien hemos procedido rápidamente, se  entrever que los usos sociales de los medios demandan ser insertados en un *continuum empírico*, que remite no solamente a una diversidad de objetos — televisor, videocasetera, decodificadores sofisticados— que prescriben las modalidades específicas de su apropiación, pero igualmente en un *continuum histórico* haciendo que un tipo de uso estructurado, por ejemplo, llegue a ser desestabilizado y después recompuesto bajo otras formas.

Así, otra distinción puede ser hecha según los "niveles en profundidad", según los niveles de estructuración a los cuales uno se dirige de manera dominante o central. Se puede abordar así el estudio de los usos en sus relaciones con las estructuras macro sociales, tales como los modos de vida y las sub-culturas, las relaciones intergeneracionales, que remiten a una regularidad de comportamientos netamente ligados a los grandes ejes de la estratificación social. Otro nivel es el de los aparatos y las instituciones, que inducen inevitablemente a la vez a restricciones y regularidades, a prescripciones y lógicas. En el plano micro-social, en fin, se puede igualmente distinguir formas de estructuración de los usos, ligadas por ejemplo a trayectorias personales y sociales, a temporalidades particulares en el ciclo de vida de un individuo, etc. En realidad, los actores se mueven a través de esos diversos niveles de estructuración de los usos que construyen con diversos niveles de determinación e indeterminación, según una lógica de posibilidades y de probabilidades que vuelve muy difícil la explicación de tal o cual comportamiento específico.

Elementos del itinerario a través de los medios

La *temporalidad* es una dimensión fundamental y a menudo descuidada, del uso de los medios. El aspecto que sostenemos aquí es el del proceso de formación de los usos tal como emerge a través del itinerario biográfico de un individuo. Se trata de conocer cómo se desempeñan o se estructuran las regularidades de comportamientos en función de la evolución de la situación social, económica o familiar, por ejemplo. O también en función de las transformaciones de las redes de interacciones. Trataremos principalmente dos aspectos: cómo son recompuestas las modalidades de introducción de los medios en el ciclo de las prácticas cotidianas. En la sección siguiente abordaremos la inserción de los medios en el espesor del tiempo.

La utilización de la videocasetera y de la microcomputadora revelan al menos dos modelos de introducción de los objetos tecnológicos:

—un modelo de *difusión social horizontal*, por ejemplo de la introducción de la videocasetera, bien por iniciativa de los adultos de la casa, bien por la demanda de los niños, o bien por un elemento causante. Ponemos el acento aquí sobre el hecho de que los medios populares han adoptado con bastante rapidez esta "nueva tecnología" y que ella se ha difundido de igual manera en el conjunto de la población sin que un modelo elitista preexistente haya fijado ciertos parámetros de su uso (como

por ejemplo en el caso de la difusión de ciertas prácticas corporales). La videocasetera no es objeto de un discurso muy amplio y legitimador cuando se compra (como por ejemplo es el caso de la microcomputadora o del discurso prescriptivo de los promotores de Videoway). La estructuración muy avanzada de los usos ligados a la televisión ha hecho sin duda que se haya apropiado la videocasetera de manera complementaria a la televisión, pero sobre todo sin que conflictos intergeneracionales muy fuertes hayan estado en juego y sin que se represente a la videocasetera como un objeto perturbador. Se ha insertado de alguna manera en la trama de los usos ya estructurados alrededor de la televisión, y se le ha visto asumir, como nosotros lo señalaremos más adelante, una función instrumental de gestión del tiempo de consumo de los medios. Además, la multiplicación de los televisores y de las videocaseteras en la casa ha contribuido al desarrollo de una clase de *democracia familiar* de la cual volveremos a hablar más adelante. Introducción deliberada, relaciones intergeneracionales relativamente armoniosas, estabilización rápida de los usos, justificación esencialmente instrumental más que en el orden del mito tecnista, esa es la imagen que nos dan nuestros informantes de los primeros tiempos de la videocasetera.

—la introducción de la microcomputadora, en comparación, es muy a menudo efectuada por los adultos con un doble fin instrumental ligado al trabajo y a la socialización de los hijos en las nuevas tecnologías. La repartición de los roles es más explícita que en lo que concierne a la apropiación de la videocasetera. Se puede observar un verdadero apasionamiento por la microcomputadora, presencia invasora al inicio, que los fenómenos de control familiar logran generalmente encauzar. No hay discurso admirativo sobre la televisión y el que se hace sobre la videocasetera insiste sobre la gestión del tiempo; el de la microcomputadora remite a la mitología asociada a los desarrollos tecnológicos más futuristas, es decir, al carácter ineluctable de su generalización en todos los hogares. Se tiene igualmente el sentimiento de una separación entre las generaciones vía la familiarización con la computadora. Sucede con frecuencia que el “padre” a menudo justifica su compra por las razones de “productividad” en el trabajo, y muy conscientemente invita a sus hijos a “jugar” con la computadora presumiendo que se trata de la vía real de su apropiación⁵.

En relación a lo que acabamos de señalar ¿de qué “lógica de uso” emana la introducción de la televisión interactiva? Es manifiesto que los promotores, al menos en un primer momento, apelan al mito tecnista cercano a aquél que prevaleció en lo que concierne a la microcomputadora⁶. Asimismo, se insiste con mayor frecuencia sobre la funcionalidad

de los sistemas en una lógica instrumental que es la asociación a la videocasetera pero no a la televisión. Se intenta manifiestamente remitir a una utilización "convivial" del televisor insistiendo a la vez en su poder y en sus facilidades de acceso. En otros términos, el discurso de los promotores hace coexistir el mito de una tecnología del futuro con un modelo lúdico de utilización instrumental de la televisión interactiva.

Las relaciones con el tiempo

Las relaciones con el tiempo son tomadas poco en consideración en la literatura sobre los medios; ellas constituyen el instrumento por excelencia de consumo del tiempo, pues alrededor del 40% del "tiempo libre" le es consagrado ¡y en las mejores horas del día! Pero ese tiempo no es contado, y no es objeto de "cálculos" de la misma manera que en el trabajo, por ejemplo. Si es "programado" se hace en función de los horarios de los canales de televisión y se sabe que las restricciones son mucho menos fuertes en lo que concierne a la radio. De hecho, el tiempo consagrado a los medios es a la vez "comprimible" y "extensible", según las situaciones.

El tiempo es una dimensión fundamental del consumo de los medios. Aquí hacemos referencia menos al itinerario de las prácticas, que a su integración más o menos explícita en una cierta continuidad, al ordenamiento de las prácticas en proyectos, a su mayor o menor planificación, a la presencia de estrategias para la organización del tiempo frente a las múltiples restricciones de la vida cotidiana. Hay usos que emanan de una decisión de "ruptura" con el ritmo cotidiano. Otros se inscriben en proyectos deliberados, que se realizan en un patrón más o menos estructurado de una elección de prácticas. Para otras categorías de población habitualmente menos favorecidas, las prácticas culturales son puntuales, si no es que aleatorias; no se inscriben en la continuidad, sino en un "tiempo no ocupado". La temporalidad inherente a los usos sociales de los medios se observa en numerosas situaciones.

Los informantes remiten a una imagen bastante diferenciada de la diversidad de sus relaciones con el tiempo según la tecnología utilizada.

Así como lo señalamos anteriormente, por lo que toca a la televisión, la representación usual es la de su banalización, decora el tiempo, es pocas veces objeto de verdaderas pasiones. No se le atribuye ninguna consecuencia particular y parecería no inscribirse en ninguna temporalidad precisa, etcétera.

El uso de la videocasetera remite a otros usos del tiempo: especialmente desde una perspectiva de planificación (no perderse tal programa, o tal película, etcétera) y de elección (selección de películas, principalmente).

En cuanto a la computadora, el discurso es completamente diferente, puesto que la temporalidad remite casi exclusivamente en nuestro corpus a su eficacia, a su rapidez, a su instrumentalidad por relación al trabajo esencialmente, pero también en otras tareas (planificación presupuestal, etc.)

La inserción temporal de las NTIC (Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación)

Una modalidad bien conocida consiste en insertar el consumo de la televisión o de la videocasetera en un tiempo vacío, poco formalizado; tal situación revela fenómenos profundos de estratificación social.

P.: ¿Según tú, el uso de la videocasetera ha cambiado algo en tus hábitos de ocio ?

R.: No, no hace más que decorar las tardes vacías.

En trabajos anteriores hemos ilustrado cómo el sentimiento de "falta de tiempo" traduce de hecho la intensidad de las prácticas culturales y fuertemente se correlaciona con variables sociodemográficas clásicas. En otros términos, la diversidad e intensidad de las prácticas culturales tiene por colorario el sentimiento de la "escasez" del tiempo precioso disponible para el consumo de los medios, no porque objetivamente los usuarios dispusieran de una menor cantidad de tiempo, sino porque el tiempo "ocupado" es más denso.

Entre más "activo" y "ocupado", más se invoca la "carencia de tiempo" como obstáculo a una participación cultural creciente ¡y más se sostiene el discurso del débil consumo de la televisión! Los medios populares, teniendo tasas de participación más débiles, no pueden invocar ese argumento y se refieren a menudo a la "carencia de interés". En nuestro sondeo sobre los comportamientos culturales (1989) los datos sobre esa materia son explícitos, ya que casi dos veces más de los entrevistados tienen una escolaridad de nivel bachillerato o superior (por lo que sus tasas de participación cultural son netamente más elevadas). Mencionan "la carencia de tiempo" como razón para no participar en un espectáculo, como aquellos que intervienen en un mayor número de espectáculos son igualmente más numerosos en manifestarse sensibles a

las restricciones del tiempo. En conjunto, por otra parte, hay una relación casi simétrica entre el tiempo disponible y la participación cultural. Los que disponen de más tiempo son precisamente los mismos que participan menos en las actividades culturales; su constelación de actividades prácticas es netamente menos amplia, y es en gran parte ocupada por el consumo de los medios, particularmente la radio AM y la televisión.

La afectación global del tiempo diferencia de manera muy neta las clases sociales; las menos escolarizadas ven más tiempo la televisión, por ejemplo, distribuyen más sus actividades y, toda proporción guardada, tienen una menor diversidad en la ocupación de su tiempo. Está bien documentado que el número *diferente* de actividades cotidianas prácticas crece con la escolaridad de los entrevistados. Por otra parte, los estudios de uso del tiempo revelan sin sombra de duda cómo el consumo de los medios está fuertemente ligado a las clases sociales. Más aún, está bien establecido que la importancia del tiempo restringido y obligado es mucho más fuerte en los trabajadores manuales u otras profesiones menos valorizadas. Aquellos que tienen un trabajo o están sujetos a horarios muy fijos, o no disponen de un gran margen de autonomía en su tiempo cotidiano. Aún menos tiempo disponen los trabajadores que tienen horario rotativo. Una regularización impuesta de la jornada de trabajo conduce a una organización de la vida cotidiana sobre el modo de las restricciones temporales, induce actitudes de pasividad, a veces incluso estrategias y valores menos atados al tiempo.

Una de las principales desigualdades sociales frente al tiempo es la autonomía o ausencia de ella en la organización del mismo.

La mayor o menor libertad en el tiempo de trabajo y de las responsabilidades, influye fuertemente tanto la afectación del tiempo cotidiano, como su contenido. Las "reglas" de William Grossin son tan "remunciadas" que deben sufrir con un cierto fatalismo la impronta del trabajo sobre su tiempo⁸. A la inversa, aquellos que gozan de una autonomía mayor, aun si su tiempo de trabajo es en general más largo, pueden conducir mejor su tiempo, integrar de manera más armoniosa el trabajo y el tiempo libre por ejemplo, y hacer por consecuencia un uso más o menos planificado de los medios.

De manera más general, una mayor autonomía en relación al tiempo, en particular al tiempo de trabajo, conduce a una mayor adaptación a las restricciones temporales y a una mayor apertura a los cambios, asociada a una cultura del tiempo hecha de previsión, de estrategia y de cálculo. La flexibilidad en la organización del tiempo permite una cierta gestión personal de los imprevistos, una mejor articulación entre los tiempo so-

ciales. De ello resultan concepciones del tiempo en términos de control, es decir de conquista. Como corolario, se observa generalmente una mayor densidad del tiempo, es decir no solamente una diversificación de las actividades cotidianas, sino igualmente una mayor variedad de actividades practicadas durante periodos de tiempo idénticos; lo contrario se aparenta en una clase de desestructuración progresiva de los tiempos cotidianos, asociados a un mayor consumo de los medios, tal como se puede observar en los desempleados, por ejemplo.

Se puede así concluir que los usos de los medios traducen más profundamente la naturaleza de las relaciones del tiempo propias a las diversas clases sociales. Caricaturizando un poco, se puede decir que para los medios populares el tiempo es difuso, poco denso, que se diluye en la distribución de las actividades. La "falta de interés", que es el pretexto dominante en la mayor parte de los sondeos para no practicar tal o cual actividad, para no ir al teatro o al museo, sirve de argumento o de excusa, ciertamente, pero revela en el fondo la dilución de las actividades cotidianas, ligada a menudo a factores económicos y culturales muy conocidos. Una de las funciones que juegan los medios es la de "ocupar" el tiempo, de operar como paliativo en una menor autonomía frente al tiempo. Los medios vienen a completar de alguna manera el acceso desigual a las actividades culturales.

En ambientes "burgueses", por el contrario, se "cuenta" el tiempo, se planifica tanto como sea posible su consumo de los medios. Se puede hablar de una clase de modelo multimedios de consumo⁹, en particular el rol complementario que juegan la radio, la televisión, el cine y la lectura.

Una modalidad inversa al consumo durante los "tiempos vacíos" consiste en delimitar espacios de tiempo específicos: entre semana, fin de semana, etc. Algunos de nuestros informantes no ven la televisión o no hacen uso de la videocásetera más que entre semana, otros en el fin de semana y viceversa. Se encuentra aquí la noción del ritmo de las actividades cotidianas en el interior del cual se inserta el consumo de los medios: secuencia y encadenamiento de las actividades, "tiempo-fuerte", actividad de "pasatiempo" o incluso que puntea de manera significativa el despliegue de las actividades cotidianas.

Hay programas que veo entre semana. Durante el fin de semana veo lo que hay, no importa qué sea.

La elección de ciertos programas populares, esto es bien conocido, marca a veces el ritmo de la tarde. Hemos observado casos muy frecuentes de elección de una emisión particular alrededor de la cual se estructura una parte del tiempo de exposición, mientras que el fin de se-

mana una mayoría de informantes parecen utilizar más bien la videocasetera.

En otros términos, uno los aspectos de la temporalidad inherente al consumo de los medios, consiste en hacer de ellos una actividad extensible al tiempo disponible pero sin gran densidad, o bien, una actividad de corta duración alrededor de la cual se estructura una parte del ritmo cotidiano.

Las estrategias

Como dejan entender los párrafos precedentes, las relaciones con el tiempo implican la presencia o ausencia de estrategias temporales, de planificación y de disposición del tiempo. Uno de los casos explícitos y bien documentados consiste en buscar en su desempeño recortarse de las restricciones de la programación televisiva esencialmente por el uso de la videocasetera.

La videocasetera y el uso común de los casetes, abren verdaderamente un discurso sobre un uso que permite planificar el tiempo de consumo. Por ejemplo, en una encuesta anterior sobre los hábitos de escuchar música en Canadá, hecha en 1985¹⁰, casi la mitad de los entrevistados utilizaron tres fuentes diferentes o más de registro de la música. Los consumidores parecen muy activos en materia de piratería, por razones económicas por supuesto, pero se puede también considerar que tales prácticas les permiten definir mejor el tiempo y el espacio de su consumo de los medios. De nuevo, los ambientes más escolarizados diversifican más sus fuentes de registro en el sentido de un uso multimedia más intensivo. Las nuevas tecnologías (principalmente la videocasetera) permiten escapar al horario prescrito, seleccionar géneros y artistas, decidir el momento más propicio. Las nuevas tecnologías dan una autonomía mayor frente a los medios. Se consumen sin duda tantas películas y programas de televisión como antes, quizá aún más, pero el consumidor puede tener prácticas todavía más individualizadas.

Lejos de remitirse a un sólo medio, el público —o más bien los públicos— desarrollan un uso multi-variado de los mass-media en que el hábito cede progresivamente su lugar en elecciones arbitrarias. La emergencia de procedimientos de decisión fundadas sobre los centros de interés particular, constituyen sin duda un comportamiento nuevo sobre el cual la teledistribución deberá apostar¹¹.

Al respecto, por otra parte, son los jóvenes los más selectivos:

La edad de los individuos se impone como una variable discriminante de prácticas de comunicación. Los comportamientos innovadores están delimitados a las capas jóvenes de la sociedad, dispuestas a diversificar su empleo de los medios y a adoptar nuevas tecnologías. Por el contrario, la resistencia en la novedad crece de manera proporcional a la edad de las personas interrogadas¹².

Ahora bien, "la proporción de los telespectadores que seleccionen las emisiones a partir de la consulta de los programas está en progresión constante"¹³. Comienza a inquietar el uso que hacen los telespectadores de su telecomando durante la difusión de los mensajes comerciales (es la táctica llamada "zapping"). Se trata muy concretamente de un procedimiento de desempeño activo frente a los mensajes. La utilización de la videocasetera para el registro de programas es creciente. Es entonces plausible que una parte del "público" sea móvil, en busca activa de programas interesantes, que las prácticas selectivas estructuradas alrededor de centros de interés se conviertan después en un hábito más que en una excepción.

Los estudios recientes sobre el minitel en Francia conducen a la misma conclusión. "Las nuevas máquinas" permiten una mayor diversificación de los usos, una creciente personalización del consumo de los medios. Más allá de los procedimientos usuales de transferencia de actividades o de complementariedad con los comportamientos anteriores, "la pluralidad de las prácticas imprime una fragmentación del consumo que se injerta sobre la polivalencia de las técnicas"¹⁴, así como una suerte de dispersión de las modalidades de apropiación de los nuevos medios.

Sin idealizar la situación, los sondeos dejan entrever que ciertas categorías de población saben utilizar bien estrategias y tácticas frente a los medios: personalización de horarios, piratería de emisiones y exposición selectiva, neutralización de los mensajes publicitarios a través de escapes manifiestos. En tal relación con el tiempo, resaltan la disposición de los tiempos personales, si no es que una cierta planificación del consumo de los medios.

Las modalidades de apropiación

Acabamos de identificar y describir algunas modalidades concretas de usos de los medios: continuum de estructuración, breves elementos de recorrido a través de los ciclos de vida, relaciones con el tiempo. Queremos ahora llamar la atención sobre lo que designaremos como las mo-

dalidades de apropiación. La distinción entre modalidades de usos y modalidades de apropiación no es evidente. Hemos utilizado el primer término para designar esencialmente los procesos de estructuración de relaciones sociales; utilizaremos el segundo para expresar más bien las relaciones con el objeto tecnológico mismo; ciertamente se trata todavía de relaciones sociales en el objeto, pero el acento se ha puesto aquí sobre las modalidades de "contacto" con el objeto, sobre lo que Simondon llama los modos fundamentales de relación del hombre con el dato técnico (1989). No seguimos a Simondon en su distinción entre un estatuto de "minoría social" fundada sobre el uso y un estatuto de mayoría fundada sobre el pensamiento racional (p. 85). Nos detenemos más bien en ciertas modalidades de transformación y de orientación dadas a los objetos tecnológicos en el contexto de su integración a las prácticas cotidianas.

Para precisar lo que entendemos, hemos podido separar al menos dos modalidades de apropiación de los medios: sobre el *modo instrumental* y sobre el *modo del juego*. Así como en el caso de la formación de los usos, se trata de un continuum de modalidades que pueden variar al infinito.

La apropiación sobre el modo instrumental

La apropiación instrumental de los medios remite a usos específicos en función de objetivos preexistentes. El caso más simple es el de la introducción de la microcomputadora en la casa, que los informantes asocian principalmente a su trabajo.

Otra situación que evocamos en algunas citas es la función de gestión del tiempo al cual remite a menudo la utilización de la videocasetera. Se puede incluso señalar la sustitución del telediario televisivo, la lectura de los periódicos y el consumo diferido de las películas en salas.

Esta modalidad instrumental de apropiación de los medios es suficientemente bien conocida, para qué insistimos más en ella.

La apropiación bajo la forma de juego

Ciertamente, en el límite todo objeto se ve investido de una significación instrumental, está integrado a finalidades específicas, es posible asignarle "funciones" diversas. Pero no se agotan, por tanto, el conjunto de modalidades de apropiación de los objetos técnicos.

Puesto que los actores sociales no tienen otra opción que la de asumir todo objeto desconocido o poco familiar con el cual mantienen contacto, la manera más simple es hacer uso de los grandes sistemas de interpretación preexistentes ("esto es una videocasetera y he aquí como utilizarla"). Al respecto, las industrias de las comunicaciones y de la información desarrollan usos prescritos no solamente para facilitar el acceso a sus productos, sino también por orientar sus usos. Pero se ha señalado a menudo que los usuarios no hacen más que un uso instrumental de las NTIC y que ellos desbordan constantemente los usos prescritos. Los actores manifiestan así su capacidad de distinción con los objetos técnicos. La realidad de los objetos no es asumida de manera unilateral, unidimensional, el movimiento no va únicamente del objeto al actor.

La apropiación bajo la forma de juego remite a un modelo de organización simbólica de los objetos concretos, en virtud del cual, los últimos se inscriben en sistemas de significación, son transformados en signos de sus usos antes de estar integrados a los modos de vida.

Una de las manifestaciones de ese modo de apropiación es a través del establecimiento de una clase de distancia simbólica con los objetos, con el uso prescrito, insistiendo por ejemplo, en las dimensiones expresivas sobre la idea del "placer" o del carácter gratuito o puntual de la utilización. Cuando el objeto desconocido debe ser designado y "nombrado", se le debe hacer un lugar en la realidad social preexistente. Negando toda consecuencia práctica a la utilización de un objeto técnico —y tal es un modo de organización simbólica del hecho social por el juego— se da así la latitud de poder redefinir el estatuto hasta que una clase de estabilidad normativa aceptada se instaure.

Tal situación está bien detallada por diversos trabajos empíricos. Se puede señalar por ejemplo las conclusiones que obtienen Robert Kubey y Mihaly Csikszentmihalyi (1990) sobre "la experiencia de la exposición a la televisión". Señalemos que los autores utilizan una técnica afinada por Csikszentmihalyi consistente en demandar a los informantes de anotar las actividades y los sentimientos que les animan en diferentes momentos escogidos al azar en el día¹⁵. Concluyen que la exposición a la televisión presenta las diferencias significativas en los niveles de concentración, de desafío y de habilidades demandadas: "La exposición a la televisión está considerada como la más relajante de las actividades" (p. 81). En relación a las otras actividades de ocio, la televisión se sitúa en la parte inferior de la escala de lo que los autores designan como el "afecto" (tipo de mezcla de sociabilidad, de placer y de buen humor) y por la "activación" (sentirse activo, alerta, etc.) (p. 83). Por otra parte la

exposición a la televisión ofrece registros muy elevados en términos de motivación intrínseca (actividad deseada y anhelada).

Para todos los grupos que hemos estudiado, la exposición de la televisión consistió en un actividad poco exigente pero elegida libremente, y que se distinguía por un sentimiento de relajación, un débil nivel de exigencias intelectuales, de acción y de habilidades (traducción del autor) (p. 98).

Otra modalidad del mismo género consiste en hacer referencia al juego como proceso de familiarización con el objeto tecnológico. Se asiste aquí a un proceso "de entrar en contacto" con el objeto que consiste en decidir que primero se va a experimentar todas sus potencialidades, que se utilizará al azar sus dimensiones técnicas disponibles. Haciéndolo, el actor se da un modo de familiarización con el objeto que no le impone obligaciones específicas y sobre todo, que está representado sin tener ninguna consecuencia práctica aparente.

Los jóvenes van primero a utilizar esta tecnología para jugar, enseguida de eso, van a pasar a la utilización de otros programas.

Otro modo de apropiación bajo la forma del juego es atribuir verdaderas dimensiones lúdicas, incluso las más "instrumentales".

En este momento, lo que voy hacer es una pausa de 15 o de 20 minutos y más que ver la televisión, voy a utilizar un programa de juegos antes de volver al trabajo. Es verdaderamente una forma de parar en la medida en la que el juego me hace pensar en otra cosa diferente al trabajo.

Ocio, placer y juego se convierten en lo que legitima las maneras de hacer con o por el objeto técnico.

Una modalidad fundamental es también la bien conocida transformación del objeto en "adorno"; tenemos la ocasión de subrayar la pluralidad de actividades practicadas simultáneamente y en las cuales se insertan a veces la exposición a la televisión o a la radio. Aquí se trata de otro aspecto, que consiste en dar a la exposición a la televisión particularmente —cuando el fenómeno es muy generalizado en lo que concierne a la escucha de la radio— una función propiamente simbólica de contexto de acción. La exposición a la televisión se convierte en un elemento de la conducción de la realidad social, participa en la construcción del lugar y de los atributos de la acción.

Una última modalidad que se puede señalar es la que consiste en inscribir la exposición de la televisión, si no la elección de un videocasete, en una acción no funcional, relativamente cerrada sobre sí misma, o fuera del tiempo. A este respecto nuestro corpus de entrevistas es explícito. Muy a menudo los informantes reconocen que ver la televisión emana de una "lógica del azar", cambian y cambian de canal a canal:

P.: ¿Cómo escoges las programas que ves?

R.: ¿Cómo?, Cambio de canal.

P. A. Mercier señala cómo el telecomando permite "la construcción de una "mirada distanciada" relativa de los programas, tanto por la idea de un control mayor de la oferta por el telecomando, como por la posibilidad de relativizar, de comparar, de contextualizar en todo momento un fragmento de programa (partiendo, de no quedarse, sino de mirarle "en segundo grado")¹⁶.

En numerosos casos las modalidades de elección y de exposición son por completo encerradas en el instante del consumo, ellas no emanan de ninguna temporalidad particular, si no la del instante.

Ciertas elecciones incluso resultan del "quiero-no quiero" de una clase de escala binaria de los gustos, de modalidades intuitivas fundadas en el carácter instantáneo del deseo.

P.: ¿Cómo escoges las películas que ves en la videocasetera?

R.: Me fío todo el tiempo de mis gustos, si eso es, sobre todo de mis gustos.

P.: ¿Pero cómo le haces?

R.: Leo el resumen detrás de la caja. Si la historia es interesante, la tomo, si no, pues no. Como ayer no tenía nada que hacer, fui a buscar películas. Llegué al lugar, tomé dos o tres y me quedé con ésta.

Hablamos de "juego" porque se trata de un modelo de organización de la acción que consiste normalmente en introducir un esquema de interpretación no funcional de las actividades, en dar a los objetos técnicos los significaciones del orden del contexto, del decorado, si no del aparato y en fin, en introducir una distancia simbólica entre el actor, los objetos y sus actividades.

Mass-mediay sistemas de actividades culturales

Los sondeos miden bien la participación en una actividad cultural específica, pero tratan con una división del tiempo que corresponde raramente a la realidad. En la práctica, el consumo de los medios no está jamás aislado de su contexto, de su cuadro temporal y físico. Más aún, está ligado con otras actividades que ella viene a prolongar, a proseguir. Se debe remitir a un "conglomerado" de actividades practicadas simultáneamente o en secuencia.

Los usos sociales de los medios expresan también relaciones entre las actividades culturales. La actividad más solitaria está prácticamente

inscrita siempre en un universo más vasto de comportamientos. Al respecto, las actividades pueden, por ejemplo, verse unir varios estatutos unos por relación a los otros.

Está el caso bien conocido de prácticas simultáneas de varias actividades donde una actividad ligada a los medios lo es de manera central o periférica. En nuestro corpus hemos podido encontrar ejemplos frecuentes de trabajos escolares realizados en exposición ya sea a la música o a la televisión.

Naturalmente, para otros jóvenes, esta práctica está prohibida. Tal forma de práctica remite muy a menudo a la banalización a la exposición a la televisión a la cual hemos hecho alusión más atrás.

Se observa también un proceso de puesta en complementariedad de las prácticas culturales y del consumo de los medios, sea simultáneamente (por ejemplo, ver un programa deportivo y conversar entre amigos), o bien en el tiempo (por ejemplo justificar algunas elecciones en el cine o algunos rechazos de ir al cine en complementariedad a la elección del telecable).

Hay también un proceso de puesta en complementariedad del consumo de cada uno de los medios unos por relación a otros. En otros corpus de investigación hemos recogido los testimonios de aficionados al cine por ejemplo, que prolongan su pasión con un sobreconsumo de lecturas complementarias o de música de películas. Hemos mencionado ya el caso de la complementariedad si no es que de la sustitución del telediarario a la lectura del periódico.

Otras actividades concuerdan con el estatuto de compensación, tal como aquella informante (en otro corpus) que por razones de costo alterna entre el cine en sala y la renta de películas, o la misma que "viaja" por películas interpuestas. Un joven retirado en los años cincuentas describe así la complementariedad del cine y los videocassetes:

Hay momentos en que tengo el gusto de ir a rentar películas, en lugar de ir al cine.

Algunas actividades culturales en fin, están inscritas explícitamente en relaciones de oposición al consumo de los medios, tanto por la parte de los ambientes populares como por los ambientes acomodados. A este respecto conviene distinguir:

— un proceso de ocultación de las prácticas culturales por la dominación del consumo de los medios;

— un proceso de puesta en oposición de las prácticas culturales y del consumo de los medios, donde a veces los medios dominan el consumo cultural del conjunto de un actor, o son de plano desvalorizados en provecho de prácticas culturales "nobles".

Hay en fin los casos de contrastes explícitamente buscados entre diversas actividades, en una clase de ritmo e intensidad dados al universo de las prácticas culturales. Se alternará entre una exposición intensiva y una exposición instantánea, se irá al cine para escapar de vez en cuando a una actividad demasiado cargada de emociones.

El universo de actividades en el seno del cual se despliega un individuo, se revela rico y complejo, nunca totalmente cerrado, jamás completamente abierto. Las rupturas, las modificaciones de los campos, las "entradas" y las "salidas" en tal o cual universo de práctica son frecuentes.

Las relaciones entre generaciones

Otra vía de comprensión de los usos sociales consiste en identificar las relaciones y las interacciones entre jóvenes, padres y personas mayores alrededor de la apropiación de las nuevas tecnologías.

Mencionemos primero que por lo que concierne a las microcomputadoras se asiste a menudo a un fenómeno inicial de fuerte apasionamiento que las percibe como destructoras de la sociabilidad familiar. Es un caso típico de objeto perturbador que ha puesto en juego las formas de control intergeneracional, a menudo conflictivas, como atestigua esta informante:

Al inicio cuando tenía la computadora (el padre de la informante) no estaba aquí presente; no se le molestaba cuando trabajaba sobre su computadora, pero ahora, se lo dije y ha comprendido.

P.: ¿Qué le dije?

R.: En un momento dado yo le dije francamente: "podrías estar un poco más con nosotros más que con esa máquina". Después él cambió y comprendió.

Es completamente diferente en lo que concierne a la exposición a la televisión y la videocasetera. Nuestros informantes nos dan la imagen de una clase de "democracia familiar" que se ha instaurado al interior de la familia, desde el punto de vista de los jóvenes en particular.

P.: ¿Cuando están varios viendo la televisión, quien escoge el programa?

R.: Habitualmente, se ponen todos de acuerdo sobre el mismo programa. Por lo regular es una película.

P.: ¿Si no se ponen de acuerdo, qué pasa?

R.: Hay quien cambia de televisor.

P.: ¿Cuando la videocasetera es utilizada por varios miembros de la familia quién escoge el contenido?

R.: Es la mayoría quien lo escoge.

A primera vista parecen cuidadosos de hacer un tipo de uso de la televisión y de la videocasetera insertándose de la manera más armoniosa posible en las relaciones familiares. A veces se cede, a veces se discute, a veces se vota. Y aún más si se representa igualmente el consumo de los medios no sólo como señalador, a veces de un proceso informal de igualdad entre las generaciones, de ausencia de control de los padres sobre sus hijos, sino también como un medio de sociabilidad familiar.

Se representa a veces el tiempo pasado frente al televisor como una ocasión de interacción familiar; sea o no así la realidad, ello queda por verificarse, pero resulta que se hace de la pantalla chica un "mediador" familiar, como atestigua este informante, padre de tres hijos de 5 a 11 años:

Diría que es por estar juntos. Usamos a la televisión para al menos estar juntos una vez a la semana.

Esta jovencita de 14 años describe así el retrato de lo que se pudiera llamar una sociabilidad familiar "flexible":

P.: ¿En su familia, cómo se ve habitualmente la televisión? Solo, cada uno su turno, o varios, en familia.

R.: Eso depende. Mis padres, por costumbre lo hacen juntos. Pero hay programas que los vemos todos juntos, después de otros separados.

Un estudio realizado en diciembre de 1991 y en enero de 1992 por el CNET en Francia llegó a las mismas conclusiones:

Durante la exposición familiar, se establece un consenso en el seno del hogar, en una proporción de 37% para elegir el programa (...) La televisión se vuelve ocio federativo, el niño se estima más a menudo de acuerdo con las elecciones efectuadas por uno de los miembros de su familia. En caso de desacuerdo afirmado con la elección del programa, la mitad de los hijos se van a otra actividad que puede consistir en ir a mirar en otro lugar la televisión para los que tienen varias. En efecto, no se trata de renunciar a un programa, sino de utilizar los recursos de que se disponen: un tercio quiere observar su programa en otro lugar del hogar y 22% graban el programa que anhelan ver. Por lo demás 32% acepta el programa escogido por los otros. Esta práctica es más frecuente en casa de los jóvenes y en los hogares de una sola televisión (Arnal y Buisson, 1993, p. 149).

El estudio ya citado de Kubey y Csikszentmihalyi (1990) remite a conclusiones análogas. Se concibe ver la televisión "en familia" como más positivo, agradable y placentero que la exposición solitaria. Es un

tiempo... de conversación familiar a veces intensa, hay que rechazar la imagen de la coexistencia pasiva y muda de todos delante de la pantalla chica. "Nos induce a concluir que la exposición a la televisión permite armonizar la vida familiar" (p.115). Hay que matizar tales propósitos, pero no se debe sobreestimar el rol de la televisión en la construcción de la "realidad familiar", mientras que el acento ha sido colocado a menudo sobre las consecuencias negativas de la misma actividad.

Otro aspecto de las relaciones entre generaciones, concierne a las relaciones de autoridad y de transmisión de los gustos entre los padres e hijos. Por lo que toca a la microcomputadora, un fenómeno muy neto "de autoridad paterna" está en juego. Por regla general, se trata de una decisión de los padres o de uno de los cónyuges, en la perspectiva de facilitar su familiarización en los hijos. Al respecto, como ya los señalamos, se asiste a una clase de pedagogía de juego, presentada como la primera fase del aprendizaje técnico.

Se trata de una situación muy diferente comparada con la televisión, donde los padres están conscientes de la influencia sobre sus hijos y tienen diversos procedimientos de control social para limitar su consumo: selección de programas, verla colectivamente, discusión del contenido, definición de periodos de tiempos apropiados, de la cual se quejan evidentemente los jóvenes. "Televisión—videocasetera, mismo combate", se podría decir puesto que prácticamente las mismas reglas del juego prevalecen en ambos casos.

En contraposición, se acepta una cierta transmisión de los gustos de los jóvenes a los padres. Esta jovencita de 16 años declara:

La mayor parte de la veces, soy yo quien les recomienda una película que acaba de salir, voy a verla al cine pues me gusta mucho ir. Por otra parte mis padres no van del todo al cine, entonces les digo qué deben ver esa tarde.

Esta estudiante de 17 años se da el privilegio de haber influenciado a sus padres, con el apoyo de su hermanito:

P.: ¿Por qué razón la familia compró la videocasetera?

R.: Pienso que es una presión mía y de mi hermanito.

Cuando los hijos han crecido, el modelo predominante es el del individualismo de las prácticas, que se facilita por la multiplicación de los aparatos. Así, hay tres televisiones a color y dos videocaseteras en casa de este informante de 18 años:

P.: Cuando ves la televisión, ¿cómo la ves, solo en tu cuarto, tu padre en su cuarto o todos en familia?

R.: Raramente en familia, porque digamos, se tienen gustos muy diferentes para la televisión. Mis padres ven siempre la televisión en la tarde en su recámara, siempre, luego cuando hay buenas películas nos podemos juntar, pero es muy raro. Mi hermano va a menudo a ver los programas de deportes en la televisión de la sala, yo, la veo cuando no hay nada que hacer.

En otros términos asistimos aquí a un proceso de diferenciación intergeneracional de los gustos y de los hábitos que el medio familiar logra conciliar por la multiplicación de los aparatos y que los padres mismos pueden reforzar en razón de la distancia que se ha introducido en los gustos de cada uno de las generaciones.

Conclusión

Lo que acabamos de presentar no agota los aspectos tanto teóricos como descriptivos que se pueden plantear a propósito de los usos sociales. Por ejemplo, hemos omitido hablar de los fenómenos de sociabilidad inherente a las prácticas culturales, no hemos planteado los aspectos significados de las modalidades de formación de los gustos, no más que las relaciones en el espacio público y privado que están en juego. Es a la vez por elección y en razón de calidad de nuestro material que hemos separado estos aspectos.

Como quiera que sea, intentamos mostrar que los usos sociales de los medios tienen varias dimensiones teóricas y empíricas. Hay así un continuum que se inscribe en el espesor del tiempo, que remite en las frases de formación, de estructuración, de estabilización, de restructuración de los usos. Otro continuum remite a los "niveles en profundidad" donde deben ser tomados en consideración las relaciones de dominación o de influencia de las industrias culturales, los ciclos de la vida y las relaciones intergeneracionales a las confluentes en las cuales un actor particular se encuentra en un momento dado del curso de su vida. Las relaciones del tiempo constituyen igualmente una dimensión obligada de los usos sociales: modalidades de inserción de los NTIC en el tiempo, estrategias, modalidades de disposición de los tiempos sociales, etc. Hemos igualmente señalado que dos grandes lógicas de apropiación operan aquí, una sobre el modo del juego, la otra sobre el modo de las relaciones funcionales al objeto técnico. Señalamos también que no se pueden comprender los usos de los medios sin situarlos en el conjunto de las prácticas culturales de un actor.

Traducción de Irma L. Rodríguez Mendoza

Notas y referencias bibliográficas

1. Mattelart, Armand et Michele, 1986, p 97.
2. En el plan metodológico, hemos procedido al análisis de un corpus de 33 entrevistas realizadas en las regiones metropolitanas de Montreal y de Trois-Rivières en 1990-1991, bajo la dirección de Gaetan Tremblay, Jean-Guy Lacroix y Gilles Pronovost, en el cuadro de un programa de cooperación internacional Francia-Quebec; todas las entrevistas han sido registradas y transcritas.
3. Sobre Vidéoway, ver particularmente: Lacroix, J. G., Tremblay, G. y Pronovost, G. 1993.
4. Estas distinciones entre usos estructurados y usos en formación nos fueron sugeridas por Jean-Guy Lacroix.
5. Sobre la materia de la introducción de la microcomputadora en la familia, se puede ofrecer a los analistas muchos más detalles en Dominique Buollier, 1985.
6. Lacroix *et al.*, 1993.
7. Pronovost, Giles, 1990, p. 56.
8. Grossin, William, 1981.
9. Bruno, Jean, Lafontaine, Danielle y Levesque, Benoit, 1985, p. 231.
10. Las informaciones se presentan en Pronovost, G., 1990-B.
11. Jouet, Josiane, 1985, p. 41.
12. Jouet, Josiane, 1985, p. 67.
13. Jouet, Josiane, 1985, p. 42.
14. Jouet, Josiane, 1985, p. 16.
15. Los participantes son provistos de un sistema de telecomunicación que les transmitieron de una señal emitida de manera aleatoria en el día; la señal indica que hay que inscribir sobre la ficha las actividades y los sentimientos.
16. "Telecomunicar con las máquinas", en Gras, A. *et al.*, (bajo la dirección de), 1992, p. 237.

Bibliografía

- Amal, Nicole et Busson, Alain (1993), "Les possesseurs de magnétoscope: vers de nouvelles pratiques audiovisuelles", *Réseaux*, no 60, 137-151.
- Boullier, Dominique, (1985), *L'effet micro ou la technique enchantée. Rapports de génération et pratiques de la micro informatique dans la famille*, avec la collaboration d'Annie cochet, Renees, Université de Rennes 2, 20 p.
- Bruno, Jean Lafontaine, Danielle et Levesque, Benoit, (1985), *Consommation des mass médias, régions et classes sociales*, Rimouski, Université du Québec à Rimouski, Les Cahiers du Grideq, 15, 373 p.
- Gras, Alain Joerges, Bernard et Scardigli, Victor, (sous la responsabilité de), (1992), *Sociologie des techniques de la vie quotidienne*, Paris, L'Harmattan, 312 p.
- Grossin, William, (1981), *Des résignés aux gagnants. 40 cahiers de doléances sur le temps*, Nancy, Publications Université de Nancy II, 127 p.
- Jouet, Josiane, (1985), *La communication au quotidien, De la tradition et du changement à l'aube de la vidéocommunication*, Paris, La Documentation française, 238 p.
- (1989), "Nouvelles technologies: des formes de la production sociale", *Technologies de l'information et société*, 1, 3, pp. 13-34.
- Kubey, Robert and Csikszentmihallyi, Mihaly, (1990), *Television and the Quality of Life. How Viewing Shapes Everyday Experience*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum, 287 p., biblio, index.
- Lacroix Jean Guy, Tremblay, Gaetan et Pronovost, Gilles, (1993), "La mise en place de l'offre et la formation des usages des NTIC, Le cas de Vidéo-way et de Télétel", *Cahiers de recherche sociologique*, 21, p. 80-122.
- "Les médiations", (Juillet-août 1993), *Réseaux*, 60.
- Mattelart, Armand et Mattelart, Michele, (1986), *Penser les médias*, Paris, Ed. de la découverte, 263 p.
- Miege, Bernard, (1989), *La société conquise par la communication*, Grenoble, Presses de l'Université de Grenoble, 226 p.
- Pronovost, Gilles, (1990-A), *Les comportements des Québécois en matière d'activités culturelles de loisir/1989*, Québec. Les Publications du Québec, 94 p.
- Pronovost Gilles, "Les usages sociaux des médias: temps, espace et sociabilité", (1990-B), *Communicatin/Information*, pp. 11-34.
- Pronovost, Gilles, (1993), *Loisir et société de sociologie empirique*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 347 p.
- Simondon, Gilbert, (1989), *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, Aubier, 331 p.

Copyright of Estudios Sobre las Culturas Contemporaneas is the property of Universidad de Colima and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.