

2004 2015

2001 2015

BIBLIOTECA
RECIBIDO

MAYO 24 2000
Subdirección de Docencia,
DONACION



Centro de Investigación y
Estudios Superiores en
Antropología Social

Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias
Sociales y Humanidades

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

ÁREA DE ANTROPOLOGÍA

Negocios de Videojuego en Zamora

El Lugar Actual de lo Material y lo Simbólico en Economía y Antropología

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES
PRESENTA

Héctor Oscar González Seguí



Diciembre de 1999

00037280

Indice

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Introducción | 1 |
| I. Presentación General | 1 |
| II. Aspectos de método y antecedentes de este estudio | 9 |
| II.1 Antecedentes de una antropología de los bienes y las mercancías | 9 |
| II.2 Antecedentes de una antropología de los fenómenos culturales ligados al intercambio | 13 |
| II.3 Sistema económico mundial y localidad | 15 |
| Notas | 21 |
| | |
| Capítulo 1 - Economía y cultura | 23 |
| I. Economía y cultura en la globalización | 23 |
| I.1 Explicaciones con énfasis en la economía | 23 |
| I.2 Explicaciones sobre globalización con énfasis en la cultura | 33 |
| II. Las tecnologías de información como hecho social total | 39 |
| II.1 Tecnologías interactivas: la cultura material contemporánea | 42 |
| II.2 Los videojuegos como máquinas interactivas | 44 |
| II.3 Economía y cultura en las redes | 45 |
| II.4 La economía política de las industrias culturales | 46 |
| III. Mercancía y cultura | 54 |
| IV. Reflexiones finales del capítulo | 63 |
| Notas del Capítulo 1 | 64 |
| | |
| Capítulo 2 - Producción, comercialización y efectos de los videojuegos | 67 |
| I. Los primeros tiempos de los videojuegos | 68 |
| II. Efectos de los videojuegos sobre los adolescentes | 81 |
| Beneficios de los videojuegos | 82 |
| Efectos negativos de los videojuegos | 86 |
| III. Los videojuegos en México y los primeros tiempos en Zamora | 100 |
| Notas del Capítulo 2 | 110 |
| | |
| Capítulo 3 - Zamora: economía y sociedad local | 113 |
| I. Globalización económica en Zamora | 114 |
| Agricultura | 116 |
| Diversificación de las agroindustrias | 117 |
| Capital financiero regional | 118 |
| Comercio | 118 |
| Nuevos negocios de servicios | 121 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Crecimiento de la ciudad | 125 |
| II. Aspectos sociales del crecimiento económico | 128 |
| Consumo cultural | 132 |
| Socialización de los niños | 136 |
| Las escuelas frente a tecnologías de información | 146 |
| Actores institucionales frente a los videojuegos | 147 |
| III. La escuela en Zamora | 148 |
| Notas del Capítulo 3 | 157 |
| | |
| Capítulo 4 - El consumo de videojuegos | 161 |
| Presentación | 161 |
| I. Métodos y fuentes con que se obtuvo la información | 162 |
| II. Jugadores y formas de jugar | 163 |
| III. Contexto familiar y cultural de los jugadores | 182 |
| III.1 Características sociales de los jóvenes estudiados | 182 |
| III.2 Hábitos culturales de los jóvenes encuestados | 187 |
| IV. Distinciones y diferencias sociales en el uso de videojuegos | 196 |
| IV.1 Intensidad de juego | 204 |
| IV.2 Sociabilidad | 212 |
| IV.3 Variaciones en la intensidad de juego | 220 |
| IV.4 La televisión y los videojuegos | 222 |
| V. Rendimiento escolar y videojuegos | 227 |
| VI. Conclusiones del capítulo | 234 |
| Notas del Capítulo 4 | 237 |
| | |
| Capítulo 5 - Las instituciones locales frente a los videojuegos | 240 |
| Opinión de los padres | 241 |
| Opinión de los maestros | 246 |
| Opiniones de autoridades de distintos municipios | 248 |
| Los Reglamentos para locales de videojuego | 253 |
| El caso de Zamora | 256 |
| Reflexiones sobre pugna social alrededor de los videojuegos | 258 |
| Notas del Capítulo 5 | 262 |
| | |
| Capítulo 6 - Conclusiones | 263 |
| Camino recorrido por esta investigación | 263 |
| 1) Aspecto empírico | 264 |
| 2) Aporte metodológico | 266 |
| 3) Asuntos teóricos | 268 |
| Ciencias sociales hoy | 268 |
| Conocimiento económico y ciencias sociales | 269 |
| 4) Lo que resta | 272 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Referencias bibliográficas | 274 |
| Anexos | 292 |
| Anexo 2-1 | 292 |
| Anexo 3 Estadísticas Censales de Zamora | 295 |
| Anexo 4-1a | 301 |
| Anexo 4-1b | 305 |
| Anexo 4-4 | 307 |
| Anexo 5-1 Respuestas de los maestros al cuestionario del anexo 4-3 | 321 |

Agradecimientos

Deseo dejar constancia de agradecimiento a las instituciones y personas que hicieron posible la presente tesis y la investigación en que la misma se basa.

El Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social me brindó la posibilidad de compartir el excepcional clima de intercambio intelectual de su Programa de Doctorado. Quiero hacer constar mi agradecimiento a la institución y, en especial, a los doctores Jorge Alonso y Agustín Escobar por el tiempo y el apoyo que me brindaron.

El Seminario de Estudios de la Cultura, de la Dirección de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes me dio apoyo en 1994 para realizar este trabajo¹, lo cual permitió conseguir información básica que hubiera sido imposible de obtener sin tal ayuda.

Una mención institucional plena de profundo respeto y cariño es para El Colegio de Michoacán y, en especial, para el Centro de Estudios Antropológicos a los que quisiera poder retribuir lo que me han dejado desde su fundación hace más de 20 años. Ahí tengo una larga lista de amigos a quienes este trabajo debe algo, pero quiero mencionar en particular a Brigitte Boehm y a Andy Roth que fueron coordinadores del CEA y me alentaron en este tiempo.

Por las tareas importantes que realizaron para esta investigación quiero agradecer a Salvador Pérez, que me ayudó a realizar la encuesta, a Mariana Yanes que tradujo y resumió importante material bibliográfico y a Jorge Durand que hizo sugerencias de importancia.

Recibí un apoyo invaluable de Adriana Tokman en la revisión final de la tesis, además de su ayuda decisiva para superar diversas dificultades que surgieron durante la realización de este trabajo.

Aunque no las mencione individualmente, tengo presentes a todas las personas que me han apoyado y mi gratitud hacia cada una es permanente. También están pendientes los reconocimientos a los integrantes de mi familia porque cualquier agradecimiento o dedicatoria son pequeños para expresar lo que significan para mí.

Zamora, diciembre de 1999

1 Convenio N° DJC-DGCP-122-94

Introducción

I. Presentación General

I.1 Esta tesis presenta la relación entre fenómenos económicos y culturales con los videojuegos como tema. En sentido más amplio, trata sobre la delimitación de la relación entre economía¹ y cultura en una época en que prácticas e ideas se superponen de manera nueva.

Los videojuegos, originados en el desarrollo técnico y la expansión de industrias culturales, se han incorporado a la cultura de los jóvenes de una ciudad pequeña. Zamora es nuestro sitio de trabajo, aquí estudiada como una de las innumerables localidades receptoras. Los videojuegos son una de las mercancías del presente caracterizadas por un alto contenido de información² y de símbolos y estructuras narrativas que prueban su éxito en muchos contextos culturales. Nuestra exposición va desde su diseño y producción en un entorno económico, cultural y legal transnacional y llega a su consumo en una localidad.

Estas mercancías transnacionales son sucesoras de otras que desde la prehistoria abrieron comunicaciones, franquearon murallas, desplazaron gobiernos y cambiaron la vida cotidiana en todas partes. La obsidiana, la sal, los metales y piedras finas, la seda, las pieles, las especias, los textiles y las manufacturas de la Revolución Industrial desencadenaron cambio cultural en las localidades (cf. Appadurai, 1987; Reddy, 1984; Wolf, 1982). Como

varios de los estudiosos del comercio a larga distancia, partimos del seguimiento de mercancías en el tiempo y el espacio hasta llegar a un contexto de economía y cultura regionales. Pero, al mismo tiempo notamos que estas mercancías son muy novedosas y probablemente sirven como referencia de una economía política que emerge en la era pos-industrial.

I.2 Este trabajo sigue una tradición de antropólogos que vieron profundo en el tiempo y variado en la geografía, interesándose en documentar bienes e intercambios³. La antropología económica marcó la importancia de los cruces de actividades económicas e institucionales por lo menos desde mediados del siglo (cf. Polanyi, 1947 y 1957). En esa línea, los objetivos generales de este trabajo son:

- 1) Aportar evidencia sobre el entramado de los hechos económicos y otros ámbitos de la vida humana, con un ejemplo actual y detallado del cruce de economía y cultura.
- 2) Señalar que existen deficiencias en nuestro conocimiento cuando las disciplinas desintegran los fenómenos o separan su contenido en parcialidades.
- 3) Resaltar que la antropología permite entender procesos históricos contemporáneos y novedosos y mostrar cómo los fenómenos locales se entrelazan con hechos globales.

Los antecedentes principales del estudio son investigaciones antropológicas que se internan en las determinaciones sociales y suscitan reflexión teórica partiendo de información empírica; para

ello arman fuentes de información directa para llegar a un asunto general. En otras palabras: partimos de considerar un quehacer principal de la antropología hacer descripciones, reflexiones, propuestas metodológicas y aportes teóricos. Esta forma de trabajo sirve para ocuparse de asuntos que quedan en la sombra de la práctica disciplinaria de las ciencias. En especial nos interesan aquellos asuntos que deberían concernir a la ciencia económica, pero no son tratados por ella.

La corriente dominante en economía ha recortado su campo empírico, sus propuestas y sus procedimientos en los últimos 150 años. La teoría marginalista en economía se constituyó en el siglo XIX con aportes de economistas de varios países de Europa y Estados Unidos entre los que deben incluirse nombres como William Jevons, Leon Walras, Alfred Marshall, Wilfredo Pareto; sufrió un desafío keynesiano a mediados del siglo y, en las últimas décadas, la escuela neoclásica ampliada a escala macroeconómica tuvo un retorno triunfante (cf. Screpanti y Zamagni, 1997). La teoría de la opción acaba por constituir, luego de la caída del bloque socialista, la propuesta de fabricación de política en todas partes:

"La teoría de la opción se aplica a todo y a cualquier cosa: vida familiar, crianza de niños, muerte, sexo, suicidio, crimen, política, ecología... Los teóricos de la escuela de Chicago argumentan inclusive por un mercado libre de bebés para solucionar el problema de las irregularidades en los procesos de adopción, disminuir los orfanatos, el exceso de bebés negros y disminuir los abortos [Wolfe, 1989:3]" (citado en Gregory, 1997:20).

La preocupación de este trabajo parte de que tal disciplina es ahora la justificación doctrinaria de muchos cambios sociales,

y al mismo tiempo no registra modificaciones en los intercambios económicos que afectan culturas y sociedades.

I.3 Las corrientes que ponen énfasis en los desarrollos económicos y políticos como causa de los cambios históricos consideran la cultura (a veces integrada en el rubro "ideología"; o como "ideas") un aspecto subordinado en las explicaciones, aun reconociendo la influencia de asuntos ideológicos o religiosos que facilitan o consolidan cambios en las estructuras dominantes de política y economía. Otra postura, opuesta a la anterior, reivindica la preeminencia de aspectos simbólicos que, según la época, son denominados espirituales, psicológicos, subjetivos, discursivos, etc.

La controversia cambia con frecuencia de apariencia verbal y, aunque en esta investigación no se intenta resolver la ardua disputa, sí, en cambio, se quiere mostrar que un aspecto de la vida social considerado "material" (la economía) ahora está crecientemente involucrado con lo simbólico y que hay cambios en la economía propios de la "globalización" que afectan la cultura y las relaciones en el nivel local.

En ese sentido, esta investigación tiene antecedentes en trabajos que han mostrado la construcción histórica de los intercambios, los componentes culturales e institucionales de la economía, los aspectos comunicativos del comercio y la significación social de las cosas. En otra parte (González Seguí, 1993) se revisaron varios artículos de historiadores sociales,

antropólogos e historiadores económicos, y también de economistas que critican la supuesta omnipresencia de mercados en equilibrio⁴.

I.4 Los desarrollos técnicos hacen posibles nuevas formas - relacionadas entre sí - de transacción económica, producción de mensajes y dominación política, en los años de fin del siglo XX. Los videojuegos nos sirven para ilustrar un caso de mercancías que llegan a influir en las prácticas sociales cotidianas luego de interactuar con configuraciones y predisposiciones de relaciones económicas y sociales ya existentes.

Se quiere destacar que la globalización acentúa procesos de cambio cultural que existían antes. Nuevas mercancías han llegado constantemente a la vida microsocial - a los individuos, las familias, los pequeños grupos - desde hace mucho tiempo; pero es novedosa la aceleración del cambio debida a nuevos desarrollos tecnológicos que multiplican, complejizan y abaratan los bienes. Mientras las instituciones y el conocimiento económicos tratan a las mercancías con indiferencia, un punto central de esta tesis es que tienen consecuencias sobre aspectos no económicos de la vida social y dan lugar a cambios, sobre todo si se trata de productos diseñados para interactuar con personas, que estimulan sentimientos y reacciones. Si bien los objetos han mediado siempre en las relaciones humanas, arrefectos como los videojuegos permiten una nueva relación entre "consumidor-interactivo" y "producto consumido interactivamente" que está prevista en el diseño mismo.

I.5 Los años de 1993 a 1996, la época de este estudio, fueron en muchos sentidos, de cambios profundos. En el nivel mundial desapareció el bloque socialista y los Estados Unidos quedaron como única superpotencia; se produjo el desmembramiento de anteriores estados nacionales como la ex Yugoslavia. Se impuso a la mayor parte del mundo la "política económica" y la ideología llamada neoliberal, lo que fue a la par con el retroceso del bienestar social, el aumento del desempleo y la flexibilización laboral, el incremento de la delincuencia urbana y de la economía ilegal, la creciente desigualdad entre ricos y pobres y el aumento de éstos. En el nivel técnico fue notable el desarrollo de las telecomunicaciones y la información digitalizada, con la expansión mundial de Internet y de sus usuarios, así como del flujo de información y de comunicación.

En México se vivió el auge político-económico de finales de sexenio presidencial, la devaluación del peso de 1994 y la subsiguiente "crisis". En las relaciones internacionales aparecieron las certificaciones del Congreso de los Estados Unidos, pero también de otras instancias como el Parlamento Europeo y las ONG internacionales. La investigación de cuentas bancarias y las calificaciones extraterritoriales de naciones y de individuos, prácticas que habrían sido consideradas inadmisibles unas décadas antes, fueron frecuentes en esta época. Surgió en Chiapas el movimiento Zapatista, ocurrieron asesinatos y escándalos que involucraron a altos funcionarios y aumentaron los

delitos de corrupción o, por lo menos, su difusión. En lo económico creció el desempleo y se encarecieron las comunicaciones, los alimentos y los energéticos; terminó la subvención a la producción agropecuaria, mientras los bancos reprivatizados se auxiliaron con fondos públicos y ahorros jubilatorios; cambió la legalidad sobre tenencia de tierra; también aparecieron movimientos sociales de defensa de la economía de los productores rurales y de deudores de la banca. En la educación, la Secretaría de Educación Pública dejó de ser empleador de todos los maestros y pasó a regir los programas educativos de los gobiernos de los estados, que recibieron presupuesto y directivas, pero debieron enfrentar las demandas permanentes de los maestros. La televisión no comercial desapareció prácticamente y la de cable incrementó su importancia.

I.6 Con respecto a los videojuegos, que luego veremos en detalle, pasaron generaciones: este estudio fue testigo de la aparición de consolas con procesadores de 16, 32 y 64 bits, lo que significa pasar de dibujos y esquemas simples a imágenes y sonidos de alta definición y realismo. En el nivel local los negocios del rubro sufrieron un duro revés cuando la economía de amplios sectores quedó afectada y los presupuestos familiares para diversión disminuyeron.

Volviendo al primer párrafo: los videojuegos son un tema-eje de la tesis. El intento del estudio es seguir un producto-mercancía-objeto y desde ahí mirar las relaciones sociales que se

establecen a la par de su trayectoria económica y su consumo. Son el tema a estudiar porque en ellos confluye la historia del presente, en la que visualizamos los siguientes componentes:

1) Una forma de acumulación que se basa en un nuevo tipo de mercancías y de consumidores; que se superpone y se abre paso frente a una forma anterior en la que predominaban mercancías intensivas en materiales y trabajo.

2) Industrias culturales que intensifican los actos de consumo por unidad de tiempo y, al hacerlo, compiten y desplazan a la cultura de imágenes y sonidos de alto valor simbólico; a "obras de arte" caras y definitivas o piezas populares memorables. Producen y reproducen, en cambio, efectos audiovisuales múltiples y efímeros, de fuerte impacto simbólico a partir de sensaciones visuales y sonoras ya probadas y frecuentes apelaciones a sentimientos primarios (sexo, violencia). Se trata de una actividad que parte de intenciones económicas y tiene consecuencias culturales, lo que plantea un problema de conocimiento antropológico.

I.7 Los fenómenos como el que aquí estudiamos quedan a horcajadas de dos o más disciplinas. La interdisciplina es necesaria porque la suma de lo que ve la economía[2] más lo que ve la antropología no necesariamente llega a constituir alguna explicación satisfactoria.

Los videojuegos son una mercancía cultural que en la última década llegó a todas partes y pueden estudiarse desde muchos ángulos. Aquí se toman como centro de interés para ver cómo están

interactuando cultura y economía en la época actual. No obstante, en la medida que el tema está poco difundido, este estudio ofrece información a quienes quieren conocerlo desde otros puntos de vista.

II. Aspectos de método y antecedentes de este estudio

Este trabajo hace confluír la historia de una mercancía, la de una región y la de instituciones locales que enmarcan la vida de los consumidores de aquella mercancía. Analiza aspectos determinados de ese consumo y para llevar a cabo ese acercamiento, apela a técnicas que van desde el seguimiento de la mercancía a una descripción estadística de los usos de los juegos. A continuación se mencionan los antecedentes de método de esta investigación.

II.1 Antecedentes de una antropología de los bienes y las mercancías⁵

Hace un siglo y medio Karl Marx se propuso comprender y analizar el capitalismo tomando de David Ricardo la idea de valor-trabajo. Desarrolló el concepto de *mercancía* para designar objetos de intercambio económico cuyo valor proviene del trabajo humano incorporado a ellos. Marx percibía su época marcada por la generalización de la producción e intercambio capitalistas, y la *mercancía* llegaba a ser categoría universal y dominante, asunto central para su teoría y su desarrollo intelectual que enfrentaba a la filosofía alemana. Esta fue la propuesta más duradera de la

ciencia social en los últimos 150 años y la pugna entre la economía política marxista y la ciencia económica derivada del marginalismo a lo largo del siglo XX, constituyó un enfrentamiento ideológico mayor⁶.

La historia desde mediados del siglo XIX y especialmente en siglo XX está marcada por una expansión cuantitativa y cualitativa de la producción, la circulación y consumo de mercancías en la geografía y la cultura humanas, que rebasó sin duda lo imaginado por los pensadores del siglo XIX, incluyendo a Karl Marx. Las teorías económicas, sin embargo, no se han modificado de manera correspondiente a la expansión, complejización y diversificación de la producción y el intercambio. En los casos en que fue retomada la reflexión sobre las mercancías, casi siempre se mantuvo dentro del paradigma fundado por Marx. La corriente marginalista en economía[2] mantiene en la actualidad una posición hegemónica en la explicación de asuntos económicos. A partir de una abstracta definición de su objeto asimila el comportamiento de las empresas al (supuesto egoísmo maximizador) de los individuos⁷. Así llega a ser un conocimiento de un ámbito ideal y mantiene cierta inmunidad a las críticas recurrentes de pensadores o practicantes de la economía sustantiva⁸.

Un ejemplo de crítica recibida desde la antropología es la que hace Maurice Godelier:

"No se puede analizar lo económico en todos sus aspectos con la sola ayuda de la ciencia económica, porque lo económico está

implicado en el funcionamiento de las estructuras no económicas que así determinan parte de su sentido."

Este autor señalaba la necesidad de "una definición positiva de lo económico" entendido como: "campo particular de relaciones sociales orientadas por la producción, la distribución y el consumo de los medios materiales, a la vez y por lo tanto aspecto particular del funcionamiento de las demás estructuras sociales" (Godelier, [1966] 1979:26-27).

En un libro reciente sobre historia del pensamiento económico, sus autores señalan que "la acumulación de literatura crítica [al modelo del equilibrio económico general] ha alcanzado tales proporciones que resulta imposible tratarla como apartado de un volumen como éste" y resumen las críticas a la teoría económica en cuatro puntos principales:

- 1) Debe ser descartada por falta de realismo: los mercados en equilibrio no existen. Se basa en hipótesis extremas como la competencia atomística y la ausencia de externalidades.
- 2) Resulta del todo inadecuada para abordar problemas importantes como el desarrollo, el cambio, el papel económico de las instituciones, el poder económico o el comportamiento de los agentes económicos colectivos.
- 3) Es una representación ideológica en que las clases dominantes se reconocen como individuos egoístas, libres e iguales y ocultan que sólo son libres quienes tienen los medios para substraerse al trabajo y a ejercer el control del trabajo de los demás.

4) La cuarta crítica es la inconsistencia interna:

[para que valga el modelo] "Es necesario demostrar que el mercado solo (no una institución o agente colectivo) es capaz de llevar a la economía a un estado de equilibrio. Los desequilibrios se subsanan por fuerzas externas como la "mano invisible" de Smith o el subastador de Walras... Pero [se cita investigación empírica] el comportamiento de los individuos no resulta suficiente para darle fuerza a la "mano invisible" (Screpanti y Zamagni, 1997:366).

Las propuestas que han criticado la falta de análisis de la vida económica real del capitalismo son muchas y las discusiones no pueden ser documentadas muy extensamente. Mencionemos que las críticas provienen desde la antropología económica (Polanyi, 1957), la economía política marxista (Sweezy et al., 1972), la economía liberal crítica (Thurow, 1988; Leckachman, 1974), la epistemología (Bunge, 1982) y son apoyadas también por la evaluación reciente de las prácticas neoliberales (Forrester, 1996; Bourdieu, 1998; Martin y Schumann, 1998).

El presente estudio considera que la expansión del mundo de las mercancías durante el siglo XX es un asunto crucial para entender la vida social en cualquier nivel de organización, ya que en sus diferentes versiones la expansión de mercados - productivos, laborales, de servicios educativos y culturales - marca cualquier comunidad humana a lo largo del siglo XX.

Desde este punto de vista, sostenemos que el estudio de las nuevas mercancías producidas en el contexto de la más reciente globalización económica es una vía de entrada para conocer cómo se producen modificaciones culturales y sociales en el presente.

II.2 Antecedentes de una antropología de los fenómenos culturales ligados al intercambio

Dones y estructuras

La intención de ligar la cultura con la economía no es nueva. Marcel Mauss publicó en 1924 el *Ensayo sobre el Don*, donde argumentó que en algunas sociedades precapitalistas los regalos y la obligación de retribuirlos constituían relaciones y, cuando a partir de ellos se establecían relaciones más amplias de poder, servían para la creación de orden social entre grupos e individuos: los objetos aferran relaciones específicas entre gente específica.

A mediados de siglo, Claude Lévi-Strauss planteó un paradigma centrado en estructuras reflejadas por los modos de clasificación que atraviesan diversas culturas y campos del conocimiento humano, llegando a proponer que: "los estudios de parentesco, la economía y la lingüística alcanzan la misma clase de problemas en diferentes niveles estratégicos y realmente pertenecen al mismo campo"⁹.

La biografía cultural de las cosas

Más recientemente, se produjo una propuesta metodológica basada en la idea de estudiar las etapas por las que pasan los objetos-mercancía a través del tiempo y los marcos contextuales correspondientes. Su autor es Igor Kopytoff que la desarrolló a partir de estudios sobre esclavos. Las cosas pasan por épocas de individualización y por fases de indiferenciación; la indiferenciación corresponde a una etapa-mercancía y a la preponderancia del valor monetario sobre otros rasgos de los objetos, define la situación de mercancía de una cosa (Kopytoff, 1986). Esto, visto desde otro lado, es lo mismo que decir que en el proceso de circulación, los objetos económicos se relacionan con sujetos (de conocimiento) humanos para quienes tales objetos son significantes de diferentes significados y pertenecen a distintos sistemas de signos. Las cosas juegan papeles ambiguos según los contextos, de manera semejante a lo que ocurre con las palabras. Las cosas son elementos de sistemas de signos no verbales; pueden considerarse mensajes relacionados con otros mensajes.

Algunas investigaciones con base en esta propuesta arrojaron resultados importantes tanto en estudios presentes como históricos (cf. trabajos en Appadurai, 1987). El método consiste en el seguimiento de cosas, como objetos metálicos en la prehistoria, reliquias de santos en la Edad Media, alfombras del Turkeistán importadas a Europa, o plantas estimulantes de qat en Somalia. Los usos que se hacen en diferentes contextos, públicos y privados,

sagrados y profanos, permiten comprender cómo son las relaciones sociales entre la gente que compra, vende, dona o utiliza tales bienes.

Aquí retomamos esta línea de trabajo y el segundo punto de partida metodológico de este estudio es el seguimiento de un objeto mercancía desde la producción hasta el consumo.

II.3 Sistema económico mundial y localidad

Las raíces de la globalización son centenarias: la expansión de "la economía mundo capitalista" (Wallerstein, 1979) - desembocó en la "globalización" presente cuando aquélla llegó a todos los confines de la tierra.

En las ciencias sociales existe dificultad de estudiar las conexiones entre los acontecimientos de nivel global y los de las localidades y este es un viejo asunto para antropólogos interesados en la "economía política[2]"¹⁰ (cf. Roseberry, 1988, 1994). Pero sigue siendo un tema principal para la antropología social dilucidar las modificaciones en la vida social - familiar, local y nacional - que resultan de la expansión de mercados y establecer sus mecanismos.

Micro y macro

En la última década se han profundizado las ideas sobre las conexiones entre los fenómenos sociológicos que se designan como "micro" y "macro". Después de reconocer que hay unidades sociales grandes y pequeñas, las conclusiones actuales parecen coincidir en que:

a) el tamaño de las unidades analizadas no define por sí mismo que un estudio sea micro o macro social (Alexander 1987; Archer, 1995).

b) Las relaciones entre unidades sociales grandes con unidades sociales pequeñas contienen el conocimiento acerca de las relaciones entre ambos niveles.

c) Los términos "micro" y "macro" son relacionales y no absolutos: un estrato de relaciones sociales puede ser micro respecto de otro y macro respecto de un tercero.

d) Las relaciones interpersonales se asocian con la tradición de estudios "micro" y las instituciones con lo "macro"; pero no es seguro que la mayor o menor amplitud de ámbitos de observación implique por sí distintos niveles de la realidad social. Es posible observar interacciones sociales en ámbitos reducidos y hacer de lo macro un contexto, pero, también y al mismo tiempo, la interacción conforma un ambiente en el que las macro-características del sistema se reproducen o transforman (Archer, 1995:9-11). Cómo emerge lo macro de las interacciones y cómo lo micro de la estructura son preguntas de partida para la recolección de información de esta investigación. Cada unidad empírica no es clasificable por sí como macro o micro: hay cultura y sociedad en la constitución de los aspectos macro y hay estructura en los aspectos micro.

| Nivel | Economía | Cultura |
|-------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Macro | Internacional Marketing Ganancias de las corporaciones | Diseño según géneros narrativos probados y propuestas interactivas universales |
| Micro | Socialización de consumidores Ganancia de agentes locales | Uso local de la mercancía |

Lo local y lo global en las mercancías tecnoculturales

Las mercancías culturales que emplean tecnología de información (en adelante "mercancías tecnoculturales", como es el caso de los videojuegos, sirven como punto de entrada a la relación entre economía y cultura. Lo micro y lo macro se conjugan en ellas y por eso se prestan como objeto empírico para investigar la presencia de la estructura económica global en la localidad, la dependencia mutua entre industrias transnacionales y una cultura de adolescentes mundializada, la socialización tecnológica y visual de los niños por los medios masivos y otros fenómenos novedosos en la interrelación entre economía y sociedad.

Las mercancías tecnoculturales pasan por distintos momentos. Van desde su concepción y producción en un foco corporativo y se difunden hacia centros de distribución en todo el mundo y hacia su consumo en las localidades más diversas.

Estas operaciones están todo el tiempo bajo control de agentes "económicos". En el pasado las aduanas eran momentos y espacios "políticos" de la distribución, pero los acuerdos de comercio tienden a disminuir esas trabas y permiten que las operaciones comerciales se lleven a cabo con notable rapidez. Es

casi normal el lanzamiento simultáneo de distintos productos de las industrias culturales (películas, videojuegos) en las principales ciudades del mundo. En todo caso son los acuerdos entre los distribuidores y la política de marketing los que determinan si en Europa un producto circulará o no al mismo tiempo que en Japón o los EUA. En particular, en el caso de los videojuegos, en el caso de México, se ponen en venta una semana o dos más tarde que en los Estados Unidos¹¹.

En el nivel de la localidad los agentes económicos que intervienen son de menor importancia y los agentes políticos locales mantienen autoridad sobre ellos. Por eso en este punto los agentes sociales pueden llegar a cuestionar los contenidos de determinados productos culturales. Como se verá en el capítulo 5, en algunas localidades las autoridades y/o los vecinos han llegado a cuestionar la comercialización local de videojuegos.

Técnicas

El capítulo 1 está basado en información académica sobre debates en ciencias sociales. Se trata allí la información más reciente de los debates sobre la globalización económica en contextos que va desde la información histórica y antropológica a la más reciente información coyuntural sobre mercados y política y las propuestas de la última década sobre la organización social del fin de siglo en todos los niveles.

El capítulo 2 que trata la historia de los videojuegos como una mercancía cultural, ofrece información sobre la economía

política[2] de las mercancías tecnoculturales y sigue de cerca la corta pero muy impactante historia de los videojuegos en el último cuarto de siglo. Se mencionan los aspectos técnicos y los negocios desarrollados en el mercado transnacional. También se hace hincapié en cómo este tipo de negocio requiere de cambios en las legislaciones para garantizar sus utilidades en todos los países.

En el capítulo 3 se muestra el contexto de la ciudad estudiada, Zamora, donde economía e instituciones locales han estado imbricadas en la conformación de la vida de la localidad. Toda la bibliografía regional relevante fue revisada para seleccionar la información de este capítulo como el entorno regional de esta investigación. También se recabó la información más reciente de periódicos y entrevistas, así como la de otras investigaciones en proceso en la región zamorana.

El capítulo con mayor base en información empírica es el que corresponde al consumo de videojuegos - capítulo 4 -. Su información de base está constituida por el resultado de entrevistas y cuestionarios, así como la originada en el procesamiento y análisis de una amplia encuesta entre los consumidores zamoranos de videojuego. El cruce de la información cuantitativa con la de observación directa y de cuestionarios es un intento de emplear a fondo instrumentos de antropología social y sociología.

Los dos últimos capítulos están basados en entrevistas a maestros y análisis de documentos de prensa y reglamentos sobre

las reacciones que los videojuegos han causado en las localidades en México.

Este conjunto de información es analizada al final de cada capítulo y, en sus aspectos más destacados, las conclusiones adelantadas se retoman en el capítulo 6.

Notas

1. "Economía" tiene muchos significados. Parece necesario aquí, al menos, diferenciar la ciencia de su objeto. La palabra "economía" designará las prácticas de producción e intercambio. En cuanto al campo de conocimiento será marcado como "economía[2]".

2. "Información" tiene varias acepciones que van desde una magnitud física, que puede medirse en bits y es independiente del medio de comunicación, hasta información que corresponde a mensajes en un contexto comunicativo determinado. Aquí la usamos en el primer sentido.

3. Cf. Mauss (1924), Malinowski (1922), Polanyi (1947, 1957).

4. En otra parte (González Seguí, 1993) se ha argumentado de manera crítica frente a una economía que se presenta como ámbito privilegiado de la acción y la interacción. Allí se presentan autores que desde distintas disciplinas cuestionan el paradigma predominante, varios de los cuales son retomados en el capítulo 1 de este trabajo.

5. Los dos términos provienen de las dos corrientes antagónicas de explicación económica. "Bienes" es usado en la teoría marginalista y connota necesidades individuales y "utilidad". "Mercancías" son objetos indiferenciados de comercio que en su consumo satisfacen necesidades "del estómago o de la fantasía" (Marx, 1964 T.I:5). Las mercancías son el punto de arranque en el análisis teórico del Materialismo Histórico, pero el tema que plantea la tesis no se deriva o refiere directamente a la teoría de Marx.

5. Habría que recordar sin embargo a autores que mantuvieron la posibilidad de comprender ambos puntos de vista o buscar una comprensión desde un punto de vista más profundo. Como ejemplo de lo primero, Schumpeter llegó a ser un autor respetado en ambos bandos; y, de lo segundo, desde la antropología, Claude Lévi-Strauss señalaba que "la atmósfera misma dentro de la cual se ha desarrollado la ciencia económica ha sido desagradable para el etnólogo: llena de amplios conflictos entre doctrinas, despreciativa y esotérica. De ahí el sentimiento de que la ciencia económica se satisfacía con abstracciones" (Lévi-Strauss, 1971:269).

7. Siguiendo la famosa definición de Lionel Robbins (1932)

8. Sobre los pensadores económicos más recientes que mencionan nombres de autores "incómodos": Nicholas Georgescu-Roegen, John Kenneth Galbraith, Albert Otto Hirschman y Richard Murphy Goodwin (Screpanti y Zamagni, 1997:399-443).

9. La cita completa: "en cualquier sociedad la comunicación opera en tres niveles diferentes: comunicación de mujeres, comunicación de bienes y servicios, comunicación de mensajes. Por lo tanto, los estudios de parentesco, la economía y la lingüística alcanzan la misma clase de problemas en diferentes niveles estratégicos y realmente pertenecen al mismo campo. Teóricamente al menos podría decirse que las reglas de parentesco y matrimonio regulan un cuarto tipo de comunicación, aquel de genes entre fenotipos. Por lo tanto debería mantenerse en mente que la cultura no consiste exclusivamente en formas de comunicación propias,

como el lenguaje, sino también (y quizás principalmente) en reglas que señalan cómo los "juegos de comunicación" deberían jugarse tanto en el nivel natural como en el nivel cultural" (Lévi-Strauss, *Antropología Estructural*, Cap. XV, Estructura Social punto "Estática social o estructuras de comunicación" en la versión inglesa Basic Books, 1963:p.296).

10. Aquí entiendo "economía política" como la corriente académica norteamericana a la que se da ese nombre (cf. Roseberry, 1988). Cuando el texto es ambiguo, uso - como en el caso de "economía" - la diferencia entre economía política para designar la actividad económica en un ámbito amplio, como un estado-nación y economía política[2] para designar la disciplina académica que se ocupa de ella.

11. Entrevista con directivo de cadena tapatía de negocios de videojuego (Sept.93).

Capítulo 1 - Economía y cultura

I. Economía y cultura en la globalización

El término *Globalización* se emplea para designar un conjunto de fenómenos económicos y sociales que incluyen recomposición de las ramas y regiones productivas, internacionalización de mercados, transformación del trabajo, distinta composición de clases sociales, modificaciones en las funciones y estructuras de los estados, cambios en la cultura y la política y cambios de rol del estado-nación. Sus antecedentes históricos se encuentran en la expansión de la economía-mundo desde Europa en los últimos 500 años (Braudel, 1984; Wallerstein, 1979; Wolf, 1982). En este capítulo se revisan enseguida las propuestas más importantes para explicar estos fenómenos que atraviesan fronteras y atañen a varias disciplinas que tratan de cambios globales¹. Examinamos enseguida dos tipos de descripciones y explicaciones sobre los aspectos más importantes de la globalización. Primero aquéllas que ponen énfasis en la economía y luego las que se centran en los aspectos culturales. En una segunda parte, se desarrollan los aportes desde la antropología al estudio de la relación entre mercancías y cultura.

I.1 Explicaciones con énfasis en la economía

La bibliografía económica explica las causas con base en la comparación de cifras de comercio, finanzas e indicadores

internacionales de desarrollo e intercambio. A continuación revisamos los argumentos de distintas escuelas:

I.1.1 La economía del desarrollo señala los siguientes puntos como característicos de la globalización:

- Existe mayor interdependencia entre mercados, antes separados por barreras aduaneras que limitaban el acceso a mercados exteriores a las fronteras nacionales.

- Las políticas económicas concertadas entre los países del Grupo de países industrializados (G-7) son impuestas a los países periféricos por medio de las instituciones financieras internacionales.

- Hay desplazamiento de los gastos gubernamentales: disminuyen los gastos en servicios sociales como educación, salud y asistencia a la vejez, en tanto aumentan los gastos y activos financieros.

- Se producen cambios en las relaciones sociales locales, regionales y nacionales como consecuencia de medidas de política económica y modificaciones en la distribución del ingreso.

(Dabat, 1993:19-21).

Otros autores refuerzan esta descripción de la globalización con sus propios datos:

- En 1971 cerca del 90% de todas las transacciones de intercambio extranjeras fueron a financiamiento de comercio y de inversión a largo plazo y sólo el 10% fue especulativo. Precisamente ese año parece ser el parteaguas monetario más reciente cuando el gobierno

norteamericano deja de mantener el cambio fijo de dólares por oro. Se inicia entonces una era de "dinero salvaje"; es "el fin del capitalismo organizado" y se inicia un "anarquismo de libre mercado" (Gregory, 1997:cap.1). En 1995, con más de 1.2 billones (1.2×10^{12}) de dólares diarios de transacciones especulativas, los porcentajes de 1971 se habían invertido: 90% iba a la especulación y solamente 10% al comercio. Cientos de miles de millones de dólares están ahora dedicados *full-time* a pasarse de una a otra moneda ("*currency arbitrage*") y el valor nominal de las transacciones en los mercados derivados ("*derivative markets*") alcanzó en 1994 los 12 billones (1.2×10^{13}) de dólares (Block, 1996).

- Hubo un gran aumento de flujos internacionales de capital, mercancías e información. La capitalización mundial, que era de 892 mil millones en 1974, se había multiplicado por seis llegando a 5.2 billones² de dólares ya en 1986 (Castells, 1995:431).

- La creciente presencia de nuevas tecnologías para comunicaciones y procesamiento de información permite mantener sistemas administrativos centralizados junto a la producción y venta esparcidas por todo el mundo (Castells, 1995:436).

I.1.2 Otras explicaciones desarrolladas en la década de 1980 pusieron énfasis en los contrastes entre las exigencias de la producción con respecto a las del crecimiento financiero que llevaban a cambios en el "régimen de acumulación" y el "modo de regulación social y político".

La escuela de economistas llamada "de la regulación" ofrece una línea de explicación sobre el origen de los cambios actuales en la economía y la sociedad que, a grandes rasgos, es así: desde la posguerra, los costos de reproducción social demandaron una parte significativa de los valores producidos y eso disminuyó las ganancias de las empresas y constituyó una "crisis". Las empresas reaccionaron introduciendo mejoras técnicas y reorganizaron las tareas para reducir la cantidad de personal empleado y los costos salariales. Como consecuencia de ello, la producción en línea empezó a sustituirse por procedimientos "flexibles" de producción, a lo que se llamó "posfordismo". Las explicaciones sobre el tema pueden simplificarse diciendo que los cambios en la economía de ese tiempo se debieron a innovaciones técnicas en los procesos de producción (Aglietta, 1979; Lipietz, 1986; Coriat, 1992). La economía del "posfordismo" deja de lado la producción en gran escala y se basa más bien en el manejo de pequeños *stocks* sensibles a las ventas, la producción descentralizada y la subcontratación con entrega "justo a tiempo". La "flexibilidad"³ apareció en los años ochenta como el aspecto más novedoso de la economía (Harvey, 1988:159).

I.1.3 Las explicaciones con énfasis en "flexibilidades"

mantuvieron su presencia a principios de la década de 1990, por lo menos como argumento que ayudaba a la implementación de políticas de "flexibilización laboral". Pero en el medio académico aparecieron nuevas propuestas sobre la causa de los cambios en la

economía. Éstos no tendrían origen solamente en la producción, sino, además, en otras instancias que estaban más allá de las relaciones económicas. Había procesos informativos y culturales cada vez más fuertemente ligados en la producción, la circulación y en el consumo.

Un ejemplo de esta revisión lo dan estos autores que reconsideran de manera crítica su propio pensamiento anterior:

"La teoría de la flexibilidad no abarca la medida en que la cultura ha penetrado la economía misma; es decir en la medida que los procesos simbólicos, incluyendo un importante componente estético, han permeado tanto el consumo como la producción" (Lash y Urry, 1994:61).

Proponen entonces cambiar el punto central de mira desde la producción hacia los cambios generales, la caducidad de instituciones anteriores y el paso al frente de los nuevos actores:

"El viejo núcleo fordista estuvo caracterizado por redes de productores alrededor de un eje de industrias pesadas de automotores, química, eléctrica y acero. Las funciones de finanzas, servicios y distribución estuvieron o bien subordinadas o bien manejadas por las funciones de producción industrial. Este viejo orden ha sido minado por dos procesos. El primero es la desintegración del viejo núcleo con las funciones de finanzas, distribución, propiedad, servicios, conocimiento e investigación y desarrollo cada una tomando su propia autonomía. El segundo es la formación de un nuevo núcleo...agrupado alrededor de informaciones, comunicaciones y servicios avanzados a productores, así también como otros servicios tales como telecomunicaciones, aerolíneas y partes importantes de turismo y ocio. Espacialmente, muchos de estos servicios están centrados alrededor de las ciudades globales, ubicados en vastas aglomeraciones cuyas industrias alimentan estos servicios. En términos de significación económica, el más importante desarrollo en localización es lo que podríamos llamar 'localización globalizada'" (Lash y Urry, 1994:17 Trad. O.G.).

I.1.4 Una propuesta más reciente ha sido encabezada a mitad de la década de 1990 por el sociólogo catalán Manuel Castells, quien resume así las dimensiones del cambio histórico del fin del siglo XX:

"Una revolución tecnológica está reconfigurando aceleradamente la base material de la sociedad. Luego del colapso del sistema soviético, el capitalismo mismo está sobrellevando un proceso de profunda reestructuración caracterizada por mayor flexibilidad de la administración, la descentralización y conexión en red (*networking*) de las firmas tanto internamente como con otras firmas y el considerable *empowering* del capital frente al trabajo, con la concomitante decadencia del movimiento laboral; la creciente diversificación de las relaciones de trabajo..." (Castells, 1996b:1).

El punto de partida de este autor es que las tecnologías de información (informática, telecomunicaciones, optoelectrónica, computación y biogenética) revolucionan el procesamiento de información y comunicación en todas las ramas de la economía, incluyendo el manejo interno de las empresas. La capacidad de llevar información adecuada en cantidad y momento es comparable a la capacidad de manejar energía que acompañó a la Revolución Industrial (id.:31). Montada en desarrollos técnicos ocurridos desde 1970, la mutua influencia de estas tecnologías y su aplicación a muchos aspectos de la vida humana desembocan al filo del nuevo siglo en una nueva economía informacional y global. Estamos ante la emergencia de un nuevo paradigma económico. Las nuevas y más flexibles tecnologías de la información hacen posible que, precisamente, la información sea el producto de muchas empresas. Al transformar los procesos de información, estas tecnologías actúan en todos los campos de la vida humana. Surge así una economía en redes que llega a aplicar sus progresos a la tecnología, al conocimiento y al manejo del conocimiento y de la tecnología y de la gerencia misma de recursos y empresas. El aumento de la productividad económica se recupera en muchas ramas con respecto a la década de 1980. Pero las otras estrategias para

aumentar las ganancias, como la ampliación de mercados, la aceleración de ciclos de producción-venta o la reducción de costos de mano de obra son todas exitosas mediante el uso de tecnologías de información (id. cap.2).

Finalmente, hagamos el resumen de lo que parecen ser los rasgos incuestionados de la *globalización* de final del siglo XX:

1) la producción industrial, que antes fue punto crucial de los negocios, ya no queda en el centro del panorama económico. Ha sido desplazada por los flujos de información e intercambios financieros. Hasta 1980, las empresas dominantes fueron grandes complejos industriales, como la General Motors; pero en la década de los noventa avanzaron y llegaron a ser principales actores económicos las de las ramas de informática, comunicaciones y *software*.

2) Las transacciones especulativas pesan decisivamente en tasas de interés que afectan a toda actividad productiva. El volumen de las transacciones monetarias internacionales ha crecido constantemente más que los intercambios de materias primas y productos manufacturados, por lo que el ambiente económico internacional es cada vez más "volátil" (Dodd, 1994:106).

En palabras de otro autor, "la globalización es el resultado final de cuatro décadas de crecimiento del mercado mundial a un ritmo más rápido que el de la producción mundial..." "En la década de los ochenta el dinamismo del flujo de capitales excedió ampliamente al del comercio exterior y quedó completamente corto

al lado del espectacular crecimiento de la inversión financiera" (Dabat, 1993:21)

3) La economía y la información se entrecruzan cada vez más: la información - datos, informes, imágenes, símbolos - es mercancía, pero también, al mismo tiempo, los mercados funcionan dependiendo de procesos de información como nunca antes. Las operaciones "en tiempo real" son necesarias en tanto que los activos monetarios tienen existencia como señales en las computadoras de empresas financieras. Por eso llega a plantearse que la información ha reemplazado a la producción como clave del cambio sociohistórico (Poster, 1990), que la economía de lo inmaterial es la etapa que sigue a la economía industrial y de servicios (Goldfinger, 1994) o, siguiendo la definición más abstracta de información de Shannon (1949), que la información es el elemento base del valor económico (Ayres, 1994:cap 7).

4) Las ramas económicas más tradicionales, que dependen de la producción material, cambiaron sus procedimientos de producción y comercialización presionadas por el acontecer en los mercados financieros. Las innovaciones tecnológicas que permiten la elaboración de partes de un solo producto en diferentes países o regiones. La producción se "deslocaliza", las ciudades industriales soportar la desaparición de empresas y la disminución del empleo y las dificultades económicas de la organización social son muy grandes. La creación de nodos financieros, de transporte, de información, o de servicios culturales hacen surgir nuevos

centros, pero muchas ciudades industriales decaen al no poder atraer las nuevas actividades (Zukin, 1992). A nivel mundial se destaca la aparición de centros del sistema económico-comunicativo actual, que se benefician por nuevas formas de acumulación y llegan a ser ciudades globales (Sassen, 1991).

5) Queda acentuado en todas partes el predominio de los negocios internacionales sobre los locales; las personas migran más que antes en busca de trabajo, entre regiones o países. La velocidad y calidad de las comunicaciones aumentan sensiblemente y las fronteras se hacen cada vez más permeables a los flujos de información provenientes del "Primer Mundo".

6) Tanto las administraciones públicas como muchas industrias se ven envueltas en dificultades irreversibles después de tomar créditos y adecuar sus políticas monetarias a intereses internacionales variables y crecientes. De la "crisis de la deuda" de 1982 se pasó, una década más tarde, a que los gobiernos fueran obligados, siguiendo la conveniencia de los acreedores, a emprender políticas económicas "de ajuste" diseñadas por los organismos financieros internacionales. La política monetaria de los estados se subordina completamente a los mercados financieros, y los entes financieros internacionales acaban por diseñar el presupuesto en cada país (Stallings, 1992; Castells, 1997:245; Brenner, 1998). Casi toda la agenda política de los gobiernos ha quedado subordinada a decisiones inicialmente señaladas como "económicas". Dado lo incontrolable de esas fuerzas, la situación

se presenta a la opinión pública, por parte de los gobiernos y los medios de información, como si surgiera de un orden natural. El manejo de las finanzas constituye un superasunto público que resulta en pérdidas y desorden en muchas otras esferas de la vida social, como la seguridad, la salud, la educación, etc. La apertura comercial como condición impuesta desde los centros rectores de la política lleva a la derogación compulsiva de leyes locales que condicionaban la importación de bienes. En particular, se han impuesto a los estos cambios en las leyes sobre aduanas, patentes y derechos de autor. En resumen, la política, especialmente la "política económica" es un campo de acción subordinado a los organismos internacionales de regulación financiera; las economías "nacionales" dependen de la decisión en un ámbito "económico" - en realidad fuertemente político - transnacional.

7) El derrumbe de los regímenes socialistas de Europa fue una evidencia contundente a favor de que el capitalismo en los países de Europa, Japón y E.U.A. es la forma de poder y acumulación de riqueza hegemónica en el mundo actual. Las razones llamadas económicas dominan estratégicamente a las de orden político, militar, religioso en casi todas partes, incluyendo el mundo anteriormente socialista. Distintos procesos que combinan rasgos histórico-políticos con hechos económicos, como el mencionado endeudamiento de los países de América Latina, resultan en la subordinación de los gobiernos a requerimientos de los principales

actores del sistema transnacional económico, que predomina frente a estados nacionales cada día menos soberanos. Tal acontecer sociohistórico se suele designar como "neoliberalismo", la ideología congruente con las prácticas financieras predominantes.

I.2 Explicaciones sobre globalización con énfasis en la cultura

La interrelación de aspectos culturales con la mundialización económica marca el siglo XX, durante el cual cultura y negocios se relacionaron de dos maneras inéditas 1) la creación de elementos culturales (lenguajes, conocimientos, identidades y prácticas) a partir de la actividad empresarial, como la publicidad y las disciplinas de administración. 2) el surgimiento de las industrias culturales que han llegando a ser un ejemplo de actividad económica hacia el fin del siglo.

I.2.1 Efectos culturales de las actividades empresariales

La actividad de las corporaciones y empresas llega a todo el mundo y tiene efectos sobre la diversidad de las sociedades y culturas. La más notable es la publicidad, una actividad que crea elementos de cultura con el fin de manipular opiniones y sentimientos acerca de empresas y productos.

Los conocimientos especializados para mantener la administración y producción en las empresas es otra creación cultural (de 'cultura' empresarial, 'cultura' laboral o 'cultura' técnica)⁴; y estos conocimientos y modos de relación se difunden más allá de las estrictas relaciones de trabajo⁵.

La publicidad y la "cultura empresarial" llegan a crear modelos de imitación social. Los "analistas simbólicos" son la élite de los mercados laborales cuyos empleos tienen en común la manipulación de signos, datos, palabras y representaciones orales o visuales. Ellos son quienes identifican o solucionan problemas, intermediarios estratégicos con variada experiencia que también llegan a ser activos participantes y creadores de cultura transnacional. Su número es minoritario con respecto al total de empleo (Castells, 1995:cap.IV, Gershuny, 1986), pero son muy importantes como consumidores y como modelos sociales retomados constantemente por la publicidad. Son "expertos" poco comprometidos con organizaciones, lugares o consecuencias políticas y alcanzan bastante autonomía frente a sus empleadores (Reich, 1991; Hannerz, 1993, Sarlo, 1994).

Los asesores expertos han llegado a ser especialmente requeridos en los últimos años del siglo XX cuando al disminuir el personal y la calificación se intenta que los conocimientos que antes estaban distribuidos en la plantilla, ahora se transfieran más detalladamente al control de las empresas, aprovechando las posibilidades de nuevas tecnologías de información. Esta ampliación de reflexión sobre conocimiento se da después de que en la década de 1980 se produjeran significativas reducciones de personal en muchas industrias y negocios (en inglés suelen describirse como *downsizing* o *re-engineering*) uno de los resultados no previstos por los administradores fue que los

ejecutivos descubrieron que los empleados y trabajadores son portadores de conocimiento. En la década de 1990 los consultores hacen intentos por resolver - con sus herramientas técnicas preferidas - las limitaciones de la reducción de personal y transfieren de manera explícita más saberes humanos a soportes computacionales de propiedad de las corporaciones, desarrollan para ello lo que llaman *knowledge management* e intentan que las empresas acepten la existencia de un "*capital intelectual*" (cf. Davenport y Prusak, 1998; Brooking, 1996).

I.2.2 Expansión de las industrias culturales

Las industrias culturales establecieron a lo largo del siglo XX importantes cambios en la transmisión de cultura. Antes de tratar el tema, es necesario revisar que se designa con "industrias culturales".

En la década de 1930 surgió una preocupación política e intelectual acerca del destino del arte cuando empezaba a notarse la importancia de empresas que se hacían cargo de la producción y distribución de libros, obras de arte, espectáculos, etc. Las empresas fueron nombradas como "industrias culturales" (Benjamin, 1935; Horkheimer y Adorno, 1947). En las décadas siguientes el término siguió empleándose y su definición fue precisada así por la UNESCO:

"En general se considera que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo con patrones industriales y comerciales; es decir a gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural" (UNESCO:1982).

Desde una visión de economía política[2], esa definición fue criticada por ecléctica y se hizo una propuesta para entender a las industrias culturales como:

"... un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social" (Zallo, 1988:26).

Las industrias culturales constituyen una rama moderna del sistema económico y en los últimos veinte años ha aumentado su importancia debido a la oferta de servicios de entretenimiento e información a escala mundial. Su expansión estuvo a la par - y fue motor - de desarrollos tecnológicos en las ramas industriales de la electrónica y la informática y han sido actividad de confluencia de capitales y tecnologías.

En el aspecto cultural estas industrias han sido fuente de socialización permanente de públicos y audiencias, especialmente en la segunda parte del siglo XX. Los aparatos y servicios audiovisuales llegan a desafiar la preeminencia comunicativa de los mensajes escritos debido a que los medios electrónicos han desplazado a la prensa escrita en sectores como la transmisión de noticias. La "cultura de la letra" ya no ocupa el lugar central que tuvo hasta hace pocas décadas. Varias horas diarias de televisión encendida son la norma en todas las casas y, en el aspecto comunicativo, el hogar ya no es el lugar de la intimidad (Ford, 1990). Esto ha producido cambios hasta en las formas más frecuentes de argumentación y percepción, pasándose de un

predominio de los mensajes verbales con valores de verdad y razón a la preponderancia de los mensajes visuales de alto significado emocional (Piscitelli, 1991).

Sin embargo, esta preocupación no es nueva: treinta años atrás un investigador pionero de la antropología visual se preguntaba cómo se vería afectada la labor de los antropólogos cuando las señales de televisión generadas en centros mundiales de emisión llegaran hasta los rincones más remotos de la Tierra. Una de sus preocupaciones era qué actitud tomarían los antropólogos ante tal difusión universal de cultura: se preguntaba si serían "radicales" y "democratizadores", o "conservadores" que saldrían en defensa de las culturas particulares (Worth, 1971:361).

Ese futuro ha llegado y, a fines del siglo XX, el desarrollo espontáneo de manifestaciones culturales es apabullado por los productos de las industrias culturales.

La antropología se ha interesado poco por el advenimiento de una cultura audiovisual y la influencia de los medios de comunicación masivos ha sido principalmente asunto de sociólogos y comunicólogos (Spitulnik, 1993:294). Ellos han producido una amplia bibliografía que pone en evidencia la influencia de los medios de comunicación sobre la cultura. Sus estudios manifiestan, a veces con vehemencia, que la esfera cultural está muy influida por los medios de comunicación de masas, especialmente por la televisión y se constatan influencias como las de "poner agendas" o establecer "cultivos" de temas (Weaver, 1982; en México, Sánchez

Ruiz, 1989). Al respecto, hay estudios para regiones muy diversas como las islas del Caribe (Miller, 1992), de la Polinesia (Ward, 1989) o Indonesia (Rodgers, 1986). En América Latina hay investigaciones o ensayos referidos a Brasil (Reis, 1998) Colombia (Martín Barbero, 1987), Venezuela (Pasquali, 1963), Argentina (Sarlo, 1994). En México, desde distintos ángulos, existen trabajos sobre la influencia de la televisión en los niños (Sánchez Ruiz, 1989) de los videos como recurso cultural (Jorge González et al., 1992, González y Chávez, 1996), de la apropiación cultural de sus contenidos (Orozco, 1990), o la influencia social sobre población indígena (Miller, 1998), además de la intención de establecer más firmemente una ciencia de la comunicación y discutir su lugar en las ciencias sociales (Fuentes Navarro, 1996; Sánchez Ruiz, 1992) y sobre la influencia de la difusión de Internet (Trejo Delarbre, 1996). Asimismo, la importancia de los efectos de las industrias culturales sobre la cultura y de la libertad de mercado sobre la creación local llega a ser un tema importante en tiempos en que se discuten tratados como el de libre comercio de América del Norte (TLCAN) (cf. Lorimer y Duxbury, 1995).

La publicidad es asunto de creciente importancia para la actividad económica, una de las ramas de negocios más espectaculares del siglo. Si bien la importancia simbólica de los bienes se ha constatado desde épocas prehistóricas, (cf. Renfrew, 1987), esta forma de difusión acerca de productos y servicios

cobra inusitada presencia en los últimos 50 años y ha llegado a aplicarse a todas las actividades. Llega a ser parte importante de la educación informal, de la resignificación de antiguas costumbres y de la socialización de los niños. Como asunto de estudio, la publicidad y sus efectos quedan, por lo general, entre la psicología y la mercadotecnia y son muy poco tratados en antropología, sociología o considerados por sus dimensiones históricas (Toren, 1993:461)⁶. A partir de los años setenta las disciplinas de comunicación le dedicaron su interés y aparecieron preocupaciones novedosas por la socialización de niños a partir de símbolos generados por las industrias culturales. Los niños los emplean para comunicarse y expresarse. Tanto la omnipresencia de imágenes comercialmente registradas como la mercantilización de símbolos, junto a la agresiva expansión de legislaciones de *copyright* constituyen una amenaza a los derechos humanos.

II. Las tecnologías de información como hecho social total

Las tecnologías de información son productos culturales del siglo XX desarrollados por empresas y gobiernos. Están constituidas por saberes y artefactos que, entre otras funciones, son mediadores de las relaciones sociales⁷ y la comunicación cultural. En la segunda mitad del siglo, las tecnologías que habían tenido origen ligado a la industria bélica, especialmente la electrónica y el manejo de información, se constituyeron en un sistema técnico de gran importancia:

"En torno a la microcomputadora y a la computadora, en la interfase de la electrónica, de la informática y de las telecomunicaciones, un florecimiento de objetos inéditos, hechos de procedimientos o de productos, lentamente invade el mundo material o teje en secreto las redes de lo inmaterial. Como sólo sucede una vez en siglos, alrededor de lo que se ha convenido ya en llamar "las tecnologías de la información", una revolución está en curso." (Coriat, 1992:28).

Los artefactos y desarrollos afectaron las comunicaciones entre personas o permitieron que ellas se relacionaran de manera novedosa. Las señales de video, fibra óptica, soportes de memoria, microprocesadores forman parte de los aparatos domésticos. Los sistemas multimedios, aparatos interactivos que mezclan aspectos informativos, juegos y entretenimientos, ventas comerciales y comunicaciones llegan a los hogares. El teléfono, las redes de computadora, los bancos de información de textos, sonidos, imágenes fijas o en movimiento, programas de computación son medios de comunicación, mercancías, soportes de intercambio y fuente de socialización cultural; un ejemplo de lo que Marcel Mauss llamaba "hecho social total". Y cualquier estudio o política que no contemple esta totalidad puede fracasar en su intento, como lo dice esta investigadora catalana:

"La confluencia de sectores como la electrónica de consumo con la informática y los productores de *software* (entendido éste como todo producto audiovisual) nos inclina hacia una reflexión: es preciso considerar desde una óptica global la naturaleza de los cambios que se están produciendo en la transmisión, la producción y el consumo audiovisual. Cualquier política fragmentaria que no contemple en profundidad los cambios que se están generando en el actual panorama comunicativo están abocados al más estrepitoso fracaso" (Franquet, 1994).

Desde las ciencias sociales se conoce poco estas novedades tecnológicas que afectan a grupos humanos cada vez más amplios⁸. Existe actualmente gran influencia tecnológica en el cambio en la

organización del trabajo en todas partes. Junto a las ingenierías organizativas, las tecnologías de la información han permitido nuevas divisiones del trabajo y reclasificación de los trabajadores (Coriat, 1992).

Pese a esos llamados de atención, se mantiene la separación por disciplinas. Las industrias culturales hacen negocios por decenas de miles de millones de dólares. La gente de todo el mundo recibe sus mensajes durante varias horas por semana⁹. En la década de 1990 hay dos clases de estudios que contrastan: por una parte algunos ponen énfasis en la apropiación cultural que realizarían los usuarios de los productos del mercado (cf. Silverstone et al., 1992) que, tras examinar casos puntuales, apuntan a la idea general de que los consumidores ejercen libremente opciones personales. Otros autores, diametralmente opuestos a esa idea, están preocupados por que una porción grande de bienes y símbolos culturales son ahora propiedad de empresas especializadas (Brown, 1998:196; Coombe, 1991; Schiller, 1993). El panorama no mejora viendo los trabajos antropológicos sobre los efectos de la acción de las industrias culturales y las tecnologías de las que se valen. La mayoría presenta detalles acerca de observaciones, y la abundancia de críticas *metodológicas* entre los autores deja la impresión de que nada se podrá saber nunca con certeza (cf. Spitulnik, 1993).

El panorama sugiere que las tecnologías de información y sus derivaciones y raíces económicas y culturales son el centro de un

"hecho social total" en la definición de Marcel Mauss (1950) es aún más complejo desde el surgimiento de artefactos que interactúan con personas y no sólo pueden tener algún significado, sino que *lo producen*.

II.1 Tecnologías interactivas: la cultura material contemporánea

Desde el siglo XIX la interacción de personas y artefactos es asunto de reflexión para la antropología cuando la cultura material llegó a ser un tema de arqueología. En el siglo XX el manejo de materiales y la comunicación interpersonal cambiaron radicalmente debido a la mediación de artefactos cada vez más complejos. Los aparatos electromecánicos se multiplicaron en la primera mitad del siglo, mientras que en la segunda fue impresionante el desarrollo de la microelectrónica y las opciones de transporte y comunicación antes impensables. La difusión de las computadoras, desde los años sesenta hizo posible una nueva era en la interacción de personas y artefactos. En ese punto, los diseñadores de procesadores de información necesitaron cada vez más conocimiento sobre las decisiones y entendimiento humanos. Los programas y máquinas más comprensibles y "amigables" son posibles por la existencia de especialistas en entendimiento compartido e inteligibilidad mutua, lo cual hasta hace poco fue tema literario o humanista. Los procesos cognitivos y las interacciones inteligentes y sus contextos son asunto de interés para quienes diseñan artefactos comprensibles. El crecimiento de la teoría fue a la par de las invenciones técnicas y se

desarrollaron dos grandes campos de saber para ampliar la interacción: las ciencias de la computación y las ciencias cognitivas, las cuales tratan innumerables asuntos de conocimiento y comunicación en campos de interdisciplina que combinan lógica, biología, lingüística, psicología, arquitectura de computación, etc.¹⁰ (cf. Carroll, 1991:Cap.1; Piscitelli, 1995, Bechtel et.al, 1998). Desde los años ochenta hubo también investigadores especialmente interesados en conocer la manera en que gente y aparatos constituían un sistema complejo que demandaba o proponía relaciones e intercambios. Para ello se profundizaron el conocimiento tanto en la biología de la percepción como en cuestiones lingüísticas y de interacción. A mediados de los ochenta también una antropóloga inició un proyecto de investigación para conocer cómo la gente entiende manuales de instrucciones y se relaciona con los comandos de aparatos (Winograd y Flores, 1986; Suchman, 1987). Dos mundos antes separados se han superpuesto: "el de las cosas que se diseñan, construyen y usan, con el de aquellas otras con las cuales uno se comunica" (Suchman, 1987:6).

Asimismo, cuando las redes de comunicación y las computadoras llegaron a usuarios no técnicos crecieron las dificultades para lograr que las computadoras hicieran lo que se esperaba. Este desarrollo fue a la par con el de lenguajes artificiales y diseños destinados a que los usuarios entendieran las máquinas. En general, el desarrollo de *software* de procesamiento de palabras,

de bases de datos, simuladores y sistemas expertos llevó a una confluencia entre ciencias cognitivas, que antes fue campo casi exclusivo de educadores y psicólogos, con el área de diseño. Hay desarrollos interdisciplinarios nuevos que apuntan tanto a crear una "ciencia de lo artificial" (Carroll, 1991:14) como al replanteo de preguntas del tipo: "¿Qué es el entendimiento?", de las máquinas entre sí o entre gente, o en sistemas combinados. Trabajan en ello especialistas desde la lógica hasta el diseño de interfaces gráficas y también se elaboran nuevas teorías sobre todo esto (Devlin, 1997:285; Barwise y Etchemendy, 1997).

II.2 Los videojuegos como máquinas interactivas

Los videojuegos son considerados habitualmente un subproducto o un género menor en el desarrollo informático. Sin embargo muchas propuestas para su desarrollo fueron aplicadas más ampliamente y contribuyeron a la consolidación de la era de información a fines del siglo XX. Como ejemplo digamos que, a partir del surgimiento de Atari, la industria estimuló el desarrollo de componentes y memoria a bajo precio y también los creadores de *software* percibieron un campo de expansión enorme, especialmente en el campo de los gráficos.

Pero tal vez la principal importancia de los videojuegos es que son las primeras máquinas interactivas difundidas masivamente. También plantearon por primera vez desarrollos de interacción narrativa entre las máquinas y el usuario. Estas interacciones se hicieron sencillas, sin teclados, mediante botones o *joysticks*.

Los videojuegos, a diferencia de otros aparatos, no son intermediarios de un resultado, sino que la interacción directa, sencilla, placentera y barata es la base de su éxito comercial. Y esa es la explicación de que hayan sido una avanzada del desarrollo técnico de la interacción entre humanos y máquinas (cf. Bushnell, 1996).

II.3 Economía y cultura en las redes

La economía y la tecnología están ahora entrelazadas más que nunca cuando por medios electrónicos, se realizan transacciones diarias por 1.2 billones (1.2×10^{12}) de dólares¹¹ en un ámbito sin fronteras y se hace una comparación explícita: "los negocios electrónicos llegan a ser como una versión de los videojuegos de adolescentes"¹².

Las grandes transacciones se realizan en redes financieras especiales, pero también el dinero se transfiere desde cualquier teléfono o computadora en las redes de acceso generalizado. Hay mercancías informático-culturales que pasan por *Internet* como también lo hacen las órdenes de pago y los documentos que autorizan su uso. La rápida expansión de estos servicios muestra la constante renovación de posibilidades económicas mediante las tecnologías más recientes¹³.

Como resultado de la conjunción entre tecnologías y corporaciones económicas, los objetos informatizados (con mayor o menor proporción de componentes "culturales") llegan a ser parte

importante - y en acelerado crecimiento - del producto económico. En el ámbito financiero, los bancos y otros intermediarios "crean" nuevos "productos" derivados de los "valores" existentes (acciones, moneda, bonos). En el ámbito cultural, la transferencia de *software* o información de toda clase. La publicación y comercialización de libros ha desarrollado modalidades específicas en Internet¹⁴ y en Estados Unidos existen subastas de todo tipo que empiezan a reemplazar a las ventas por correo.

II.4 La economía política de las industrias culturales

Las industrias culturales forman parte de la rama más moderna del sistema económico. En ellas, los bienes y servicios son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo con patrones industriales y comerciales; es decir en gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural.

Las industrias culturales han pasado a dominar crecientes cantidades de capital a lo largo del siglo XX. Su expansión fue de la mano con los desarrollos tecnológicos, sobre todo con los de la electrónica. Pero también se relacionan con desarrollos de largo plazo y con la permanente "socialización" de públicos con los que han interactuado para formar audiencias más o menos previsibles. Son claras representantes del proceso de globalización y hasta se las considera su vanguardia:

"Aun en el auge del fordismo, las industrias culturales fueron irremisiblemente más intensivas en innovación, más intensivas en diseño que otras industrias; en otras palabras, fueron posfordistas al pie de la letra. Argumentamos, con permiso de (pace) muchos marxistas, contra cualquier noción de que la producción de cultura se está haciendo como la producción de mercancías en la industria manufacturera. Sostenemos que la industria manufacturera ordinaria está haciéndose más y más como la producción de cultura" (Lash y Urry, 1994:123).

La producción manufacturera imita ahora a las industrias culturales. Aprendió de ellas con rudeza la necesidad de abandonar la línea de montaje, la importancia del diseño para hacer frente a la competencia, la subcontratación de trabajadores para tareas muy especiales por el tiempo indispensable para la producción; a llegar a un sector de consumidores especializados, a concebir el mercado futuro como incierto y a depender de permanente innovación y perfeccionamiento. Todo esto lo habían practicado las industrias culturales casi desde su nacimiento. Los bienes producidos por las industrias culturales están hechos de información y significados sobre soportes materiales de poco valor. La producción material en la época de la superproducción industrial masiva incorpora a los bienes características significativas (conocimiento, diseño, información, valor simbólico) para aspirar a conseguir un mejor precio.

Zallo (1988, 1992) conecta la economía política[2] ligada al Materialismo Histórico con los nuevos fenómenos de expansión de las industrias culturales, haciéndose preguntas sobre la generación de valor y el tipo de productores que se constituyen en las industrias culturales. Considera el arte de la reproducción masiva como diferente del arte "de caballete", pero encuentra

también diferencias entre la "pequeña producción mercantil" y el "maquinismo". Según el grado de sumisión del trabajo al capital y al dominio de éste sobre los procesos de valorización y realización de mercancías, las clasifica así:

- Actividades preindustriales (espectáculos culturales de masas);
- Edición discontinua (impresa, fonográfica, cinematográfica, videográfica);
- Edición continua (prensa escrita);
- Difusión continua (radio, TV por antena, cable y satélite);
- Servicios informáticos y telemáticos de consumo (programas informáticos, teletexto, videotex, bancos de datos).

Entre los fenómenos recién surgidos deben considerarse los siguientes:

- La aparición de una masa de creadores potenciales debida a la generalización de la enseñanza superior con una estratificación que va desde un *star system* hasta una mayoría de trabajadores eventuales.
- La masiva irrupción del capital en el área cultural en sustitución de la función cultural-reproductiva que el estado había jugado anteriormente, con concentración de distintos medios en pocas empresas, en un proceso desigual e inacabado, con rasgos particulares en cada país.
- El interés por diferentes áreas de la cultura que van desde lo tradicional y artesanal (pintura, artesanías) hasta la cultura

industrializada, guiada y organizada por el capital, estructurando procesos de trabajo (Zallo, 1992:15-18).

A lo largo de sus trabajos desarrolla la conexión entre conceptos anteriores de la economía política[2] con los fenómenos nuevos propios de una economía de la comunicación y la cultura. Esta nueva disciplina ya ha desarrollado varias escuelas cuya reseña ha sido realizada por Millán Pereira (1992:98) (ver Tabla 1).

En definitiva, estamos ante características novedosas para los economistas y preocupantes para todos, porque este sector muestra cómo el mercado opera por encima de las leyes nacionales:

"el mercado se está desarrollando exponencialmente con la convergencia de tres sectores antes separados: audiovisual, tecnología de computación y telecomunicaciones... estos mismos grupos se mueven para sacar ventaja de las discrepancias entre los marcos legales nacionales. En los últimos años un puñado de gigantes del mundo de las computadoras y las comunicaciones han adquirido el status de "jugadores globales", dominando las actividades de los otros competidores más débiles...

"De cara a la clara tendencia hacia un mercado oligopólico es necesario distinguir entre el mito del "ciberespacio", una visión de un universo virtual, cosmopolita y liberal y el proyecto industrial de la "supercarretera de la información", un instrumento poderoso para el marketing avanzado de productos audiovisuales y otros servicios pagos. Al contrario de las

pretensiones democráticas que nos quieren hacer creer las industrias de la información y de la imagen, la "infocracia" puede también tener una tendencia totalitaria inherente. En caso de su monopolización progresiva, las nuevas tecnologías pueden tornar a ser un instrumento para el peor de los totalitarismos, el de un "mundo feliz" (*Brave New World*) en el cual cada uno estará contento, bien informado y entretenido permanentemente, aun hasta la saciedad" (Serexhe, 1996).

Tabla 1 - Principales Escuelas en Economía de la Información

| Escuela o corriente | Principales Representantes | Justificación | Principales aportaciones |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Escuela estadística | R.A.Fischer Neyman Wald | * Necesaria cuantificación informativa para conocer la naturaleza de la comunicación. | * Concepto de información pertinente. * Valor económico de la información |
| Escuela Matemática | C.Shannon W.E. Weaver | * Análisis de los procesos de transmisión de información | * Aplicación de teoría de probabilidad en procesos decisivos estocásticos (Markov). * La probabilidad como medida de la incertidumbre e imprevisibilidad * Se sientan las bases sobre el comportamiento informacional de los agentes |
| Escuela Cibernética | N.Wiener | * Conexión de la información a fenómenos comunicacionales y organizacionales | * Formulación de la teoría de la comunicación en términos estadísticos |
| Teoría económica de la información | F.Knight F.M.Hayek A.Leihonhufvud G.Debreu K.Boulding | * Información no perfecta ni gratuita * Flujos direccionales de información * Existencia de variables no precios | * Incorporación de ciertas incertidumbres a modelos con equilibrios competitivos óptimos * Segundo óptimo |
| Teoría de la producción y decisión bajo incertidumbre | K.J.Arrow M. Rothschild J. Stiglitz J. Marschak T.K.Glenan J.W. Pratt | * Asignación de recursos en condiciones de información asimétrica * Diferentes actitudes frente al riesgo | * Diseño de modelos de comportamiento minimizadores de riesgo a) azar moral b) selección adversa c) Agency theory d) Teoría de juegos |

| Escuela o corriente | Principales Representantes | Justificación | Principales aportaciones |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Teoría de mercados con información no gratuita | G. Stigler G. Akerlof H. Leland S. Salop A. Braverman G. Butters | * Asignación de recursos en condiciones de información costosa (costos organizativos e informacionales) * Equilibrio económico con información costosa | * Decisiones sobre criterios de eficiencia marginal * Inexistencia de equilibrios económicos o asignación eficiente de recursos * Estudio de la información como mercancía con propiedades de bien normal |
| Economía de los sistemas cerrados de comunicación | L. Thayer | * Análisis desde la óptica del mercado de la utilización racional de los recursos informativos | Consideración económica de los sistemas de comunicación como sistema de asignación interna de recursos * Estudio de eficacia de los sistemas informativos |
| Economía de la empresa | | * Análisis de industrias | * Análisis económico-financieros de las empresas e industrias informativas |
| Macroeconomía de la información | F. Machlup M. Rubin M. U. Porat Ch. Jonscher M. Jossawalla J. Voge | * Incorporación de flujos informativos a modelos económicos convencionales * El mercado mecanismo regulador y explicativo del funcionamiento económico * Aparición de nuevos fenómenos de "economía de información" | * Avances en la cuantificación de información en economía * Concepto de industria del conocimiento * Desarrollo de técnicas analíticas * Aplicaciones de matrices de Leontieff * Interpretación de procesos y categorías macroeconómicas convencionales como categorías informacionales |
| Enfoque sociopolítico | L. Althusser R. Williams S. Hall H. Enzensberger | * Incorporación de dimensión sociopolítica y política al fenómeno informativo | * Estudio acción ideológica de los medios de comunicación (sobre los beneficios sociales y económicos) * Estudio de las relaciones sociales en términos de complementariedad y contradicción * Poder político de los medios |

| Escuela o corriente | Principales Representantes | Justificación | Principales aportaciones |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economía de los procesos de comunicación y organización social de la comunicación | A.y M. Mattelart H. Schmucler Y.de la Haye H.I.Schiller G.Metayer | * Visión de la información vinculada a la organización social en la que se manifiesta | * Diferenciación del área de contenidos y de soportes * Economía globalizadora de los procesos de comunicación * Comunicación como intercambio |
| Hileras informáticas | L.Gille | * Procesos de valorización * Intervención de la información en la asignación de recursos y distribución de valores económicos. | * Concepto de hilera Estudio de las fases productivas mediante técnicas input-output y matrices de Leontieff |
| Economía política de las industrias culturales | P.Flichy R.Zallo N.Garnham B.Miege G.Murdock P.Golding | * Necesidad de incorporar contenidos inmateriales informativos a procesos productivos y de intercambio * Estudio de los sistemas de organización social y económica que se instrumentan de flujos de información | * Concepto de industrias culturales * Aproximación a la producción, distribución y consumo cultural * Perspectiva de la Economía Política |
| Perspectiva institucional | G.Newman W.Melody | * Análisis de los efectos que los fenómenos informativos ocasionan sobre el sistema económico * Las instituciones generan información | * Coexistencia de información institucional y suministrada por el mercado. * No ineluctabilidad institucional. Posibilidad de reforma *Justificación de comportamientos económicos supuestamente irracionales. |

Fuente: Millan Pereira, J.L. (1992:98)

III. Mercancía y cultura

Los antropólogos han discutido si los desarrollos humanos están principalmente condicionados por posibilidades materiales - por el dominio efectivamente ejercido por la especie sobre el medio ambiente - o si son los logros simbólicos y cognoscitivos los que hacen posible el desarrollo humano. Mientras la discusión continúa, los nuevos hallazgos materiales y desarrollos cognoscitivos enriquecen el debate.

Existen estudios antropológicos que han planteado la relación entre aspectos simbólicos y materiales de/en los bienes:

1. A mediados del siglo Claude Lévi-Strauss destacó la importancia de modos de clasificación que subyacen universalmente en la cultura y pueden encontrarse, por ejemplo, en los sistemas de parentesco y los conjuntos de narraciones míticas de sociedades etnográficas. Según su propuesta, las estructuras atraviesan varios campos del conocimiento humano y las disciplinas de las ciencias sociales tendrían que conectarse de modo diferente al habitual.

Por ello, "los estudios de parentesco, la economía[2] y la lingüística alcanzan la misma clase de problemas en diferentes niveles estratégicos y realmente pertenecen al mismo campo"¹⁵. La posición es clara: tales ciencias tienen en común el estudio de intercambios y la división de tareas corresponde a objetos: la lingüística trata de mensajes; la economía[2], sobre bienes y servicios, y la antropología, sobre el intercambio de mujeres¹⁶.

2. Baudrillard señaló que la economía política[2] había dejado de lado los aspectos simbólicos e hizo un aporte crítico a la teoría del valor económico señalando que Marx y sus seguidores, en el esquema teórico mantenido desde un siglo atrás, no habían tenido en consideración los componentes simbólicos del valor de uso. Éste no está ligado inmediatamente a un mundo material de necesidades - sostuvo - sino que las necesidades comprenden una valoración simbólica (Baudrillard, 1974). El planteo fue retomado por Marshall Sahlins ilustrándolo con el ejemplo de los alimentos en la cultura angloamericana (1979:cap IV).

3. Stephen Gudeman ha expuesto que las designaciones de la cultura local son indispensables en la conceptualización de intercambios y procedimientos económicos en todas partes. La ciencia económica occidental no es, desde su perspectiva, más que un caso de construcción cultural, que se ha difundido más allá de su localidad. (cf. Gudeman, 1980, 1986; Gudeman y Rivera, 1990).

"La producción no es la puesta en acción de una relación dada entre medios físicos y resultados materiales o no materiales. Es un proceso culturalmente formulado... Por supuesto, la relación insumo-producto tiene parámetros físicos en las que los medios que no funcionan para alcanzar fines ordenados no pueden servir como medios. Pero "previa" a la operación técnica debe haber una clasificación de cosas entre las usables y las deseables y esta clasificación está posesionada de un vector de valuación. En la

base hay una validación cultural del acto dirigido." (Gudeman, 1980:241).

4. Ferruccio Rossi-Landi, desde consideraciones más teóricas, propone hacer una "homología" entre el lenguaje y el trabajo. Las mercancías son históricamente un resultado conjunto y correspondiente con la producción lingüística porque ambas actividades habrían tenido un desarrollo simultáneo. Desarrollando su argumentación, Rossi-Landi pone en paralelo distintos niveles de complejidad entre la producción material y lingüística (palabras \equiv partes de utensilios; enunciados \equiv utensilios simples; silogismos \equiv mecanismos) (1974:1889). Los sistemas de signos mediante los cuales se establece comunicación humana comprenden tipos verbales (típicamente el lenguaje) y no verbales. Entre estos últimos señala la constitución de sistemas de signos cuyos elementos son objetos producidos por el trabajo humano. Los objetos forman parte de sistemas de signos de varios niveles, entre los cuales se destaca un nivel de mercancías.

"Una mercancía aparece en el mercado como portadora de varias capas de significado; la interpretación debe distinguir entre estas capas y rastrear hasta los sistemas de signos a los que pertenecen... en breve, una mercancía es una mercancía más bien que ser un producto o un artículo útil, porque y en la medida que opera como un mensaje de cierta clase." (ibid. 1909)

Las mercancías serían, en este esquema, elementos de un sistema de comunicación con un residuo corpóreo (material)

mientras que los mensajes en lenguaje verbal tendrían un residuo material menor. Sostiene que la economía[2] tiene un aspecto que cae de lleno dentro del campo de estudio de la semiótica. Por lo tanto, "la economía[2] (*economics*) es propiamente el estudio del sistema de signos no verbales que hace posible circular a un tipo particular de mensajes, usualmente llamados 'mercancías' (*commodities*)" (Rossi-Landi, 1974:1916).

5. Mary Douglas (1982) y Douglas e Isherwood (1990:Cap.I) hacen notar que la pregunta acerca de por qué la gente necesita mercancías no interesa a la ciencia económica, sino, en todo caso, a otros estudiosos. Revisan respuestas y encuentran que parece haber dos posiciones acerca de necesidades que motivan el consumo: "una teoría higienista o materialista y la teoría de la envidia en las necesidades"; otros estudios separan dos clases de necesidades: las espirituales y las físicas, con prioridad para las últimas.

Ponen distancia con la idea de que los bienes sirven para satisfacer necesidades corporales y sostienen que en gran medida son empleados para "marcar, en el sentido de clasificar categorías" (Douglas y Isherwood, 1990:90). Coinciden con otros autores sobre la importancia de una dimensión de significado en los bienes:

"Los bienes son al mismo tiempo el componente material e inmaterial, por así decirlo, de un sistema de información cuya preocupación principal es verificar su propio desempeño" (idem:88).

Y más adelante resumen su posición en este párrafo:

"Jamás podremos explicar la demanda si sólo consideramos las propiedades físicas de las mercancías. El hombre las necesita para comunicarse con otros hombres y para dar sentido a lo que sucede a su alrededor. En realidad, ambas necesidades son una sola, puesto que la comunicación tiene lugar únicamente en el marco de un sistema estructurado de significados" (Ibid.:111).

Las características materiales y los detalles significativos del producto final resultan del proceso de producción, pero, en la etapa de circulación, estos objetos son en gran medida subsumidos bajo la común categoría de *mercancías*. Cuando se adquieren para uso determinado, las mercancías vuelven a individualizarse y recobran significado en el contexto de su consumo.

Igor Kopytoff presenta la idea de seguir las etapas por las que pasan las cosas a través del tiempo y las circunstancias correspondientes. Se trata de una propuesta metodológica basada en que las cosas, como los esclavos que este autor estudiaba previamente, pasan por momentos en que son individualizadas y por fases de indiferenciación. La indiferenciación corresponde a una consideración del valor monetario por encima de otros rasgos y esto define, para ese momento, la situación de mercancía de una cosa (Kopytoff, 1986).

Esto es lo mismo que decir que en el proceso de circulación, los objetos económicos se relacionan con humanos desde cuyo conocimiento estos objetos son significantes de diferentes significados. Las cosas - como las palabras - juegan papeles ambiguos según los contextos y son elementos de sistemas de signos no verbales; mensajes siempre relacionados con otros mensajes.

7. La localización del significado cultural es la clave para comprender el consumo en la sociedad, sostiene un antropólogo especializado en el consumo moderno, McCracken (1988).

Resume el "estado de la cuestión sobre cultura y consumo", y tras mencionar a varios autores, nos dice:

"Los bienes de consumo tienen una significación que va más allá de su carácter utilitario y valor comercial. Esta significación consiste largamente en su habilidad para comunicar significado cultural. El trabajo de los muchos autores que se han ocupado del tema [aquí citados extensamente] ha establecido un subcampo que cruza las ciencias sociales; que con creciente claridad y fortaleza estudia las relaciones persona-objeto" (McCracken, 1988:71)

Su asunto central es que los estudios sobre significado cultural y bienes de consumo "han fallado en observar que el significado está constantemente en tránsito" (p.71)

"El significado (*meaning*) está fluyendo constantemente hacia y desde varias locaciones en el mundo social, ayudado por el esfuerzo individual y colectivo de diseñadores, productores, publicistas y consumidores. Usualmente es mudado desde un mundo culturalmente constituido y transferido a los bienes de consumo. Luego es mudado desde el objeto y transferido al consumidor individual. Hay, en otras palabras, tres localizaciones del significado: el mundo culturalmente constituido, el bien de

consumo y el consumidor individual; como también dos momentos de transferencia: mundo-a-bien y bien-a-individuo."(id.:71-72).

La perspectiva permite, según este autor, ver a los consumidores y a los bienes de consumo como estaciones del desplazamiento de significado y nos lleva a valorar propiedades estructurales y dinámicas del consumo (Ibid.:90).

McCracken retoma viejos planteos sobre significado cultural y hace del "desplazamiento de significado" el asunto central de su propuesta, a la vez que sostiene que el tema subyace en investigaciones de campos tan variados como la antropología económica, los estudios de "cultura material", de conducta de los consumidores, de psicología, sociología o historia y que revisa en extensa bibliografía (McCracken, 1988:105).

Según McCracken, lo que ocurre alrededor del consumo en las sociedades industriales actuales no es más que una versión de la estrategia de significado desplazado (*displaced meaning*), que es una de las formas en que las sociedades se enfrentan a las discrepancias entre la vida real y los ideales que mantienen. Desplazar a otro universo cultural la realización de los ideales "quitándolos de un camino peligroso". Edades de oro en el pasado o, más frecuentemente, en el futuro son formas de este desplazamiento de significado y de demostración de los ideales. "uno de los más poderosos motores de la historia... una fuerza vital de la transformación histórica" "De todas las estrategias con las cuales una cultura puede contender con la discrepancia

entre lo real y lo ideal el significado desplazado debería quizás ser considerado... "favorito de la especie" (ibid.:108).

Los bienes sirven de puente al desplazamiento de significados, tanto en los rituales que conectan con ámbitos ideales, como en el consumo donde los objetos conectan con ámbitos o experiencias sociales no alcanzados (ibid. 109 y ss.).

Todos estos antecedentes señalan que en el tema bienes-cosas-mercancías y cultura-significado es un nodo de confluencia entre la economía política[2] y la antropología. Las economías[1] estudiadas por antropólogos refieren a intercambios de objetos marcados por las relaciones sociales (cf. Mauss, 1924), que confieren singularidad a los objetos. Los cambios que llevaron a que las relaciones entre compradores y vendedores sean más abstractas emergieron históricamente¹⁷.

Los antropólogos de los primeros tiempos solían describir en detalle la cultura material de las comunidades. En la actualidad, sin embargo, el conocimiento sobre tecnologías y sociedad es asunto de varias disciplinas, antes que de la antropología (cf. Winograd y Flores, 1986; Bainbridge et al., 1994). Filósofos como Heidegger (1951) o Ellul (1960), o sociólogos como Mumford (1934) han dedicado su obra, o buena parte de ella, al tema de la tecnología y también existe abundante reflexión crítica sobre el lugar de la tecnología en el siglo XX¹⁸. Los antropólogos casi no se cuentan entre los autores en estos temas. Algunos, de entre sus pocos trabajos recientes, intentan comprender la tecnología como

un sistema culturalmente construido (Pfaffemberger, 1992); otros reconsideran la mediación tecnológica entre la energía externa, el sistema humano y la economía (Hornborg, 1993); otros más tratan de estudiar nuevas formas de cultura que surgen en las interacciones con y por medio de lenguajes, *software* y comunicaciones tecnológicamente novedosas (Arturo Escobar, 1994), en trabajos que hacen pensar que la tecnología es un campo de estudio que necesita atención a causa de los nuevos desarrollos biogenéticos, de inteligencia artificial, de renovación de las "industrias culturales" y de nuevos fenómenos culturales ligados a las interacciones informáticas, como las "ciberculturas"¹⁹.

Las sociedades periféricas actuales tienen que preocuparse no sólo de los efectos de las nuevas tecnologías que les llegan, sino, además, de enfrentar problemas adicionales a causa de la manera subordinada y parcial con que lo hacen (cf. Arturo Escobar, 1993 y 1994; Piscitelli, 1992 y 1995; Sarlo, 1994).

Estudiosos de la comunicación dedicados a conocer los cruces entre comunicación, tecnología, cultura, educación y economía[2], han hecho planteos sobre asuntos como el impacto de los artefactos interactivos sobre la educación (Orozco, 1987); sobre la relevancia de la comunicación de masas en la cultura y las políticas nacionales (Martín Barbero, 1987; Mattelart, 1996) y puesto énfasis en la necesidad de investigación empírica (Sánchez Ruiz, 1992).

IV. Reflexiones finales del capítulo

Economía, cultura y técnicas están cruzadas de diversas maneras hacia el fin del siglo XX, pero uno de los asuntos - fenómenos o campos - poco tratados en ciencias sociales es el la influencia cultural de las mercancías. La ciencia económica, o al menos sus principales corrientes, que debería discutir estos asuntos, no se interesa en conocer las variaciones de las mercancías (o de los "bienes") que ingresan o salen de los mercados; de su materialidad o "inmaterialidad", de su contenido físico de información, ni, en definitiva, si satisfacen "el estómago o la fantasía", como decía Karl Marx (1964,T.I:5). Esta investigación parte de la idea de que la antropología es una disciplina de ciencia social que puede prestar atención a esas mercancías, seguir su historia particular y sus efectos en grupos determinados de gente. Más aún, desde la antropología todavía se puede preguntar "¿A dónde van las sociedades y grupos humanos llevados por la economía? En ese sentido este trabajo intenta realizar un aporte al seguir la pista de una de los nuevas mercancías desde su producción transnacional hasta el consumo y empleo local y doméstico.

Notas del Capítulo 1

1. No existe una perspectiva unificada en ciencia social para describir y explicar los cambios globales en economía y sociedad. Las disciplinas económicas se centran en modelos descriptivos a partir de la comparación de cifras de comercio, finanzas internacionales e indicadores de desarrollo y las teorías e informaciones económicas parten de economías nacionales, antes que de una economía mundial (Dabat, 1993:111).

2. Un billón es aquí un número con doce ceros: $10^{12} = 1\ 000\ 000\ 000\ 000$.

3. "Flexibilidad" es un término vago al que se ha intentado dar precisión proponiendo subdivisiones más finas: flexibilidad técnica de diseño, de producto, de envío, de gama, de volumen. Todas estas variantes se sumaban a la integración de operaciones para la optimización de flujos y ahorro de tiempo. Pero ya no es sólo el tiempo del obrero; el taylorismo es rebasado: "Al control del ritmo de los hombres, se añade la optimización de las intervenciones de las máquinas y de los consumos intermedios. En ese sentido, hay a la vez permanencia y mutación de los principios del ahorro tayloriano y fordiano" (Coriat, 1992:64-65).

4. Esta manera de usar el término 'cultura' se usa en administración de empresas y en otras descripciones en boga. No la empleamos aquí como un concepto de ciencia social.

5. Estos aspectos ya estaban bien establecidos hacia mediados del siglo, pero en las últimas décadas se abrieron nuevas determinaciones desde las empresas hacia la conformación cultural individual. Desde la década de 1970 se anunciaba una nueva era postindustrial (Touraine, 1969; Bell, 1976) y una "tercera ola" de transformación tecnológica que era el punto de arranque de la Sociedad de la Información. Alvin Toffler (1981), futurólogo y optimista tecnológico, preconizaba que la informática revolucionaría la naturaleza del trabajo y del ocio, y que los puestos confortables y bien pagados serían cada vez más abundantes para quienes manejaran conocimiento desde las computadoras (Hakken, 1993). La realidad siguiente fue la modificación de muchas actividades por la informática, pero sus efectos sobre el empleo resultaron distintos de los previstos: por una parte, fueron factor decisivo en la disminución del empleo y el cambio de estructura en los mercados laborales (Carnota, 1994); por otra, en los países más avanzados, la "tercera ola" laboral ha beneficiado a aquellos que integran los "servicios de análisis simbólicos", según una nueva forma de considerar el mercado laboral (Reich, 1991).

6. Una bibliografía notable de los últimos tiempos es la relacionada con la infancia en Europa en los siglos XVI-XVIII (Ariès, 1967). Dicha bibliografía se suma a otra más conocida sobre los condicionamientos culturales de la adolescencia que fue inaugurada por Margaret Mead.

7. Una posición que gana adeptos hacia el fin de siglo XX sostiene que la tecnología es "sociedad hecha para durar" y la consideración de los artefactos como "actantes" de las relaciones sociales (cf. Latour, 1991).

8. Los defensores de las tecnologías de interacción informática hablan de la grandiosidad futura. Ejemplo: "la siguiente generación de tecnología nos hablará, nos entenderá y percibirá nuestra conducta..." (Rheingold, 1991:113 citado por Arturo Escobar (1994:nota 8). Una evaluación retrospectiva de la televisión respecto a sus promesas iniciales es la de Hughes (1995).

9. En nuestro estudio, los jóvenes miran en promedio 24 horas por semana y juegan más de dos horas de videojuegos, pero estas cifras no tienen diferencias importantes con respecto a las de estudios llevados a cabo en otras regiones del país (González, 1994) o de otras regiones del mundo.

10. Innumerables grupos de I&D prueban hardware, lenguajes y algoritmos de todo tipo para nuevas arquitecturas, fundamentos o componentes de sistemas computacionales más inteligentes. Cada semana se discuten, en conferencias mundiales, temas variados que van desde el diseño de células artificiales hasta lenguajes de comunicación entre autómatas. Redes semánticas y neurales; algoritmos genéticos, aprendizaje de máquinas, ingeniería evolucionaria son los nombres de las actividades de algunos grupos de investigación.

11. El 90 por ciento de las transacciones son parte de una economía-juego de especulación y sólo el 10 por ciento restante corresponde a intercambios de mercancías y servicios tradicionales. Las transacciones veloces de gran magnitud no pueden controlarse - como sucedía hasta principios de la década de 1980 - con inversiones reguladoras de los bancos centrales (Block, 1996).

12. Hoffman, Jeffrey "Techno Money: As Wall Street goes high tech, both benefits and perils abound", The Associated Press. publicado en Gazette Mail, Charleston W.Va 28 de mayo de 1995, p.1.

13. La expansión económica se refiere aquí al crecimiento de los activos de capital y de inversión que se reflejan en los índices bursátiles; no necesariamente comprobable en las economías familiares.

14. El rubro pionero de venta mundial por internet ha sido la venta de libros de la librería Amazon (URL:<http://www.amazon.com>). Un servicio instantáneo de estudio de mercado para comprar/pedir libros por Internet (URL:<http://www.acses.com>) que en pocos segundos ofrece una tabla comparativa de los precios, en 25 librerías, de cada libro enviado a domicilio a clientes de en cualquier parte del mundo.

15. Traducción propia (OGS) de la versión inglesa en Basic Books, 1963, p.296.

16. "En toda sociedad, la comunicación opera en tres niveles por lo menos: comunicación de mujeres; comunicación de bienes y servicios; comunicación de mensajes. En consecuencia, el estudio del sistema de parentesco, del sistema económico y del sistema lingüístico ofrece ciertas analogías. Los tres dependen del mismo método: difieren solamente por el nivel estratégico en que cada uno se coloca, en el seno de un universo común. Se podría inclusive agregar que las reglas de parentesco y matrimonio definen un cuarto tipo de comunicación: la de los genes y los fenotipos. La cultura no consiste solamente en formas de comunicación que le son propias (como el lenguaje), sino también - y tal vez sobre todo - en 'reglas' aplicables a toda clase de 'juegos de

comunicación' ya se desarrollen éstos en el plano de la naturaleza o de la cultura." (Lévi-Strauss, 1971:268).

17. En particular, las relaciones entre compradores y vendedores despersonalizados surgieron en Inglaterra hace doscientos años, lo mismo que los objetos indiferenciados de compra-venta. Sin embargo, esto no es lo mismo que decir que haya desaparecido el tratamiento personal entre quienes compran y venden, ni que los objetos intercambiados carezcan de marcas sociales (Carrier, 1994).

18. Ver por ejemplo Ellul (1960), Heidegger (1970), Mumford (1934). Importantes reflexiones sobre el optimismo tecnológico y consideraciones críticas al mismo se encuentran en Winner, 1977 y 1987.

19. El término *cyberculture*, es presentado a los antropólogos por Arturo Escobar (1994), a partir del de *cyberspace*, el "espacio" informático de interacción que inventó William Gibson en *Neuromancer* (Gibson, 1984).

Capítulo 2 - Producción, comercialización y efectos de los videojuegos

Los videojuegos en su "etapa de mercancía" (cf. Kopytoff, 1986), así como la poderosa industria que ha surgido a su alrededor se toma como el tema de estudio de esta tesis porque resumen y revelan aspectos fundamentales de la economía y la cultura de hoy. En este capítulo se muestra la producción de videojuegos como mercancías que provienen de empresas enfocadas al mercado mundial¹ y aspectos de las intermediaciones que las hacen llegar a los jóvenes de todo el mundo.

Estas mercancías exhiben características que se han desarrollado y acentuado con el correr del siglo. Mencionemos algunas:

- 1) Dificultad de producción y facilidad de consumo: El trabajo de creación y producción de videojuegos es contrapuesto a su consumo. El nuevo mundo de los diseñadores-programadores-creativos informáticos que manejan sus conocimientos como "códigos fuente" para hacer estas mercancías. Por su naturaleza técnica y por el secreto corporativo es un coto vedado a casi todos los seres humanos. En el consumo, en cambio, la facilidad de adherencia entre el producto y el usuario potencial es máxima; los prerequisites culturales del consumo se reducen al mínimo al recurrirse a emociones y estructuras narrativas universales².
- 2) Elasticidad de la oferta. El mercado de los videojuegos comparte con otras mercancías culturales la obsolescencia veloz de

sus productos. Nuevos aparatos y de juegos se difunden de manera global y explosiva. Al mismo tiempo es propio de la rama tratar de satisfacer demandas tan altas como se presenten en tiempos breves, una característica que nunca pudo alcanzarse en las industrias tradicionales. En cambio, *las mercancías hechas de información no corren riesgos importantes de sobreproducción, porque su producción es una reproducción automática de complejas configuraciones de información digital en soportes de bajo costo.*

3) Reproductibilidad de las mercancías: La base de la ventaja anterior lo es también del riesgo de que las ganancias se esfumen. Aun cuando la producción original es complicada, el producto informático es relativamente fácil de reproducir³. Ésta es la base técnico-económica de la presión de las industrias sobre la legislación sobre derechos de autor.

En este capítulo también ofrecemos información acerca del desarrollo de los videojuegos durante los últimos veinte años y sobre dos cuestiones sociales relacionadas con la aparición de los videojuegos: 1) efectos sobre los usuarios y 2) legislación de derechos de autor y las penalidades que se extienden en la legislación mundial por reproducir este tipo de mercancías. Finalmente se presentan conclusiones.

I. Los primeros tiempos de los videojuegos

Los videojuegos aparecieron a principios de la década de 1970 y han constituido una actividad de gran importancia económica,

técnica y cultural. A fines de los años 90, los especialistas reconocen varias generaciones de videojuegos junto a empresas y negocios, pero además - como la música grabada, los programas de radio, las series de televisión - *Pac-Man*, *Tetris*, *Street Fighter*, *Doom* son parte de la socialización de las generaciones desde hace 25 años⁴. En los Estados Unidos, en 1996 una encuesta informaba que un 43.4% de los hogares - con unos 92 millones de personas - tenía un sistema de videojuegos. Un cuarto de ellos lo había usado la semana anterior y, de ellos, un 48.2% (11 millones) lo usaron tres o más horas⁵.

En su aspecto técnico, los videojuegos han acompañado e impulsado el desarrollo de la microelectrónica y de novedades de la era informática. Atari empleó un microprocesador a partir de 1977 para una consola con juegos soportados en cassette (Querzola y Verebelyi, 1982:7). Temas del desarrollo informático como las interfaces gráficas con usuarios, las respuestas auditivas o los gráficos tridimensionales fueron usadas inicialmente en videojuegos (Bushnell, 1996:31).

En 1978, el mercado de videojuegos caseros ya había llegado en los E.U.A. a los 200 millones de dólares y tres años más tarde (1981) a los 1000 millones de dólares anuales. Nuevas y viejas empresas ingresaron al negocio incorporándose, entre otras, las grandes compañías cinematográficas: Warner compró Atari y Disney a la competidora Midway (Provenzo, 1991:9).

Desde 1986, el primer actor económico de la rama fue la firma japonesa *Nintendo* que, tras su éxito *Super Mario Brothers* se expandió de manera insólita en el sector de aparatos de juego doméstico y en 1989 alcanzó un total de ventas cercana a los 5000 millones de dólares, que era el 20% del mercado de juguetes en los Estados Unidos (Kinder, 1991:89; Sheff, 1994). En 1991 en los E.U.A. tuvo el 90% de las ventas de videojuegos domésticos, aunque después, en 1994, era de alrededor del 70%⁶. En la tabla siguiente, se muestra la variación de ventas de videojuegos en los Estados Unidos (Tabla 2-1).

Tabla 2 - Mercado de Videojuegos en los E.U.A.

| Año | Ventas (millones US\$) |
|------|------------------------|
| 1979 | 330 |
| 1980 | 446 |
| 1981 | 1 000 |
| 1982 | 3 000 |
| 1983 | 2 000 |
| 1984 | 800 |
| 1985 | 100 |
| 1986 | 430 |
| 1987 | 1 100 |
| 1988 | 2 300 |
| 1989 | 3 400 |
| 1990 | 4 000 |
| 1991 | |
| 1992 | 4 035 * |
| 1993 | 6 800 ** |
| 1994 | |
| 1995 | 3 200 *** |
| 1996 | 3 900 *** |
| 1997 | 5 500 **** |

Fuentes: Provenzo, 1991 (cita varias fuentes); Sheff, 1994;

* *Playthings*, Dic. 1994, 92-12:41

** *Los Angeles Times Magazine*, 19 diciembre 1993:48

*** *Business Wire*, 3 de febrero 1997

**** (domésticos) *Computer Retail Week*, 23 enero 1998

Los mercados más importantes, después del de Estados Unidos, son Japón y los países europeos y en 1993 las ventas de videojuegos en esas tres regiones sumaban unos 12 000 millones de dólares (Mediascope, 1996). En 1996, Nintendo vendió juegos en todo el mundo por más de 15 000 millones de dólares⁷.

El mercado de videojuegos se divide en dos segmentos: los videojuegos domésticos y los videojuegos comerciales de consola. Los primeros, a su vez, se clasifican en los de computadoras personales y de plataformas (*hardware* propio) que despliegan los juegos en la pantalla del televisor. En 1993, éstos constituían el 85% y los juegos de computadoras el 15% del mercado.

En la década de los ochenta, después de un agudo descenso del negocio y del desmembramiento de la empresa Atari, Nintendo dominó el mercado de juegos domésticos⁸. Su auge se debió tanto a creación de *hardware* o plataformas (a partir del *Nintendo Entertainment System*), a juegos novedosos (*Mario Brothers*) y también a formas ventajosas de otorgar y tomar licencias y de entablar pleitos muy agresivos (Sheff, 1994; Provenzo, 1991).

Nintendo y Sega eran los sistemas predominantes de videojuegos domésticos entre 1990 y 1995, aunque después otros ingresaron a la competencia (*Sony Play-station* y *Panasonic 3DO*).

Las industrias de comunicaciones, de videojuegos y otros entretenimientos visuales han requerido novedosos desarrollos

técnicos y económicos desde el inicio de la rama. En 1970 el mayor obstáculo estaba en el alto costo del *hardware*, pero el posterior descenso de precio de los componentes electrónicos fue decisivo para el crecimiento y difusión de los videojuegos comerciales y sus mejoras. En 1977 comenzó el empleo de microprocesadores y su creciente capacidad de memoria hizo posible que las imágenes, movimientos y sonidos fueran cada vez más diversos y detallados. A medida que las limitaciones técnicas se superaban, los juegos podían basarse en diseños más especializados. En 1992 se introdujeron los denominados *multimedia* y hacia 1995 se dio una confluencia de los juegos empleados en las computadoras domésticas con los de las consolas comerciales. El panorama hacia finales de la década de 1990 mostraba a Nintendo en competencia con Sega y Sony, seguidos por Philips, 3DO y Atari en el mercado de juegos domésticos. En 1997 un 90% de los 10 millones de aparatos de juegos domésticos vendidos en Estados Unidos tenía procesadores de 32 bits o más y el número de juegos vendidos ese año fue de 48 millones⁹.

Valor comercial: técnica y diseño

La producción de juegos integra, aunque a veces en conflicto, aspectos técnicos y creativos. En la primera década, los fundadores de empresas fueron ingenieros que desarrollaron a la vez los aparatos y los juegos (*hardware* y *software*). Pero enseguida surgió el diseño de juegos como una especialidad que mezcla arte y programación de computadoras. El diseño de

videojuegos originales surgía del *brain-storming* de grupos creativo-técnicos (fue el caso, por ejemplo, de *Pac-Man*), o de genialidades individuales, como el *Tetris* de Alexei Pajitnov¹⁰. Sin embargo, la creación de juegos se encaminó hacia fórmulas de éxito comercial de otras industrias culturales y aparecieron temas del cine (*Trom* en 1976, fue el primer caso), de libros (*Wally*); se invocó a figuras populares de los deportes (*Tyson, Jordan, Chávez*) y, en general, la estrategia publicitaria llevó a asociar los juegos con imágenes con éxito publicitario.

Otra conexión de los videojuegos con otras actividades es que son herederos de desarrollos tecnológicos militares. Por una parte, el desarrollo de los circuitos (*hardware*), su densidad y velocidad fue consecuencia de la demanda originada por necesidades militares (Montoya, 1993:38) y la utilización militar de modelos de simulación también sirvió de base para desarrollar juegos de manejo de coches y aviones (a partir de *Battlezone*, 1980) y de combate a enemigos extraños. *Space invaders* (1978) fue famoso en los inicios del género. Varias firmas de simuladores de combate hicieron desarrollos técnicos para entrenamiento militar tanto como para videojuegos (Crawford, 1984; Perry et al., 1982). Al concluir la guerra fría, los juegos prevalecieron sobre los desarrollos para entrenamiento, pero también los entrenamientos simulados y los juegos fueron coincidiendo:

"Cada conductor de tanque en Kuwait fue entrenado en una carlinga de realidad virtual y, ya en la Guerra del Golfo, muchas de sus escaramuzas armadas duraron menos que una sesión de videojuegos a la salida de la escuela. La batalla de 73 Easting, por ejemplo, en que

tropa de tanques diezmó una brigada iraquí sin bajas norteamericanas, tomó menos de 23 minutos. El ejército quedó tan orgulloso que incorporó la información de las cajas negras y las imágenes de satélites para reconstruir segundo a segundo la batalla en un videojuego en alta resolución en tres dimensiones. Ahora quienes se entrenan para manejar tanques en Fort Knox lo hacen en carlingas Simnet y juegan de nuevo esa batalla." (Herz, 1997:)(trad. O.G.).

A medida que fueron superadas las limitaciones técnicas, los juegos se basaron en diseños más refinados. Las empresas dedicadas al diseño de juegos, a diferencia de las productoras de *hardware*, pudieron empezar a veces con un pequeño capital. Surgieron complejos modos de subcontratación entre ambas especialidades y hacia 1995 la producción variaba entre la propia de SEGA o Nintendo, hasta la de pequeñas y medianas compañías que proveían juegos a cambio de comisión sobre las ventas. También se hicieron frecuentes los juegos por encargo: por ejemplo, éxitos de cine, como *El Rey León* o *Aladino* encargaron los correspondientes diseños de juegos de video.

A mediados de la década de 1990 la tecnología cambiaba permanentemente influyendo las condiciones de producción de los juegos. Por otra parte, los equipos creativos se renuevan constantemente con jóvenes programadores, ingenieros o artistas que tratan de ganar dinero prolongando su diversión de adolescentes. Una nota periodística describe la actividad de una pequeña empresa del Silicon Valley (California, E.U.A.) como un lugar en el que no hay horarios o requerimientos de vestido, pero en el que a veces se trabaja 20 horas sin parar; los salarios para programadores, artistas y productores van de 30 000 a 100 000 dólares anuales y las condiciones de trabajo están marcadas por la

meta de lanzar al mercado un juego en término, antes de la época navideña. Todos los involucrados en el equipo han sido asiduos jugadores de videojuegos; pero, aun así, para conseguir juegos más exitosos, el grupo contrata jóvenes jugadores que hacen sugerencias de mejoramiento (Walker, 1993).

En Francia, el negocio era descrito así en 1992:

"...la puesta a punto de los juegos demanda un equipo de una media docena de profesionales: escenista, diseñador, músico, programadores... Estos jóvenes magos de la electrónica no son más, por lo tanto, los *golden boys* de los años 90... Ya sean asalariados o independientes, la mayor parte se contenta con remuneraciones que no tienen nada de exorbitante: 12 000 francos mensuales en [la empresa] Infogrames para un programador que se inicia, 18 a 20 000 para un ingeniero de desarrollo confirmado. Concretamente los autores de un juego perciben un salario durante la realización del proyecto. De ahí pueden tener participación en las ventas (en promedio del 20 al 25 por ciento del precio del editor que es la mitad del precio al detalle...)... Para pertenecer a este universo, el talento cuenta en todo caso con ventaja sobre los diplomas" (Dominique Nora, *Le Nouvel Observateur*, 6 agosto 1993:47).

Las empresas grandes dan tanta o más atención al aspecto legal que a la producción y desarrollo de juegos. En Nintendo de Japón los equipos creativos son controlados directamente por el presidente de la firma. Adentro, tres grupos compiten entre sí

cada año para crear los mejores juegos de la empresa. El éxito de *Mario Brothers* fue un desarrollo propio. Más tarde también se contrató el desarrollo de juegos, en condiciones legales muy favorables para Nintendo (Sheff, 1994:cap 3).

Hardware y software: lucha técnica y económica

En el campo de la computación, los productores de *hardware* y *software* son dos ramas diferentes y el desarrollo de un videojuego requiere adecuación del trabajo de los creadores de *software* con el *hardware* disponible. Los contratos entre ellos son un ejemplo de los cruzamientos entre la utilidad económica con las condiciones legales de contratación. Cuando la empresa líder Nintendo dispone de un *hardware* aceptable, subordina a los creadores de *software* de una u otra forma. Cuenta, por una parte, con sus propios equipos de desarrollo de *software* y, por otra, establece contratos estrictos para que las subsidiarias que desarrollan *software* para Nintendo sometan sus planes a aprobación previa de la firma. Los concesionarios también deben comprometerse a no vender *software* no autorizado y las compañías con licencia a no elaborar juegos para la competencia, como Atari y Tonka Corp. (Sega Div.)¹¹. La estrategia ha sido comercialmente tan exitosa que fue cuestionada judicialmente (Sheff, 1994:70 y ss). La apropiación de la exclusividad de producción de *software* fue motivo de una indagación en el Congreso de los Estados Unidos en 1989, (Kinder, 1991: 89; Sheff, 1994:cap.12)¹².

La competencia por el predominio entre fabricantes de *hardware* y *software* era en 1996 tan fuerte como diez años antes. Nintendo - la mayor empresa en el rubro - apostó al *software* de cartucho que usó desde sus inicio, aunque con mejoras sustanciales, como los 64 bits. Sus competidores (SEGA, Sony, Philips, 3DO) invirtieron en adelantos técnicos de *hardware* como los CD-ROM y los procesadores de 32 bits, con intención de ganar la delantera. Nuevos actores en este mercado, como Sony, 3DO y Atari Corp. planearon aparatos multimedia muy complejos (Friedland, 1994; Sheff, 1994:432; The Gauntlet, 1996).

Derechos de autor, propiedad intelectual y "piratería"

Un aspecto muy importante del negocio de videojuegos con respecto a las instituciones sociales es la influencia de las compañías para actuar sobre la legislación de derechos de propiedad intelectual de todos los países. La tendencia ha sido definir la copia de juegos como delito y - una novedad preocupante sin precedentes en otros rubros comerciales - *las operaciones no realizadas como pérdidas*; un asunto que cuestiona la supuesta intrascendencia del tema "juegos para niños"¹³.

De manera nueva, los videojuegos - y otros bienes culturales similares, como las videopelículas - han reflatado el tema de la capacidad de reproducir las mercancías¹⁴ ya que la información mercancía se puede replicar con facilidad. Los productores de *software* y de videojuegos han presionado en todos los medios

económicos y políticos y en los foros internacionales, a través de negociadores de sus países, para suscitar cambios en las leyes de patentes y derechos de autor.

La reproductibilidad técnica fue tema de reflexión intelectual desde la primera mitad del siglo cuando comenzó a considerarse la importancia de la masificación de las obras de arte (cf. Benjamin, 1935). La reproductibilidad instantánea y barata de información tal como surge en la década de 1990 es un asunto fundamental de la nueva economía. Por una parte permite estrictamente ajustar la oferta a la demanda, pero por otra parte los productores de bienes culturales digitalizables se ven impedidos de cobrar su trabajo cuando son individuos (Dyson, 1995). Las industrias que producen información cultural, sin embargo han encarado vías jurídicas. Han cuestionado en muchos países legislaciones que regulaban el uso de bienes culturales tradicionales. Las productoras de *software* y videojuegos han constituido en casi todos los países personas jurídicas *ad hoc* para desarrollar cuestionamientos y disputas a partir de viejas leyes sobre patentes y derechos de autor. Aunque las mismas fueron creadas para defender artistas o creadores individuales, ahora son empleadas para asegurar la apropiación de información y crear el delito de piratería. De este modo hay una avanzada del "derecho" sobre las libertades y derechos constituidos en los siglos XIX y XX.

La reproductibilidad de información a costo ínfimo da la posibilidad de utilidad monetaria inmensa... sólo si la exclusividad puede ser defendida mediante leyes coercitivas contra otros que disponen de la capacidad técnica. Por ello en los últimos años, a nivel internacional se impulsa ideológica y normativamente la configuración del delito de *piratería*¹⁶. El valor económico de los videojuegos - como del *software* en general o los discos y cintas grabadas de audio y video - está basado en la información. Las empresas que fabrican estas mercancías tratan de impedir que se multipliquen sin pago a los "derechos de propiedad intelectual". Aquí es interesante destacar que tales derechos de propiedad fueron un tema de poca importancia para los actores económicos y ahora son la base jurídica para defender la propiedad de la información, aunque la ficción es la defensa del trabajo intelectual de sus creadores.

Por eso las empresas que venden información grabada (juegos, música, *software*, películas) han presionado a los gobiernos para modificar las legislaciones nacionales en materia de derechos de patente, derechos de autor y *copyrights*¹⁶. Sus acciones parecen apuntar a definir como privados derechos que antes fueron públicos y a considerar como delito los casos que les perjudican (Frow, 1995). Desde Estados Unidos los productores de *software* llevan a cabo controles sobre los usos del *software* en todo el mundo¹⁷ y campañas de publicidad con ese fin. Por medio de agentes especializados, las empresas inician en cada país asociaciones

civiles y campañas para constituir legalmente el delito y para formar opinión a través de los medios de comunicación sobre la figura delictiva de "piratería" de perseguir a los transgresores. Hay intelectuales preocupados por las amenazas a la libertad que significan (cf. Barlow, 1993, Schiller, 1993), ya que no se sabe los límites que pueden alcanzar. Por lo pronto, en México, en tales campañas publicitarias se llega a una asociación semántica de la duplicación con el tráfico de estupefacientes¹⁸. Por ejemplo, en esta noticia que trata de una conferencia de un funcionario de la PGR sobre el decomiso de cocaína, mariguana y otros estupefacientes y continúa enseguida con el tema de la duplicación:

"Intensa labor de la PGR contra las drogas, videos y audiocasetes piratas" (Xavier Rojas L. , El Herald de México, 30 de diciembre de 1992: p.17)

".. en el mismo período se aseguraron 8 millones de videos y audiogramas pirata, en tanto que en 1991 fueron sólo 50 mil piezas. Externó al respecto la dependencia, que no se encuentra al servicio de ningún monopolio y sólo está al de la sociedad, para preservar el Estado de Derecho. Dio a conocer el entrevistado, que durante el presente año se tramitaron 80 averiguaciones previas, casi el doble de las que se vieron en 1991".

Para los intereses económico prevalecientes en el fin de siglo la duplicación de mercancías basadas en información es un delito mayor. Las discusiones de términos del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y otros tratados similares son oportunidad propicia para impulsar la necesidad de cambios en la legislación. Estos cambios se acompañan con decisiones de punición contra los estados que no cumplan lo acordado¹⁹.

En el anexo 2-1 de este capítulo (p.292), pueden verse noticias ilustrativas del tema que se refieren a videojuegos en México. Se ve que las empresas de videojuego tienen activo interés para que estas cuestiones legales procedan a su favor. Por

ejemplo, Sega y Nintendo denunciaron en 1992 ante la Procuraduría General de la República la "pérdida" de más de 30 millones de dólares a causa de la piratería (Patricia Ruvalcaba Gama, "Los videojuegos, símbolos omnipresentes de una nueva cultura del entretenimiento", en *La Jornada*, 5 de enero de 1993, p.39). Por su parte, el Vicepresidente Ejecutivo de la American Amusement Machine Association (AAMA) manifestó en una entrevista que en México se había dado comienzo a un programa anticopias que se extendería a otros países. Dicho ejecutivo es un ex agente del FBI que comanda el programa para detectar y detener la producción de los juegos copia. Mencionó que los japoneses invierten gran cantidad de dinero para financiar el programa, en el que se contratan agentes que han trabajado en las embajadas de los Estados Unidos. También se entrena a agentes aduanales de cada país, pagándoles los gastos²⁰.

II. Efectos de los videojuegos sobre los adolescentes

Los efectos de los videojuegos son motivo de preocupación para padres y educadores en muchos países y también en México. Existen controversias similares a la que suscitan los programas de televisión (tema mucho más estudiado).

La investigación es escasa en relación con la ubicuidad de los juegos y con la magnitud del negocio (Fling et al., 1992; Funk, 1993). En los Estados Unidos hubo un auge de preocupación sobre los efectos de los videojuegos en la década de 1980²¹. Desde entonces, las empresas de videojuego subvencionan algunas de las

investigaciones dedicadas a mostrar los empleos positivos: a principios de los años ochenta, Atari patrocinó una reunión en Harvard que resaltó los efectos benéficos de los videojuegos y las críticas se aquietaron²². En los años noventa los resultados de investigación se publican, sobre todo, en revistas de medicina, especialmente de pediatría, y de psicología y existen muy pocos trabajos antropológicos o sociológicos sobre el tema. En México, las pocas investigaciones son periodísticas²³. A continuación mostramos brevemente algunos antecedentes de la bibliografía inglesa y norteamericana sobre los efectos que producen los videojuegos.

Beneficios de los videojuegos

Hay autores que argumentan sobre su utilidad como artefacto educativo²⁴. En un artículo que analiza los usos educativos y recreativos de las computadoras, Condry y Keith (1993) plantean que es demasiado pronto para definir el eventual rango de usos de la computadora, dada su flexibilidad como herramienta. Las computadoras son accesibles a los jóvenes de manera que pueden aprender acerca de ellas ("*computer literacy*"), aprender de ellas (CBI = "*computer-based instructional programs*") y jugar con ellas en la forma de juegos de computadora. Los autores sostienen que es útil para los jóvenes estar expuestos a, y familiarizarse con, una nueva tecnología tan potencialmente valiosa como ésta y que la

instrucción computarizada, incluso en su estado naciente, ha probado ser efectiva en ciertas tareas escolares.

Los videojuegos se emplean también para la rehabilitación física, para contrarrestar efectos de la quimioterapia y para el tratamiento de algunos desórdenes mentales. Llega a mencionarse una "video invasión de la rehabilitación" (Adriaenssens, 1988, citado por Funk, 1992) o una "videojuego terapia" (Lynch, 1983, citado por Griffith, 1993).

Sin embargo, parecen aplicables a estos usos de los videojuegos las reservas que desde tiempo atrás tenía Orozco con respecto a las computadoras personales en la educación, cuando señalaba la tendencia a "absolutizar" la computadora, a subordinar la educación (en este caso sería la rehabilitación) a las posibilidades que la tecnología ofrece (Orozco, 1987:19).

Los videojuegos como textos culturales

Una tendencia reciente es considerar a los videojuegos y otros productos audiovisuales como textos culturales. Las opiniones de los especialistas en estos temas están divididas entre los que los consideran benéficos y quienes los tratan como perjudiciales.

En el primer grupo hay voces que reclaman para los videojuegos una función positiva en la socialización de adolescentes al valorizarlos como un tipo, entre muchos, de "textos" culturales y como actividades sociales organizadas:

"A lo largo de este siglo, ha existido una variedad de establecimientos comerciales a baja escala, como "pool halls, soda shops, and pinball arcades" que han otorgado a los adolescentes un módico espacio social de autonomía. En estos lugares, los adolescentes pueden encontrar a sus pares, aliviar el aburrimiento, expresar sus identidades sexuales emergentes e instituir prácticas culturales que sitúan a sus pares en una forma de organización estable, si bien temporal. [...] Los negocios de videojuegos son una continuación de esta tradición [...] Como sus predecesores, los videojuegos proveen al adolescente, que tienen poco tiempo o habilidades para generar tradiciones propias, de símbolos listos para usarse alrededor de los cuales se puede construir una subcultura. Los videojuegos proveen sin embargo, de un rango más amplio y rico de material textual, lo que puede ser una de las fuentes de su popularidad." (Panelas, 1983:61-62) (trad. Mariana Yanes).

Otra postura diferente es la de Alejandro Piscitelli, que dedica parte de su libro *Ciberculturas* a considerar las nuevas modalidades que los desarrollos tecnológicos y formas comunicativas hacen posible (hipertexto, imágenes y sonidos digitalizados, arte generado por computadora, así como los primeros desarrollos de realidad virtual). Se trata de una comunicación cultural que va imponiéndose sobre la cultura letrada que había predominado durante los últimos siglos. Las asociaciones y conexiones posibles son saltos más que continuidades entre textos, imágenes y "las transacciones significativas empiezan a tener lugar en un espacio inmaterial...

"Como resultado de este cambio de topografía de las interacciones sociales, la economía de los símbolos abstractos se *desacopla* de la economía de los procesos materiales. Los objetos reales se *desmaterializan* convertidos en flujos de *pixels* en las pantallas de las computadoras lo que es ilusión por antonomasia se convierte en la única realidad..." (Piscitelli, 1995:111).

Entre los especialistas en la crítica cultural no hay acuerdo con respecto a las posibilidades que se abren con el predominio de

estas formas narrativas. Beatriz Sarlo sostiene que en una época en que el relato tiende a desaparecer, los videojuegos están constituidos por peripecias sin narración y temas que no cambian aunque el personaje con que se identifica el jugador viva o muera:

"No hay historia sino unidades discretas a cuyo término el jugador sabe si ha perdido o ganado. El video-game clásico rechaza la narración: el suspenso depende de las cuentas que la máquina y el jugador sacan después de cada cambio en la pantalla y de cada pulsión de botones o movimiento en la palanca... Se ha dicho que los video-games son un "carnaval de significantes". Así se interpreta el vaciamiento de narración que realizan incluso aquellos juegos que, por su título y por el sistema de personajes, prometen una historia. En realidad el cumplimiento de esa promesa deja indiferente al jugador que no comienza el juego para ver si éste le revela el desenlace de una ficción casi inexistente, sino para producir un desenlace *no ficcional* en su duelo con la máquina" (Sarlo, 1994:53-54)

Marsha Kinder expone serias dudas sobre los efectos que sobre los jóvenes tiene la intertextualidad de diversos mensajes de la televisión, el cine y los videojuegos, después de analizar los programas de TV para niños así como juegos del sistema Nintendo y caricaturas como los *Teenage Mutant Ninja Turtles*.

"Aun cuando los jóvenes espectadores no reconozcan muchas de las alusiones específicas, ellos aun ganan entrada en un sistema de lectura narrativa - es decir un medio de estructurar caracteres, géneros, voces y convenciones visuales en paradigmas, como así también modelos para interpretar y generar nuevas combinaciones." (Kinder, 1991:41) (Trad.O.G.).

Finalmente existen especialistas en narraciones folclóricas que señalan que los juegos se apropian de formas narrativas de larga data, que pueden rastrearse en mitos y folclores diversos (Sherman, 1993; Wessely, 1995). Luego de analizar varios aspectos de los juegos *Mario Brothers* de Nintendo, Sherman sostiene que:

"...los juegos Super Mario y otros como "Faxanadu" utilizan un viaje y agentes mágicos que deben ganarse para salvar un reino o un mundo. Sea que llamemos mitos o *Märchen* a los cuentos de búsqueda, es obvia

la apropiación de la narrativa folklórica por los juegos de video, tanto en los elementos de forma como en los de contenido." (Sherman, 1993:37).

Efectos negativos de los videojuegos

La bibliografía de tipo médico y psiquiátrico menciona cuatro tipos de efectos negativos del uso de videojuegos: 1) conductas violentas; 2) lesiones físicas; 3) adicción a los videojuegos y 4) Disminución de la interacción social. Veamos cada uno de estos puntos:

1. Conductas violentas

Los juegos son en su mayoría violentos y ya en 1983 se informaba que de una muestra de 28 juegos, el 85 por ciento lo eran. En 1991 de 47 juegos *Nintendo*, solamente siete no eran violentos. Provenzo informaba en 1991, y cualquiera de nosotros puede comprobarlo, que los juegos de computadora están poblados de terroristas, mercenarios, equipos SWAT, policías robóticos, donde las mujeres son las víctimas y los extranjeros los malos. De aquí concluye que los videojuegos fomentan el sexismo, la violencia y el racismo condicionando a los niños a ver el mundo del modo que se ve en las pantallas de los juegos (Provenzo, 1991:127). Aquí empieza la polémica entre los especialistas acerca del significado de los términos que se emplean: por ejemplo, ¿qué se entiende por "violento"? Según los psicólogos, un programa de TV como Tom y Jerry es violento, pero no lo es si se usan las definiciones operativas de las investigaciones sobre medios de comunicación.

Aquí entra en juego el impacto del desarrollo tecnológico en el diseño de los videojuegos que ha conducido a que su representación gráfica sea de alta definición. El diseñador de *Nighth Trap* (videojuego que desató el debate nacional estadounidense sobre la violencia en los videojuegos), sostiene que el verdadero problema del diseño de videojuegos no está en la naturaleza del conflicto y la violencia sino en la representación gráfica de esta violencia. El artículo lo expresa así:

"Este movimiento masivo de mercado en contra de la violencia explícita de los videojuegos es menos un producto de una sociedad en decadencia que de tecnologías digitales en ascenso. Sólo tres años atrás, las tecnologías de los videojuegos eran demasiado toscas para permitir a los diseñadores personajes de alta resolución con detalles de alta definición. Es por eso que las estrellas de la cultura pop de los videojuegos como PacMan y Mario Brothers eran más icónicas que realísticas. Para compensar el primitivismo de las gráficas, los diseñadores de los juegos se enfocaban en hacer la interactividad lo más intensa e inmediata posible. [...] Pero, de repente, es barato y fácil incorporar mayor realismo a la pantalla del videojuego. [...] Así, lo explícito de la tecnología ha transformado todo el género de los videojuegos. Videojuegos que alguna vez parecieron benignas caricaturas, ahora se parecen cada vez más a películas digitalizadas con un realismo que ya no se parece al de las caricaturas. ¿Cuán amables serían las caricaturas del Correcaminos

si viéramos las entrañas del coyote embarrarse en el fondo del abismo?" (*Los Angeles Times*, Diciembre 9, 1993).

Un estudio en una ciudad norteamericana logró una clasificación de los juegos avalada por los usuarios adolescentes (Tabla 3.). A partir de esa clasificación se vio la preferencia de los usuarios como se ve en la Tabla 3.

Tabla 3 - Descripción de categorías de videojuegos

DEPORTE: Cualquier clase, incluyendo carreras diversas.

ENTRETENIMIENTO GENERAL: Juegos de habilidad en los que la lucha y destrucción no son el punto principal.

EDUCATIVOS: Tienen por fin conseguir nueva información o usarla de otra manera

VIOLENCIA DE FANTASIA: La acción principal es un cuento. Una caricatura u otro personaje de fantasía destruye o evita ser destruido para lograr una meta, rescatar a alguien o escapar de algo.

VIOLENCIA HUMANA: La acción principal es un cuento. Un personaje humano debe luchar o destruir cosas y evitar ser matado o destruido mientras trata de alcanzar una meta, rescatar a alguien o escapar de algo.

Fuente: Funk, 1993:87.

Casi siempre, los estudios concluyen que los niños, sobre todo los de menor edad, se ponen más agresivos después de jugar un juego violento. En el caso de los adolescentes, diversos investigadores han resaltado la necesidad de tomar en cuenta otras variables como frecuencia y localización del juego, preferencias de juego, diferencias sexuales, características psicológicas,

control familiar, etc. Algunas de sus conclusiones son las siguientes:

"...Silvern y Williamson demostraron un incremento de la agresión y decremento de la conducta prosocial en niños de 6 a 8 años de edad, después de jugar con videojuegos violentos. En un grupo de mayor edad, un estudio de laboratorio con adolescentes no encontró relación entre jugar un videojuego violento y "agresión" [...] Estos investigadores sugirieron que en el grupo de edad adolescente, los rasgos de la personalidad y las variables del contexto social son determinantes de la conducta más importantes que la exposición a los videojuegos" (Funk, 1993).

"Los resultados encontrados respecto a que los niños [los 153 sujetos de la encuesta tenían de 11 a 18 años] juegan con videojuegos más que las niñas y a que son más agresivos no son sorprendentes [...] Puesto que los niños pasan mucho tiempo en esto, es claro que se necesita mayor investigación en sus posibles efectos tanto positivos como negativos. Por ejemplo, dado que los estudiantes reportan establecer contactos sociales en los negocios, los posibles efectos en la socialización podrían ser estudiados. Dado que sus sentimientos posteriores al juego depende de su éxito o de su fracaso, y así posiblemente su frustración, el nivel de habilidad podría ser incluido en estudios futuros sobre los posibles efectos de los videojuegos en la agresión" (Fling, et al., 1992).

"Los resultados de este estudio proveen tan solo un débil soporte al punto de vista de las autoridades adultas. Si bien, si encontramos una asociación positiva entre la involucración con negocios de videojuegos y conducta desviada, esto fue verdad sólo para una minoría de los niños encuestados. En segundo lugar, los negocios de videojuegos no eran *per se*, como estas autoridades alegan, una causa principal de conducta desviada. En vez de esto, el involucramiento en negocios de videojuegos tiende a incrementar la posibilidad de conducta desviada únicamente cuando está asociado en sí mismo con un control parental débil. En tercer lugar, el involucramiento en negocios de videojuego esta actualmente positivamente asociado con por lo menos una forma de actividad valorada por las autoridades adultas: el funcionamiento académico." (Egli et al., 1984).

Un trabajo de Mark Griffith, psicólogo social británico, sostiene que hay mucha especulación sobre si las formas de medir la agresión son válidas y confiables.

"Actualmente se sabe poco sobre los efectos a largo plazo a causa de jugar videojuegos violentos, pero se ha insistido en que los juegos de computadora pueden tener un efecto adverso mayor que la televisión a causa del involucramiento activo de los niños" (Griffith, 1993).
Su conclusión es que:

"La evaluación de la evidencia disponible parecería sugerir que los efectos de exposición de largo plazo a los videojuegos sobre

conductas agresivas subsiguientes siguen siendo, en el mejor de los casos, especulativos" (ibid.).

Otros estudios más recientes en el área psicológica (Scott, 1994) sostienen que no hay evidencias conclusivas acerca de una relación entre agresividad y jugar juegos violentos. Sin embargo, estudios en el área de la sociología insisten en que la simulación de destrucción que aparece en los juegos socializa a los jóvenes para la aceptación de guerras. Citan como ejemplo la del Golfo Pérsico en las que la destrucción real transmitida en forma de noticias no difiere mucho de la cotidiana destrucción "virtual" en las pantallas de juegos (Robins y Levinov, 1995).

2. Las consecuencias físicas adversas de los videojuegos

Con cierta frecuencia aparecen en los diarios y revistas informaciones sobre afecciones físicas que contraen algunos jugadores de videojuegos: se han informado de males reumáticos bautizados como "codo Pac-man" "venganza de los Space Invaders". En algunos casos se ha informado de elevación en la presión arterial.

Con respecto a una epilepsia de las computadoras y los videojuegos, hasta 1994 se conocían unos 50 casos en todo el mundo. Lo común a ellos es que se trata de jóvenes (10 a 14 años) con alta sensibilidad a estímulos visuales de frecuencias de 10 a 30 Hz²⁵.

3. Adicción a los videojuegos

Una investigación importante en el tema de las adicciones ha sido la llevada a cabo por Shotton que a lo largo de cinco años en Inglaterra siguió a un conjunto de 127 individuos (mitad niños y mitad adultos, 96% varones) autorreferidos como enganchados ("hooked") en juegos caseros de computadoras al menos durante cinco años. Frente a dos grupos de control, 75 de ellos fueron comparados como "altamente inteligentes, motivados y cumplidores, pero con frecuencia mal entendidos" (trad.O.G.). Luego de cinco años, Shotton encontró que a la cohorte joven le había ido bien en educación, ingresando a la universidad y luego a tareas bien remuneradas (Shotton, 1989).

Sin embargo, uno de los mayores problemas es todavía definir la adicción a los videojuegos en sentido no metafórico. Siguiendo los hallazgos de McIlwraith (1990) sobre las formas en que los académicos han tratado de explicar la adicción a la televisión, Griffith propone reformular los cuatro modelos teóricos:

- 1) La adicción es función de los efectos que el jugar excesivo tiene sobre la imaginación y la vida de fantasía: la gente que juega mucho tiene una pobre imaginación.
- 2) La adicción es función del efecto ya sea excitante o tranquilizante que ejerce sobre el jugador.
- 3) La adicción es una manifestación de una personalidad oral dependiente o adictiva. La gente se hace adicta para no tener dependencias externas.

4) La adicción a los videojuegos es un patrón distintivo de usos y gratificaciones asociadas con el medio de los videojuegos. Los adictos juegan para gozar el acto de jugar o juegan sólo cuando están aburridos.

El mismo Griffith señala que su información de Gran Bretaña le sugiere que el segundo modelo parece de aplicación: cree encontrar dos tipos de adictos: uno que es atraído por la máquina, una adicción primaria, dada a partir de la necesidad de probar habilidades y por la excitación que produce. El otro tipo aparece como una forma de escapismo. La máquina es una clase de amigo electrónico y el juego es agradable por sus efectos tranquilizantes. Se podría decir que se trata de una adicción secundaria para escapar de un problema "primario" familiar, de relaciones, etc.

4. Disminución de las interacciones con otras personas.

Otro de los efectos que se ha señalado es que los videojuegos suplen la relación con personas:

"Estos primeros hallazgos sugieren que jugar los videojuegos de arcada (locales públicos) es para muchos jóvenes más que sólo un pasatiempo frívolo. A medida que la revolución tecnológica se expande cada vez más rápido en esta cultura, uno debe comenzar a explorar no solamente lo que la integración de productos de alta tecnología en nuestras vidas puede hacer por nosotros, sino lo que pueden hacernos a nosotros y lo que pueden hacer con nosotros como individuos y como sociedad. Hay profundas implicaciones en la

sugestión de que la capacidad interactiva de los dispositivos electrónicos... puede ofrecer la oportunidad para la satisfacción con gratificaciones que previamente sólo el contacto humano podría proveer. Tales resultados parece que han llegado a ser irrelevantes para la floreciente industria que crea estos productos. [No obstante] No deben escapar a los científicos sociales, humanistas y otros involucrados con la sociedad y sus componentes humanos." (Selnow, 1987:59, traducción O.G.)

5. Efectos en la socialización y enculturación

la ideología del cuerpo

No existe bibliografía específica con respecto a los videojuegos y su importancia como componente de la socialización, de las actitudes cognoscitivas, de la ideología hacia el cuerpo propio y el ajeno. Sin duda, los videojuegos son un componente más de una cultura audiovisual que empezó con la difusión del cinematógrafo y que tuvo un decisivo incremento desde los años sesenta con el auge de la televisión.

La aparición de aparatos de realidad virtual (RV), que permiten una suplantación profunda de las experiencias perceptivas y corporales corrientes, revive en los años noventa temas de la psicología como la adquisición de la espacialidad y los esquemas corporales en la socialización infantil (Lurcat, 1979). La interacción con aparatos, que no es nueva desde luego, había pasado bastante inadvertida hasta que estas tecnologías extremadamente inmaterializantes hicieron notar que la percepción

del propio cuerpo se afecta en este tipo de prácticas y se critica ahora tal "construcción cultural del cuerpo":

"¿Qué sucede en la RV a la realimentación que la propia percepción crea entre el cuerpo y los objetos usados habitualmente? La mano se cierra para agarrar un pájaro simulado y algo sucede en el campo visual como resultado de esta acción. La mano misma, sin embargo, no ha sentido nada de la resistencia material que ocurriría si agarrara un pájaro real. El sentido de la propia percepción fluye fuera del cuerpo para encontrar el artefacto, pero puesto que no hay un objeto material resulta en un feedback que actúa para desmaterializar el cuerpo. John Perry Barlow dijo después de experimentar con la RV: 'Sentí como que mi todo había sido amputado'²⁶" (Hayles, 1993:168) (Trad.O.G.).

El tema es mucho más amplio y se liga con la preocupación de algunos autores sobre la "desaparición" del cuerpo ideológica, epistemológica, semiótica y tecnológicamente, así como la constitución de una subjetividad por el "cruzamiento de la materialidad de la informática con la inmaterialidad de la información" (id.149)²⁷.

Finalmente, citemos el estado de la cuestión sobre los efectos de los videojuegos, desde la óptica de Jeanne Funk, investigadora que trabaja en un departamento de pediatría:

"En resumen parece que jugar videojuegos puede tener una influencia importante sobre la vida de los jugadores frecuentes, pero la investigación permanece preliminar:

1. Estudios de caso sugieren que el jugar videojuegos provoca convulsiones epilépticas en un pequeño grupo de niños susceptibles. Se necesita mayor investigación al respecto así como para examinar otros posibles riesgos a la salud, como los efectos de incrementos sostenidos en la frecuencia cardíaca y la presión sanguínea que pueden acompañar al juego prolongado.

2. Estudios de laboratorio parecen mostrar una relación entre videojuegos violentos y el incremento de la probabilidad de conducta agresiva y decremento de la conducta prosocial. Esto requiere mayor investigación, así como los posibles efectos adictivos de exposición diaria a otras fuentes de violencia.

3. No se ha encontrado relación entre el juego frecuente de videojuegos y el desarrollo de psicopatología significativa. Los

jugadores que juegan con frecuencia no parecen tener un perfil característico de personalidad.

4. El uso de videojuegos caseros puede tener menor impacto adverso en el funcionamiento académico que el del juego en negocios. Se necesita investigación adicional para confirmar este planteamiento así como para estimar los efectos benéficos que se presume tienen los juegos educativos." (Funk, 1992:54).

Videojuegos y Género.

El tema de videojuegos y género requiere tratarse desde por lo menos dos puntos de vista: 1) el del contenido de los juegos y 2) el del uso que varones y mujeres hacen de ellos.

Los juegos de video, desde sus inicios, fueron diseñados, destinados a y empleados por varones jóvenes. La discusión sobre el tema lleva ya varios años y refleja la preocupación de los que quieren expandir el mercado hacia las mujeres.

Es importante reconocer - aun cuando continúe la discusión sobre mecanismos, teorías y métodos de estudio - que los juegos producen y reproducen cultura e ideología y seleccionan elementos con los cuales proponen a sus usuarios la interacción. En esa selección, los videojuegos - como otros medios técnicos - amplifican la importancia de determinadas relaciones y personajes mientras que reducen la de otros (Provenzo, 1991:75).

Las mujeres en los contenidos de los juegos

La mujer es muchas veces el principio motor del juego. Salvar a una mujer, sea una princesa, o la novia o la hermana del personaje es muchas veces la justificación del juego. Desde *Mario* hasta *Link* de *Zelda* y otros muchos (*Shinobi*, *Skyblazer*, *Chuck Rock*). La imagen de la mujer también se emplea para atraer al

consumidor, de la misma forma que en muchas publicidades. Sonia de *Mortal Kombat*, Chun-li de *Street Fighter*, Jeannette de *World Heroes II* muestran mujeres bellas y luchadoras (Morisse, 1994).

El lugar de varones y mujeres en el contenido de los videojuegos reflejan y/o proponen diferentes roles y status para mujeres.

Eugene Provenzo (1991) dedicó un capítulo a la representación de las mujeres en los juegos de Nintendo (cap.5:"The Portrayal of Women"). Las mujeres - cuando existen - son más bien pasivas que iniciadoras de acción; en muchos casos las mujeres son víctimas. En 13 de 34 juegos de principios de los 90 había mujeres raptadas; las cubiertas de 47 juegos mostraban 115 figuras masculinas (28 en actitud dominante) y sólo 9 figuras femeninas, tres en actitud de ser subordinadas (Provenzo, 1991).

A principios de la década de 1990 los fabricantes empezaron a proponer juegos femeninos con roles tradicionales (*Fashion Designer Barbie* o *Let's Talk about me*), pero después de 1995 aparecieron juegos que proponían que fuera una heroína la que emprendía aventuras de búsqueda y peligro. Lara Croft, de *Tomb Raiders* llega a ser a fines de los noventa un símbolo sexual para los adolescentes.

Uso de los juegos por sexo

Todos los informes - académicos y periodísticos, abarcando cualquier lugar y clase social - señalan que las mujeres se interesan menos que los varones en los videojuegos.

Entre los antecedentes académicos podemos citar el reciente estudio de Buchman y Funk (1996) en una ciudad del Medio Oeste norteamericano. En una muestra de niños y niñas entre cuarto y octavo año escolar los varones preferían los juegos de violencia humana en tanto que las niñas se inclinaban a las caricaturas o "violencia de fantasía", lo que a su vez es información consistente con estudios anteriores. En una publicación posterior (Funk y Buchman, 1996b), estas autoras encuentran que los varones siguen más estereotipados en la clasificación de los juegos como masculinos o femeninos y relacionan esto con el concepto de "mainstreaming" que proponen los que estudian los efectos de la televisión (Gerbner et al., 1994, Morgan, 1982)

En el campo de los estudios culturales y en América Latina, Beatriz Sarlo relaciona la preferencia diferente con lo que llama el "efecto tugurio" de los juegos de negocios, que

"marca la presencia de una subcultura cuyos miembros valoran logros que el resto de la sociedad no considera tanto, como ganarle a la máquina... El "efecto tugurio" tiene que ver también con la presencia minoritaria de mujeres. Entrán algunas siguiendo a sus novios; otras, las vocacionales, por lo general están frente a las pantallas de juegos geométricos, que son menos sorprendentes en la proliferación de sonidos, pero imponen dificultades más intelectuales... Como sea las mujeres son pocas y nadie las mira. No se las ignora porque sean mujeres, sino porque el hábito induce

a cruzar la menor cantidad de miradas sobre los espacios reales..." (Sarlo, 1994:49-50).

Así como esta descripción, otros informes han señalado la preferencia de las mujeres por juegos poco violentos. *Tetris* y sus variedades posteriores son juegos que llamaban la atención femenina a principios de los años 90. En tanto que casi cualquier juego tenía un 90 por ciento de usuarios masculinos, un 40 por ciento de usuarios de *Tetris* en los E.U.A. son mujeres (Carlton, 1994).

Las explicaciones sobre la preferencia varonil de los videojuegos suelen decir que los juegos son diseñados por hombres para jóvenes varones de 8 a 20 años que repiten motivos ya probados exitosos para ese público: aventuras, competencias, luchas.

Sin embargo los fabricantes de juegos hace tiempo que tratan de desarrollar títulos para mujeres: Hello Kitty, Cristal's Pony Tale (*Business Week*, Jul. 11, 1994, p.8). En 1996, Mattel Media inició una apertura en grande del mercado de juegos para niñas con la edición del CD-ROM *Barbie Fashion Designer*, que permite cortar patrones de moda para el ajuar de la muñeca. Su éxito disparó para 1997 doscientos títulos dirigidos al mercado de niñas, es decir diez veces más que en 1996. También el tema dio lugar a una recopilación de artículos académicos (Cassell y Jenkins, 1998).

Al parecer la superación de la anterior situación ha sido consecuencia de diseños hechos por mujeres que dejan de lado las

competencias, los tanteadores, luchas, etc. Los nuevos juegos ponen en la trama "aventuras de amistad" y descubrimientos sociales y emocionales. Los juegos que van en esa dirección llevan títulos como *Goosebump* y *Let's talk about me*, entre otros (Beato, 1997).

En 1997, por primera vez un juego con heroína llegó al nivel de popularidad de *Mario* o *Sonic* cuando *Tomb Raider* vendió más de tres millones de copias²⁸

Sistema de clasificación y algunas prohibiciones

En 1993, el debate nacional estadounidense sobre la violencia de los videojuegos se recrudeció a partir de que Sega of America Inc. lanzó al mercado el videojuego *Nigth Trap* donde los jugadores deben defender a un grupo de jóvenes mujeres de hombres chupasangre vestidos y encapuchados de negro. La industria de los videojuegos formó un comité para desarrollar un sistema de clasificación nacional similar al que Sega introdujo en sus juegos a principios de 1993 (GA para audiencia general, MA-13 para niños arriba de 13 años y M-17 para niños arriba de 17). Nintendo consideraba la clasificación de Sega "arbitraria" y había optado por "editar" los juegos, anulando las secuencias de extrema violencia durante el proceso de desarrollo de los videojuegos.

El proceso de implementación de la nueva legislación fue tema de interés para la prensa norteamericana, que siguió las audiencias de los altos ejecutivos de las compañías frente al Comité Judicial del Senado. El proceso no estuvo exento de

tensiones ni de ataques mutuos entre las dos compañías principales, Sega of America y Nintendo of America. La última audiencia en diciembre de 1993 terminó con órdenes del Senado para que colaboraran en la creación de un sistema de clasificación o enfrentaran una legislación que lo haría por ellos. La propuesta fue que marcaran los juegos como de audiencia general, para mayores de 13 años y mayores de 17. "Lo menos que la industria de videojuegos puede hacer", según el senador norteamericano Joseph Lieberman²⁹

En otros países también hubo reacciones hacia algunos juegos especialmente violentos: en Singapur, el Ministro de Cultura prohibió en 1992 los juegos *Mortal Kombat* y *Night Trap*³⁰. Por la misma época, Australia creó un sistema para clasificar los videojuegos de una manera similar a las películas³¹. La violencia escolar, que a fines de la década cobraba víctimas en varios eventos de asesinatos en escuelas en Estados Unidos, aumentó el seguimiento de los videojuegos y los contenidos de medios audiovisuales³².

Digamos, finalmente, que en México nunca se ha debatido algún sistema de clasificación sobre contenido de los videojuegos.

III. Los videojuegos en México y los primeros tiempos en Zamora

A fines de la década de 1970 apenas empezaban a diferenciarse los juegos comerciales de los domésticos, sin embargo en Zamora ya habían llegado juegos Atari que funcionaban con una moneda. Los

videojuegos de consola aparecieron en negocios alrededor de 1980 y a México llegaron con la incipiente apertura comercial de 1984-1985. Una empresa de California, E.U.A., trajo a México sus juegos y se asoció con los comerciantes que habían empezado el negocio en las ciudades grandes. Una ex integrante de esa empresa narra así lo que ocurrió:

"Nuestro enfoque era conectarse con compañías de Latinoamérica que revendieran y ensamblaran máquinas de videojuego...eran compañías que ya tenían 4 ó 5 años en la industria. Importaban material, pero se les hacía muy dificultoso. Nosotros fuimos a llevarle el servicio a la puerta. Averiguamos, por ejemplo cómo podíamos importar en los países de cada cliente... Nosotros exportábamos, o sea, comprábamos en Japón o en EE.UU. lo que el cliente necesitaba y lo exportábamos a su país. Con México, por la situación geográfica, hicimos otra cosa. Como nos interesaba México nos conectamos con tres compañías. Importamos (sic) a México 2000 juegos, o sea 2000 circuitos integrados, se les dieron porcentajes a cada compañía, a crédito, y empezaron a fabricar máquinas; a ensamblar. En México, como geográficamente lo teníamos muy cerca, tomamos la táctica de inyectar en el mercado la necesidad del videojuego... En México le dimos la inyección de la necesidad; es decir con las tres compañías mexicanas fue un tipo de asociación: ustedes ponen la máquina, nosotros ponemos el circuito; se paga la propaganda en los periódicos y se dividen los gastos."³³

Desde 1985 a 1989 fue creciendo el número de ensambladores y de cadenas. Hacia 1989 hubo una baja del rubro y después de 1990 otro auge que duró hasta 1994. En casi todas las ciudades importantes surgieron armadores de maquinitas que ensamblaban los juegos con monitores, mueble con botones y palancas y también los circuitos. También surgieron mayoristas de refacciones e insumos (palancas, pantallas, etc.).

Las cadenas comerciales de juegos

Desde México, Guadalajara, Monterrey y Puebla se extendieron en los años ochenta las cadenas de colocadores de maquinitas a comisión y hubo algunas rutas muy extensas, como la que iba desde Guadalajara hasta Lázaro Cárdenas, Mich. El caso más antiguo de Zamora fue un local que era surtido desde el Distrito Federal. Con el paso del tiempo, algunos concesionarios locales se hicieron mayoristas regionales. En esa región, hacia 1980, surgieron varios técnicos ingeniosos que adaptaban juegos caseros y los transformaban en "maquinitas", es decir aparatos en blanco y negro con pantalla pequeña, colocados en muebles sencillos, con una palanca y un botón que, mediante una moneda, funcionaban durante un tiempo fijo. El dueño del local recibía un 30 por ciento de lo recaudado y debía hacerse cargo del gasto de electricidad.

José González fue uno de los primeros en el negocio. Es oriundo de Chavinda, Michoacán, estudió en Zamora y después se fue a los EE.UU. José vivió mucho tiempo en San Francisco, donde trabajó como operario en una fábrica. Allí nacieron sus hijos,

pero mantuvo sus intenciones de regreso, por lo que compró un terreno en Zamora y después construyó de a poco una casa. Cuando regresaron, los hijos adolescentes empezaron a armar las maquinitas con juegos Atari. Colocaron algunas en su propio negocio de abarrotes, mientras otras se daban a comisión a otros pequeños comerciantes de los suburbios y rancherías cercanas a Zamora. Llegaron a tener unas 20 maquinitas. En el caso de los González eran los muchachos los que se ocupaban del negocio alrededor del 1980, cuando regresaron a Zamora.

Otro caso es el de Sara (viuda con seis hijos a los 25 años) vendía jugos en un mercado para subsistir. En 1974 manejó el primer local que tuvo un videojuego en Zamora. Tenía un negocio de jugos en el centro de la ciudad y "unos señores de México" le ofrecieron colocar varios aparatos de pin ball, motos (del tipo de juego denominados "galopines") y algunos videojuegos importados. Se cobraba entonces 50 centavos por el uso de un juego y 1 peso por los más caros.

Luego aparecieron comerciantes regionales. Un testimonio es éste:

Roberto se recibió de ingeniero en la Universidad de Guadalajara en 1981 y ya se interesaba por los videojuegos como un posible negocio. Empezó comprando un juego Atari de 170 dólares. Con él fabricó una maquinita en blanco y negro con un monitor de 14 pulgadas y la colocó en un negocio dando a su propietario un 30 por ciento de participación. Luego fabricó otras tres, que eran las que tenía cuando en 1983 vino a Zamora, luego de casarse. Su esposa lo estimuló para "ponerlas a trabajar". En Zamora ya había gente que hacía maquinitas rústicas y las hacía funcionar con monedas, pero se descomponían y Roberto empezó a darles servicio. Para eso, traía de EE.UU. los botones y palancas originales para hacer funcionar los juegos. Después se fabricaron partes en México, pero a principios de los noventa la producción de Corea desplazó a las demás.

Los juegos de entonces eran Atari y al principio se ponían a funcionar con la palanca de cuatro direcciones (*joy-stick*) y un botón, que bastaba para accionar los sencillos juegos de aquel tiempo. Pero los videojuegos se fueron complicando: *Miss Pac-Man* (1981) ya no permitía emplear los cartuchos domésticos comercialmente. Desde ese momento los ingenieros locales agudizaron su ingenio con cada juego: *Pole Position* tenía un acelerador que fue anulado para evitar la que el cliente jugara sin pagar; poco después *Jungle Hunter* necesitaba el botón que se había anulado para que funcionara *Miss Pac-Man*. Aun cuando se conseguían los circuitos originales no quedaba asegurada la utilidad comercial. Fue así que en México, D.F. empezaron a modificar los programas originales y lograron hacerlos funcionar de manera compatible con la maquina de monedas. Con el tiempo la especialidad de duplicar juegos fue superada por Japón y Corea donde un mes después de aparecer un juego se lograba una versión vendida a la tercera parte de su valor original.

A partir de 1984, año de crisis para los videojuegos en EE.UU., hubo en la frontera mucha oferta y en Laredo podían conseguirse consolas de segunda mano por 300 dólares.

Los precios de los juegos y la venta al detalle

Los juegos copiados costaban entre 1992 y 1995 alrededor de una tercera parte del precio original: Cuando apareció *Mortal Kombat* en 1992 costaba 14 000 000 de pesos (N\$ 14 000 de 1993), mientras la versión copia valía 5 500 000 un mes después.

Los juegos tienen una curva de precio que decae rápidamente: una tarjeta de *Street Fighter II* costaba a principios del 92, 3 500 000 pesos; un año después se vendía la misma a \$ 850 000; una máquina con pantalla de 27" de *Street Fighter II* valía en 1993 \$ 2 700 000 mientras que la original salía en 1992 \$ 13 500 000. Pero esto va en relación a los "rendimientos", ya que en 1992 una máquina recaudaba hasta 400 000 pesos por semana y un año después había bajado a 80 000, un 20% de aquella suma. *Street Fighter II* fue en esta época un *boom* sin precedentes en el rubro tanto por la demanda del juego como porque las máquinas tuvieron que ser

reconvertidas, ya que el juego, para funcionar a pleno requiere que la consola tenga 14 botones instalados.

Un comerciante señala que se vendieron en México 300 000 versiones de *Street Fighter II* entre profesionales y domiciliarios, pero las ventas legales de su fabricante, CapCom, habrían sido sólo 20 000 copias³⁴.

En 1994 la empresa Neo-Geo, filial de Nintendo dedicada al negocio de juegos de consola, ofreció un circuito de cartuchos intercambiables que cuestan unos 390 dólares que, comparado con los 2000 o 3000 dólares que cuestan los circuitos resultan más accesibles³⁵

Los operadores, como se designa a quienes manejan los locales, pueden ser grandes cadenas, en cuyo caso tienen empleados directos o dueños de negocios, con empleados que atienden el local. La operación del local está a cargo de una persona sin más capacitación necesaria que la de cambiar monedas por fichas. El mantenimiento de las máquinas es provisto por la cadena, cuando son subsidiarias, o por servicio de mantenimiento que se contrata en forma de seguro anual.

El mercado hacia 1995

A mediados de los noventa el mercado estaba más decantado y podían diferenciarse tres estratos de consumidores y de negocios.

En la parte "alta" de este mercado hubo cadenas de entretenimientos con videojuegos como parte del negocio (En la

región de este estudio es típica una cadena de Guadalajara). Aunque se dirige a todo público, capta un sector económico de altos ingresos que demanda juegos recién aparecidos en los Estados Unidos. Se trata de jóvenes que en sus casas cuentan con computadoras de multimedia, con sistemas domésticos de juego y que leen revistas especializadas en videojuegos. La mayoría de los locales de esas cadenas se ubican en casi todos los centros comerciales, llamados "plazas".

El sector medio está constituido por una clase de negocios más independientes y menos diversificados que los anteriores, que cuentan, sin embargo, con un número importante de máquinas. Suelen ubicarse en los centros de ciudades y pueblos o en lugares muy concurridos, tienen poca variedad y actualización de juegos, pero su precio es generalmente más accesible que en las cadenas (a mediados de 1995 eran 50 centavos por una ficha, frente a un peso en las cadenas). Estos locales suelen tener menos decoración y variación de juegos que los anteriores. Su concurrencia se compone de niños y jóvenes menos informados.

El último estrato lo forman locales pequeños, con entre uno y diez aparatos. Están instalados en barrios, generalmente cerca de mercados o escuelas. Sus juegos son muy poco variados y predominan los juegos violentos (Mortal Kombat, Street Fighter). Los jugadores son niños que viven en las cercanías del local. Pero este tema será visto con mayor amplitud en el capítulo 4.

Conclusiones del capítulo

El asunto del capítulo ha girado en torno a la pregunta "¿Qué tipo de mercancías son los videojuegos, y qué nos dicen para comprender la cultura y la economía política[1] actual?" Hemos seguido la historia de los videojuegos en sus lugares de origen, los vaivenes del negocio en sus primeros tiempos y comprobado que esta industria cultural es la más sobresaliente en una rama que ha superado en técnica y en volumen de negocio, incluso, a la producción cinematográfica. La llegada de los juegos a México también queda bastante documentada, como así la manera en que estas industrias presionan sobre aspectos legales. En otro aspecto, se ha compilado el material existente sobre efectos de los videojuegos reportado en países anglosajones.

Lo que se esboza en la información presentada es el desarrollo de un sistema económico-cultural-tecnológico (un calificativo complejo lo describe) que se despliega no sólo en los fenómenos del videojuego, sino también en las relaciones económicas y sociales que proponen.

En la producción las empresas han demostrado que se vive una nueva etapa de las relaciones de trabajo, que supera tanto a la revolución taylorista como a la de la "nueva" clase obrera técnica de los años sesenta y setenta. En la primera, la explotación pasó a una nueva etapa al expropiar los conocimientos de los trabajadores y convertir el conocimiento en el dominio de los administradores de la producción. En la segunda, la empresa

restituyó una parte de estos conocimientos, pero en una clase obrera de carácter más técnico y "capacitada" en los tipos de habilidades creados por el desarrollo tecnológico industrial de esos años. Pero los trabajadores intelectuales de los videojuegos, en el mejor de los casos, pueden tener nombre y acercarse un poco al status de estrellas del espectáculo. La mayoría, sin embargo, compite por un lugar en un equipo de producción, por el privilegio de trabajar intensa, irregular y discontinuamente hasta que el *Burn-out* y la rápida obsolescencia, que pesa sobre los trabajadores tanto como sobre los productos, los separa del equipo y la empresa.

La difusión global de estas mercancías ilustra otro punto de la economía actual, marcada por sustanciales diferencias en el acceso a "plataformas" tecnológicas en cada sociedad. Los juegos presionan por *hardware* con mayor velocidad de gráficos, procesamiento, sonido, y puertos con múltiples interfaces. Pero mientras un sector de mercado se amplía por medio de "paquetes" de avanzada, otros no requieren mucho. Así, en El Platanal, pueblo vecino a Zamora, los videojuegos llegan en consolas que incorporan todo lo necesario, a las que sólo hace falta conectar a la corriente eléctrica. De esta manera, los productores y comercializadores aseguran su acceso a los mercados sofisticados y de altos ingresos, pero también expanden su negocio con la entrega, a centros secundarios de consumo, de paquetes autocontenidos con juegos considerados obsoletos en los mercados

de primer nivel. Los pequeños empresarios locales logran un nicho de subsistencia a partir de difundir paquetes completos pero relativamente obsoletos en centros de bajos ingresos. Pero otra forma de verlos es como agentes de cambio cultural de mayor alcance geográfico y mayor acción individual que sin embargo son invisibles por al amparo de la actividad comercial.

Por último, aunque no menos importante, está la influencia que la presencia de estas mercancías abre a sus productores con respecto a aspectos institucionales como la legislación y la definición de delitos antes inexistentes.

Estos aspectos ponen en evidencia que las mercancías tecnoculturales actuales merecen por lo tanto la mayor atención no sólo de los investigadores sociales sino de otros sectores, incluyendo las autoridades que permiten su difusión caracterizada como un sencillo entretenimiento de niños.

Notas del Capítulo 2

1. Empresas enfocadas al mercado mundial: se trata de empresas situadas en E.U.A. Japón o Europa que desarrollan productos para los mercados norteamericano, europeo y japonés y también - de paso - para el resto del mundo donde no hay tanto dinero, pero si una abrumadora mayoría de los niños y jóvenes.
2. Los universales humanos son un tema siempre controvertido y vigente en las discusiones por la posibilidad de ciencia antropológica (cf. Brown, 1991).
3. Aunque los aparatos y tecnologías de duplicación son complejos, se desarrolla también un mercado para ellos, lo que hace que la tecnología de reproducción de información (o los productos duplicados) estén al alcance de muchos consumidores.
4. La historia del negocio puede leerse en Cohen (1984) y Sheff (1994), que narran los casos de Atari y Nintendo, respectivamente. Una historia de los juegos narrada desde la óptica de los videojugadores es la de Herz (1997). En Internet se puede encontrar la historia de los videojuegos en:
URL:<http://www.videotopia.com/games.htm> (Nov.1998)
5. *Research Alert*, 6 de septiembre de 1996
6. *Billboard*, V.106, N°18:p.6; Abril 30, 1994.
7. *Business Wire*, 3 de febrero de 1997
8. En el momento de escribir estaba en duda si seguiría manteniendo el liderazgo, ya que SEGA, su principal competencia, también de Japón estaba por igualarlo en ventas, mientras parecía avecinarse una batalla centrada en la tecnología (Jonathan Friedland, *Far Eastern Economic Review*, 20 enero de 1994; Barry Fox, "Games giant shuns 'slow' Cds", *New Scientist*, 143(1934), 16 julio 1994:22).
9. Kristen Kennedy, *Computer Retail Week*, 23 de enero de 1998. También en URL:<http://www.techweb.com/investor/story/INV19980123S0008>
10. Pajitnov ganó con *Tetris* en 1985 el segundo premio en un concurso. Luego fue negociado por autoridades soviéticas para comercializarse en occidente. Nintendo compró los derechos sobre el juego. Sheff (1994: caps. 13 y 14) dedica dos capítulos a la historia de *Tetris*.
11. Un caso conmovedor de las ventajas que saca Nintendo sobre los productores de software es el juego *Tetris*. Alexei Pajitnov, inventor ruso del juego que ha dado a Nintendo ventas por centenares de millones de dólares, no ha recibido nada por él. Los derechos fueron mal negociados por funcionarios soviéticos y el juego terminó como propiedad de Nintendo sin que la empresa tenga obligación alguna con su creador (Sheff, 1994:344).
12. La obtención de ganancias a través de juicios por la propiedad intelectual es una de las características de las industrias relacionadas con la producción de bienes informáticos. Sus departamentos legales son

tan sofisticados como los de producción y comercialización e influyen no sólo en los países donde se producen los bienes, sino en las legislaciones de todo el mundo (Sheff, 1993:Cap.12; Frow, 1995).

13. Una reflexión conexas: en español y en sentido figurado, "juego de niños" revela entre otras cosas la desvalorización social de la infancia y del juego como actividad.

14. La reproductibilidad de un bien es un asunto de viejo arraigo en economía en relación a las ganancias: la del propietario que pone un bien en alquiler se considera de orden diferente al del productor de nuevos bienes. Los bienes no reproducibles - como la tierra - dan *renta*, mientras que los reproducibles dejan *utilidad*.

15. Los productores de software no son los únicos interesados en cambiar legislaciones destinadas que fueron creadas para preservar derechos intelectuales de invención o autoría individuales. Las empresas farmacéuticas y de biotecnología que hacen de su exclusividad la fuente de ingresos abogan también por las modificaciones y la persecución de quienes duplican estos productos.

16. El tema de los derechos sobre productos culturales, lo mismo que sobre productos naturales como las líneas genéticas es de los más polémicos del fin de Siglo XX (cf. Bettig, 1996; Brown, 1998).

17. Por ejemplo, la Business Software Alliance (BSA) es una asociación de varios importantes productores de software para centralizar acciones en defensa de sus ganancias. Llevan a cabo estudios y campañas para presionar a los gobiernos y a los usuarios y mantienen en todos los países líneas telefónicas para recibir denuncias contra quienes "piratean" software.

18. Todo esto da lugar en la última década del siglo XX a una inédita presión para revisar - mundialmente - legislaciones sobre derechos de autor; leyes que fueron creadas pensando en inventores individuales se modifican para defender ganancias corporativas (cf. Frow, 1994). Junto a las figuras legales hay campañas para crear culturalmente el nuevo delito: todas las videopelículas comienzan con la admonición del castigo legal a quien duplique el film y el *slogan*: "DIGA NO a la piratería", cuya asociación con el de la campaña antidrogas es obvia.

19. En 1997 el Acuerdo Multilateral de Inversiones se discutía entre los representantes de los países avanzados para forzar a los estados a cumplir garantías a las empresas.

20. "Entrevista con el Señor Robert Fay", Revista *Inter Video*, Abril de 1993, pp.6-8.

21. En 1982 el Secretario de Salud, Everett Koop, advirtió que jugar videojuegos podría contribuir a la psicopatología (*The New York Times* Nov. 10 1982: A-16, citado en Funk, 1993).

22. *Symposium on Video Games and Human Development*. Cambridge MA: Monroe C. Gutman Library, Harvard Graduate School of Education (citado por Funk, 1993:86).

23. En México se destacan sobre todo, trabajos periodísticos. La nota de Patricia Ruvalcaba Gama, "Los Videojuegos, símbolos omnipresentes de una

nueva cultura del entretenimiento" en *La Jornada*, México, D.F., 5 de enero de 1993, p.39. y 6 de enero, p. 24, mereció una mención en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en 1992.

24. Hubbard informa que los juegos de computadoras son vistos en los Estados Unidos "como un aparato motivante, un medio para proveer estímulos comprensibles y un catalizador de la práctica comunicativa y la negociación de significado" (1991:220). La consideración del juego como educativo depende, sin embargo, de un número de factores que influyen: edad, género, nivel de desempeño y antecedentes culturales.

25. Nuestra información directa es el artículo de Kasteleijn-Nolst Trenite, "Video-Game Epilepsy", en *The Lancet*, Oct.24, 1994, v344 n8930:p.1102-1103. Dicho artículo contiene 10 citas de revistas médicas. *The Economist* (Julio 21, 1990:86) menciona un artículo en *Developmental Medicine and Child Neurology* de junio de 1990 que contiene información sobre Japón.

26. John Perry Barlow, "Being in Nothingness", *Mondo 2000*, 1(1990):34-45.

27. Varios artículos que se preocupan sobre esta desaparición del cuerpo y temas conexos pueden encontrarse en artículos del sitio *Ctheory*, en WWW: <<http://www.ctheory.com/>>; así como en Kroker y Kroker (1987 y 1996), Moravec (1988) y Hardison (1989).

28. N'Gai Croal, Jane Hughes, "Lara Croft, The bit girl: how a game star became a '90s icon", en *Newsweek*, 10 Nov. 1997, v130n19:p.82.

29. Keizzer, Gregg, "Dangerous games", en *Omni*, Mayo 1994 v16n8:p.16.

30. *Los Angeles Times*, 21/Feb/94:D2.

31. *The Christian Science Monitor*: 24/Feb/94:6.

32. El sitio de Internet Mediascope (URL:[HTTP://www.mediascope.org](http://www.mediascope.org), abril de 1999) presentaba material destinado a un seguimiento de los contenidos de los medios y recopilación de trabajos académicos.

33. Entrevista con empresaria importadora de partes, México, D.F.

34. Comerciante local 1.

35. Información entrevista empresaria importadora, México D.F.

Capítulo 3 - Zamora: economía y sociedad local

Este capítulo contiene información sobre la región en que se llevó a cabo el estudio y enmarca la investigación geográfica y socialmente. El énfasis está puesto en la recomposición de una economía empresarial local en el marco de la economía (política) de mercado nacional e internacional en la última década del siglo XX. En seguida se muestra que Zamora es un caso en el que los empresarios se adaptan a condiciones cambiantes en las finanzas, mercados y en la política nacional e internacional. Los cambios locales se basan en la participación en negocios nuevos (especialmente de comercio y servicios), la aceptación de asociaciones diferentes, especialmente aquellas que se comparten con capitales foráneos. Por otra parte, se presentan aspectos relevantes de la cultura local. La región permanece marcada por la ideología conservadora, aunque de manera menos homogénea que unas décadas atrás.

La región de Zamora tiene características económicas y culturales que contrastan con otras del Occidente¹. A lo largo del siglo XX se ha mantenido entre las primeras por su importancia económica en el estado de Michoacán. Para ello los propietarios locales se han adaptado sucesivamente a las condiciones cambiantes del sistema económico nacional e internacional. El producto *per capita* del municipio es el segundo de Michoacán y Zamora es la tercera ciudad por su rango de población (Vargas Uribe, 1991). Los estudios geográficos destacan que Zamora, con respecto a sus

relaciones sociales y comerciales, mira más a Guadalajara que a Morelia y otras ciudades de Michoacán².

La composición de la economía regional ha cambiado en los últimos treinta o cuarenta años, a partir de la exportación de fresa a los E.U.A., con mayor incorporación de producciones requeridas por el mercado norteamericano de vegetales procesados. Desde el Porfiriato, los propietarios locales se asociaron a capitales foráneos, pero en los últimos años existe mayor control de los capitales desde el exterior. La asociación con empresas de gran tamaño permite a los empresarios locales participar en ganancias generadas en la región, pero cada vez menos en las decisiones. Operan cada vez más como comisionistas en negocios cuyas reglas se fijan en otras partes, en los cuales las decisiones consideran ante todo la reacción de los accionistas. Ejemplos: Bimbo, Maseca - entre las agroindustriales; grandes cadenas de tiendas y supermercados; concesionarias y de servicios para el ramo automotor.

I. Globalización económica en Zamora

Desde 1960 y hasta mediados de los ochenta, la expansión de actividades ligadas a la agroexportación y las capacidades político financieras de instituciones y empresas del Gobierno Federal operaron en conjunto para desarrollar la región zamorana. A partir de la década de los ochenta hubo una reducción o reubicación subsidiaria de la intervención estatal en la economía y eso ha tenido consecuencias en la localidad.

A fines de los años ochenta se inició la nueva política económica (conocida como "neoliberal"). En cuanto a la liberalización de mercados, la región ya estaba muy adaptada a aprovechar o sufrir los riesgos de las exportaciones agrícolas. Sin embargo, la liberalización de actividades afectó las posiciones relativas de algunos agentes económicos, en especial de algunos que mantenían una posición preferencial debida a contactos políticos o posibilidades de intermediación. Un ejemplo fue la Unión Regional de Productores de Fresa y Hortalizas del Valle de Zamora que controlaba cuotas de plantación (Fernández, 1993:cap.III). Al hacerse efectiva localmente la liberalización del mercado, su influencia se vio disminuida³. Otro caso fue el del sector de transporte de cargas, en el que dejó de operar la regla no escrita de que las cargas que partían de Zamora debían ser contratadas con transportistas de la región, ligados a la delegación local de la Confederación de Trabajadores de México (CTM).

Las inversiones del capital local en los últimos años se dirigen principalmente a negocios inmobiliarios y de servicios, antes que a industria. La ampliación de infraestructura industrial para la agroexportación fue llevada a cabo desde 1985 por empresas de propiedad de grandes de capitales "foráneos"⁴ cuya producción es muy variada (acorde con las nociones de flexibilización de producción que adopta la administración de empresas en los últimos años).

Veamos los cambios según algunos rubros de actividad.

Agricultura

La producción agrícola se ha mantenido ligada a la exportación, una actividad en la que Zamora tuvo sus inicios en la década de 1960. Hubo cambios en los cultivos, pero la modificación parece notarse especialmente en los cambios relativos de posición de algunos agentes económicos.

La fresa fue el eje de la expansión agroexportadora durante los veinte años anteriores. La instalación de plantas congeladoras y empacadoras llegó a veintiséis en 1990 (Salinas, 1992). La comercialización de la fresa dio lugar a conflictos alrededor de cuotas y precios de producción que básicamente eran una pugna entre industriales y agricultores⁵. A finales de la década de 1980 la explícita política liberal económica "resolvió" la pugna a favor del libre mercado, es decir de las industrias. No hubo desde entonces asignación de cuotas de plantación como las que se decidían anteriormente y esto hizo prácticamente desaparecer a la Unión Regional.

A este fenómeno se le suele llamar "desregulación", aunque no lo es en rigor: las empresas agroexportadoras controlan la producción primaria más que antes. De hecho, son otros quienes ejercen control, empleando diferentes normas y objetivos. Por ejemplo, las regulaciones sanitarias se hicieron más rígidas y su cumplimiento se exigió más; se prohibió la producción de hortalizas en tierras ubicadas aguas abajo de la ciudad de Zamora

y los controles sobre algunos pesticidas se hicieron más estrictos⁶. Una mayor proporción de la superficie cultivada es manejada directamente las por industrias, lo que antes de la "liberalización" era imposible. Los productores agrícolas que quieren asegurar la comercialización, deben hacer contrato con las empresas que procesan el producto⁷.

Diversificación de las agroindustrias

Las procesadoras existentes en la región se dedicaban casi exclusivamente al procesamiento de fresas para exportación. En los últimos tiempos han pasado crecientemente a procesar otras frutas y verduras para el mercado nacional y para la exportación a los Estados Unidos. Algunas de las más grandes industrias han ampliado sus plantas y manejan superficies importantes de cultivos (centenares de hectáreas de cultivos de riego). La región emplea producción local y también recibe vegetales para su procesamiento desde lugares alejados del país.

Con respecto al empleo regional, ahora es menos acentuada la disparidad estacional del empleo industrial, un fenómeno muy notable entre las mujeres que trabajan en las procesadoras de frutas. Antes su número variaba entre más de 10 000 durante la cosecha de fresa y alrededor de 500 en los meses de verano. En la actualidad, en la época baja, hay tres plantas que mantienen empleadas unas mil obreras de producción. Según las cifras del Censo económico de 1994, las industrias manufactureras aportaban un valor agregado censal bruto de casi 88 millones de N\$ de 1993 y

tenían activos fijos por 172.7 millones de N\$. En 1993 dieron trabajo, en promedio, a 4420 personas (604 no remuneradas), lo que es un 22.4 por ciento del empleo (no agrícola y no gubernamental) en el municipio. (anexo 3).

Capital financiero regional

En Zamora existe un ejemplo de las variaciones de la propiedad bancaria en México. Allí existió un caso típico de banca regional: Banca Promex. Su caso es un ejemplo de los vaivenes sufridos por el capital bancario en las últimas décadas. El banco fue fundado por comerciantes y empresarios de la región de Zamora que, manteniendo el control accionario, trasladaron su centro de operaciones a Guadalajara. Así siguió hasta 1982 cuando todos los bancos pasaron a ser propiedad del Estado Nacional. Sin embargo, al volver la propiedad bancaria a firmas privadas, los antiguos banqueros zamoranos ya no participaron en éste banco (ni en ningún otro) como accionistas destacados. En algunos casos son llamados como asesores (en rigor, informantes) para la toma de decisiones acerca de los clientes regionales.

Comercio

El comercio de la región estuvo bastante subordinado a las actividades industriales y agrícolas locales, en casos de manera directa, cuando se trata de proveedores de insumos. Pero todo el comercio estuvo sujeto de forma indirecta a los vaivenes de la

economía agroexportadora en la región zamorana que abarca 13 municipios a los que provee mercancías y servicios.

Sin embargo, en la últimas dos décadas se hizo más importante una fracción de población cuyos ingresos dependen de servicios privados y gubernamentales. Esta "clase media" integrada por profesionistas, empleados, maestros, etc., demanda mercancías y servicios con más continuidad y ha cambiado el panorama local del comercio de consumo. En relación a esa demanda, se han instalado centros comerciales de los llamados "plazas", al estilo de las ciudades más grandes y aparecieron también negocios de los denominados "franquicias" para servicios de consumo. Algunos capitalistas locales establecen asociación con empresas foráneas para integrarse a estas modalidades (nuevas en la región) de obtener ganancias. Desde 1994 llegaron a la región varios comercios de cadenas nacionales o internacionales de bienes de consumo (*Gigante, Comercial Mexicana, Farmacias Guadalajara, Coppel, Kentucky F.C., Pizza Hut*). Mientras esos nuevos comercios se instalaban en la región, otros que fueron exitosos durante varios años dejaron de serlo cuando los ingresos no alcanzan para cubrir el alquiler que piden los propietarios de locales comerciales, por lo que hay una alta renovación de giros comerciales. En los barrios, las misceláneas que se multiplicaron en las últimas décadas, se mantienen, aunque sus propietarios manifiestan que hay un descenso del consumo.

Una particularidad (quizás propia de regiones con actividad exportadora) es la ambigüedad con que algunos agentes económicos reaccionan frente a las devaluaciones. Cuando la "economía nacional" (vista desde los índices de precios y el tipo de cambio) se estabiliza, la actividad agroexportadora entra en crisis por falta de margen. Las devaluaciones del peso, que en México son sinónimo de crisis, favorecen a las industrias agroexportadoras, al disminuir los costos de sus insumos nacionales y recibir ingresos en dólares. En 1993 y 1994, aun antes de la devaluación de finales de ese año, descendieron las ventas en varios rubros comerciales. Los concesionarios de venta de automóviles, cuyo mercado son en gran parte los agricultores de la región, manifestaron que sus ventas disminuían. Otros giros como muebles, indumentaria y zapatería también disminuyeron sus ventas, mientras ascendían los ingresos de servicios médicos, bancarios, educativos, transporte de envíos, etc.⁸

La actividad comercial es la fuente de empleo más importante en el municipio. El Censo de 1994 registra 2909 unidades económicas comerciales con 8666 personas empleadas en el comercio, aunque 3754 de ellas no reciben remuneración; esto es casi un 44 por ciento del empleo no agrícola. El valor agregado de la actividad en 1993 fue de 230.3 millones de N\$ y los activos fijos al 31/12/93 de 161.1 millones de N\$. (anexo 3).

Una actividad comercial característica de la ciudad desde los años 40 es el mercado mayorista de frutas y verduras⁹. Desde los

años ochenta se mantienen los intentos para sacar del centro de la ciudad un mercado que avanzó sobre zonas residenciales y estorba el tránsito. Pero la autoridad municipal nunca tuvo poder suficiente para hacer cumplir leyes de ordenamiento urbano y otros reglamentos.

Nuevos negocios de servicios

Se comprueba desde los años ochenta la aparición de nuevos rubros de actividad y el crecimiento exitoso de algunos de ellos. Las sucursales bancarias y las oficinas de afianzadoras y aseguradoras de diversa índole se han multiplicado en los últimos años. Hay consultorios médicos privados diversos y especializados; aparecen agencias de empleo, de distribuciones por cadena y también se instalaron hacia 1990 muchas casas de importación, a veces como subsidiarias con matriz en otra ciudad. Los capitales locales se asocian a los foráneos en negocios antes inexistentes en la economía zamorana como la creación y remodelación de las llamadas "plazas" comerciales.

Las actividades de servicios que registró el Censo Económico de 1994 muestran a Zamora como importante ciudad de servicios. Existían 11 734 unidades económicas de servicios; sus activos fijos eran de unos N\$ 265 millones, lo que es un 44 por ciento de la actividad económica no agropecuaria. El valor agregado censal bruto para 1993 fue de N\$ 132.4 millones. El personal ocupado registrado fue de 6253 personas (2394 no remuneradas) (anexo 3).

Entre las obras y proyectos que tuvieron impacto en la ciudad y región de Zamora a mediados de los años 1990, podemos mencionar los siguientes:

- Nueva autopista Morelia - Guadalajara.
- Ampliación de las empresas empacadoras y procesadoras de vegetales Frexport y Siasport con algún impacto en la creación de empleo industrial permanente.
- Creación de dos "plazas" comerciales.
- Proyectos para reubicación del Mercado de Abastos fuera de la ciudad.
- Continuación de obras en la catedral inconclusa y su destino a santuario regional de la Virgen de Guadalupe, que convoca peregrinaciones foráneas.
- Desarrollo habitacional, comercial, deportivo en el libramiento norte y en caminos de acceso.
- Creación de una universidad local y de un Instituto Tecnológico del estado de Michoacán.

Servicios médicos

Zamora cuenta con un Centro Regional del IMMS cuya área de influencia llega hasta otras ciudades, como Jiquilpan y Los Reyes. La clínica del ISSSTE, un centro de atención de la Secretaría de Salubridad y Asistencia y el Hospital Civil completan la asistencia pública a las necesidades de salud de la población.

Los servicios privados de atención de salud comprenden dos hospitales y varios centros médicos privados de atención externa.

La construcción de edificios para consultorios externos fue una de las inversiones notables en el panorama edilicio de la ciudad en la última década. Los edificios tipo "torre médica" muestran cómo se ha desarrollado la provisión de servicios médicos privados y también la construcción urbana planificada¹⁰.

Servicios educativos

La educación primaria y secundaria públicas a cargo de la Secretaría de Educación Pública pasó a ser administrada por el gobierno de Michoacán a partir de 1993.

Tres instituciones de educación terciaria se han instalado en la ciudad durante los últimos años: la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), con sede en Guadalajara, abrió una filial que ofrece licenciaturas en contaduría y administración, y atrae una población estudiantil que antes para proseguir estudios debía migrar a Guadalajara, Morelia o México.

IVAZA (Instituto del Valle de Zamora) cambió su nombre a "Universidad de Zamora", fue fundada en 1993 con propósito de ser una institución local importante y convoca a un patronato de vecinos notables para que auspicien esta casa de estudios.

En 1994, con inauguración presidencial, se instala en El Sauz, a pocos kilómetros de Zamora, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Zamora, que se propone dar educación técnica de nivel terciario. Como otros institutos de su tipo su futuro depende de la regularidad con que reciba apoyo financiero de sus fundadores.

Servicios bancarios

Hay una docena de bancos, con unas veinte sucursales en la ciudad de Zamora. Desde la reprivatización bancaria se instalaron nuevas entidades de crédito, y se abrieron sucursales de los que ya realizaban actividades en la región. Es grande la competencia entre los bancos por aumentar sus clientes comerciales y ahorristas. Por otra parte, los bancos se han constituido en sujetos y objetos de lucha social en la medida que algunas reglamentaciones financieras, como la aplicación de tasas variables de interés, han causado la pérdida de propiedad y aumentos imprevistos de las deudas. Esto ha provocado el surgimiento de movimientos sociales para defender a los deudores, como las diversas ramas del movimiento El Barzón.

Transporte

Durante los años 90 el transporte urbano renovó su infraestructura, los usuarios abonaron para ello el doble del pasaje vigente hasta entonces. Sin embargo, los microbuses siguieron controlados por la Unión de Permisionarios de la CTM. El transporte local de pasajeros comparte los problemas y deficiencias generales de otras ciudades del occidente de México.

Los servicios de transporte de cargas de larga distancia, por su parte, se han integrado en un mercado más amplio. Anteriormente no era posible que los transportes (*trailers*, *trocas*) de otros sitios contrataran viajes en la región y, como consecuencia, los

transportistas locales han perdido una plaza que antes les estuvo asegurada.

Crecimiento de la ciudad

En los años sesenta se incrementó la tasa de crecimiento de la superficie urbana. Los sectores populares llegados en el boom fresero ejercieron una presión demográfica muy fuerte¹¹. La aguda carencia de vivienda se manifestó en la invasión de áreas que circundan la ciudad. Las colonias populares se extendieron hacia el norte y el poniente y se construyeron algunas colonias populares. Después, en los setenta, hubo mayor expansión por fraccionamientos de tipo medio y residencial¹². Cuando se liberaron áreas para construir fraccionamientos medios, los fraccionadores prefirieron éstos por más rentables y porque traían menos conflictos con las autoridades por la provisión de servicios, ya que los fraccionamientos de clase media cubren con más frecuencias sus propios gastos de infraestructura. Tenemos por ejemplo de esa época los casos del fraccionamiento "San Joaquín" en Zamora y el fraccionamiento de los "Manantiales del Curutarán" edificados en combinación con créditos hipotecarios (Pérez Castellanos, 1994).

El flujo de capitales foráneos está ahora menos relacionado a la industria. Observamos cambios en la propiedad de las plantas e inversión de capital en las más grandes, mientras que las más pequeñas permanecen a veces cerradas y posiblemente algunas van a cerrar definitivamente. La planta de Siasmex-Frexport (Bimbo) queda para esta última empresa, mientras se monta la nueva planta

de Siasport (francesa) en Jacona. Intermex, que fue la mayor empacadora a principios de los 80, de capital norteamericano, fue vendida a empresarios locales, lo que ilustra los vaivenes de las agroindustrias de la región.

Por otro lado, los capitales locales también toman parte en el crecimiento de la ciudad: la creación y remodelación de "plazas" comerciales, el proyecto de reubicar el mercado de abastos afuera de la ciudad o el proyecto de un desarrollo habitacional, comercial, deportivo "ecológico" en el Libramiento Norte muestran inversión de los capitales "zamoranos". Estas inversiones son planeadas y llevadas a cabo por grupos de coinversión que pocas veces van más allá de un grupo de empresarios emparentados. Los integrantes de estos grupos apuestan a que sus actividades se amplíen con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Un ejemplo de esta expectativa lo dan los constructores y fraccionadores a mediados de la década de 1990 que construyeron varios edificios destinados a oficinas y servicios en espera de un crecimiento de actividades, aun en un momento considerado de crisis económica.

En cuanto al crecimiento urbano, la regularización de la tenencia de tierra urbana sigue siendo poco clara y no se aplica con igualdad de criterio. Por ejemplo, se mantiene la ilegalidad de ocupación en terrenos federales lindantes con las carreteras y canales y el fraccionamiento irregular de tierras es una de las

causas de desorden urbano, evidente al viajero que llega a la ciudad. En general, los ayuntamientos que han gobernado Zamora - recordemos que fueron de los partidos PRI y PAN - han actuado a *posteriori* de las iniciativas de fraccionadores ocasionales. De una muestra de 50 fraccionamientos anteriores a 1985, 24 eran obra de propietarios únicos de un terreno que fraccionaron la tierra porque era mejor negocio que sembrarla, con acuerdo de funcionarios permisivos. Es raro encontraros fraccionamientos llevados a cabo por empresas con experiencia y solvencia económica. Los propietarios zamoranos de capital parecen más dispuestos a cambiar entre rubros que prometan ganancia abundante y rápida que a consolidar experiencia en un área especializada. La especulación con fraccionamientos y bienes inmobiliarios es frecuente, pero son pocas las empresas zamoranas en el rubro¹³. Como uno de los ejemplos más recientes de desorden urbano, cabe mencionar una de las obras notorias de los últimos años: la doble vía entre Zamora y Jacona que sirvió para poner al descubierto la manera de proceder de varios propietarios e inversores de la localidad en una obra realizada en conjunto por los ayuntamientos de Jacona y Zamora. Aunque un movimiento social local había llamado la atención sobre lo irracional del proyecto de carretera doble y presentó otro alternativo, la idea original siguió adelante con la tala de árboles añosos, la construcción de un camino tanto o más peligroso que el anterior y la legalización de

la invasión a terrenos públicos federales por parte de los propietarios privados.

II. Aspectos sociales del crecimiento económico

Durante largos años el valle recibió población de migrantes de otros municipios que buscaban ocupación en la agricultura o en las industrias de la ciudad. Esta atracción fue la base del crecimiento de población urbana en las últimas décadas, que superó la media nacional. La población económicamente activa ha cambiado en las últimas dos décadas; desde 1970 a 1990 los cambios en el empleo se muestran en la Tabla 4:

Tabla 4 - Empleo en Zamora por sector económico (1970-1990)

| Sector económico | 1970 | 1990 |
|------------------|------|------|
| Primario | 43 | 27 |
| Secundario | 17 | 22 |
| Terciario | 32 | 50 |

Fuente: Seefoó, 1992:64.

La información del Censo Económico de 1994 muestra una importante actividad económica urbana. Sin embargo, es notable la proporción de trabajadores no remunerados directamente: una de cada tres personas de la fuerza laboral no percibe salario.

Tabla 5 - Fuerza laboral en el municipio de Zamora

| Actividad | Personal remunerado | Personal no remunerado | % no remunerado | Personal ocupado |
|-----------|---------------------|------------------------|-----------------|------------------|
| Industria | 3 816 | 604 | 13.7 | 4 420 |
| Minería | 406 | 17 | 4.0 | 423 |
| Comercio | 4 912 | 3 754 | 43.3 | 8 666 |
| Servicios | 3 859 | 2 394 | 38.3 | 6 253 |
| TOTAL | 13 003 | 6 769 | 34.2 | 19 772 |

Fuente: Censos Económicos de 1994 - INEGI.

Zamora atrae población desde los municipios cercanos: la mayoría de los migrantes proviene de hogares "no agrícolas" y quienes llegan de otros estados son de origen urbano y con más escolaridad (Verduzco, 1992:204). La migración y los cambios de actividad en la ciudad influyen sobre la diversificación social y cultural de la población. Las transformaciones laborales también tienen impacto en el funcionamiento interno de los grupos domésticos. Las empresas procesadoras de frutas y verduras ocupan mayoritariamente personal femenino contratado a destajo la mayor parte de las veces. Aunque hay variedad en la procedencia de las obreras, una fracción importante de ellas es de origen rural y, a pesar de las condiciones laborales exigentes y pago reducido, el trabajo fabril influye en sus relaciones interpersonales, les da mayor independencia económica y libertad de movimientos, lo que a través del tiempo está modificando las relaciones de autoridad en el interior de las familias (Rosado, 1989; Mummert, 1994).

El panorama laboral de los censos de 1990 y 1994 para Zamora se observa en los cuadros del anexo 3.

Se puede hacer la consideración de que las tendencias durante la década de 1990 del empleo agrícola se han mantenido, a pesar de que algunos cultivos variaron por razones climáticas o de mercado. Las empresas agroindustriales de mayor envergadura aumentaron el empleo de los trabajadores temporarios hasta el doble en cinco años, pero la contrapartida es que varias empresas chicas han cerrado (información de 1995). El empleo femenino en las empacadoras (selección, trozado y envase de frutas y hortalizas) que llega a ser hasta el 80 por ciento en la temporada de invierno, ha mantenido más cantidad de plazas permanentes durante todo el año debido a la diversificación de la actividad con frutas y vegetales traídos de otros lugares.

Movilizaciones sociales

En la década de 1980 se registraron en Zamora 29 movilizaciones de vecinos alrededor de diversos problemas, en especial sobre el servicio público de agua potable (Hernández Madrid, 1992:45).

En los años noventa también continuaron estas movilizaciones por servicios, aunque aparecieron movimientos que involucran a sectores medios y altos de la sociedad, como estos dos ejemplos:

- 1) En 1991 el Movimiento de Acción Zamorano (MAZ) se opuso al proyecto de la nueva calzada Zamora - Jacona, por no tomar en cuenta la tala de árboles ni las necesidades de los peatones.
- 2) El Barzón de Zamora, Jacona y la Región (JAZAR) y otros grupos similares desde 1994 reclaman por la situación de agricultores,

comerciantes y personas en situación de mora de pago de deudas hipotecarias o de impuestos a la Secretaría de Hacienda.

3) Otros movimientos registrados por la prensa local muestran la búsqueda de regularización de terrenos ocupados a veces ilegalmente y la demanda de mejoramiento o cambio en los servicios urbanos.

La vida cultural en Zamora

Mencionaremos tres aspectos culturales de Zamora.

1) Religión y Educación

En el aspecto cultural se ha señalado insistentemente la influencia religiosa. Zamora ha sido un bastión del conservadurismo católico (Tapia, 1986; Verduzco, 1992; Arizpe, 1989). Luego de trámites de larga gestión, la arquidiócesis logró en 1990 que el Gobierno Federal le devolviera la catedral monumental que se erigió a principios de siglo y que fuera confiscada en los años revolucionarios. A lo largo de la década continuó su reconstrucción mediante recaudación de fondos entre la feligresía y la dedicó como santuario a la Virgen de Guadalupe. Puede resumirse la situación hacia el fin del siglo diciendo que el tradicionalismo católico que distinguiera a la ciudad durante los tiempos - superados - de tensión entre la iglesia y el Estado Mexicano, aún tiene una fuerte presencia en Zamora. Sin embargo, sus habitantes tienen ahora más diversidad social y están expuestos a una variedad de influencias y mensajes culturales mucho mayor que a mediados del siglo.

La religión y la escuela siguen siendo importantes como eje de los temas que dan marco a la vida social zamorana. La religión católica con santorales y campanazos marca aún tiempos cotidianos y ciclos anuales y la actividad educativa también es importante como ordenador del calendario y la manera de hacer las cosas. Las escuelas públicas continúan impartiendo un disciplinamiento civil *revolucionario y federal* y los colegios privados esgrimen mandatos gubernamentales y eclesiásticos para imponer autoridad sobre los niños y sus familias. Las renovaciones de planes y libros de texto no influyen sustancialmente en las prácticas pedagógicas que no registran variantes.

Para los municipios de alrededor, Zamora cumple la función de dar servicios educativos "superiores" y la creación de una universidad local intenta reforzar la función de Zamora como centro de educación formal.

También cabe señalar en este punto que en los últimos 20 años se ha ampliado la competencia por los espíritus zamoranos: los Testigos de Jehová, los Santos de los Últimos Días, la Iglesia Anglicana, tienen templos en Zamora. La modalidad de la Renovación en el Espíritu Santo cobra auge entre la feligresía católica y reúne en ceremonias periódicas a miles de concurrentes (Juárez Cerdi, 1994).

Consumo cultural

Zamora mira el mundo a través de las pantallas del televisor, escucha radioemisoras tapatías y locales y recibe las novedades de

Hollywood y México en seis salas de cine (de nueve que había en 1990). Unos 15 locales ofrecen en renta video películas. En cuanto a la televisión de antena se amplió después de la privatización de Canal 13 de México. En 1995, sólo el Canal 2 de México llegaba claramente por antena; Televisión Azteca mejoró la repetición de sus señales y un sistema de televisión del Estado de Michoacán ofrecía la única alternativa de televisión con poca publicidad comercial. A fines de la década, había buena recepción de cuatro canales "de aire" nacionales.

El servicio de televisión por cable, que funciona desde 1977, ofrecía en 1995 16 canales a unos 10 000 abonados. Es el tipo de negocios más afectados por la apertura comercial y los cambios tecnológicos. Hacia 1990 las señales de satélites fueron codificadas en su mayoría y los emisores empezaron a cobrar derechos a las compañías de redes. La clientela llegó a disminuir en un 20 por ciento tras los fuertes aumentos de precio en el servicio entre 1990 y 1995 que coincidieron con una disminución de ingresos en los sectores medios y populares. También apareció la competencia de los servicios por antena parabólica. Hacia 1998 el número de abonados se había recuperado y el servicio era de unos 40 canales.

Otras actividades culturales incluyen teatro vocacional con actividad regular; la Casa de la Cultura de Zamora, A.C. ofrece teatro, artes plásticas y talleres de manualidades para niños. Desde 1993 se creó una escuela municipal de música y en una

esquina de la plaza principal, una casa antigua en reconstrucción prometía durante toda la década de 1990 ser la Casa de la Cultura del municipio.

Anticipando información, apuntemos aquí que a mediados de 1993 había 10 negocios grandes de videojuegos; 12 medianos y 80 pequeños con unos 500 aparatos en total. Este rubro tuvo un rápido crecimiento desde 1985 aunque desde la crisis de 1994 los negocios menores se estancaron y sólo unos pocos, los negocios más especializados¹⁴ continuaron aumentando su clientela.

3) La prensa escrita

Zamora contaba en 1995 con seis diarios locales de tiraje reducido (*El Sol, El Diario, El Herald, Z de Zamora, Papiro y Blasón Zamorano*). Circulan en la localidad los diarios de Morelia, Guadalajara y México, aunque no todos. Un semanario, *Guía*, tiene enfoque y circulación regionales y se ha mantenido en circulación por más de cuarenta años. Sigue de cerca los reclamos vecinales y las noticias de los pueblos pequeños.

La vida social y cultural en Zamora

Como se vio, el desarrollo económico del bajío Zamorano se dio a la par de la relación con el mercado internacional agroindustrial. Antes de los años sesenta, la economía había estado sobre todo basada en la producción de granos y de algunas manufacturas para el mercado nacional (Verduzco, 1992). Su calendario se organizaba con los ciclos agrícolas y años litúrgicos, las marcas del tiempo anual que aún ahora están

presentes. No obstante, durante el siglo, otras instituciones pusieron sus señales, como los horarios y ciclos escolares, boletas de calificaciones, actos cívicos y semanas vacacionales. Sin embargo, en los años noventa la necesidad de sincronización de las operaciones internacionales lo que hace cambiar el horario dos veces por año en concordancia con otros países. Pero localmente la temporada de la fresa y de la papa; del barbecho y el entarquinado, de siembras y cosechas son todavía momentos definidos por la actividad agrícola. Para los comerciantes, la Navidad, Reyes, días de la madre, del padre, del maestro, del niño y del compadre son los momentos significativos de su calendario. De vez en cuando también se llevan a cabo elecciones que marcan paso del tiempo en la vida política local o nacional y, en definitiva, como si existiera un pacto nunca explícito entre gentes diversas, se crea con todo ello un marco temporal a la vida social de Zamora y su región.

El tiempo cotidiano se inicia todavía con campanas que a las seis que convocan, según entendidos, a más feligreses que en cualquier otra ciudad del país. No todos pueden asistir a los oficios, porque, en la época de cosecha (noviembre a mayo), varios miles de obreras aguardan en las puertas de las empacadoras, sólo algunas con el trabajo asegurado y muchas otras a la espera de labor para ese día, pues las empresas han logrado con ellas una completa "elasticidad laboral". Lo mismo ocurre en los campos que rodean la ciudad, donde se cosecha fresa, papa u hortalizas: los

jornaleros (mujeres y hombres de todas las edades) llegan tempranísimo a ofrecerse para levantar frutilla u otras tareas. También muy temprano, los albañiles preparan tabiques y argamasas; en los mercados se descargan camiones y se levantan muchos puestos, mientras que los transportes urbanos se llenan de gente y de cosas. Las madres, especialmente de la clase media movilizan a sus hijos: los que asisten a secundarias y preparatorias ya se desplazan desde las 7 (y en casos antes). Los que van a primaria - maestros, padres y alumnos - causan embotellamientos antes de las ocho. Los burócratas de bajo rango llegan a esa hora a sus oficinas. Sigue el turno de bancarios y preescolares; se instalan los vendedores callejeros de desayunos; los autoempleados arman sus puestos y, por último, los demandantes de servicios llegan a oficinas, bancos y las empleadas de los comercios limpian los umbrales esperando que llegue el primer cliente. La jornada zamorana se pone en marcha y el tiempo de los relojes se entrecruza con las rutinas de la gente.

Socialización de los niños

En Zamora hay poca inquietud acerca de lo que hacen los niños. Los límites u objetivos de sus actividades no son un asunto que se discuta, pues su lugar social está definido por autoridades familiares y escolares. Esto es lo que se deduce después de tratar de considerarlos por su actividad social y buscar los antecedentes en periódicos y otros documentos.

Aunque la época de este estudio no se asemeja a lo que prefiguraban los maestros de hace 20 o 40 años, puede comprobarse, no sin asombro, que los mensajes directos que reciben los niños de maestros y autoridades tradicionales se parecen mucho a pesar del paso del tiempo. La novedad es que ahora los mensajes educativos compiten y coexisten con la socialización que imparten más de 20 horas semanales que en promedio dedican a programas de televisión, cine y videojuego¹⁵.

Los niños escolares y sus familias

De la población del Municipio de Zamora censada en 1990 (144 899 hab.), 16 165 tenían entre 12 y 15 años. Alrededor de un 70 por ciento¹⁶ concurren a escuelas primarias y secundarias (y son una población de importancia central en este estudio).

Las escuelas funcionan por la mañana y en muy pocos casos tienen un turno adicional a la tarde. Dos de las secundarias estudiadas en la muestra funcionan en turno vespertino una de ellas se denomina la "Secundaria para Trabajadores". De modo que, típicamente, los niños de primaria están de 8 a 13 en la escuela y los de secundaria hasta las 14, lo que hace que su turno sea compatible con los horarios de trabajo de muchos adultos.

Después de la comida, de 16 horas en adelante, los niños tienen diversos quehaceres, según su estrato socioeconómico. La obligación normal es que dediquen dos horas a tareas escolares que les encomiendan sus profesores. Sin embargo, estas tareas dan lugar a otras actividades, como compras de material escolar o les

permite juntarse para trabajar en grupo. También los niños disponen de tiempo para salir a la calle o a los negocios de barrio.

En este punto los senderos cotidianos se bifurcan de acuerdo al lugar de residencia y al estrato socioeconómico al que pertenecen; o por algún aspecto particular (trabajo, conformación del grupo familiar). Los estratos sociales más pudientes pueden mandar a sus niños a recreaciones y deportes, mientras que los sectores populares generalmente están más restringidos a sus barrios. La televisión es una forma igualadora de pasatiempo y, como decimos en varias partes, los niños estudiados en esta investigación le dedican en promedio unas 25 horas a la semana.

Estudiantes secundarios de Zamora

Los jóvenes que estudiamos nacieron a fines de la década de 1970. En ese tiempo se expandieron en la región las actividades económicas, lo que atrajo la inmigración de un número considerable de personas (Verduzco, 1992:cap.8). Cuando fueron interrogados sobre el origen geográfico de sus familias, el resultado fue que el 62% de ellos (309 de una muestra de 501) tienen (por lo menos) uno de sus padres nacidos en Zamora y el 94% tiene (por lo menos) uno de sus padres nacido en Michoacán¹⁷. A pesar del crecimiento de población, la influencia de la inmigración no es notoria en el aspecto cultural, especialmente por tratarse de inmigración cercana a la localidad. En los municipios del área de influencia puede notarse en épocas de fiesta la llegada de emigrantes desde

los E.U.A. cuya actividad tiene impacto sobre la vida local (Mummert, 1994).

La información censal del municipio de Zamora que informa sobre las familias es coincidente con la que encontramos en las encuestas, las familias suelen ser numerosas y no es raro encontrar grupos familiares amplios.

Tabla 6 - Tamaño de los hogares en Zamora

| Número de miembros en el hogar | Número de Hogares | % de hogares | Número de habitantes |
|--------------------------------|-------------------|--------------|----------------------|
| 1 | 1 123 | 4.0 | 1 123 |
| 2 | 2 743 | 9.9 | 5 486 |
| 3 | 3 858 | 13.9 | 11 574 |
| 4 | 4 872 | 17.5 | 19 488 |
| 5 | 4 724 | 17.0 | 23 620 |
| 6 | 3 604 | 13.0 | 21 624 |
| 7 | 2 590 | 9.3 | 18 130 |
| 8 | 1 725 | 6.2 | 13 800 |
| 9 y más | 2 550 | 9.1 | >22 950 |
| TOTAL | 27 789 | 99.9 | >137 795 |

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda de 1990

Tabla 7 - - Tipos de hogares en el municipio de Zamora

| Tipo de familia | jefe hombre | jefe mujer | Total |
|------------------|-------------|------------|--------|
| nuclear | 19 006 | 1 099 | 20 105 |
| ampliada | 2 916 | 121 | 3 037 |
| compuesta | 299 | 69 | 368 |
| corresidente | 41 | 0 | 41 |
| unipersonal | 0 | 120 | 120 |
| no especificado | 62 | 2 596 | 2 658 |
| | | | |
| Total de Hogares | 22 324 | 4 005 | 26 329 |

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda de 1990

La socialización con los amigos: juegos

Los juegos de grupo, espontáneos o con reglas, fueron tradicionales en la región; la actividad de los niños antes de que otras obligaciones y las nuevas propuestas de ocio ocuparan su lugar.

Lucía Mantilla llevó a cabo una extensa investigación sobre "el juego y el jugar" en una localidad vecina a Zamora, El Platanal (Mantilla, 1992:442). Estudió allí una "comunidad infantil" de juego en los años 1985-86 con la intención de discutir, a partir de información de campo, la adecuada conceptualización del juego frente a planteos de autores europeos y norteamericanos. Esta comunidad infantil jugaba juegos espontáneos o tradicionales, con reglas explícitas e implícitas, e incorporaba a ellos personajes de la fantasía o la realidad, tomados de la televisión, la escuela o la vida familiar.

En lo que se refiere a la utilización de juegos de video, no fueron mencionados en el estudio de Mantilla. Se han incorporado en años recientes y tratamos de hacer algunas observaciones relevantes en varios negocios de El Platanal, siete años después del estudio mencionado (ver p.169).

La televisión como socialización

La televisión es un medio importante de educación y socialización a través de sus programas y publicidad. En las ciudades mexicanas y en el medio rural se han llevado a cabo estudios que muestran su importancia como transmisora de creencias, conocimiento, temas de conversación y modelos de comportamiento. Esos estudios también muestran que los niños reciben mucha información de carácter incidental que resulta en educación informal. El género de telenovelas, por ejemplo, es para muchos televidentes un aprendizaje de sucesos y relaciones de la vida real, de "cosas que pasan en la vida" (Sánchez Ruiz, 1992:41).

La televisión "constituye un componente importante de una red de vehículos que participan en un proceso inexorable de "desnacionalización" o "transnacionalización" cultural" (Sánchez Ruiz, 1992:43). En otro estudio, el 49 por ciento de estudiantes de telesecundaria estuvo de acuerdo en que la forma de vida de los norteamericanos se estableciera en todo el mundo (Montoya y Rebeil, 1983:82, citado por Sánchez Ruiz, 1992:42-43).

Los anuncios televisivos presionan a los jóvenes para que sean consumidores cada vez más activos. La televisión lleva a las localidades pequeñas las imágenes de ciudades grandes, países lejanos y maneras de vida diferentes (reales o vicarias). En un medio altamente conservador, es también una fuerza social que reconoce a los jóvenes como actores de algunas decisiones de consumo. La educación religiosa o la gubernamental mezclan sus contenidos escolares y consejos morales dirigidos a la capacidad racional de los niños, pero mientras tanto, por vía de la publicidad televisiva, los estudiantes reciben imágenes y sonidos que emplean la memoria asociativa, la asociación libre, el ritmo, la melodía, la armonía, etc. que provocan sentimientos acerca de productos y servicios (Nelson, 1987:71-78), como lo señalan estos autores:

"Como forma de conocimiento, que nosotros llamamos "pedagogía continua", el corazón de la programación televisiva es claramente anti-dialógica y no evoca sino raramente actos de rechazo político. Considerar la televisión sin capacidad crítica le da poder de homogeneización y de unificación al separar el espacio del discurso cultural gracias a la utilización del hemisferio [cerebral] derecho, más la recolonización por el mismo movimiento gracias al hemisferio izquierdo - una forma de doble recodificación que rehistoriza y reduce la heterogeneidad y la inestabilidad de memorias profundas y de las asociaciones a una correspondencia mimética con la realidad, la cual deviene, como la

Coca, la verdad de la verdad. El teleespectador es instalado y construido en el cuadro de las pulsaciones de un deseo electrónicamente mediatizado" (Hammer y McLaren, 1992:24) (trad. O.G.).

Al parecer son éstas las ventajas de los mensajes que compiten con las ideas que transmiten las instituciones tradicionales. Estos mensajes inclinan a los jóvenes a cierta liberación que los lleva a ser sujetos (en el sentido gramatical) de decisión de compras y actores del consumo, aunque deja como subproducto el desprecio por la realidad no mediatizada por la televisión.

Estamos ante un tema mundial: desde la posguerra aparecieron industrias culturales cuyos productos se destinaban a los niños, como la publicación de historietas y películas de dibujos animados. Pero en la Edad de la Televisión se desarrollaron técnicas de mercadeo que vieron en los niños un público interesante de educar como consumidor por su fuerte lealtad hacia las marcas, a la influencia que ejercen sobre las opciones de compras de sus padres y, más recientemente, porque son ellos mismos - en las clases medias socializadas por los medios - quienes escogen y compran juguetes, juegos, ropas, etc. (McNeal, 1987, citado por Kline, 1995:114). Los productos de mercadeo dirigidos a los niños comprenden alimentos y bebidas, figuras impresas, juguetes, películas, videojuegos, ropas, etc. y la publicidad en televisión conecta unos con otros.

Televisión en Zamora

La televisión no es sólo importante como tema de los estudiosos, sino aquí y ahora. En las casas de los jóvenes zamoranos hay, en promedio, 2.2 televisores y la televisión no falta en ninguno de los 530 domicilios estudiados. Aparecieron 20 casos extremos de hogares con 5, 6, 7 y hasta 8 televisores (ver Gráfico 1).

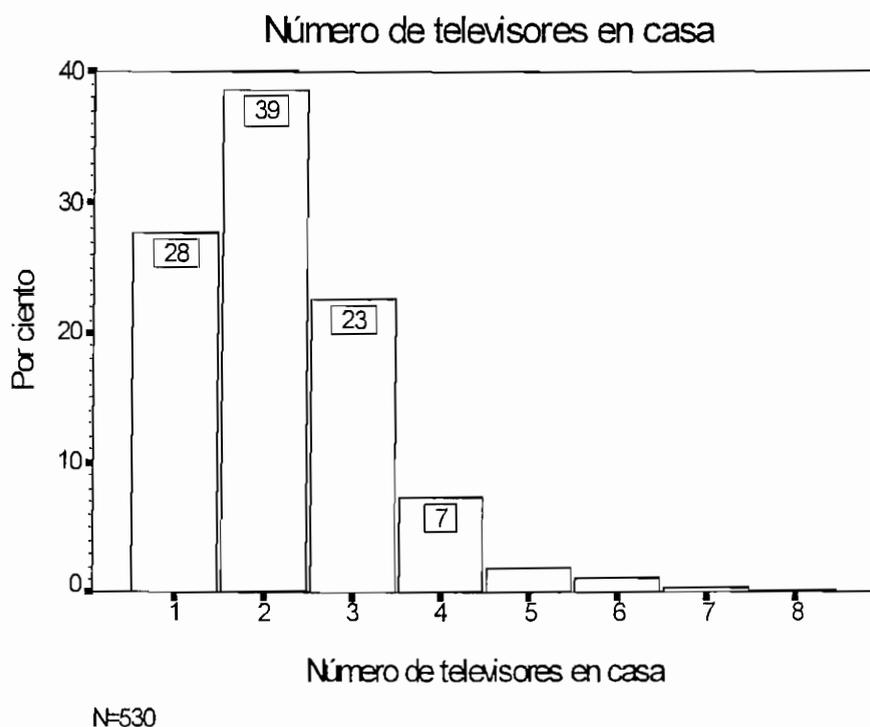


Gráfico 1 - Numero de televisores en hogares

También pudimos conocer la cantidad de horas que los jóvenes pasan frente al televisor. Al computar la suma de siete valores (uno por cada día de la semana), el promedio de horas semanales frente al televisor resultó ser 24 horas y 18 minutos, lo que

resulta similar a los datos de otros estudios en México (cf. González y Chávez, 1996).

En cuanto a los tipos de programas, los porcentajes de preferencias de siete categorías son los siguientes:

Tabla 8 - Tipo de programas de televisión más vistos

| Tipo | Porcentaje | Casos válidos |
|--------------------|------------|---------------|
| Telenovelas | 71.1 | 509 |
| Deportivos | 77.6 | 501 |
| Entretencimientos | 91.3 | 504 |
| Caricaturas | 84.1 | 497 |
| Noticieros | 62.9 | 491 |
| Educativos | 51.3 | 458 |
| Series y películas | 93.8 | 518 |

Esta información no agota las preguntas posibles con respecto a los usos de la televisión y su influencia en el medio estudiado. Pero valen para confirmar que los jóvenes de la localidad tienen una afición y exposición a la televisión similar a otros lugares de México. Al respecto se pueden conocer datos para Guadalajara, donde se han hecho investigaciones más específicas (Sánchez Ruiz, 1989), para Morelia, la capital de Michoacán, y otras ciudades (Inestroza, 1994, González y Chávez, 1996). El tiempo de exposición a la TV es similar en Zamora y también es similar que los programas de entretenimiento tengan mayor demanda que los informativos y éstos que los educativos.

No hay indicio de que la audiencia local haga una apropiación diferente de los mensajes televisivos de la que puede conocerse un poco más ampliamente en el resto del país en los estudios que se

han llevado a cabo (cf. Sanchez Ruiz, 1987; González y Chávez, 1996).

Las escuelas frente a tecnologías de información

En Zamora, como en todas partes, en la década de 1980 empezó a difundirse masivamente la presencia de las tecnologías de información, a partir de su difusión real y publicitaria. Por una parte, muchas oficinas se equiparon con computadoras personales, cuyo manejo rebasó el ámbito antes exclusivo de los técnicos. Los empleos de oficina empezaron a pedir como requisito capacidad de manejo de computadoras.

Por otra parte, la presencia ideológico-representacional de las computadoras se hizo masiva. Además de la publicidad propia del sector informático, los mensajes publicitarios de otros rubros con promesas de éxito social y económico mostraron con frecuencia a personas manejando computadoras.

El ámbito educativo - especialmente el de los colegios privados - es muy sensible a estos mensajes que asocian aprendizajes y suceso social. Una vez más en Zamora no es excepción: los colegios ofrecían "computación" (además de "inglés") y en muchos casos las asociaciones de padres de familia compraron computadoras personales. Por otra parte se abrieron sitios de enseñanza práctica de los conocimientos sobre los sistemas operativos y proceso de palabras y planillas electrónicas de cálculo. Sin embargo, hay que establecer una diferencia entre los dos tipos de enseñanza de "computación". Los institutos de

capacitación transmiten específicamente un tema; su objetivo es limitado, pero definido con claridad. En cambio, los colegios manejan la enseñanza de computación primero como una cuestión de prestigio institucional; los contenidos impartidos tienen menos claridad que la idea de estar al día para poner a los jóvenes en la senda del triunfo.

Actores institucionales frente a los videojuegos

El Gobierno municipal y la escuela son actores importantes en la vida social y el poder local de Zamora. Hacemos enseguida una mención a sus rasgos más relevantes a su preocupación por los aspectos culturales, entre los que se incluyen el uso de videojuegos en la región.

Ayuntamiento y Cabildo

En las dos últimas décadas el gobierno municipal de Zamora ha sido ocupado alternadamente por los partidos Revolucionario Institucional y Acción Nacional. Esto constituye una diferencia con respecto a la mayoría de los municipios de Michoacán en los que la norma fue hasta la década de 1990 la permanencia del PRI en todos los niveles de representación política. En 1983, después de 30 años de exclusividad del PRI al frente del municipio, el Partido Acción Nacional accedió a su gobierno; después, entre 1992 y 1995 el PRI volvió a ocupar la presidencia municipal. Desde 1996 a 1999 el PAN ha vuelto a presidir el municipio, aunque con las limitaciones propias de un ámbito que resiente el dominio de las

instancias de gobierno federal y del estado. Sin embargo, en 1997 al ponerse en juego la representación del distrito para la cámara de diputados, logró el cargo el candidato del Partido de la Revolución Democrática.

Con respecto a los videojuegos, aparecieron por primera vez en la reglamentación municipal en noviembre de 1992, cuando, tras un aumento notable del número de locales de este ramo, se elaboró el primer reglamento el que volvió a ser reconsiderado en 1996, cuando el Ayuntamiento volvió a ser conducido por el Partido Acción Nacional. Se ha mantenido siempre - en la letra solamente - la prohibición de que los locales estén ubicados a menos de 100 m de iglesias, oficinas de gobierno, escuelas, bibliotecas y similares. Este tema que se analizará en detalle en el capítulo 5 y los reglamentos pueden verse en el anexo 5.1.

III. La escuela en Zamora

Desde principios de siglo, la escuela liberal se expandió en Michoacán tratando de desplazar a la escuela tradicional de la Iglesia Católica. Desde 1920 se expandió en todo el país el proyecto educativo de José Vasconcelos, de modo que llegaron desde entonces a Michoacán y a Zamora las nuevas iniciativas (Reyes García:1993). La educación pública fue, entre otras cosas, una evidencia de la presencia del poder federal en una región que a fines del Siglo XIX se había planteado ser estado de la República y que a partir de 1914 sufrió los vaivenes militares y políticos de la Revolución y el Reparto Agrario (Verduzco, 1992:Cap.2).

Hacia mediados del siglo se produjo la "Revolución Blanca" mediante la cual el estado reemplazó a la iglesia como institución principal de la educación. La rivalidad por la educación ha continuado casi hasta el presente (Luis González, 1994:170). La expansión de escuelas privadas y públicas de todos los niveles dio pie a periódicas pugnas entre esas instituciones. Temas como los libros de texto gratuito han mantenido viva la competencia por la legitimidad de la enseñanza. Al final del siglo XX, la escuela privada y la escuela pública se reparten la tarea de educar a la población por mandato superior: los colegios privados generalmente religiosos mantienen su clientela entre las capas sociales adineradas, mientras que los más pobres concurren a escuelas públicas.

La influencia de la Iglesia Católica hizo de Zamora desde hace más de un siglo un bastión de sectores católicos conservadores. Pero ya en 1978 Luis González consideraba superado el temor a la irreligiosidad (Tapia, 1986; Verduzco, 1992; Arizpe, 1989, Luis González, 1994:225)¹⁸. En los años noventa persiste un núcleo de familias de sectores medios y alto de ideología religiosa católica muy conservadora en lo referente a temas de educación de niños y jóvenes, que defienden al ámbito religioso escolar como bastión de ideología, lo que llega a ser un rasgo central de "cultura zamorana". Pero los habitantes de la ciudades son cultural y socialmente más diversos que lo que indica esa expresión, que ignora precisamente a muchos sectores sin voz o

subordinados. Por lo menos desde mediados del siglo XX, se mantiene entre las familias tradicionales y los notables del lugar, una actitud despectiva hacia el "gobierno" en general, y hacia la educación pública en particular, la cual representa - al menos como figura retórica - un campo óptimo de enfrentamiento ya que alguna vez desafió la hegemonía ideológica de la iglesia y fue derrotada. Además, con sus recursos precarios, los enfrentamientos gremiales y la burocratización propias del sistema educativo estatal, la escuela pública carece de medios y de logros para defender la autoridad federal en materia educativa.

En los hechos, la educación pública y religiosa ya llevan muchas décadas de *statu quo* en su enfrentamiento y están lejanos los años revolucionarios y la expansión de la educación popular. Las escuelas privadas pertenecientes o cercanas a la Iglesia Católica han mantenido el control de la educación de los sectores pudientes y la indiferencia mutua ha sido alterada sólo esporádicamente por asuntos puntuales, como la implementación de libros gratuitos de la SEP¹⁹ o el intento del gobierno de Michoacán para que los padres de familia controlaran las colegiaturas privadas, en 1983.

Todo esto hace de la educación escolar un campo en el que actúan los actores institucionales grandes en tamaño e importantes en política, representados por gente de edad y función respetables que discuten entre sí asuntos del poder, que incluyen las pugnas políticas por el control - democrático o autoritario - del

sindicato de maestros o de los puestos en la burocracia estatal educativa. La Secretaría de Educación reglamenta los calendarios que deben seguir las escuelas públicas y privadas, los informes estadísticos sobre inscripciones y promociones, etc.

Los grandes ausentes en todos los debates son los temas pedagógicos; la discusión de las condiciones en que se imparten las clases (luz, espacio, número de estudiantes por metro cuadrado) y cualquier preocupación por los niños aquí y ahora o por cualquier prospectiva sobre los mercados laborales que enfrentarán cinco o diez años después.

Tras haber revisado años enteros de la prensa local en busca infructuosa de los escolares de Zamora, se llega a la conclusión de que la educación propiamente dicha es un asunto fuera de agenda y jamás motivo de noticia, salvo en las ritualizadas efemérides escolares. La realidad es la que indican los planes. Qué se enseña, cómo se enseña, las condiciones de la vida escolar, no son material para notas periodísticas ni motivo de inquietud para los actores sociales y políticos regionales. Los Padres de Familia, a pesar de tener un lugar en la reglamentación de la actividad escolar, no ejercen como actores en la educación de sus hijos y los niños realmente existentes pueden estar de a cincuenta o más en los salones, agobiados por el peso de las mochilas, o por tareas y disciplinas de obediencia. Desde 1989 en adelante, sólo las luchas por la democracia gremial de los maestros fueron noticia del ámbito educativo.

Si las escuelas de Zamora representaran a otras en el Estado de Michoacán o una región más amplia de México, servirían para postular que el estado ha dejado de interesarse en este aspecto esencial de la reproducción social, aunque persistan organismos o aparatos y jerarquías creados para tal fin.

La cultura escolar de los padres de familia formados en las escuelas de Dios o de La Patria mantiene intactas las formas de la época (ya pasada) en que los bienes políticos e ideológicos estaban en el centro del poder.

Porque en los años noventa *el mercado* es el árbitro y creador de nuevas relaciones sociales. Lo que se traduce en la aparición de actores *económicos* que, en tanto tales, ni refuerzan ni combaten el orden que antes tuvo vigencia, aunque, de hecho, compiten frente a adultos, pudientes locales, jerarquía religiosa y conducción política con autoridad-que-no-se-discute. Las modificaciones en el ámbito del intercambio económico y financiero no portan, aparentemente, ninguna intención educativa de alcance general. Sin embargo, influyen sobre los niños y adultos cuando educan percepciones y emociones. El medio principal de este cambio está en todos los hogares y es la televisión.

En los niveles básicos, la presencia institucional de la escuela llega a los hogares mediante las tareas escolares que cada día los maestros encargan a los estudiantes. Las mismas insumen entre dos y cuatro horas del tiempo doméstico de los niños, pero además involucran a los padres como agentes que refuerzan el poder

institucional escolar. Las tareas son buen punto de reflexión para quienes quieran comprender un sistema escolar en el que los niños son objeto que debe transformarse en producto normalizado, y sobre el cual no tienen nada que opinar. Los padres no cuestionan en ningún caso qué puede ser mejor para los niños de hoy o mañana y la escuela (como institución) actúa a través de los maestros y de los padres mismos como portadora de propuestas culturales que no causan disidencia. La escuela manda sobre los maestros, éstos sobre los niños y, a veces reúne a los padres para sugerirles que apoyen su misión.

Las escuelas públicas y las privadas (llamadas "colegios") marcan diferencias sociales. Los estudiantes de unas y otras se distinguen antes que nada - aquí como en otros lugares - por su pertenencia a distintos estratos socioeconómicos. También - en conexión con lo anterior - por la calidad de las instalaciones, la pertenencia socioeconómica de los maestros y un poco por la organización de la enseñanza.

Un dirigente de los maestros marca así las diferencias:

"Las escuelas de gobierno son pobres, pero mejores que las privadas. Solamente algunas de las escuelas privadas son mejores en enseñanza que las escuelas de gobierno. .. Lo que pasa es que en las escuelas privadas todo se ve más elegante y más ordenado. A ellos (a los maestros de las escuelas privadas) les insisten (las autoridades de la escuela) en la ropa y en la presentación. Las escuelas de gobierno tienen apenas las paredes; a veces no tienen ni cortinas y les entra el sol todo el día. Lo mismo los maestros, que vamos vestidos de manera más corriente. Pero en los concursos casi siempre les ganan las escuelas de gobierno, por eso se ve que no están mejor preparados"²⁰.

Las escuelas, de gobierno y privadas, que formaron parte de esta investigación no son homogéneas y la opinión anterior simplifica excesivamente las cosas. Los datos de encuesta permiten comprobar la diferenciación de grupos sociales que asisten a ellas. Cada estudiante recibió una ponderación de su status socioeconómico²¹.

Tabla 9 - Indicador de Status socioeconómico por escuelas

| Escuela | Puntos SSE | Desv. Stand. | Nº de casos |
|--------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1 | 7.68 | 1.84 | 405 |
| 2 | 6.39 | 1.66 | 73 |
| 3 (Sec.p/trab.) | 6.24 | 1.86 | 100 |
| 4 (Sec.técnica) | 7.16 | 1.75 | 111 |
| Escuelas públicas | 6.95 | 1.84 | 405 |
| 6 R-1 | 8.98 | 2.74 | 36 |
| 7 R-2 | 10.08 | 1.92 | 29 |
| 8 L-1 | 7.11 | 2.11 | 42 |
| Escuelas Privadas | 8.55 | 2.59 | 107 |

(R-1, R-2: Escuelas religiosas; L-1: Escuela laica)

Cuadro: Status SE y Tipo de Escuela

| | Status SE y Tipo de Escuela | | Total |
|-------|--------------------------------|------------------------------|--------------|
| | Públicas | Privadas | |
| | Exp Val | | |
| | Fil Pct | | |
| | Col Pct | | |
| Bajo | 155 131 93.4% 38.8% | 11 35 6.6% 10.3% | 166 32.7% |
| Medio | 151 139.6 85.3% 37.8% | 26 37.4 14.7% 24.3% | 177 34.9% |
| Alto | 94 129.4 57.3% 23.5% | 70 34.6 42.7% 65.4% | 164 32.3% |

Columna 400 107 507
 Total 78.9% 21.1% 100.0%
 Observaciones no incluidas: 23

Los dos cuadros anteriores prueban algunos puntos que intuitivamente se presumen y agregan detalle: se comprueba que las escuelas privadas de educación religiosa concentran mayor porcentaje de gente de alto SSE. Pero se observan diferencias en cuanto a apertura hacia estudiantes de menores ingresos: una de las escuelas religiosas atrae a sectores sociales más amplios mientras la otra se dedica casi exclusivamente a los estratos altos. Dichas escuelas aúnan selectividad social y un curriculum de alto contenido confesional. Las escuelas privadas en algunos casos no son manejadas por órdenes religiosas sino por laicos, pero en todos los casos se enseña o practica religión católica con asistencia a misas, oraciones y celebraciones especiales. Frase ilustrativa de una maestra: "aquí no somos religiosos; sólo lo

normal: vamos a misa los viernes primeros y rezamos sólo al comenzar la clase".

Hay relación entre el tipo de escuela y la posición social, como lo demuestra nuestra población encuestada y los resultados del cuadro visto anteriormente.

Distribuyendo en tercios la población total según su status socioeconómico, las escuelas privadas tienen un 65 por ciento de status alto, un 25 medio y sólo un 10 por ciento de status bajo, mientras que la correspondientes cifras para las escuelas públicas son 39, 38 y 23 por ciento. Se confirma así lo que se intuye: que los más pudientes se concentran en las escuelas privadas.

Notas del Capítulo 3

1. Para una consulta en primera aproximación sobre las características generales de esta región, cf. Pi-Sunyer, 1973; González, 1984; Arizpe, 1989; Verdusco, 1992.

2. Lo mismo sucede con otras ciudades del norte del Estado. La explicación que se ha dado es que esta desconexión de ciudades se debe a relaciones directas establecidas entre el Poder Ejecutivo federal y personajes locales importantes (como fue el caso de Lázaro Cárdenas). Esto ha puesto dificultades al gobierno del Michoacán para coordinar relaciones entre regiones y ciudades (Mollard, 1991:87).

3. Hacia 1988 empezó a construir edificios para una congeladora de gran tamaño. Sin embargo esa planta industrial no llegó a funcionar cuando perdió influencia sobre el control de superficie cultivada.

4. Es difícil calificar al capital en una época en su movilidad geográfica es creciente. Sin embargo arriesgamos la designación de "foráneo" para las compañías que tienen su base fuera de la región.

5. Esta disputa llegó a desencadenar verdaderas batallas entre agricultores que querían regular la producción para mantener precios altos y los que, incentivados por las congeladoras, plantaban fresa libremente (Fernández, 1993).

6. Se trata de una extensión de la forma de operar que tienen las autoridades sanitarias del USDA en la frontera norte. Los pesticidas controlados son aquellos que puedan pasar al producto. No hay, en cambio control sobre la manera en que afectan la salud de los trabajadores rurales que los aplican (Seefoó, 1993).

7. Mientras la superficie sembrada en 1986/87 fue de 1927 ha, la que corresponde a 1989/90 2315 , en 1992-93 fue de 1435 y en 93/94 de 1212 ha sembradas. La producción de los agricultores o bien está pactada de antemano con las industrias o, en el mercado libre, sirve para regular el abasto de las industrias (fuentes: Fernández, 1989; SARH; El Sol de Zamora).

Las empresas agroindustriales han introducido nuevas técnicas de riego, selección, solarización, acolchado y desinfección y, eventualmente, emplean personal extranjero para introducir las nuevas técnicas. Así, la empresa Frexport del grupo Bimbo plantó en 1993 unas 120 ha con una inversión de 1.8 millones de nuevos pesos. En tanto que algunas de las nuevas medidas técnicas, como el cultivo aislado del suelo, benefician a los consumidores, otras como el uso de algunos pesticidas y desinfectantes tienen efectos sobre la salud de los trabajadores (Seefoó Luján, 1993:30).

8. Esta información proviene de entrevistas con comerciantes de diversos ramos.

9. Situado en el cuadro céntrico, no ha perdido importancia como centro del consumo local a la vez que de abasto mayorista. La falta de reglamentaciones - urbanísticas, viales, comerciales, higiénicas - en este mercado dan a Zamora un sello característico de desorden urbano. Un artículo reciente señala: "Según cálculos conservadores en el área urbana de Zamora, más de 800 000 m² (80 ha) de calles, banquetas, plazas,

jardines y arriates están invadidos por vendedores ambulantes y fijos, talleres mecánicos y de todo tipo, sitios de taxis, guayines, camionetas, motocicletas, y carros de mano, paradas inadecuadas de combis, transporte urbano y minibuses, estacionamientos, puestos y construcciones fijas y semifijas, materiales de construcción, invasiones ilegales con rejas, bardas y volados; terminales de autobuses, tortons y trailers, deshuesaderos, basureros, implementos agrícolas, etc." (Aguinaga Herrera, Jorge. "El espacio vital", en *Entorno*, N° 14, noviembre de 1991, p.15). Un intento del gobierno municipal en 1990 para erradicar el mercado culminó en fracaso, lo que indica la fuerza relativa de los bodegueros con respecto a las autoridades del Ayuntamiento.

10. Éste es un caso que sirve para ilustrar complejidades del crecimiento urbano de Zamora. Desde su licencia de construcción fechada con el 5 de Julio de 1990, empezaron discusiones entre el cliente, la regiduría de Urbanismo y Obras Públicas, la Dirección de Urbanismo Municipal y grupos civiles. El caso fue del conocimiento público y la obra fue clausurada por la Dirección de Urbanismo Municipal por no cumplir el requisito de contar con un estacionamiento para las necesidades futuras de la torre y del hospital. La construcción continuó a pesar de haber sido clausurada, lo cual motivó que algunos grupos ciudadanos se manifestaran públicamente denunciando la "prepotencia de las autoridades" involucradas en la construcción de la obra. Inclusive se hizo renunciar al perito responsable para dejar lugar a un funcionario municipal. El resultado hace fuerte impacto en el entorno urbano e ilustra cómo se logra que una ciudad como Zamora tenga el aspecto urbano anárquico que la identifica.

11. Entre 1960-70 el crecimiento demográfico de Zamora llegó a 4.4% anual. La fresa llegó a 3088 y 3235 hectáreas en 1967-68 y 1972-73, respectivamente. La papa, 3528 hectáreas en 1968-69 y en 1970-71 superaba las 2600. El jitomate las 1099 ha en 1972-73 y, en el ciclo 1976-77, 2333 ha (Seefóo, 1992).

12. La tipología de los fraccionamientos fue tomada de la clasificación que hace la Dirección de Urbanismo municipal para el cobro de agua potable.

13. De las 284 empresas constructoras de Michoacán registradas actualmente en la Cámara Nacional de la Industria, 234 están en Morelia, 19 en Uruapan y sólo 6 en Zamora. (Cárdenas Cuevas, Antonio, *Entorno*, Noviembre de 1994, no. 41, p. 9). Asimismo, *La Voz de Michoacán* (martes 12 de julio de 1997) denuncia que más de 4000 terrenos urbanos de Zamora son objeto de negocio especulativo y no están ocupados.

14. Estos negocios se clasifican como tipo A.

15. El promedio de tiempo destinado a mirar televisión supera las 24 horas por semana.

16. De la población censada entre 6 a 14 años (35 176) la proporción que concurre a la escuela (28 022) es del 79,7 por ciento. La proporción de secundarios es más baja.

17. El detalle es así

MUESTRA: 530

Padre nacido en Zamora: 230 NC 27

Madre nacida en Zamora: 235 NC 20
ambos nacidos en Zamora:156 NC 29
Alguno los dos nacido en Zamora: 309
Padre nacido en Michoacán: 410
Madre Nacida en Michoacán: 412
Ambos michoacanos: 470
No contestan: 29

18. Un ejemplo ilustrativo: en años recientes, mediante trámites complejos, la arquidiócesis logró del Gobierno Federal la devolución de la catedral monumental que había empezado a construirse en los primeros años del siglo XX y que fuera confiscada en los años revolucionarios. La obra continuó hasta 1998 con apoyo de la feligresía sin respetar el acuerdo con el INAH sobre el plano de construcción.

19. Asuntos como los libros de texto son un asunto de polémica ideológica antes que de preocupación pedagógica o educativa. Mientras los libros de texto gratuitos que proporciona la SEP tienen alto nivel de detalle y apego a los conocimientos de las materias que tratan, los "complementos" y otros libros de la editoriales privadas recomendados en los colegios privados contienen errores innumerables, invisibles a los ojos de los maestros o directivos que los recomiendan y defienden.

20. Fuente: entrevista a dirigente regional del SUTERM.

21. Sobre la manera en que se ponderó el Status Socioeconómico, ver nota 2 del Capítulo 4.

2010

2001
2015

BIBLIOTECA
RECIBIDO



Centro de Investigación y
Estudios Superiores en
Antropología Social

MAYO 24 2000
Subdirección de Docencia
DONACION



Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias
Sociales y Humanidades

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

ÁREA DE ANTROPOLOGÍA

Negocios de Videojuego en Zamora

El Lugar Actual de lo Material y lo Simbólico en Economía y Antropología

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES
PRESENTA

Héctor Oscar González Seguí

Diciembre de 1999


CENTRO DE INVESTIGACIONES
Y ESTUDIOS SUPERIORES EN
ANTROPOLOGIA SOCIAL
BIBLIOTECA

II

00037281

Capítulo 4 - El consumo de videojuegos

Presentación

En este capítulo se ofrece información sobre la etapa del consumo local de los videojuegos y sobre los usuarios y su entorno social.

Esta parte del estudio se propone mostrar el uso de videojuegos en Zamora una ciudad de más de 100 000 habitantes, cuyos principales rasgos históricos, económicos y culturales fueron presentados en el capítulo anterior.

La información principal de este capítulo proviene de una amplia encuesta a escolares y de la observación directa de los juegos en negocios, así como de cuestionarios y entrevistas.

Los antecedentes académicos de investigación sobre el empleo y efectos de videojuegos, a los cuales se hace referencia comparativa en la última parte del capítulo, provienen en su mayoría de los E.U.A.¹. Varios de los puntos observados en Zamora sobre el uso de videojuegos se analizan con referencia a esa bibliografía y la exposición de la información local se pone en diálogo con esos antecedentes.

La exposición comienza con información referida a los locales públicos de videojuegos en Zamora y luego se trata en detalle su uso. El orden de los temas es el siguiente:

- 1) Métodos y fuentes con que se obtuvo la información.
- 2) Visión general del videojuego en Zamora.

- 3) Contexto familiar y cultural de los jugadores.
- 4) Distinciones y diferencias sociales en el consumo de videojuegos; en particular diferencias de género y status socioeconómico².
- 5) Comparación entre el uso y efectos de los videojuegos en Zamora referida a las investigaciones en otros países.
- 6) Conclusiones del capítulo.

I. Métodos y fuentes con que se obtuvo la información

Las fuentes empleadas para este capítulo son:

- 1) Una encuesta entre escolares de tercer año de escuelas secundarias de Zamora es el instrumento que se escogió para dar amplitud al estudio³. Las escuelas secundarias contienen una amplia gama social por lo que son lugares aptos para esta clase de estudios. El cuestionario (anexo 4-1) contiene 119 preguntas de las cuales se obtuvieron 170 variables o campos de información (anexo 4-4). La población encuestada fue de 530 jóvenes de tercer año de siete escuelas: cuatro escuelas secundarias públicas más tres colegios privados⁴.
- 2) Se aplicó un cuestionario (ver anexo 4-1a) que los jóvenes respondieron en el salón de clases (detalles de su aplicación se ven en el anexo 4-1b).
- 3) También se obtuvo material de base en cuestionarios contestados por estudiantes que manifestaron interés en el tema de videojuegos para ser interrogados especialmente sobre el tema. Contestaron

preguntas abiertas sobre su historia de juegos, su valoración de los videojuegos como medio para relacionarse con otros jóvenes, su idea sobre una posible "adicción" a los videojuegos y sobre las jornadas de descanso y días de clase (ver anexo 4-2).

4) Los profesores respondieron a un cuestionario de cuatro preguntas generales acerca de la opinión que tenían sobre los videojuegos (anexo 4-3).

5) La información sobre el rendimiento escolar se obtuvo a través de la administración de cada escuela y quedó finalmente incorporada a la base de datos de la encuesta⁵. Esta información fue más tarde procesada para dar un valor a variables de rendimiento escolar para cada uno de los casos.

II. Jugadores y formas de jugar

Los juegos de video se emplean en dos formas principales: 1) en locales comerciales que ofrecen videojuegos; 2) en aparatos domésticos. Ambas modalidades corresponden a dos sectores de mercado diferentes y su estudio requiere acercamientos y consideraciones distintas. En su clasificación económica, los juegos de negocios forman parte de la rama de servicios mientras que los juegos domésticos se consideran bienes de consumo duradero (como los artefactos eléctricos para el hogar). En los locales comerciales se accede con facilidad a la observación directa del juego y el ambiente en que se desarrolla, mientras que la observación directa del uso de los videojuegos domésticos se

restringe a pocos casos de modo que sólo es posible conocer hábitos en una población grande a través de cuestionarios.

Los locales de videojuegos

Cuando se realizó este estudio los videojuegos tenían unos 15 años de conocidos en Zamora; en los barrios los niños y jóvenes sabían de qué se trataban y todos tenían posibilidad de jugarlos. En marzo de 1993 los locales de videojuego eran 87, según el censo que realizó el ayuntamiento, y los recorridos que realizamos por la ciudad agregaron 15 locales más que no figuraban en la lista: en total Zamora tenía 102 locales de videojuego. Un comerciante del ramo estimaba en ese momento en unas 500 las consolas de juegos operadas por monedas o fichas en la ciudad, los alrededores y la población conurbada de Jacona.

El rubro de videojuegos atraía inversiones pequeñas y medianas, desde dinero de emigrantes a los E.U.A., con que se abría algún pequeño local de "maquinitas" en una cochera, hasta capitales del equivalente a unos 200 000 dólares, cantidad necesaria para iniciar una franquicia.

La diferencia en tamaño y capital de los negocios de videojuegos hace necesaria una clasificación de los mismos; por lo que se postulan tres categorías: A) franquicias y locales grandes, B) locales medianos y C) locales chicos. Las tres se pueden diferenciar por la cantidad de capital invertido y por otros rasgos que se observan en la Tabla 10.

Tabla 10 - Tipos de locales de videojuegos. Características

| Cate- goría | Nºde juegos/lo cal | Características de inversión y comercialización | Nºde locales |
|----------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| A | más de 20 | Programa de negocio que incluye mantenimiento, renovación de juegos y campañas de publicidad. Inversión proveniente de negocios urbanos , inversión planeada de capital | 5 |
| B | 10 a 20 | Inversión proveniente de pequeño capital comercial, remesas migratorias; reconversión de negocios familiares | 15 |
| C | menos de 10 | Inversión complementaria para subsistencia del grupo doméstico | 75-82 |

Locales de Categoría A

Existe en ellos una variedad de juegos que van desde los videojuegos de consola de 20 pulgadas, hasta superpantallas, simuladores de conducción de automóviles de carrera, motocicletas, etc.

También hay otros aparatos de juego: mesas de aire, volteadores de muñecos, máquinas de pescar muñecos de peluche, básquetbol miniatura, pin-balls, sinfonolas que pasan discos y otras. En todo caso, el número de aparatos no baja de veinte y por lo general es mayor. Los juegos son variados y cada dos meses suele cambiarse alguno.

En Zamora, en 1995 eran cinco los locales de esta categoría. Su horario de atención va de las 10 de la mañana hasta las 21 horas, incluyendo los domingos⁶. El local más importante se ubica en un centro comercial creado en 1994. Concurren a él no sólo adolescentes, sino adultos y niños pequeños con sus padres.

Los locales de juego, especialmente aquellos que tienen más de diez consolas funcionando a la vez, presentan un ambiente auditivo extremo por la suma de los sonidos de los aparatos.

Los juegos se pagan con fichas que los accionan, pero los precios varían: las consolas de 24 pulgadas cuestan una ficha, pero las de pantallas mayores o los simuladores cuestan dos y hasta tres fichas. Antes de la devaluación del peso de fines de 1994 costaban 50 centavos y al año siguiente, el precio de la ficha subió a 70 centavos⁷.

El público que concurre es muy variable. Las cadenas formales proponen la imagen de los negocios como "centros de diversión para toda la familia"⁸ y tratan así de contrarrestar los temores a ser considerados lugares de vicio. Algunos locales lo han logrado; se pueden encontrar matrimonios con hijos pequeños junto a la población más asidua de niños mayores de 10 años hasta los jóvenes de más de veinte, especialmente varones. En los locales puede encontrarse una cantidad importante de concurrentes (unas treinta personas), pero existe poca comunicación entre ellos.

El tiempo de diversión (de interacción con el aparato de videojuego) que se obtiene a cambio de una ficha depende de la habilidad del jugador para mantenerse "vivo" y no perder, de modo de pasar a niveles más avanzados, ya se trate de una pelea (*Mortal Kombat*, *Fatal Fury*, etc.), una carrera de coches, una batalla (*Lethal Enforcers*), o un partido de fútbol (*FIFA*).

Ésta es una imagen típica de un local A: los empleados visten uniforme y el local está pintado de colores fosforescentes. Es un lugar semiabierto en un centro comercial que no tiene propiamente una puerta. Hay en total 25 aparatos de diversión, de los cuales 18 tienen su propia producción sonora; se destaca una sinfonola que toca CDs.

El juego *Lucky and Wild* (Namco, 1994) tiene un simulador de conducir coches y dos pistolas a la derecha del volante. Lucky y Wild son dos policías de California. Un jugador conduce y puede disparar una de las dos pistolas, mientras el otro dispara a incontables enemigos que van apareciendo por las calles de Los Angeles. Las imágenes incluyen la rotura del parabrisas y en el espejo retrovisor la cara de los dos rubios policías (si pierden, el último cuadro los muestra ensangrentados). El juego repite la escena, exitosa y reiterada hasta el cansancio en películas y series de televisión, de policías en lucha en las autopistas de California y los jugadores pueden disparar e incendiar como si fueran artistas de Hollywood.

Los primeros dos minutos pueden transcurrir con éxito (es decir, destruyendo con disparos los coches, motos y tiradores que van saliendo a la pantalla para destruir a nuestros amigos policías. Pero aun si tienen éxito, los jugadores deben insertar monedas para que el juego continúe. De este modo, en cinco minutos, los jugadores han depositado otras tantas fichas. El ritmo audiovisual es muy intenso. Es máxima la cantidad de

enemigos, de tiros, de paisajes, de rutas, etc. Al final de cada estadio, los policías se presentan a cambiar su carro en un lugar donde los atienden las gatitas (*The Kitties*).

Fuente: Observación en Local A-1, 23 de abril de 1995, 18 hs.

Locales de categoría B

Los locales intermedios son aquellos que tiene suficiente capital para montar un local adecuado con varias consolas - generalmente entre 10 y 20 - y cierta diversidad inicial de juegos. Su plan de negocio no tiene en cuenta que son necesarios la renovación de juegos y algún tipo de publicidad. Lo característico de estos locales es la decadencia de su equipamiento y la poca actualización de sus juegos. Los jóvenes más informados acerca de las novedades en videojuegos no asisten a este tipo de locales, que se ubican en las cercanías de escuelas secundarias y mercados. Generalmente hay poca concurrencia en horas de la mañana y hacia el mediodía confluyen los jóvenes a medida que van saliendo de las escuelas. Por la tarde, dependiendo de la localización, la asistencia se mantiene sostenida, entre las 17 y las 20 horas.

Estos locales tienen una inversión de entre (el equivalente en pesos de) 10 y 20 mil dólares y no suelen contar con un plan de negocios de largo plazo. Se observa que, a diferencia de los locales de tipo A, éstos no renuevan con regularidad sus títulos ni introducen nuevos aparatos después de la inversión inicial.

Locales de categoría C

Los locales de barrio tienen características especiales: en el sentido técnico son simples o aun deficientes; los juegos mismos tienen muy poca variación y las consolas suelen ser antiguas (aún hay maquinitas que tienen monitor de 14 pulgadas en blanco y negro y hasta se ven juegos Atari con las primeras versiones de *Pac-Man*). Los muebles están gastados y sucios. Esas maquinitas viejas operaron hasta 1995 con las viejas monedas de 100 pesos y después con fichas por un tiempo fijo, 2 minutos generalmente, y luego se inserta otra moneda para que el juego salga de su estado de pausa (los juegos posteriores, en cambio, extienden su tiempo si el jugador supera los obstáculos y, cuando éste pierde, tiene la posibilidad de insertar otra ficha sin volver al principio).

Los locales de barrio merecen mencionarse también por el ambiente físico, ya que constatamos que se utilizan locales que serían inadecuados para otra clase de negocio (Duero, Mercado, El Carmen). Ejemplos: en una pequeña habitación de entrada se mezclan muebles o enseres con los aparatos de juego, con conexiones eléctricas precarias. En otro local el techo tiene apenas una altura de 1.80 m (caso en la colonia El Duero); otro negocio de la Av. 5 de Mayo se usa como bodega para cajas de mercancías y cosas similares.

También existen sitios de videojuego en los pequeños pueblos y rancherías del municipio de Zamora y alrededores. Su misma existencia prueba en qué medida la economía urbana alcanza

localidades rurales y hasta qué punto la cultura de los pequeños recibe incidencias de estas mercancías globales culturales.

Mencionaré brevemente una localidad cercana:

El Platanal es un poblado a 8 km de Zamora. En la avenida principal se ubican los tres locales de maquinitas.

1) junto a la escuela primaria "Plan de Ayala" hay seis maquinitas en blanco y negro con juegos para los más pequeños (*Mario* 1,3) y dos juegos de pantalla grande, un *Street Fighter II*, 1 multijuegos. Tienen ya 8 años de antigüedad: empezaron en 1987. Cuestan 100 pesos (0.10 N\$). El grande, antes valía 500, pero tuvo que bajarse a 100, porque, después de unos días de auge, nadie jugaba.

Las máquinas son de propiedad de la dueña del local.

Se venden allí frutas y dulces y, según los maestros, las maquinitas le sirven para vender los dulces. Este es el lugar más exitoso de videojuegos en esta localidad.

2) Enfrente hay un local de abarrotes con tres maquinitas:
- *Street Fighter V* (1993) (Las figuras en pantalla de 14" se ven como de *Street Fighter I*, pero imperfectas).

- *Tiny Toons* (20")

- Un juego con caracteres coreanos en el que un niño va por una senda (estilo *Mario*, *Sonic*, etc.). La dueña de este local dijo que trabajaba a comisión desde hacía seis meses. Cada juego se paga con una moneda de 100 pesos viejos.

3) Local frente a la cancha central del pueblo. Tiene 12 maquinitas, de propiedad. Todas menos una estaban apagadas. Es un negocio de verdulería. No fueron claros sobre cuántos años llevan. Tres máquinas con carteles *Street Fighter II* a 100 pesos por ficha⁹.

Tiempos y espacios en los locales

Los locales de videojuego tienen variaciones semanales y anuales de venta. En los locales A y B del centro la actividad matutina en época de clases, se da por la concurrencia de hombres jóvenes (20-30 años de edad) que pertenecen a una generación anterior de videojugadores y se distraen en alguna pausa laboral. Por la tarde, en cambio, ellos pasan a ser minoritarios. En horas

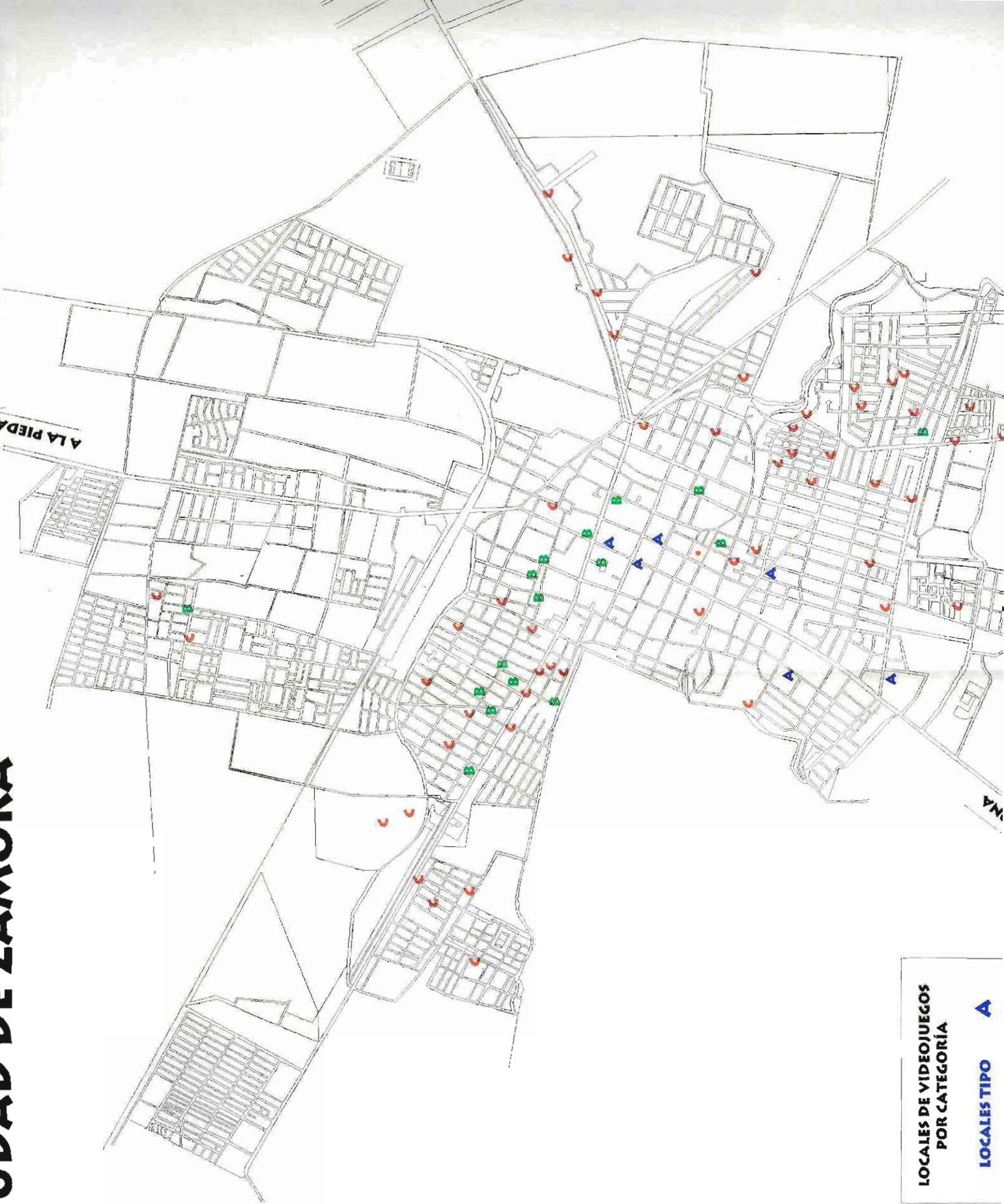
de la mañana también llegan jóvenes que asisten a escuelas vespertinas, o que no van a la escuela. Los niños y adolescentes aparecen después del mediodía, cuando empiezan a salir de las escuelas. En los locales de barrio (categoría C), la clientela está casi siempre formada por niños y hay poca actividad antes del mediodía. Los sábados y domingos hay más movimiento por la mañana a partir de las 11 horas. En los locales A y B la asistencia se mantiene todo el día, disminuyendo a la hora de comer (excepto local A de un centro comercial). En la época de vacaciones los tres tipos de locales aumentan su actividad por las mañanas.

Los negocios de videojuego en 1995

A fines de 1994 aumentó la competencia entre locales de videojuego y disminuyó la rentabilidad media de las máquinas; muchos cerraron y las consolas se pusieron a comisión en locales rurales o de la periferia urbana: "Ahora son necesarias 10 maquinitas para sacar el número de fichas que hace un año y medio conseguíamos con una sola" (nov. 1994) declaraba un propietario de varios locales medios (Categoría "B"). La crisis económica hizo impacto sobre el consumo de estratos medio y popular desde mediados de 1994 y se acentuó después de la devaluación del peso. Los aparatos y los juegos anteriores perdieron valor en los años 1994 y 1995. Además, el uso de juegos domésticos seguía aumentando en número y mejorando en tecnología: aparecieron otras plataformas de juego, como Sony Playstation, y nuevos modelos de Nintendo y

CIUDAD DE ZAMORA

A LA PIEDAD



**LOCALES DE VIDEOJUEGOS
POR CATEGORÍA**

LOCALES TIPO **A**

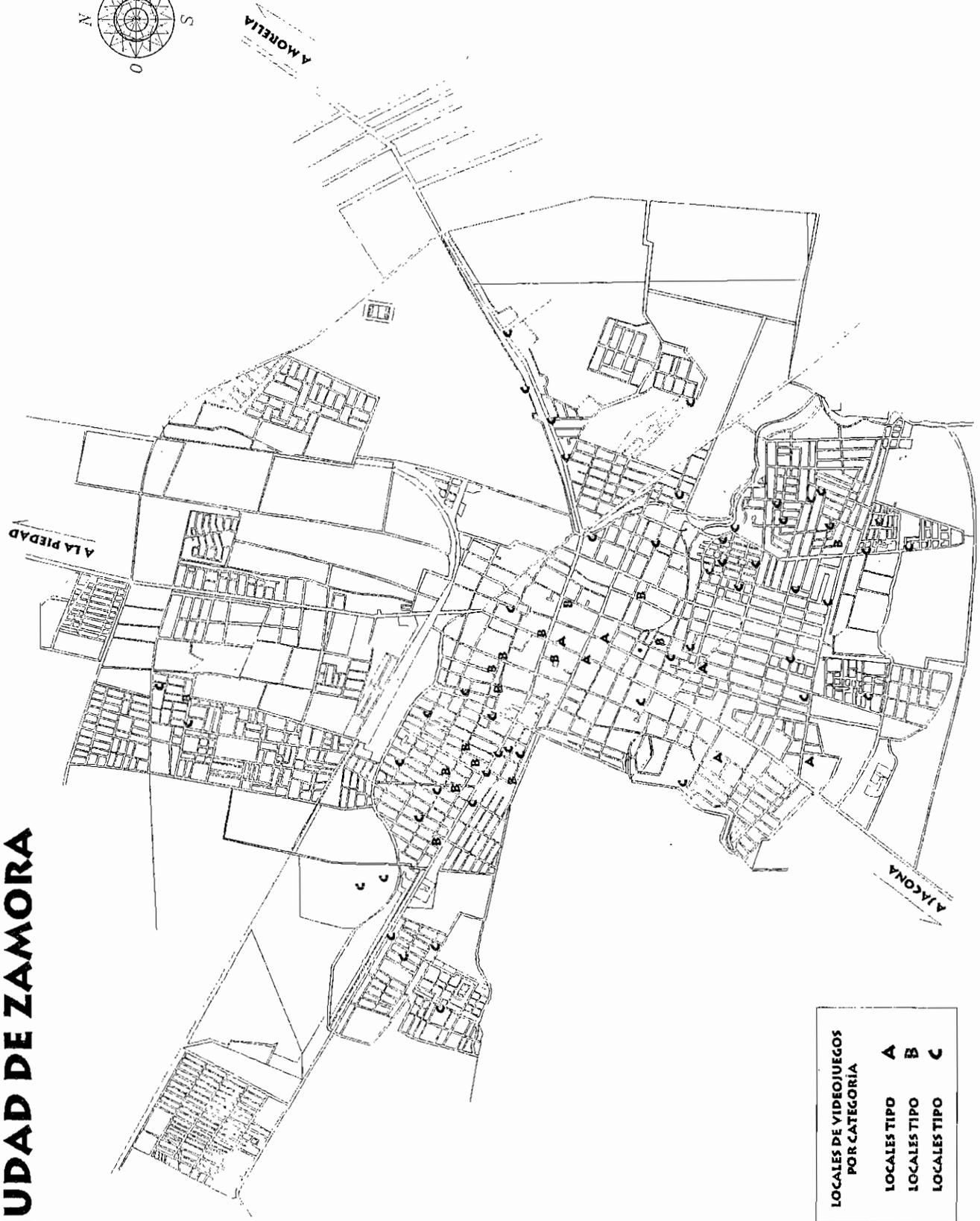
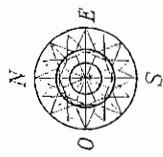
SEGA. Los juegos de computadoras se llevaron un sector de consumidores.

Por todo ello, en 1995 los locales de videojuegos se habían reducido a la mitad. Hay una decantación: los más chicos permanecen con baja tecnología y bajos precios y el mercado se mantiene en las categorías alta y baja (A y C).

Distribución de los videojuegos en la geografía urbana

Si los videojuegos se han difundido entre las distintas capas de población y en qué medida la localización urbana influye en el acceso a la posibilidad de jugar puede deducirse de la información que sigue. La ubicación de los locales de videojuegos por colonia en diciembre de 1993 se ve en el Gráfico 2 de la página siguiente.

CIUDAD DE ZAMORA



| LOCALES DE VIDEOJUEGOS POR CATEGORIA | |
|-----------------------------------------|---|
| LOCALES TIPO | A |
| LOCALES TIPO | B |
| LOCALES TIPO | C |

Las colonias en que se ubican los locales se observan en detalle en la siguiente tabla; las colonias son clasificadas aquí en tres grupos de calidad residencial (CRE)¹⁰:

Tabla 11 - Ubicación de locales de videojuego por colonia

| COLONIA | N° Loc | CRE | COLONIA | N° Loc | CRE |
|-------------------|-----------|-----|------------------|-----------|-----|
| 20 de Noviembre | 3 | C | Florida | 1 | A |
| Arboledas | 6 | B | Luneta | 3 | A |
| Centro | 10 | A* | Lima | 1 | C |
| Del Valle | 2 | B | Las Fuentes | 8 | A |
| Ejidal | 2 | B | Los Espinos | 1 | C |
| El Carmen | 2 | B | Miguel Regalado | 1 | C |
| El Duero | 2 | B | Miguel Hidalgo | 1 | C |
| El Porvenir | 3 | B | Ramírez | 8 | B |
| Fovisste | 4 | A-B | Urbana | 5 | B |
| Morelos | 3 | B-C | Valencia | 2 | E-C |
| Jardines Catedral | 4 | B | No especificados | 6 | |
| Jardinadas | 3 | A* | | | |
| | | | TOTAL | 81 | |

Nota: Los marcados con asterisco indican el estrato predominante en la ubicación del local, pero una concurrencia socioeconómica diversa.

Las maneras de jugar videojuegos

La interacción posible con los juegos depende del aparato y del juego (*hardware* y *software*). En estos años hay una intensificación de la interacción entre los jugadores y máquinas posible porque los procesadores multiplican por diez su velocidad y memoria, mientras que en *software* se diseñan gráficos de alta definición con movimiento en tres dimensiones a voluntad del jugador. Los simuladores de carreras se presentan en cabinas con un volante, acelerador y palanca de cambios (*Out Run*, *Cisco Heat*) Otros más sencillos tienen un volante y un pedal y se operan de pie (*Big Run*). Los hay con una o dos armas (metralletas, pistolas)

que, manejadas por el jugador, apuntan y disparan contra enemigos en pantalla (*Operation Wolf, Space Gun*). Sin embargo, la mayoría de las consolas se accionan con una palanca y dos o cuatro botones. En los juegos de lucha, el jugador escoge un personaje que enfrenta a otro accionado por la computadora o por otro jugador (en este caso, debe gastar su ficha). En algunos juegos participan hasta cuatro jugadores (*Captain Commando, T.M. Ninja Turtles*) que se asocian contra enemigos comunes que opera la computadora. Los juegos más populares en la época de este estudio fueron los de lucha entre dos personajes, como *Street Fighter II* y *Mortal Kombat*, que sobresalieron y llegan a ser clásicos¹¹ en el género de juegos de lucha. Desde 1993, estos juegos y sus versiones sucesivas (*Street Fighter Champion Edition, Mortal Kombat II* y otras) estuvieron en todos los locales de las tres categorías que proponemos para Zamora. En los locales "C" suelen ser la inversión fuerte y están junto a otros juegos cuya antigüedad puede llegar hasta principios de la década de 1980 (*Ms. Pac-Man, Tetris, Mario Bros. I, Adventure Island*).

Con respecto a los juegos que pueden hallarse juntos, damos a continuación en la Tabla 12 y Tabla 13 dos ejemplos del repertorio que ofrecían un local de categoría A y otro de categoría B. Además de una descripción breve, mencionamos su lugar en la tipología que desarrolló Funk (1993) ya mencionada en el Capítulo 2.

Tabla 12 - Consolas y juegos en un local categoría A

| Nombre | Descripción | Tipo (*) |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Street Fighter II | 1991- Juego señero en los 90 de lucha personal entre dos. | Violencia humana |
| Mortal Kombat | 1992 - Juego de lucha personal con movimiento de imágenes nuevo. Escenas de sangre y saña. | Violencia humana |
| NBA Jam | 1993 - Juego de basketbol con imágenes de jugadores y posibilidades de maniobras | Deportivo |
| World Cup 90 | 1989 - Fútbol en 2 dimensiones. | Deportivo |
| Caliber Fifty | 1989 - Un prisionero sobreviviente en Vietnam huye 20 años después. | Violencia humana |
| Contra | 1987 - El jugador es un soldado comando que se mueve matando enemigos. | Violencia humana |
| Strider | 1989 - Un Ninja del año 2048 lucha en los techos de Moscú o en la selva del Amazonas. | Violencia humana |
| Teenage Mutant Ninja Turtles | 1989 - Las tortugas se mueven matando a los malos para salvar a April O'Neil. Pueden jugar hasta 4 jugadores. | Violencia Fantasia (cooperación) |
| Fatal Fury | 1991- Se pueden elegir tres personajes para luchar contra nueve malos diferentes. | Violencia humana |
| Soccer Finals | Fútbol en 2 dimensiones. | Deportivo |
| Final Lap | Simulador de carreras con doble asiento. | Carrera |
| Cisco Heat | 1991 - Una carrera en simulador doble de la policía por las calles de San Francisco con saltos y vueltas en ángulo recto. | Carrera - violencia |
| After Burner | 1987 - Un simulador de vuelo para batallas aéreas. Los jugadores deben destruir los aviones que llegan con el fin de avanzar. | Guerra |
| Pit Fighter | 1990 - Artes marciales con varios personajes. | Violencia humana |
| Legionnaire | 1992 -Una carrera por la ciudad para salvar a Judy, secuestrada por los malos. Frank, Chris and Alfred deben salvarla pasando cinco mundos. | Carrera + V.H. |
| Indy Heat | 1991 -Cinco carros luchan por el primer lugar con diferentes pistas y aspectos de una carrera. Volante y pedal. | Deportivo |
| Simpsons | 1991 - Cuatro jugadores asumen los roles de Homero, Marge, Bart, o Lisa Simpson. La meta es salvar a Maggie y recuperar un diamante. | Caricatura + V.F. (cooperación) |
| 1942 | Un avión de la Segunda Guerra Mundial lucha contra aviones enemigos sobre un mar vertical. | Violencia humana |
| Off Road | Carrera de camiones que se observa desde arriba y se maneja con volante y pedal. | Carrera + VH |
| Cabal | Desde una trinchera el jugador arroja granadas y ataca tanques y tropas. Al fin del nivel, se derrumba el edificio trinchera. | Violencia humana |
| S.T.U.N. Runner | Vehículo que dispara sobre otros mientras prueba su velocidad y con poderes invulnerables atropella adversarios. | Carrera- Violencia |

Relevamiento: octubre 1993

(*) La clasificación de videojuegos según Funk (1993). Ver cap. 2.

Tabla 13 - Consolas y juegos en un local categoría B

| Nombre | Descripción | Tipo (*) |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Ms. Pac-Man | 1981 - Consiste en recorrer un laberinto comiendo puntos y evitando ser comido. | Habilidad |
| Samurai Shodown | 1993 - Lucha en artes marciales | Violencia humana |
| Captain Commando | 1991 - Uno a cuatro jugadores eligen personajes buenos que se enfrentan a innumerables malos con diferentes aspectos y armamentos. | Violencia humana (cooperación) |
| Street Fighter II | Ver tabla anterior. | Violencia humana |
| Mortal Kombat | 1992 - Lucha de a dos en un escenario gráfico sangriento. Introdujo el final a gusto (sangriento) del jugador llamado <i>fatality</i> . | Violencia humana |
| Operation Wolf | 1986 - Juego con una metralleta para asaltar bases del ejército. | Violencia humana |
| Out Run | 1987 - Juego de rally Paris Dakar | Carrera |
| Big Run | 1989 - Simulador en ambiente agradable | Carrera |
| Double Dragon | 1987 - Artes marciales para salvar a una amiga secuestrada | Violencia humana |
| Mexico '86 | Juego de futbol 2-D con equipos de la Copa del Mundo. | Deporte |

Relevamiento: marzo 1994

(*) Funk (1993) ver cap. 2.

En los locales de categoría C. Se encuentran los juegos de violencia más conocidos (Street Fighter, Mortal Kombat) y muchas veces hay juegos de varios años de antigüedad.

La interacción entre jóvenes y juegos

Los juegos inducen conductas en las instrucciones en pantalla con las opciones que presentan.

La introducción muestra a veces una breve narración de antecedentes sobre la misión que los personajes deben cumplir. Los jugadores zamoranos apenas le prestan atención y no se preocupan por no entender las inscripciones que siempre están escritas en

inglés. Se limitan a escoger sus personajes y opciones de escenario cuando las hay; "Insert coin" o "Game over" son señales que no requieren mayor explicación.

Los juegos premian con puntos los buenos golpes de los luchadores, la alta velocidad de los coches de carrera o la eliminación de enemigos. Aquí los jugadores siguen las metas obvias de ganar *rounds* en los juegos de lucha o matar enemigos en guerras, lo que a veces permite acceder a nuevas "vidas" y a armas o "poderes" especiales. Todo eso es asimilado conforme al planteo de juego que el diseño propone. Sin embargo, llama la atención que los muchachos de Zamora no se interesen casi nunca en la propuesta (de fábrica) para sumar puntos y eso indica una brecha entre los hábitos culturales norteamericanos de llevar registros frente a otra modalidad de logros contundentes: goles, vidas o mundos superados¹². La pantalla de puntos o *ranking* de mejores jugadores casi siempre está vacía; sin que nadie le haga caso, conserva los *records* de la configuración original.

Apuestas, competencias y cooperación

La bibliografía señala que los videojuegos pueden ser el primer peldaño de socialización para juegos de apuestas. Muchos juegos ofrecen la opción de competencia entre jugadores, pero la mayoría de las veces los jugadores zamoranos observados juegan solos contra la máquina. Las competencias no son evidentes ni se observan apuestas; tampoco se hizo mención en los cuestionarios a

este tema que preocupa en otros países (cf.Griffith 1992). Los juegos que ofrecen "cooperación" tienen buena aceptación; permiten que varios jugadores sumen sus capacidades para luchar contra enemigos (por ejemplo, las *Tortugas Ninja*). Si un nuevo jugador llega e inserta una ficha se incorpora sin más trámite como un combatiente en la batalla. Sin embargo, no se observa que a partir de la situación de juego los muchachos tengan normalmente un mayor intercambio, aunque en algunos cuestionarios lo declaran así (ver p.218).

El juego en casa

El juego en casa es la otra forma de jugar videojuegos. Usamos la designación de videojuegos domésticos (VJD) para los aparatos y juegos de este tipo. Desde los primeros Atari hasta las plataformas de los años noventa los VJD fueron la rama más dinámica de la tecnología y economía de videojuegos (recordemos que Atari y Nintendo, los líderes del negocio, en la década de 1980 y 1990 respectivamente, debieron su auge a la venta de VJD). En la década de 1990 los juegos (*software*) recién lanzados al mercado se conocen en Zamora enseguida, pero la tardanza de introducción de los aparatos (*hardware*) de VJD es mayor y la oferta corresponde por lo general a modelos anteriores a los existentes en los E.U.A.

Un recuento de las preferencias de los entrevistados por juegos en casa muestran que 228 (48.5%) de 470 responden

afirmativamente a tener en su casa aparato de videojuego. 218 jóvenes mencionan la clase de equipo que tienen. El número de cassettes de juego es mencionado por 209 de ellos que en total juntan 1585 cartuchos (que a veces contienen varios juegos).

Los juegos domésticos más difundidos son los de *Mario Bros.* Nueve de cada diez tienen alguno de la serie y un 43 por ciento los señala como preferidos. De 723 menciones de juegos, los más citados son los siguientes:

Tabla 14 - - Videojuegos caseros más frecuentes

| Juego | N° de menciones |
|------------------------------|-----------------|
| Mario Brothers (varios) | 199* |
| Street Fighter (I,II, Super) | 33 |
| Pac-man | 29 |
| Contra | 19 |
| Adventure Island | 15 |
| Tortugas Ninja | 14 |
| Tetris | 12 |
| Football | 11 |

* *Mario Bros.* Se entrega con el *Hardware Nintendo.*

Tabla 15 - Número de juegos en casa

| N° de Cartuchos | N | Suman |
|-----------------|-----|-------|
| hasta 5 | 125 | 373 |
| 6 a 10 | 49 | 393 |
| 11 a 15 | 11 | 149 |
| 16 a 25 | 13 | 266 |
| más de 25 | 11 | 404 |
| Total | 209 | 1 585 |

Un pequeño núcleo de entendidos está al tanto de las novedades; ello se debe a que asisten a locales de juego en

ciudades como Guadalajara, compran revistas especializadas o, recientemente, se informan por Internet. Sin embargo, la mayoría ve lo que está disponible en negocios y tiendas de Zamora y esa es su fuente de información sobre los juegos. El status socioeconómico es aquí determinante. Aunque en una sección posterior se presentará información sobre las diferencias de usos de los juegos según grupos socioeconómicos, mencionemos aquí que la propiedad de VJD está marcada por las condiciones socioeconómicas como podemos observar¹³ en el Gráfico 3.

Los aparatos domésticos (VJD) emplean la pantalla de un televisor para desplegar el videojuego. Los VJD ocupan y entretienen a los niños en el tiempo libre, cuando no están en la escuela o haciendo tareas escolares; son una diversión dentro de la casa. Aunque en Zamora no existe un clima riguroso que restrinja el esparcimiento al aire libre, los espacios públicos recreativos son escasos. Los VJD son también un recurso para que los niños y sus padres resuelvan la falta de tiempo para la atención personal.

El juego mediante un televisor no impide, la mayor parte de las veces, que otros miembros de la familia puedan ver programas de TV, ya que solamente un 17% de quienes tienen VJD disponen de un solo televisor.

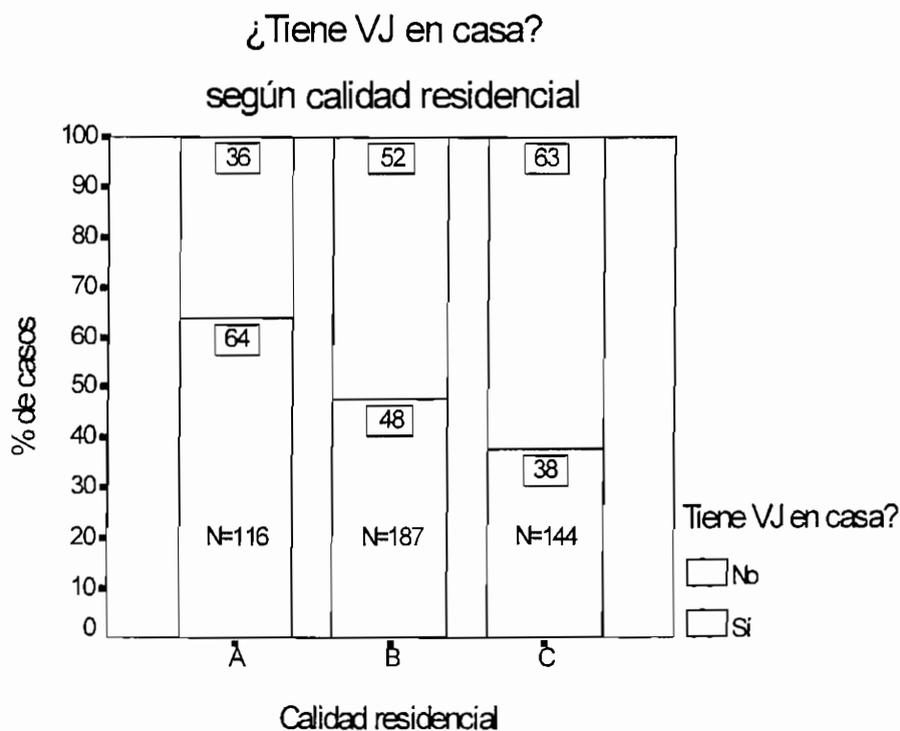


Gráfico 3 - VJD según calidad residencial

III. Contexto familiar y cultural de los jugadores

III.1 Características sociales de los jóvenes estudiados

La representatividad de la muestra de la encuesta se ve en una comparación de distribución de la población estudiada con la de la población censada de las escuelas secundarias de la zona de Zamora, según cifras de la Secretaría de Educación en el Estado. Los jóvenes que respondieron la encuesta fueron 530, de los cuales 280 son varones y 250 mujeres con edades que van de los 12 a los 19 años, aunque típicamente están entre los 14 y 15 años en el 80 por ciento de los casos. La distribución detallada por edad se ve en el Gráfico 4, en la que se compara con la distribución de

edades de 7308 estudiantes de las escuelas secundarias de Zamora en 1995 y 1996¹⁴, que aparece en el Gráfico 5. Cabe señalar que es en este rango de edades donde se cuenta con información comparativa en las investigaciones realizadas en otros países (Mediascope, 1996; Funk, 1993).

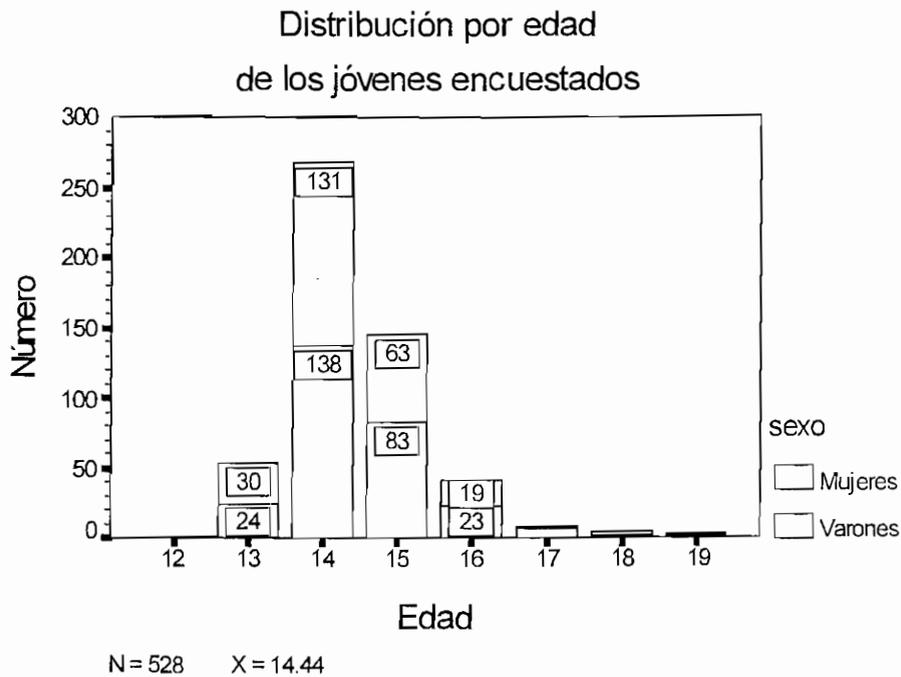


Gráfico 4 - Distribución por edad en la muestra estudiada



Fuente: Secretaría de Educación en el Estado y elab. propia. 1995/96

N=7308 X=13.41

Gráfico 5 - Distribución por edad en las escuelas secundarias de Zamora

Características familiares

En un 99 por ciento de los casos, los jóvenes viven con sus familias cuyo número promedio de hijos es de 4.7 (Gráfico 6); se sostienen sobre todo con dinero que gana el padre (63%), de la madre (9.6%), de ambos (26.2%). Con respecto a la vivienda, el 85 por ciento viven en casa propia, 11% rentada y 4% prestada, pero la propiedad de la casa no es un indicador de status socioeconómico. Sí lo es, en cambio, la zona en que residen, puesto que existen propietarios y no propietarios de vivienda en todos los estratos socioeconómicos, pero el lugar de residencia está ligado al status socioeconómico de manera más estrecha.

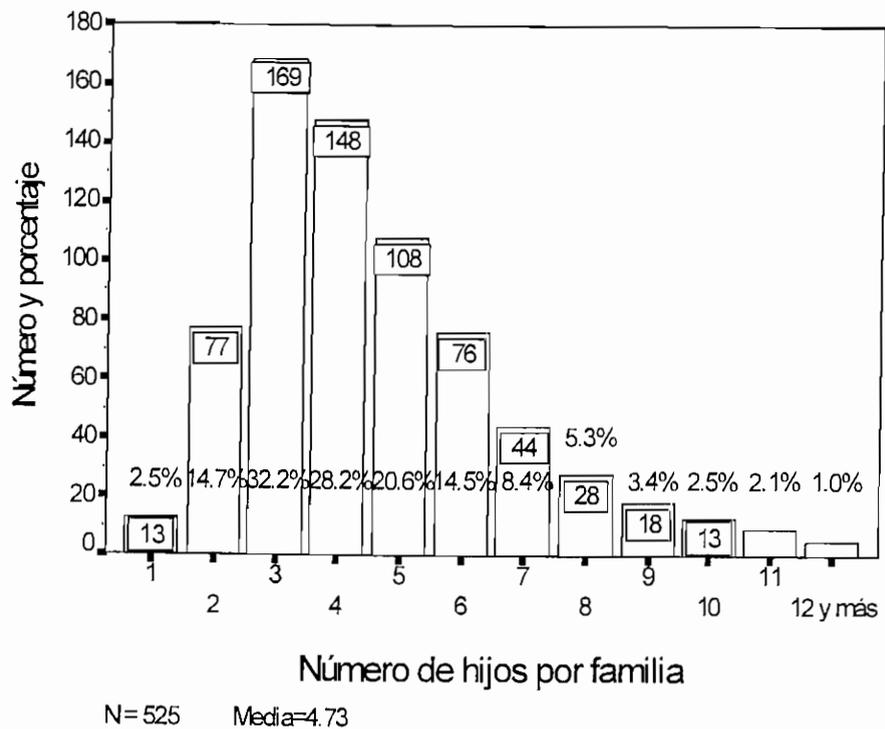


Gráfico 6 - Número de hijos por familia

Escolaridad de los padres

| | | Escolaridad de la Madre | | | | | | |
|-----------------|------------------|-------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Escol.del Padre | Nº | Sin esc. | Primaria | Secundar | Prepar. | Un.inc. | Un.compl | Fila |
| | % Fila % Col. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Total |
| Sin esc. | 1 | 18 60,0 52,9 | 10 33,3 4,3 | 2 6,7 1,5 | | | | 30 6,1 |
| Primaria | 2 | 9 4,2 26,5 | 163 75,5 69,4 | 38 17,6 29,2 | 4 1,9 8,7 | | 2 ,9 5,9 | 216 44,3 |
| Secundaria | 3 | 4 4,4 11,8 | 36 40,0 15,3 | 41 45,6 31,5 | 6 6,7 13,0 | 1 1,1 11,1 | 2 2,2 5,9 | 90 18,4 |
| prepa | 4 | 2 3,1 5,9 | 15 23,4 6,4 | 24 37,5 18,5 | 19 29,7 41,3 | | 4 6,3 11,8 | 64 13,1 |
| Un.inc. | 5 | | 4 33,3 1,7 | 5 41,7 3,8 | 1 8,3 2,2 | 2 16,7 22,2 | | 12 2,5 |
| Un.compl. | 6 | 1 1,3 2,9 | 7 9,2 3,0 | 20 26,3 15,4 | 16 21,1 34,8 | 6 7,9 66,7 | 26 34,2 76,5 | 76 15,6 |
| Columna | | 34 | 235 | 130 | 46 | 9 | 34 | 488 |
| Total | | 7,0 | 48,2 | 26,6 | 9,4 | 1,8 | 7,0 | 100,0 |

Casos no computados: 42

Tabla 16 - Escolaridad del padre vs. escolaridad de la madre

Esta Tabla 16 muestra que la escolaridad de al menos uno de los padres es mayor que primaria en un 60 por ciento de los casos; que hay amplia coincidencia en escolaridad entre padre y madre (en 55% de las veces es igual para ambos padres). Cuando son desiguales, sólo en 18% de los casos la madre tienen mayor

escolaridad que el padre, mientras que en 30.7% es el padre que tiene más nivel escolar que la madre.

III.2 Hábitos culturales de los jóvenes encuestados

Este punto resume la información de encuesta acerca de los hábitos de consumo cultural entre los jóvenes de Zamora. La información sobre el consumo cultural de una localidad es punto de partida para un análisis de hábitos y disponibilidades culturales. Los rubros de análisis son los siguientes:

- Lectura: diarios, libros y revistas.
- Cine (¿va al cine?, título de una película reciente)
- Disponen de videocasetera (VCR)
- Computadora (¿hay en su casa?, ¿ha usado? ¿qué uso le dio?)
- Televisión: ¿número de televisores? ¿cuántas horas semanales? tipo de programas.
- Deportes. ¿practica deportes? deportes preferidos.

Lectura de libros

La mayoría usa libros con asiduidad. Tuvimos 462 respuestas a la pregunta "¿Leíste algún libro últimamente?" Un 58.7% contestaron "Sí" y los restantes "No". Seguidamente pedimos que mencionaran el título y el autor del último libro que leyeron. La lista de 229 títulos que obtuvimos, a diferencia de las películas o las revistas, fue muy variada. Se repiten pocos títulos: *La Biblia*: 9 casos, *Atentado en el Vaticano*: 6 menciones en distintas

escuelas, varios libros para jóvenes (*El Principito, Mujercitas, La Isla del Tesoro*): 2 veces. Los autores tradicionales para jóvenes (Verne, Salgari, Alcott, etc.) todavía son importantes y suman unos treinta títulos. Más allá de eso, la dispersión de géneros y títulos es grande; como se ve en los siguientes ejemplos:

Tabla 17 - Lista de libros leídos recientemente

| | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| La Segunda Guerra Mundial | Instrucción Militar |
| El Peligro de la Cocaína | Nacida Inocente |
| Invención de Inventos | La Chica de Verano |
| Sin Pelos en la Lengua | Vida después de la Vida |
| Electrónica del Automóvil | Amor Sexo y Familia |
| Sensacional de Trailereros | Los Jóvenes Preguntan |
| Juan Salvador Gaviota | Los Astronautas de Yavé |
| La Chica Moderna y el Sexo | Popol Vuh |
| El Ultimo Libro de Ajedrez | El Viaje Increíble |
| Como Agua para Chocolate | Te Vas Haciendo Hombre |
| La China Contemporánea | Chistes Mexicanos |
| El Hombre Más Grande de Todos (2) | Mi Caballo mi Rifle y mi Perro |
| Ayer Era Virgen | Indiana Jones |
| La Vida Inútil de Pito Pérez | El Desastre de México |
| El Vendedor Más Grande del Mundo | |
| Los Hornos de Hitler | |

Lectura de periódicos

Tabla 18 - Periódicos leídos

Diarios o periódicos locales: 167
 alcance regional: 43
 capital del Estado: 30
 nacional (D.F.) 34
 nacional (deportivo) 14

El 55.8 por ciento lee periódicos: 421 responden y, de los que contestan en detalle 131 mencionan uno y 157 mencionan dos títulos de periódicos. La categoría de los periódicos leídos se muestra en la Tabla 18 (cuando hay dos, se toma la más amplia).

Lectura de revistas

429 afirman leer revistas (80.9%). Las revistas más mencionadas son las que se dirigen a jóvenes "modernos" (*Eres, Somos, 15 a 20*): un 57% afirma leerlas. Las revistas especializadas en videojuegos (*Club Nintendo, Videotips*) sólo se mencionan en 13 casos. Las preferencias principales se ven en la siguiente tabla:

Tabla 19 - Preferencias por tipos de revistas

| | N | % |
|-----------------------------------|-----|------|
| Revistas para jóvenes y mus. rock | 241 | 57.2 |
| Historietas, caricaturas, cuentos | 66 | 15.7 |
| Deportes | 35 | 8.3 |
| Ciencia y técnica | 23 | 5.5 |
| Televisión | 18 | 4.3 |
| Videojuegos | 13 | 3.1 |
| Reportajes y noticias | 10 | 2.4 |
| Varias o no bien espec. | 15 | 3.6 |
| TOTAL | 421 | |

Asistencia al cine

De los 522 casos que responden la correspondiente pregunta, 376 (72%) señalan que van al cine. Les preguntamos sobre una película vista recientemente. Entre 387 respuestas, la concurrencia más importante la obtuvieron (a fines de 1993) estas películas:

Tabla 20 - Películas vistas recientemente (1993)

| | | | |
|------------------------|----|--------------------------|---|
| Parque Jurásico | 82 | Batman | 5 |
| Operación Cacería | 32 | Terminator | 5 |
| El Ultimo Gran Héroe | 17 | Aladdin | 4 |
| Riesgo Total | 16 | Como Agua para Chocolate | 4 |
| El Guardaespaldas | 16 | Ganar o Morir | 4 |
| Se Equivocó la Cigüeña | 11 | Robocop 3 | 4 |
| Cambiando el Destino | 9 | Sangre por Sangre | 4 |
| Santana Americano | 9 | Cacería Humana | 3 |
| Drácula | 7 | El Amor nunca Muere | 3 |
| American Me | 5 | Sobreviv.de los Andes | 3 |

Uso de videocasetera

Tabla 21 - Propiedad de videocasetera

Más de tres cuartas partes de los encuestados tienen en su

| Tienen videocasetera | | N | % |
|----------------------|-------|-----|-------|
| | Sí | 397 | 77.5 |
| | No | 115 | 22.5 |
| | Total | 512 | 100.0 |

casa una videocasetera¹⁵.

Uso de computadora

Cuarenta y cuatro señalaron que hay una computadora en su casa:

Tabla 22 - Uso de computadora

| ¿Hay computadora en tu casa? | | | |
|------------------------------|-----|-------|--|
| | N° | % | |
| Sí | 44 | 9.1 | |
| No | 439 | 90.9 | |
| Total | 483 | 100.0 | |
| ¿Has usado computadora? | | | |
| | N° | % | |
| Sí | 148 | 35.1 | |
| No | 274 | 64.9 | |
| Total | 422 | 100.0 | |

Hábitos de televisión

Las horas frente al televisor se llevan una proporción importante del tiempo de vigilia. A partir de los cuestionarios podemos tener un acercamiento a la intensidad con que la televisión está presente en las casas.

Al averiguar cuántos televisores hay en casa hallamos que, en promedio, hay 2.2 televisores. Pero lo más notable es que de los 530 encuestados no encontramos ni uno solo sin televisión en su casa. Sí, en cambio, hubo 20 casos con 5, 6, 7 y 8 televisores. Al revisarse las encuestas originales en busca de cifras erróneas, la información contextual de tamaño de las familias e ingresos económicos hace presumir la certeza de estos datos. La cantidad de horas frente al televisor se indagó para cada día de la semana, de modo que el cómputo semanal se obtiene con la suma de siete cifras diarias. El promedio de horas semanales frente al televisor de nuestros entrevistados es de 24 horas y 18 minutos y la distribución se ve en el Gráfico 7.

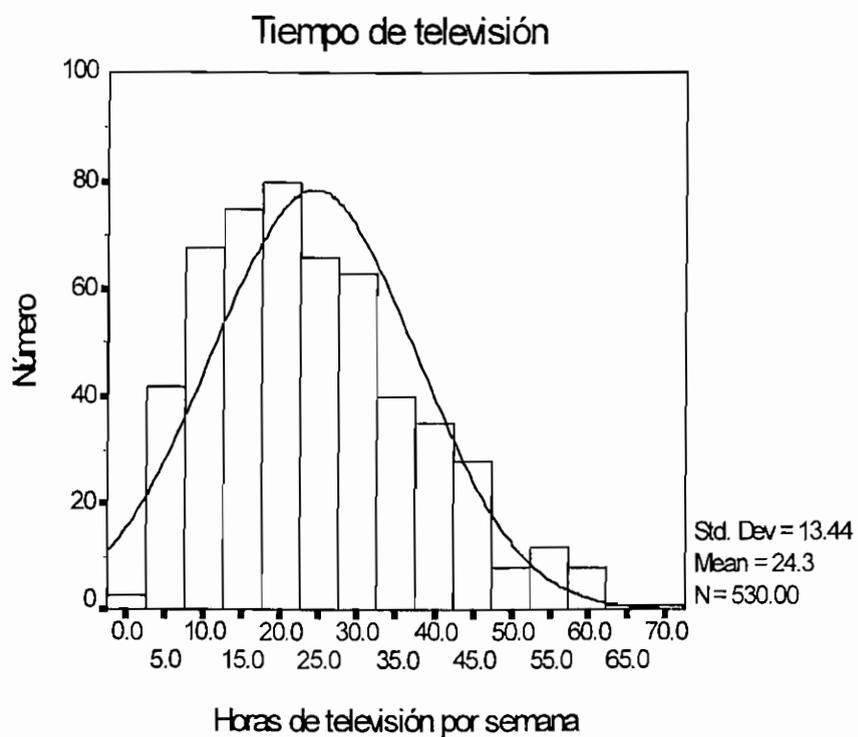


Gráfico 7 - Tiempo frente al televisor

Preferencias por programas de televisión

Las preferencias que manifiestan los jóvenes entrevistados están clasificadas en seis tipos de programas y se muestran en la Tabla 23:

Tabla 23 - Preferencias por programas de televisión

| Tipo | Porcentaje | Casos válidos |
|--------------------|------------|---------------|
| Telenovelas | 71.1 % | 509 |
| Deportivos | 77.6 | 501 |
| Entretenimientos | 91.3 | 504 |
| Caricaturas | 84.1 | 497 |
| Noticieros | 62.9 | 491 |
| Educativos | 51.3 | 458 |
| Series y películas | 93.8 | 518 |

Comparación sobre el consumo cultural

Algunas de las variables analizadas anteriormente se pueden comparar en los gráficos que siguen (Gráfico 8 y Gráfico 9) que muestran la proporción de la población estudiada que consume bienes culturales.

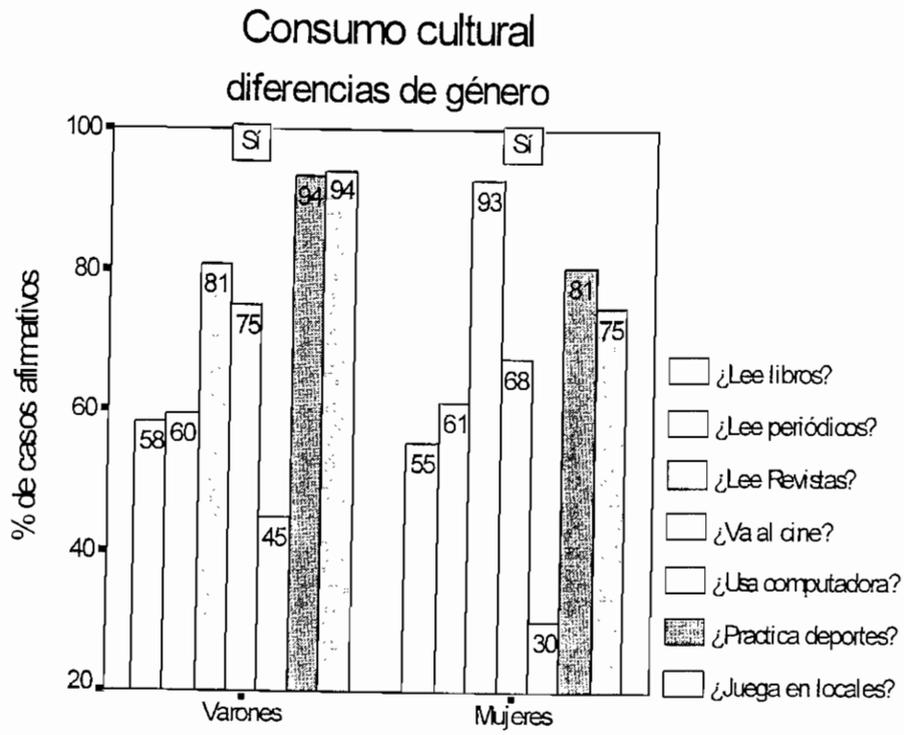


Gráfico 8 - Diferencias en el consumo cultural (según sexo)

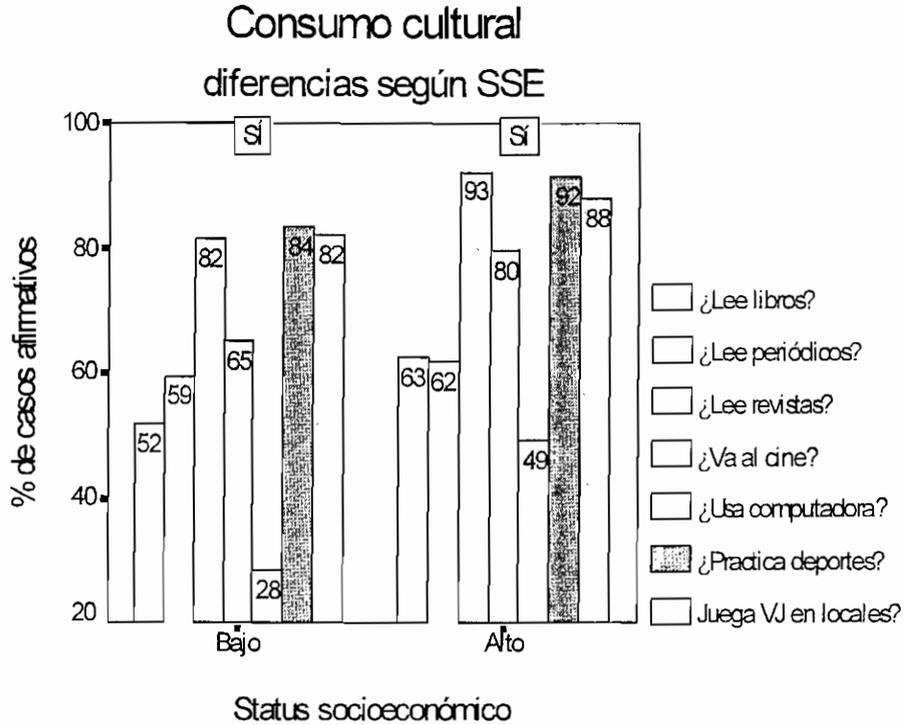


Gráfico 9 - Diferencias en el consumo cultural (según SSE-2)

Mientras que los libros y periódicos parecen tener la misma difusión y aceptación sin distinción de sexo, los videojuegos de negocios y las revistas se consumen de manera diferente. Entre las mujeres hay un conjunto del 22 por ciento que lee revistas y no se interesa en los juegos en negocios, mientras que entre los varones un porcentaje similar (18.7%) no se interesa en leer revistas y sí en los juegos. Otra observación interesante es que los varones van al cine más que las mujeres.

Con respecto al status socioeconómico, vemos que los jóvenes del estrato alto tienen un consumo más alto de todos los bienes culturales que se mencionan. Estas diferencias son más acentuadas

en libros, revistas, cine, uso de computadora y videojuegos domésticos.

Las diferencias de consumo quedan descritas, así como su relación con otras variables. Cabe destacar que las diferencias de ingreso, de escolaridad de los padres, el tamaño de las familias y otras variables sociales muestran gran diversidad de casos. Sin embargo, *el conjunto de bienes y servicios que forman el consumo cultural entre los jóvenes es muy homogéneo con similitud entre integrantes de distintos estratos socioeconómicos.*

IV. Distinciones y diferencias sociales en el uso de videojuegos

Se presenta enseguida una descripción de rasgos de los jóvenes que se refieren al juego: dónde juegan, edad a la que empiezan a jugar, frecuencia con que lo hacen y gastos que efectúan en videojuegos. Cada análisis se hace en relación a las variables de sexo y status socioeconómico.

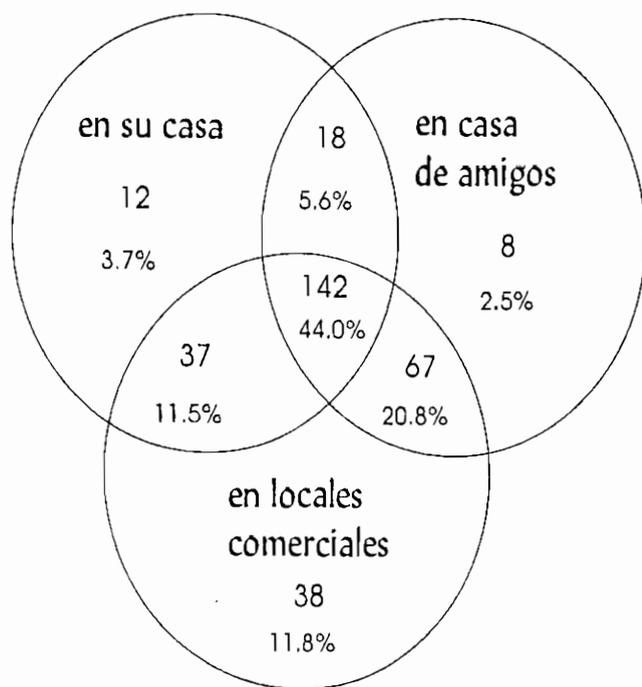
Es muy grande la proporción de jóvenes que han jugado videojuegos: sobre 525 respuestas válidas, el 91.2 por ciento lo ha hecho y sólo el 8.8 por ciento no ha jugado. La diferencia, según sean mujeres o varones, muestra resultados similares a estudios británicos y norteamericanos: los juegos están más difundidos entre los varones.

En qué medida juegan en locales comerciales o en su casa o en casa de amigos, se expone gráfica y numéricamente en el gráfico de la página 197.

Dónde juegan videojuegos los jóvenes de Zamora

| | Nº | % | Respuestas válidas |
|------------------------|-----|------|--------------------|
| Juegan | 479 | 91.2 | 525 |
| No juegan | 46 | 8.8 | |
| En su propia casa | 280 | 67.1 | 417 |
| En casa de los amigos | 294 | 72.7 | 404 |
| En locales comerciales | 387 | 86.2 | 449 |

(Respuestas a preguntas independientes en 530 encuestas)



| | |
|--------------------|-------|
| Respuestas válidas | 343 * |
| No juegan: | 21 |
| Juegan videojuegos | 322 |

* casos que respondieron a las tres preguntas

Los jugadores en locales comerciales

Dos preguntas del cuestionario se referían a si asistían a jugar a locales de videojuegos.

De toda la muestra válida (512 casos), 387 asisten a jugar a los locales. De ellos, 2 de cada tres son varones. Se muestra en el Gráfico 10:

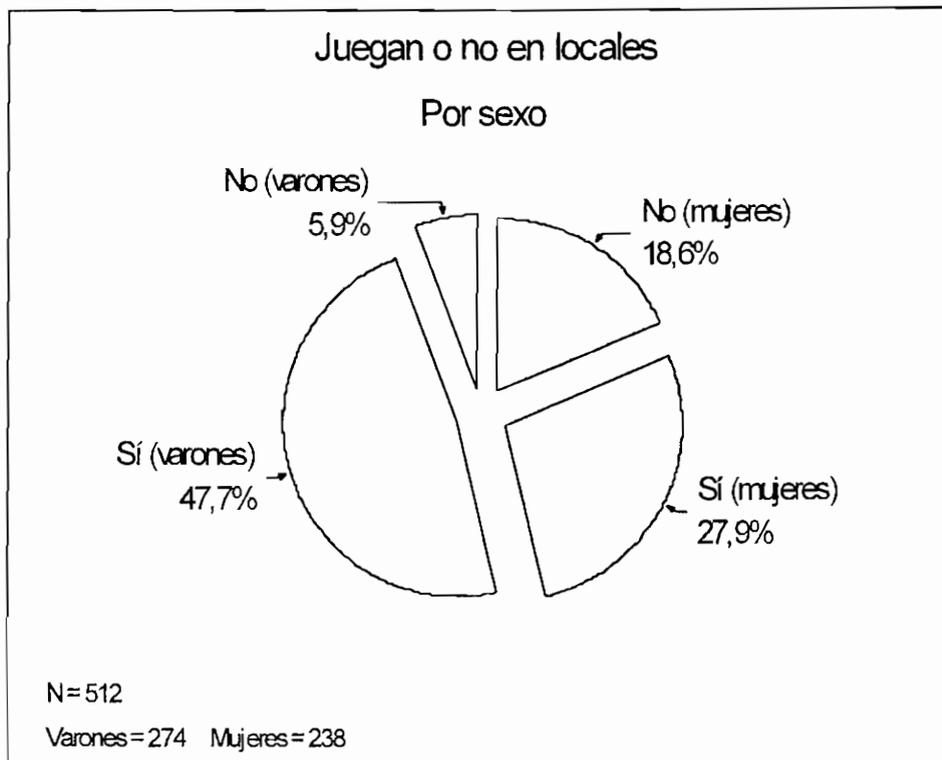


Gráfico 10 - Juego en locales comerciales (según sexo)

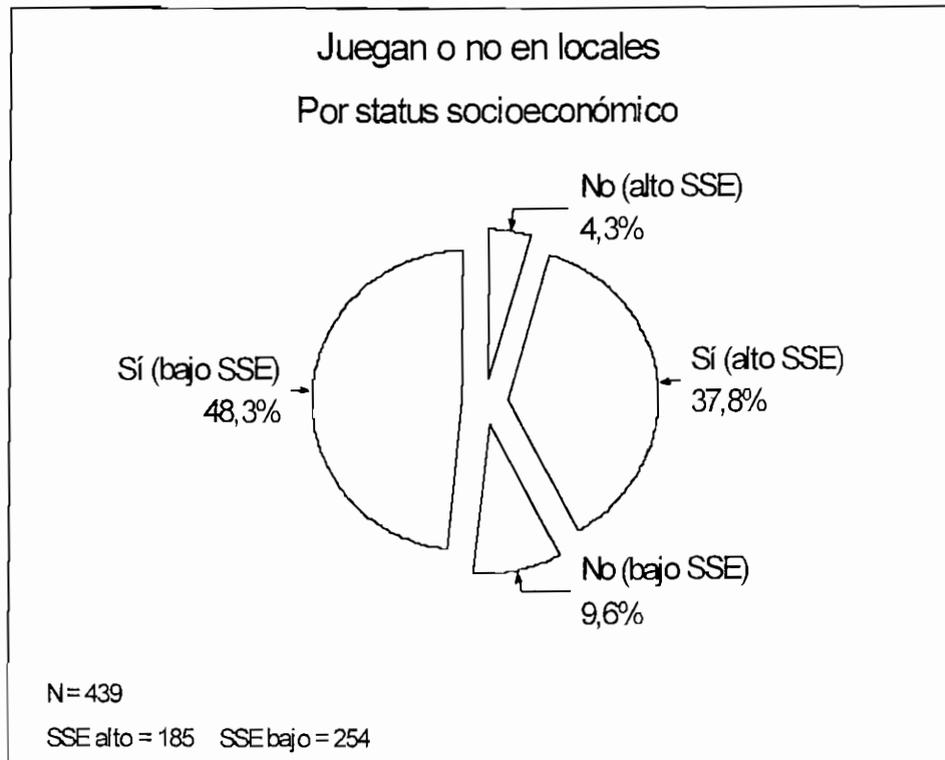


Gráfico 11 - Juego en locales comerciales (según SSE)

La siguiente tabla nos informa más sobre el tema de juego en locales:

Tabla 24 - ¿Juega en locales?

| | | SEXO | | |
|---------|--------------|---------|---------|---------------|
| Fila | N° % Col. | Varones | Mujeres | Fila Total |
| | | 1 | 2 | |
| Sí | 1 | 244 | 143 | 387 |
| | | 63,0 | 37,0 | 75,6 |
| | | 89,1 | 60,1 | |
| No | 2 | 30 | 95 | 125 |
| | | 24,0 | 76,0 | 24,4 |
| | | 10,9 | 39,9 | |
| Columna | | 274 | 238 | 512 |
| Total | | 53,5 | 46,5 | 100,0 |

Observaciones no incluidas: 18

Aquí se observa que en los locales juegan tres de cada cuatro estudiantes; dos de cada tres de los que juegan son varones. Tres de cada cuatro de los que no juegan son mujeres. Pero aclaremos que la mayoría de las mujeres (un 60%) sí juega en locales de videojuego; aunque es poco comparado con casi el 90 por ciento de los varones que hace lo mismo.

Videojuego doméstico

La otra manera de jugar videojuegos es en casa. En el cuestionario se indaga sobre las particularidades de este tipo de juego. A continuación se presentan los resultados por sexo y SSE.

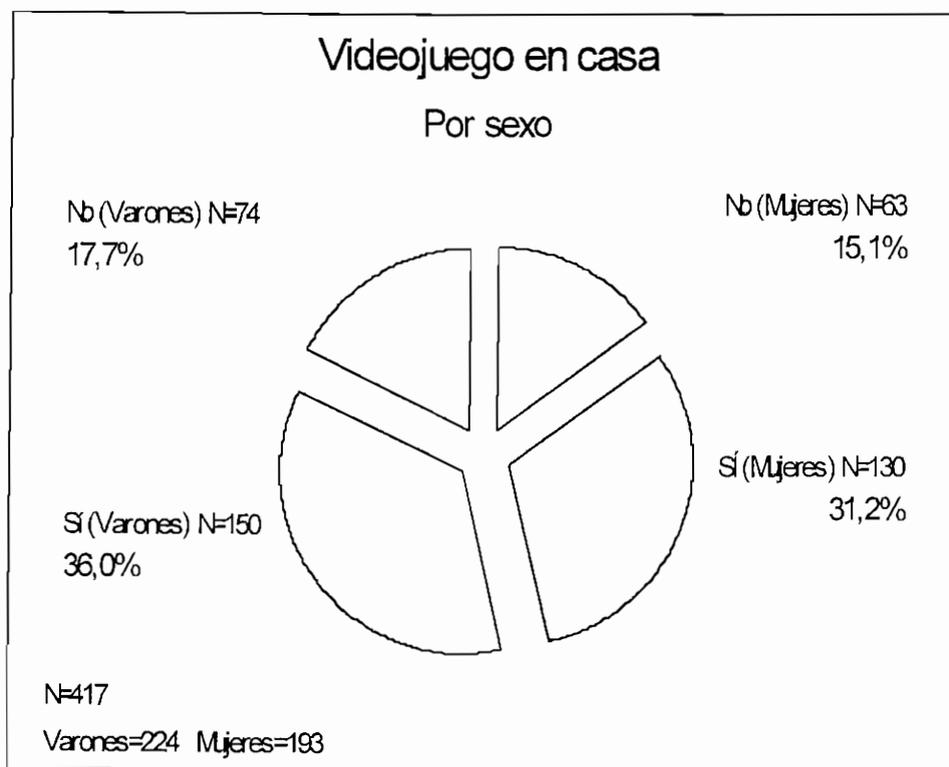


Gráfico 12 - videojuego en casa (según sexo)

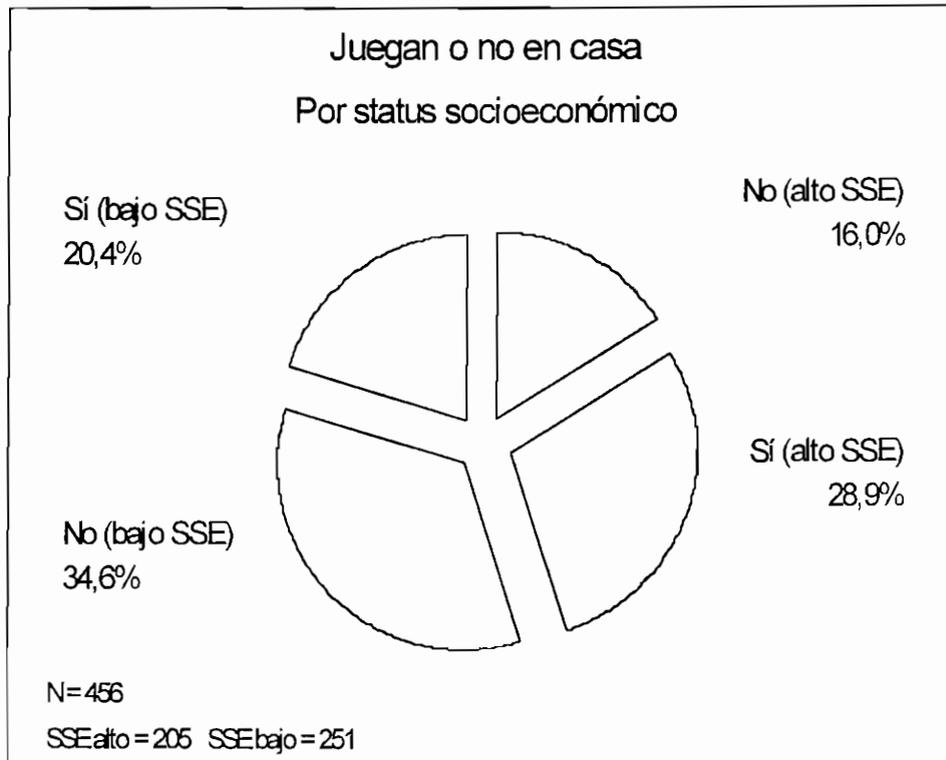


Gráfico 13 - Videojuego en casa (según SSE-2)

Los que declaran jugar en su casa son el 67 por ciento de una muestra de 417, pero, si agregamos los que juegan en las casas de amigos, llegan a casi 78 por ciento. Aquí no existe diferencia apreciable entre varones y mujeres, ya que en cada caso dos tercios han jugado en su casa. Recordemos que en los negocios, la diferencia era notable a favor de los varones.

Edad a la que empezaron a jugar

El Gráfico 14 muestra la información sobre cuándo empezaron nuestros adolescentes a jugar videojuegos.

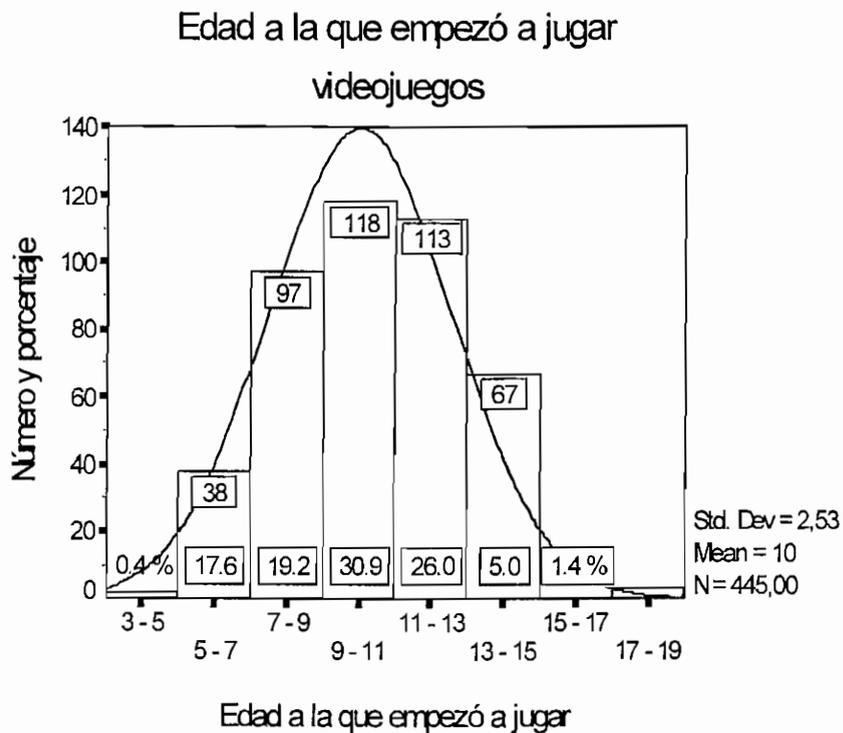
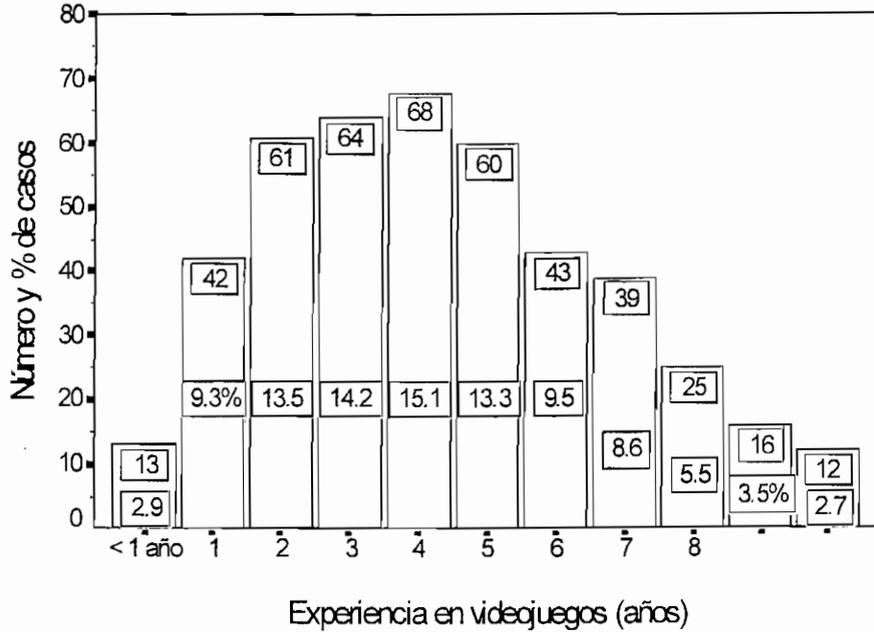


Gráfico 14 - Edad a la que se empieza a jugar videojuegos

Debemos recordar aquí que un 60 por ciento de los jóvenes tienen entre 13 y 14 años. La edad en que aprendieron a jugar videojuegos es variada y empieza para algunos antes del aprendizaje escolar. Si sumamos el tiempo de experiencia de juego de 451 adolescentes la cifra sobrepasa los 2000 años, lo que ilustra el Gráfico 15.



N=451

X=4.35 años desv.std=2.45

Gráfico 15 - Años de experiencia en videojuegos

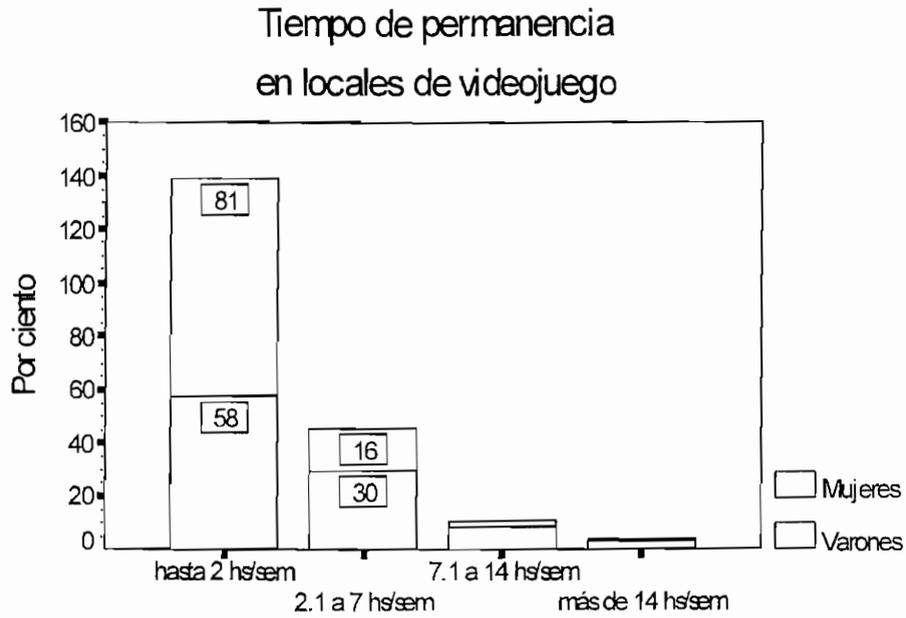
IV.1 Intensidad de juego

Para conocer las diferencias de intensidad de juego entre los jóvenes tomamos tres parámetros: tiempo de juego (en casa y en locales comerciales) y frecuencia con que asisten a locales de videojuego y gasto que realizan en las "maquinitas".

Tiempo de juego

El tiempo de juego permite comparar la importancia que distintos jóvenes dan a la actividad. Dividimos la indagación en dos aspectos: 1) el juego en los locales comerciales y 2) el juego en su casa.

Tiempo de juego en locales comerciales



Tiempo de videojuego en negocios

N=371 Media=3.7 hs/sem

Tiempo de juego en casa

La diferencia por sexo del tiempo de videojuego en casa puede observarse en el Gráfico 16 que se basa en una submuestra de 103 varones y 68 mujeres.

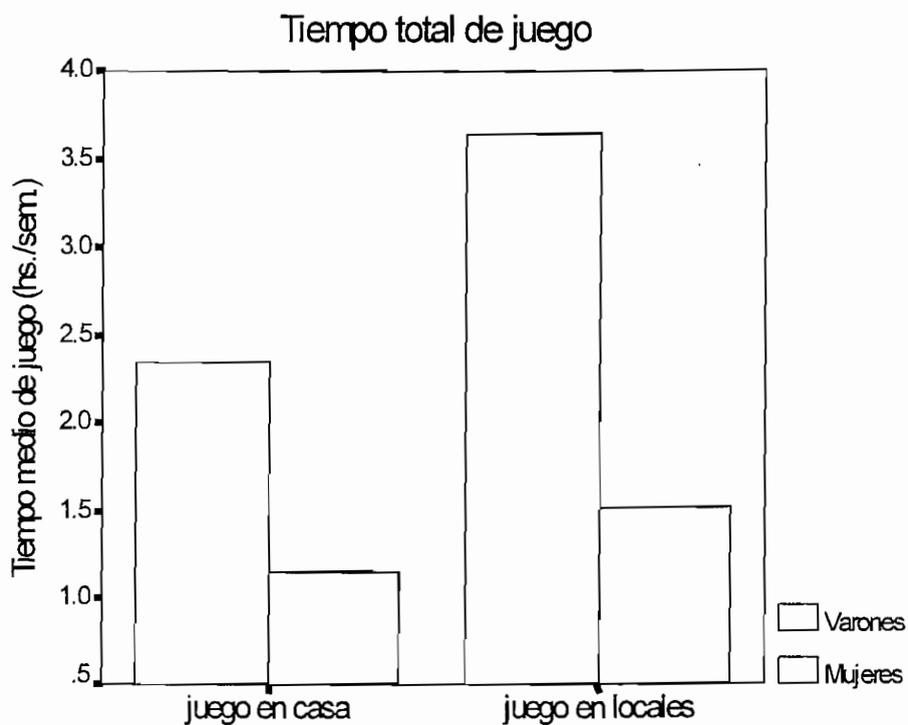


Gráfico 16 - Tiempo de juego en casa y en locales (según sexo)

Tiempo total de videojuego

El tiempo que los jóvenes dedican a jugar videojuegos está medido en horas por semana. Los siguientes valores se obtienen de tres preguntas de la encuesta:

Tabla 25 - Comparación de promedios de tiempo de juego

| Juego | Promedio | Desv.st. | Mínimo | Máximo | N | Unidades |
|-------------|----------|----------|--------|--------|-----|-----------|
| En Casa | 4.13 | 4.63 | 0.3 | 32.0 | 171 | hs/sem+ |
| En Negocios | 3.44 | 4.73 | 0.1 | 40.0 | 371 | hs/sem+ |
| Tpo. Total | 5.23 | 6.58 | 0.20 | 54.0 | 306 | hs/sem ++ |

+ Se consideran los casos t>0.
++ Se consideran los casos en que al menos uno es mayor que cero.

Tabla 26 - Promedio de tiempo de juego (según sexo)

| Variable | Número de Casos | Media | SD | Desv.std. |
|----------------------------|-----------------|--------|-------|-----------|
| Tiempo total de videojuego | | | | |
| Varones | 197 | 6,0548 | 7,477 | ,533 |
| Mujeres | 109 | 3,7394 | 4,180 | ,400 |
| ----- | | | | |
| Diferencia media = 2,3154 | | | | |

La tabla anterior muestra la dispersión de casos con respecto al tiempo de juego. La Tabla 27 muestra en resumen cómo difiere, entre mujeres y varones, el tiempo total que dedican a los videojuegos:

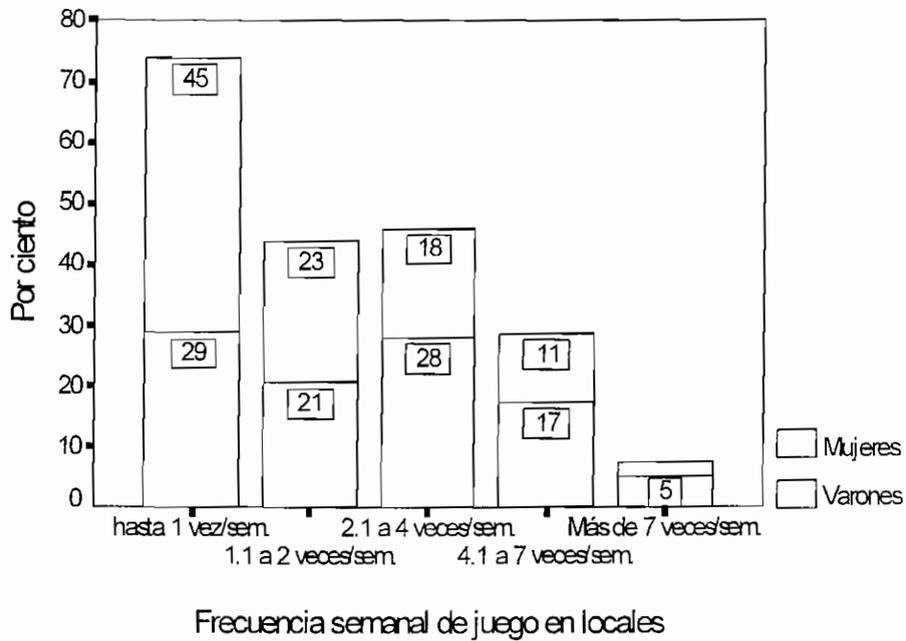
Tabla 27 - Tiempo total de videojuego (intervalos)

| C3S2SEXO | N° Fila | Hasta 1 | 1.1 a 2 | 2.1 a 4 | 4.1 a 7 | 7.1 a 14 | 14 -30 h | Fila Total |
|----------|------------|--------------------|---------|---------|---------|----------|----------|---------------|
| | | % Col. hora/sem | hs/sem | hs/sem | hs./sem | hs./sem | s/sem | |
| | | 1,00 | 2,00 | 3,00 | 4,00 | 5,00 | 6,00 | |
| Varones | 1 | 43 | 33 | 37 | 28 | 41 | 15 | 197 |
| | | 21,8 | 16,8 | 18,8 | 14,2 | 20,8 | 7,6 | 64,4 |
| | | 55,1 | 57,9 | 67,3 | 62,2 | 78,8 | 78,9 | |
| Mujeres | 2 | 35 | 24 | 18 | 17 | 11 | 4 | 109 |
| | | 32,1 | 22,0 | 16,5 | 15,6 | 10,1 | 3,7 | 35,6 |
| | | 44,9 | 42,1 | 32,7 | 37,8 | 21,2 | 21,1 | |
| Columna | | 78 | 57 | 55 | 45 | 52 | 19 | 306 |
| Total | | 25,5 | 18,6 | 18,0 | 14,7 | 17,0 | 6,2 | 100,0 |

Observaciones no incluidas: 224

Frecuencia de juego

Otra manera de medir la afición al videojuego es la frecuencia de asistencia a los videojuegos comerciales, definida como el número de veces por semana que los jóvenes concurren a los locales de videojuego (Gráfico 17).



N=334
 Varones=218 Mujeres 116

Gráfico 17 - Frecuencia de juego en locales comerciales

Encontramos que 115 jóvenes asisten a locales de juego menos una vez por semana.

Gasto en videojuegos

Los gastos en maquinitas y en otras diversiones indican que los varones gastan en videojuegos, en promedio, el doble que las mujeres, según la Tabla 28:

Tabla 28 - Gasto promedio semanales en VJ y otras diversiones (según sexo)

| | |
|---------|-----------------|
| Varones | VJ: N\$ 6.63 |
| | Otr.div: 13.68 |
| | % VJ/Tot: 32.6% |
| Mujeres | VJ: N\$ 3.43 |
| | Otr.div: 15.79 |
| | % VJ/Tot: 17.8% |

Las cantidades corresponden a noviembre de 1993

Las distribución de gasto según sexo se puede observar en los siguientes gráficos.

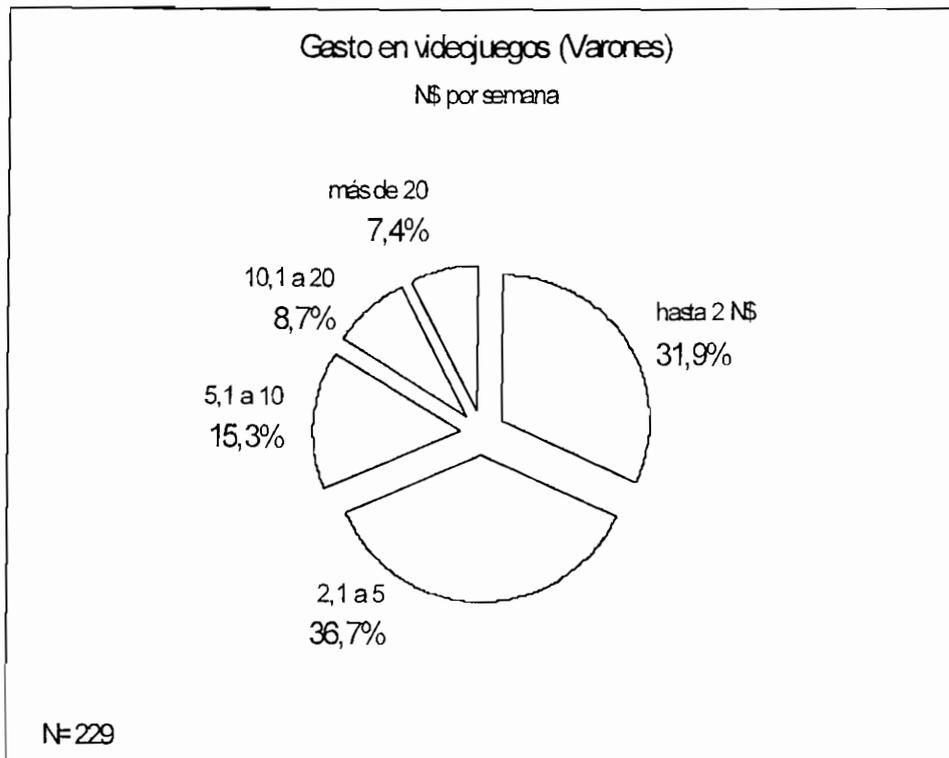


Gráfico 18 - Gasto semanal en videojuegos (varones)

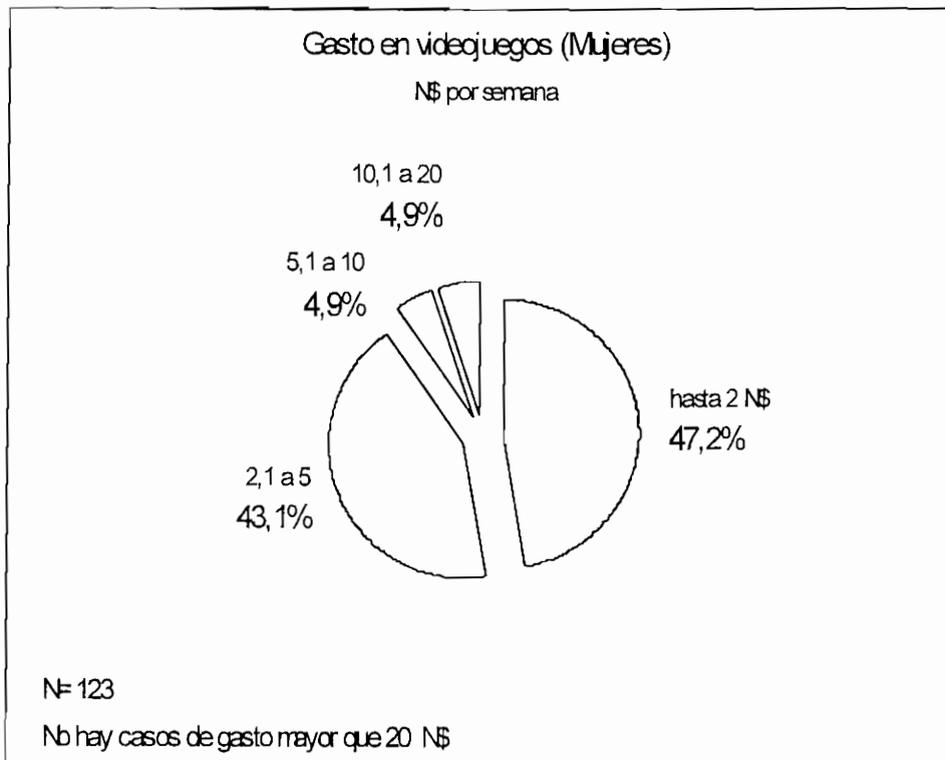


Gráfico 19 - Gasto semanal en videojuegos (mujeres)

Gasto semanal en videojuegos según status socioeconómico

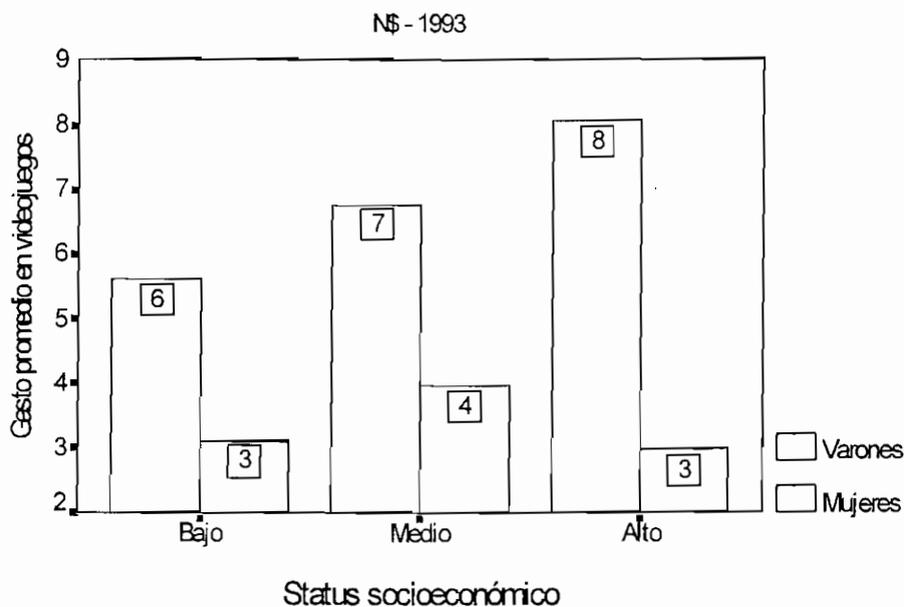


Gráfico 20 - Gasto semanal en videojuego (según SSE)

IV.2 Sociabilidad

Pasamos ahora a las características sociales de los jóvenes en relación con los hábitos de jugar videojuegos.

Los jóvenes de Zamora no sólo juegan videojuegos por la interacción con el juego mismo. Jugar en compañía de amigas o amigos es una motivación para muchos. Las cifras de encuesta como declaraciones de los jóvenes sirven para apoyar esta afirmación.

Tabla 29 - ¿Conoció amigos/as en los videojuegos?

| | Frecuencia | | Válidos | | Acum. |
|-------------------|------------|--------------------|---------|-------|-------|
| | | % | % | % | % |
| Sí | 271 | 51.1 | 64.2 | 64.2 | |
| No | 151 | 28.5 | 35.8 | 100.0 | |
| | . | 1 | .2 | Err. | |
| | 0 | 107 | 20.2 | Err. | |
| <hr/> | | | | | |
| | Total | 530 | 100.0 | 100.0 | |
| Casos válidos 422 | | Casos no incluidos | | 108 | |

Dos de cada tres varones han encontrado amigos jugando videojuegos como se ve en el Gráfico 21.

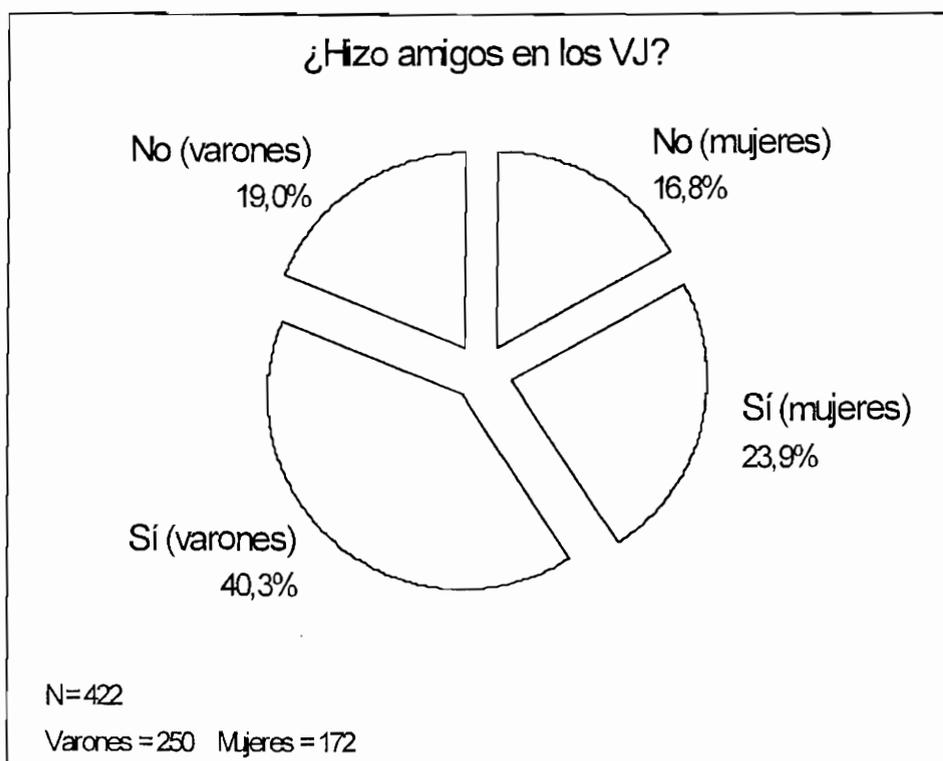


Gráfico 21 - Hicieron amigos en videojuegos

Para saber si los jugadores son sociables o solitarios, se hicieron tres preguntas del cuestionario que se refieren a si juega solo (sí o no), con amigos varones (sí o no), con amigas mujeres (sí o no), - preguntas 26-28 del anexo 4-1a. Pudimos así identificar grupos:

Los que juegan solos (a veces)

Tabla 30 - Juegan o no con amigos (según sexo)

| C/AMIGOS | N° % Fila % Col. | SEXO | | Fila Total |
|----------|------------------------|---------------------|--------------------|---------------|
| | | Varones | Mujeres | |
| | | 1 | 2 | |
| Sí | 1 | 208 76,5 86,7 | 64 23,5 56,1 | 272 76,8 |
| | 2 | 32 39,0 13,3 | 50 61,0 43,9 | 82 23,2 |
| | Columna | 240 | 114 | 354 |
| | Total | 67,8 | 32,2 | 100,0 |

Número de observaciones no incluidas: 176

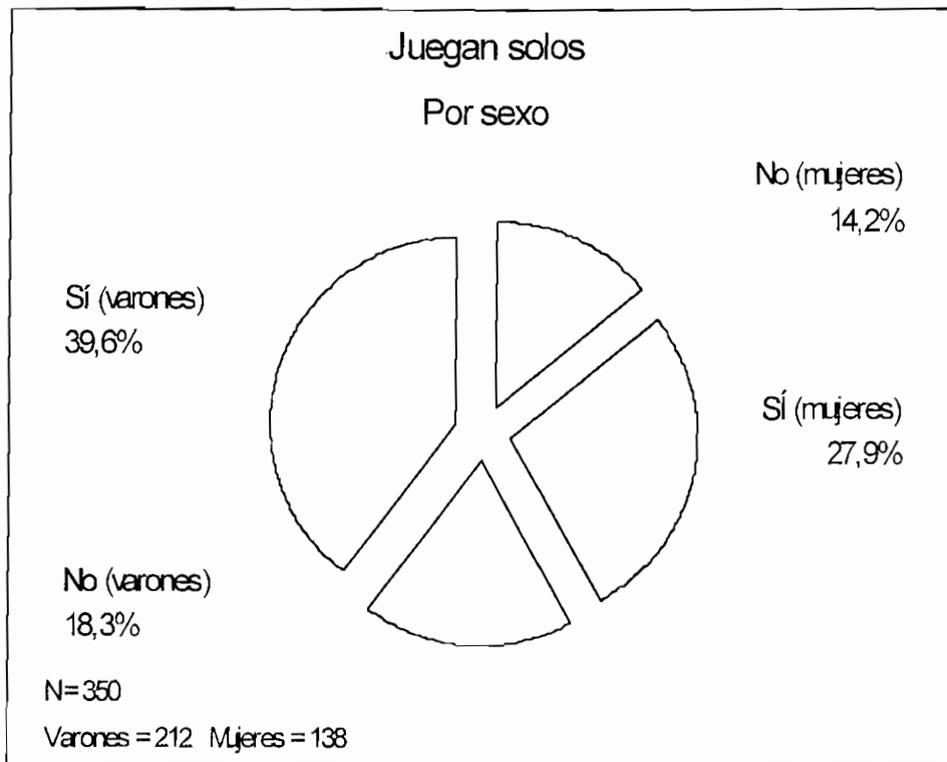


Gráfico 22 - Juego solitario (según sexo)

Tabla 31 - Juego solitario (según sexo)

| | | SEXO | | |
|------------|--------|---------|---------|-------|
| N° | | Varones | Mujeres | |
| % Fila | % Col. | | | Fila |
| | | 1 | 2 | Total |
| juega solo | 1 | 145 | 85 | 230 |
| | Sí | 63,0 | 37,0 | 65,7 |
| | | 68,4 | 61,6 | |
| | No | 2 | 67 | 53 |
| | | 55,8 | 44,2 | 34,3 |
| | | 31,6 | 38,4 | |
| Column | | 212 | 138 | 350 |
| Total | | 60,6 | 39,4 | 100,0 |

Número de observaciones erradas: 180

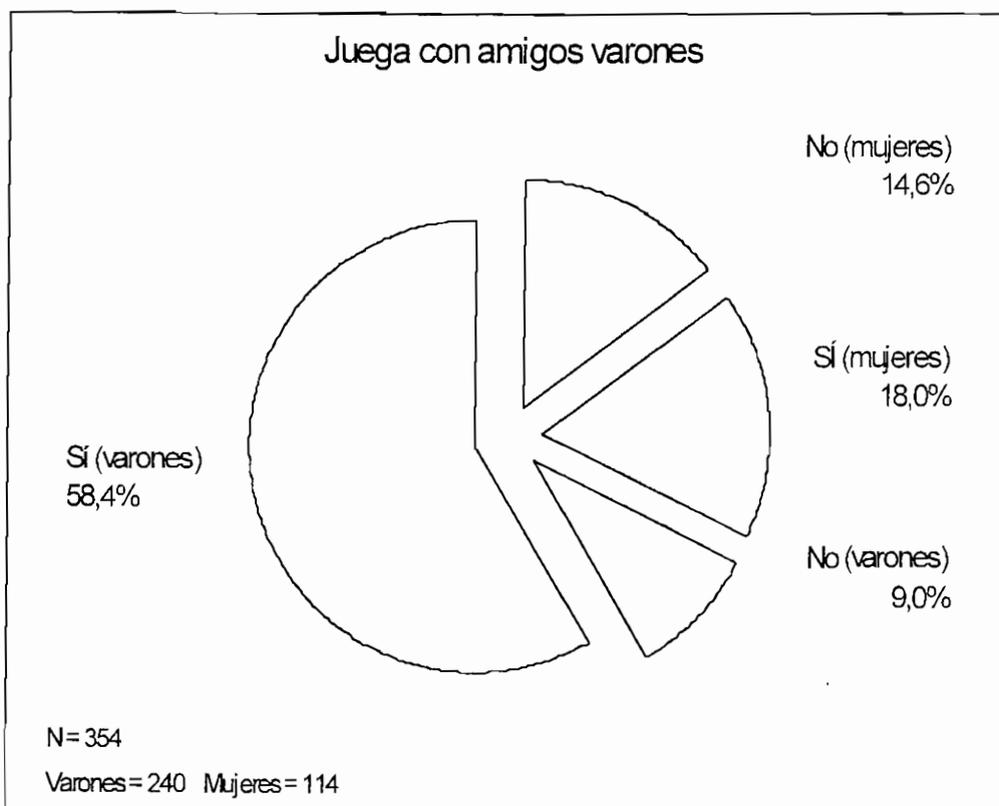


Gráfico 23 - Juego con amigos varones (según sexo)

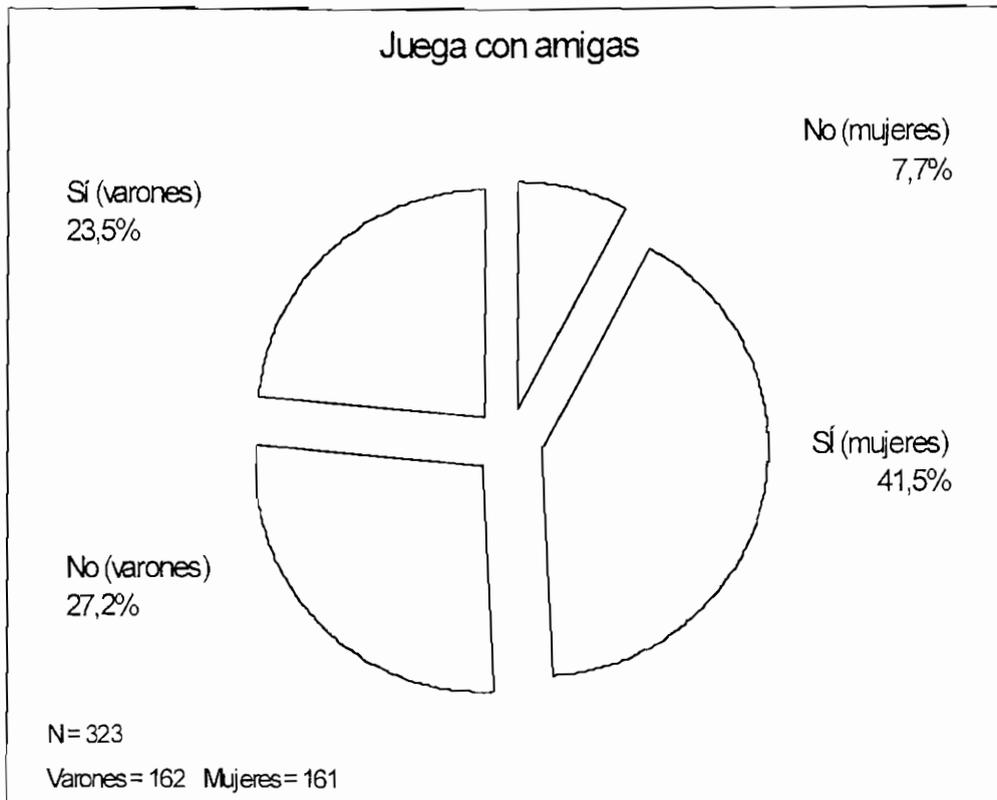


Gráfico 24 - Juega con amigas mujeres (según sexo)

Los que juegan solos (nunca con otros)

Tabla 32 - Juega solo (según sexo)

| N° | Varones | Mujeres | Fila Total |
|---------|---------|---------|------------|
| % Fila | 56,8 | 43,2 | 100,0 |
| % Col. | 100,0 | 100,0 | |
| Columna | 21 | 16 | 37 |
| Total | 56,8 | 43,2 | 100,0 |

Número de observaciones no incluidas: 493

De los cuadros anteriores se puede concluir que solamente 37 jóvenes - 21 varones, 16 mujeres - declaran que juegan solos y que no juegan con amigos o amigas. Estos solitarios no son jugadores intensos - lo que en inglés llaman *hooked players* - Solamente un caso de los 37 juega más de 8 horas a la semana; 22 juegan en su casa; 15 en casa de amigos; 28 en locales.

Información adicional sobre los juegos y la sociabilidad

Se hicieron preguntas escritas a jóvenes que se interesaban en el tema de videojuegos para evaluar si los veían como medio de relación interpersonal. La pregunta era "¿Los videojuegos te han ayudado a conseguir amigas o amigos nuevos?". Los jóvenes comentan situaciones en que los videojuegos les sirven (o no) como sitio de encuentro con otros jóvenes del mismo o diferente sexo.

Algunos casos de respuestas de mujeres¹⁶

"en los videojuegos conocí a una muchacha (la encargada de ahí) gracias a ella conocí a un muchacho de la rondalla de Zamora ella me lo presentó y nos hicimos muy amigos" (caso 66).

En realidad no yo nomás iba a jugar y casi eran puros hombres los que estaban en ese lugar por eso no puedo decir que encontré amigos ahí (caso 62)

Si me ayudaron a conseguir amigos(as) y eso se me hace muy bien pues cuando no puedo pasar algunos de los juegos que son nuevos pregunto o simplemente les digo que me la pasen y yo ya le continúo con lo demás y así una hace nuevas amistades. (caso 226)

si me han ayudado a conseguir amigos, ya que al estar jugando, llega alguna persona joven, te pregunta puedo jugar contigo y así se va haciendo la amistad entre nosotros así es como me ha pasado a mí (caso 132)

Pues la semana pasada hace 22 días yo fui con mis amigos y mi hermana y como van muchos muchachos a las maquinitas de Jardinadas conocimos algunos muchachos y nos invitaron a jugar y compraron 20 mil de puras fichas para los videos y cada semana ibamos a jugar con ellos. (caso 123)

yo digo que sí porque por decirlo tu quieres jugar pero ves que la maquina está ocupada y es de dos jugadores hay que empezar una pequeña amistad porque están dos juntos en una máquina. Los primeros comentarios: "ay que bien juegas" o si no "me ganaste" a base de ello se relacionan un poco (caso 451)

Pues si me ha ayudado porque cuando jugaba y estaban ahí y yo no podía pasar les decía que si me la pasaban y luego me decían que se les dejaba una vida y así sucesivamente entablábamos conversaciones y luego cuando nos encontrábamos en otros lugares nos hablábamos y preguntábamos cosas diferentes de lo que hablábamos en las maquinitas. (caso 448)

Si he conseguido cuando voy a las maquinitas les digo ay no me la pasa por favor y ya juega y me la pasa por favor y ya juega y me la pasa y pues ya se hace amigo o amiga y hay veces que la veo me dice adiós o me quedo platicando con ella. (caso 525)

Si me han ayudado a juntarme con más chavos ya que cuando me iba a jugar o cuando voy me encuentro a alguien y le digo vamos a las maquis. (caso 324)

Tal vez sí, cuando voy o iba a algún establecimiento de videojuegos, al estar jugando o esperando que los demás terminen o simplemente viendo jugar; terminaba platicando con alguien; una vez estaba jugando y llegó un muchacho con un sobrinito suyo. El se puso a jugar al lado mío y el niño me rasguño la pierna, el muchacho se disculpó conmigo y de ahí nos hicimos muy amigos. que. (caso 1)

Algunos casos de respuestas de varones:

Creo que sí me han ayudado a encontrar amigos nuevos porque van muchos jóvenes de mi edad a jugar y puede uno hablar con mayor confianza con ellos. En los videojuegos que juegan de dos o más personas son en los que yo he hecho amistades porque tienes que compartir el juego con el o ella. (caso 60)

No pos si porque a veces llega uno a los videojuegos y están otros jugando y pos le hecha uno y de así se emocionan y empiezan a platicar que si te lo acabas hasta donde llegas en fin y ya a rato hasta vicioso te ponen. (caso 221)

Si, me han hecho encontrarme amigos de la primaria y encontrarme con muchos amigos nuevos. Hubo una ocasión en encontrarme una amiga que nos llevamos muy bien desde la infancia y volví a reunirme con ella durante

muchos años, pero ella no se acordaba ya de mi pues hacía muchos años que no nos veíamos y ahora nos seguimos queriendo como los años de nuestra infancia. (caso 227)

Los videojuegos si me han ayudado a conseguir unas amigas nuevas. Mi experiencia fue que de pura casualidad encontré una buena amiga además me ayudaba a resolver uno que otro problema ella me contó una cosa muy íntima de ella que era sobre su novio algo que jamás me lo habían confiado en mi persona (caso 67)

Si porque por una ocasión yo cuando empecé a jugar los juegos de innovación no sabía muy bien y un muchacho me dijo algunos trucos entonces empezamos a comentar y nos hicimos amigos. En otra ocasión yo había ingresado a la escuela y era mi primer día aquí y a la salida fui a Jardínadas a las maquinitas y me encontré a un compañero aunque yo no lo conocía se acercó a mi y me empezó a ayudar el se llama Víctor va conmigo en mi salón y me ha enseñado algunos trucos. (caso 481)

Pues si, cuando veía un niño que parecía amistoso lo invitaba a jugar a mi casa y nos hacíamos amigos o cuando iba a las maquinitas que competía con otros también. (caso 479)

Si una vez estaba jugando llegó a retarme y me dijo te voy a ganar pero yo no me dejé y me ganó el primer raund pero en el segundo yo le gané y al último le gané y me dijo te invito a jugar Nintendo a mi casa le dije si y ahí empezamos a ser amigos. (caso 131)

Una experiencia fue cuando me dieron un golpe en la boca porque le apagué una maquinista accidentalmente a otro que jugaba. (caso 454)

Nunca me he hecho de amigos en los videojuegos porque la mayoría de las veces voy sólo. (caso 418)

Si cuando me cambié de casa no conocía a nadie jugué un tiempo videojuegos y como duraba jugando conocí varias amistades (caso 275)

IV.3 Variaciones en la intensidad de juego

Intensidad de juego y status socioeconómico

Se definen dos grupos de jóvenes: unos que juegan de manera intensa y otros que lo hacen de manera moderada¹⁷. Se observa su

pertenencia a dos estratos socioeconómicos (SSE-2) en el Gráfico 25:

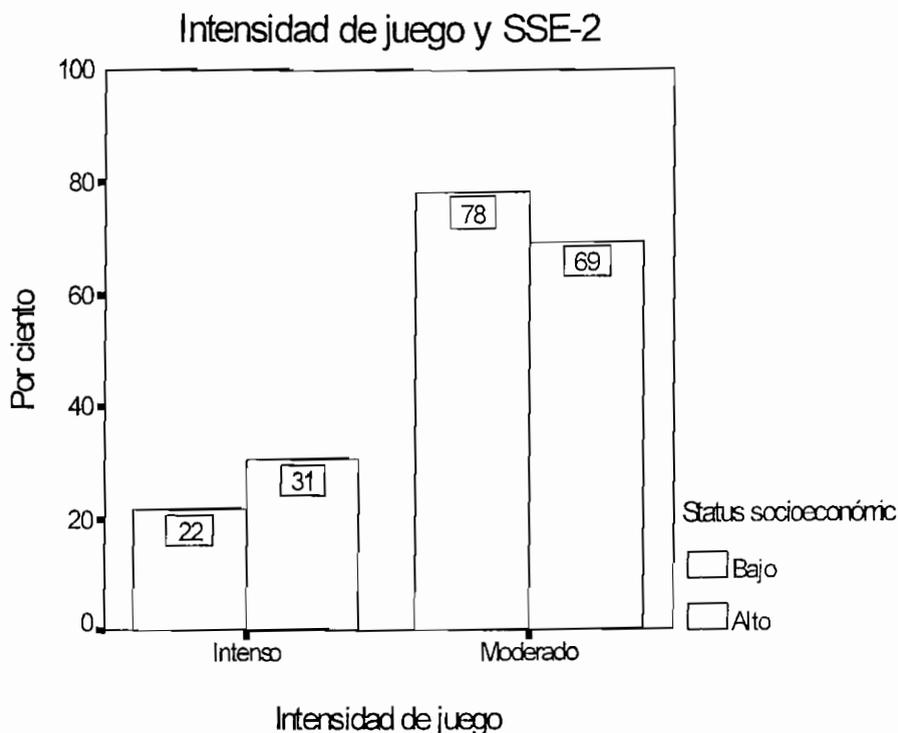


Gráfico 25 - Intensidad de juego (según SSE-2)

Se destaca que los jóvenes de más alto SSE tienen más representantes "intensos". La correlación de asociación lineal Pearson¹⁸ muestra un valor positivo. En el grupo "bajo" la explicación razonable es que el grupo de más bajo SSE tiene límites en sus posibilidades de gasto. Un hallazgo similar se da cuando se compara la intensidad de juego según las escuelas a que concurren: en las escuelas particulares la afición es más "intensa"¹⁹.

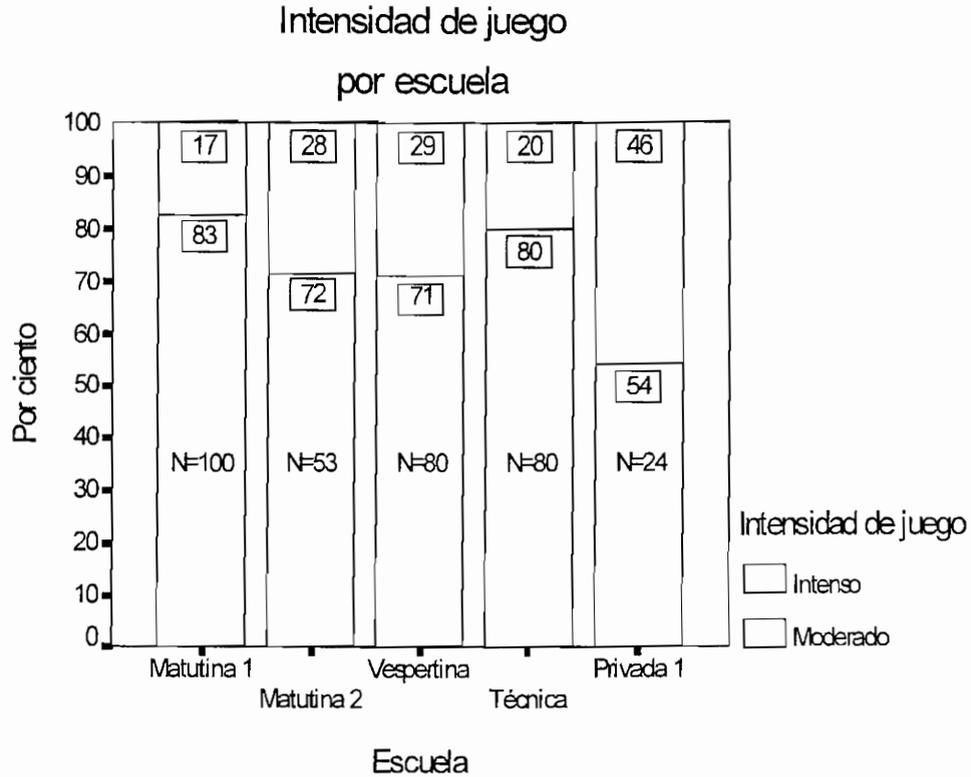


Gráfico 26 - Intensidad de juego (según tipo de escuela)

IV.4 La televisión y los videojuegos

Anteriormente se vio que los estudiantes encuestados miran televisión. Veremos a continuación la asociaciones de variables entre mirar televisión y jugar videojuegos.

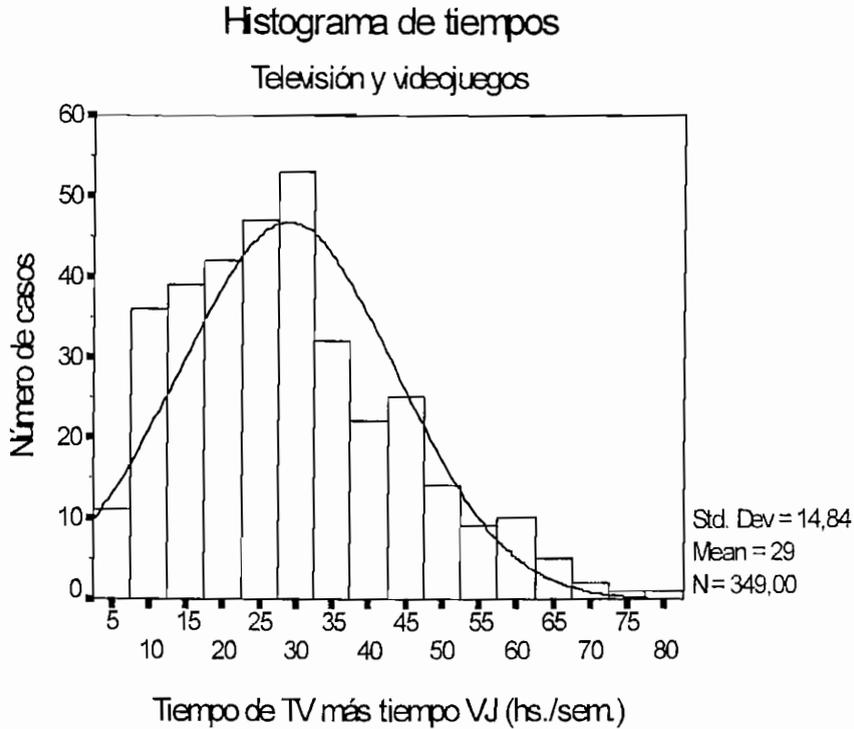


Gráfico 27- Tiempo semanal de TV y Videojuegos

La distribución del tiempo semanal de televisión es bastante homogéneo. En los cuadros siguientes se ve la distribución de televidentes según el tiempo y la relación entre el tiempo de TV con las variables de SSE y de sexo. Según status socioeconómico, la distribución es muy similar²⁰, según puede verse en el gráfico siguiente:

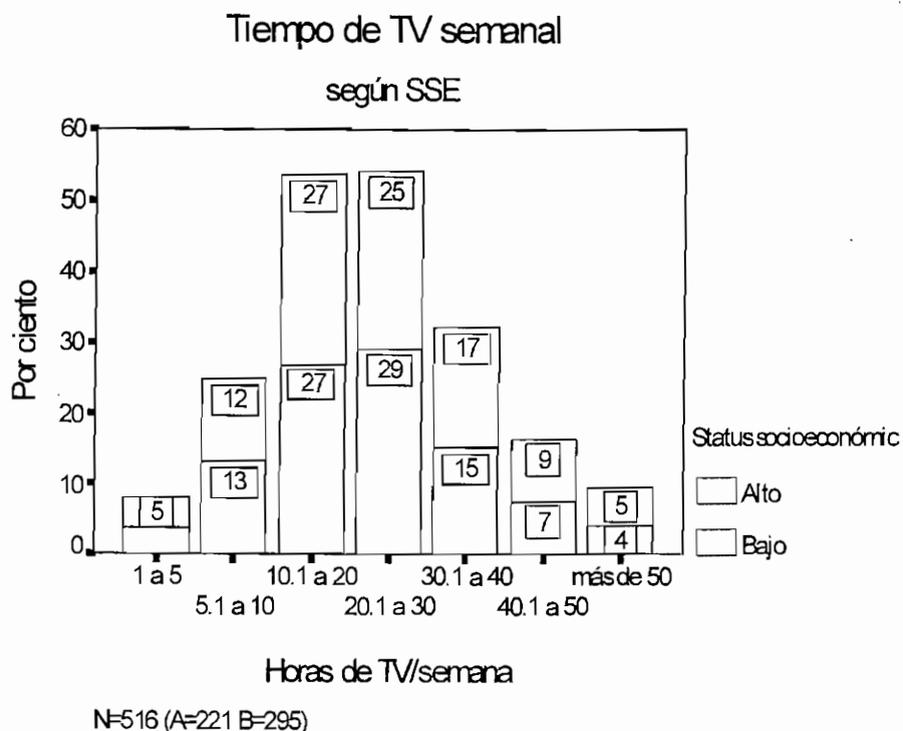
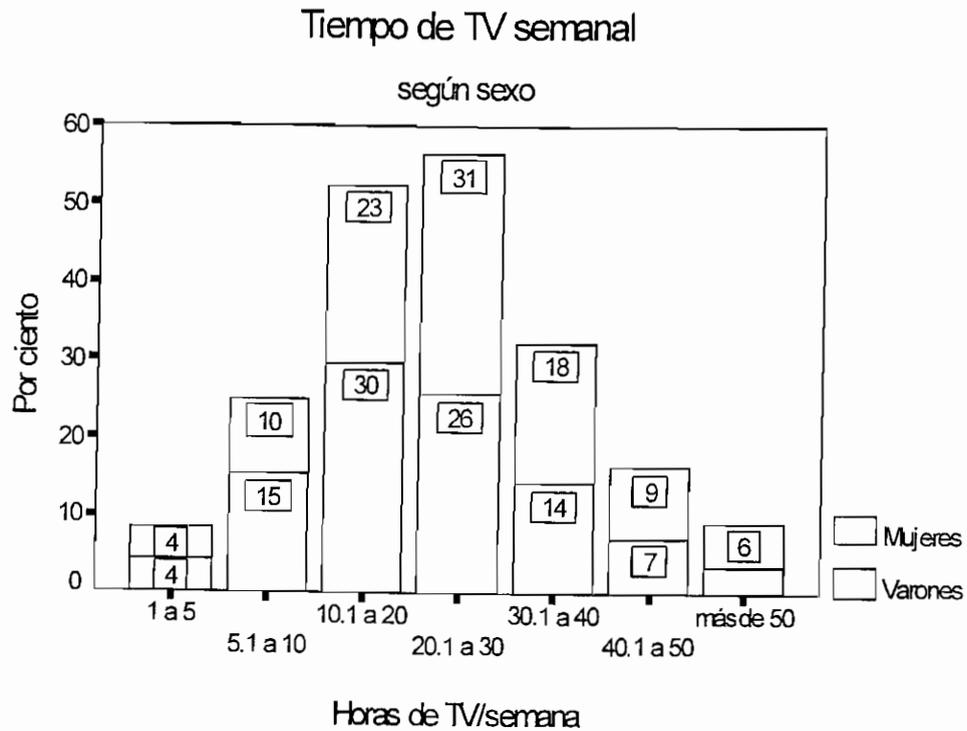


Gráfico 28 - Tiempo de televisión semanal (según SSE-2)

En cambio, los hábitos de televisión muestran diferencias de género; las mujeres están más horas frente al televisor: casi dos tercios de ellas mira más de 20 horas de TV a la semana, mientras que la mitad de los varones lo hace²¹. En promedio, las mujeres están 25.8 horas y los varones 22.9 horas semanales mirando televisión (Gráfico 29).



N=530 Varones=280 Mujeres=250

Gráfico 29 - Tiempo frente al televisor (según sexo)

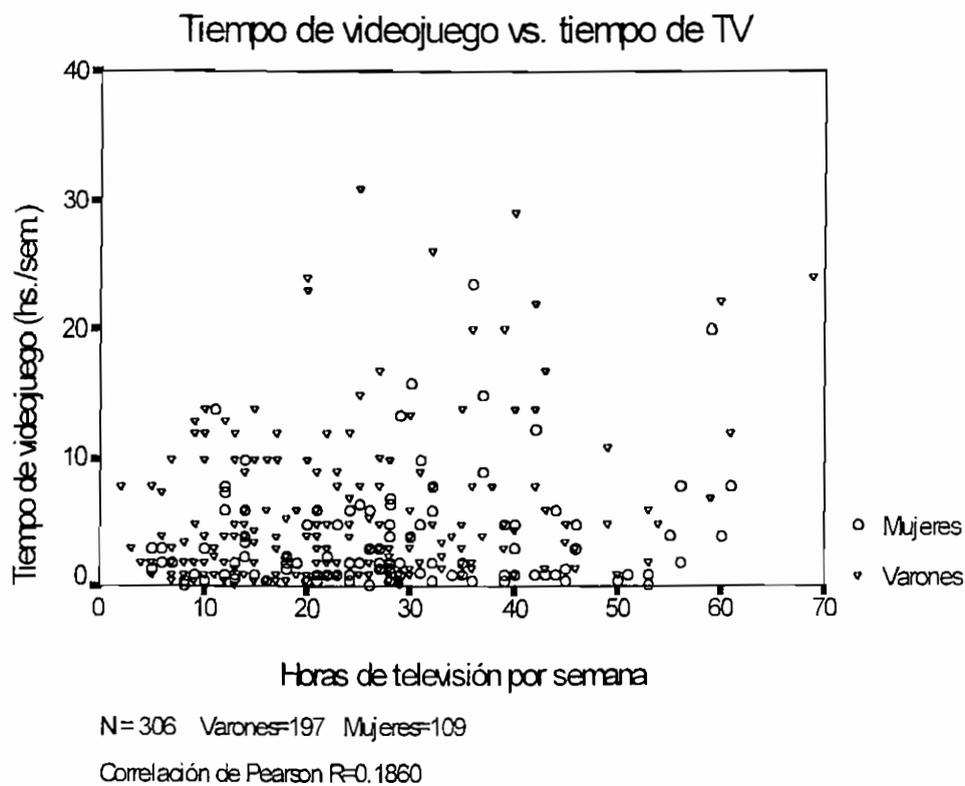


Gráfico 30 - Horas de televisión y tiempo de videojuego

El bajo valor del coeficiente de Pearson R indica que la correlación lineal entre las variables es débil y positiva; es decir que hay asociación (débil) entre jugar más (o menos) videojuego **y** ver más (o menos) televisión. Lo que el Gráfico 30 nos deja claro es que ambas actividades no se llevan tiempo una a expensas de la otra. Se obtienen resultados parecidos si las variables que se consideran son lectura de libros, de revistas o asistencia al cine. No hay una variación significativa al comparar estudiantes de diferente SSE o diferente sexo. Los jugadores moderados leen ligeramente libros más que los intensos (58.2% vs. 53.5% de los casos; N=337). En cambio la lectura de revistas es

más frecuente entre los intensos que entre los moderados (89.1% vs. 85.3%; N=370). Interesa recordar aquí que solamente hubo 13 casos de lectores de revistas especializadas en videojuegos.

V. Rendimiento escolar y videojuegos

El rendimiento escolar y su correlación con el uso de videojuegos es un tema importante y merecería ser tratado en sí como asunto de investigación, por lo que aquí el tratamiento es somero en relación con la importancia del tema. No obstante, estimamos que la información de este punto puede servir como orientación para investigación futura y hay aspectos que sirven como una primera exploración del tema en México. Parte de la información recogida entre estudiantes de secundaria aporta datos para avanzar en conocer la relación entre intensidad de juego y rendimiento escolar. En este estudio conseguimos la calificación escolar de 471 estudiantes (245 varones + 226 mujeres) de los que contestaron nuestra encuesta.

Para rendimiento escolar, comenzamos por ver la influencia que tienen las dos variables que hemos tomado como referencia básica: el status socioeconómico (SSE-2) no parece influir en las calificaciones de sus respectivas escuelas que son nuestro indicador de rendimiento escolar (Gráfico 31). En cambio sí hay una asociación marcada de buen rendimiento escolar entre las mujeres con respecto a los varones. El 47 por ciento de las mujeres tuvo un promedio mayor a 7.5 mientras que los varones sólo

lo alcanzaron en el 35 por ciento de los casos (Gráfico 32). Una cuantificación comparativa de la correlación lineal entre variables es el coeficiente R de Pearson²², que indica para la variable SSE-2 una asociación mucho menor que en el caso de la variable sexo.

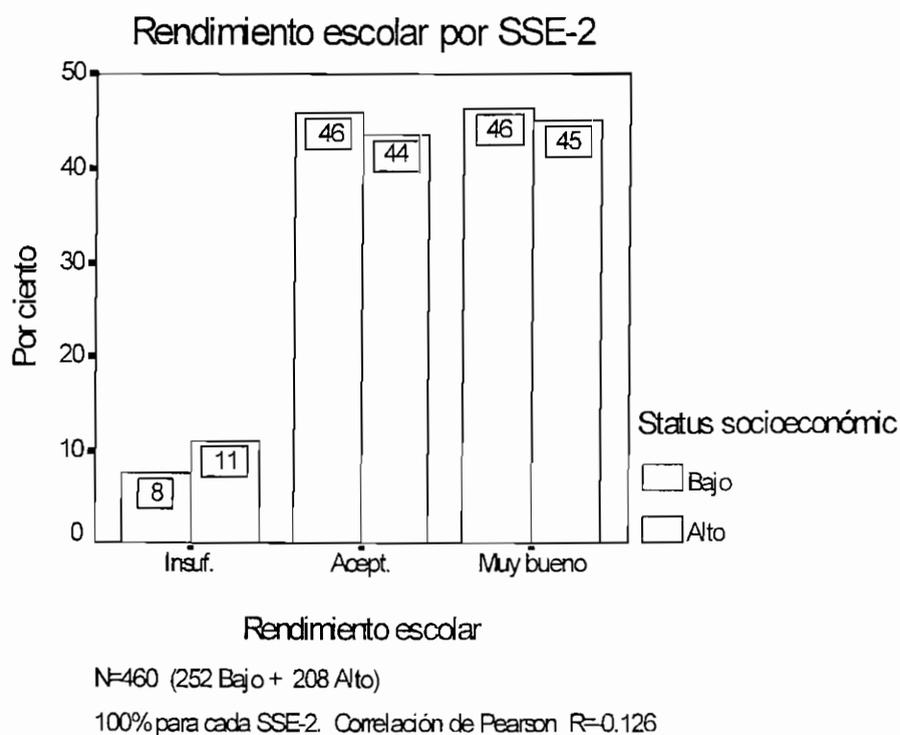


Gráfico 31 - Rendimiento escolar (según SSE-2)



N=471 (245 V+ 226 M)

Porcentajes 100 para cada sexo. $p=0.112$

Gráfico 32 - Rendimiento escolar por sexo

En el capítulo 5 se expone la preocupación que causan los videojuegos entre los maestros, y aun entre las autoridades educativas, como casi seguros causantes de una disminución del rendimiento escolar de los adolescentes hasta el punto de que en algunos municipios y localidades hubo intentos de prohibir la instalación de negocios de este ramo.

Aquí se presentan resultados de la relación de distribución de valores entre rendimiento escolar frente a la variable tiempo total de videojuego, aunque es necesario tener claro que la información obtenida fueron calificaciones de aprovechamiento en las cuatro asignaturas básicas, cuya variación entre escuelas y entre maestros tiene sesgos diversos²³.

Los resultados muestran que no existe una correlación inmediata entre el empleo de videojuegos y el rendimiento escolar, ya sea en tiempo de juego o la frecuencia de asistencia a negocios de VJ. La dispersión de casos es amplia y hallamos más asociación entre buen rendimiento escolar y tiempo alto de uso de videojuegos que al contrario: estudiantes de rendimiento "muy bueno" tienen una media de tiempo total (casa+locales comerciales) de videojuego un 20% por encima de los demás. La dispersión señala que los casos individuales de bajo rendimiento escolar y alto uso de videojuegos son asunto cuyos pormenores deben conocerse mediante otra técnica de investigación (Gráfico 33).

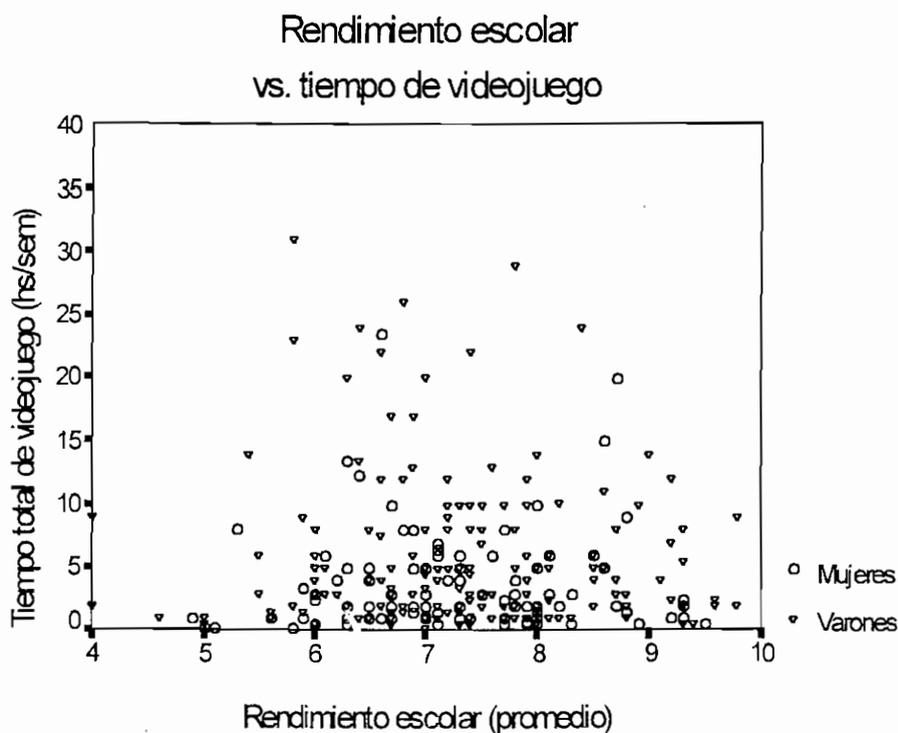


Gráfico 33 - Rendimiento escolar y tiempo de videojuego
(dispersión)



N=310

La cifra en recuadro representa horas semanales promedio para el grupo

Gráfico 34 - Rendimiento escolar y horas promedio de juego

Por otra parte, es posible discernir (y "construir") con los datos un grupo de 49 estudiantes que denominamos de juego "intenso" en tanto que existe otro grupo de 144 estudiantes que tiene un comportamiento "moderado" en el uso de los videojuegos. Si se analiza el rendimiento escolar de intensos y moderados por separado se observa para el SSE alto una distribución similar a la general de la encuesta. Sin embargo, al analizar el grupo de SSE bajo, se ve que los que juegan de forma intensa son mejores estudiantes que los que lo hacen de forma moderada (es mayor el

porcentaje de alumnos muy buenos y menor el porcentaje de reprobados).

El rendimiento escolar de "intensos" y "moderados" puede compararse en los gráficos siguientes,

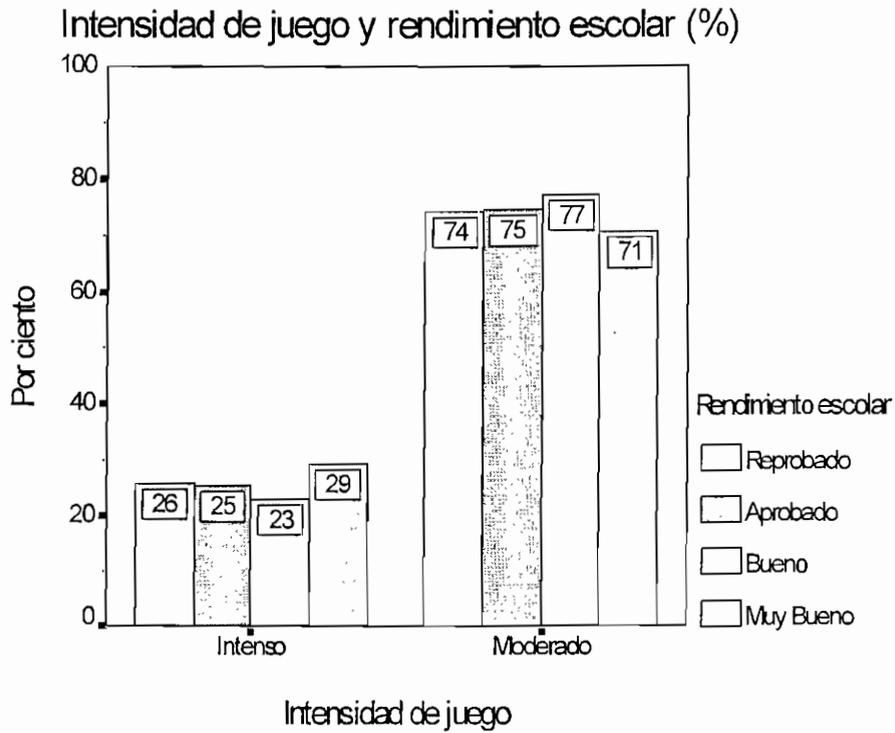
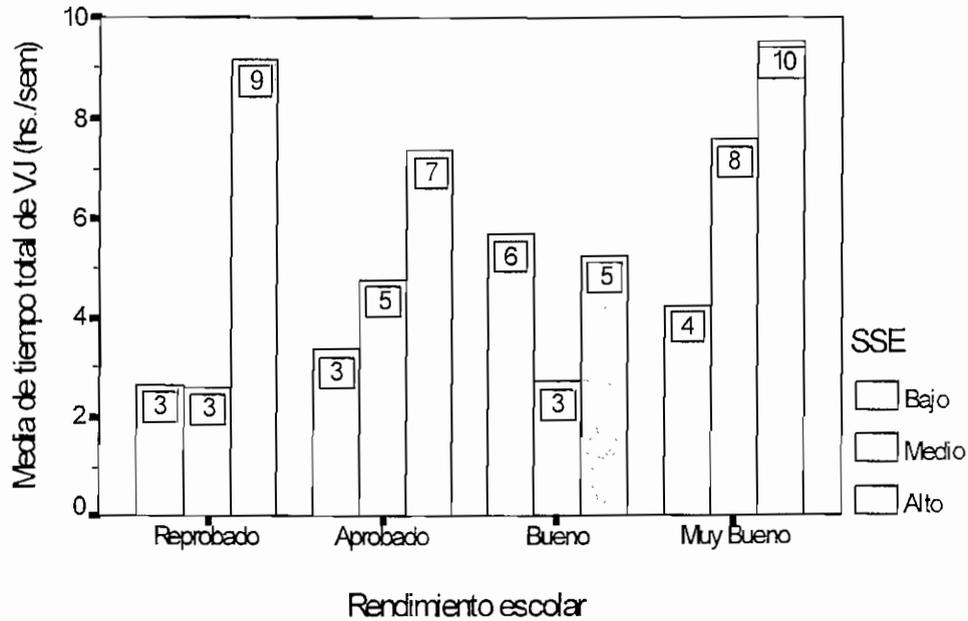


Gráfico 35 - Rendimiento escolar de "intensos" y "moderados"

Tiempo de VJ vs. rendimiento escolar

según SSE



N=264

Gráfico 36 - Media de tiempo de videojuego y rendimiento escolar (según SSE).

Los videojuegos no parecen ser causa de mal rendimiento escolar, sino un componente más del uso del tiempo en diversiones.

Los valores comparados de otras variables para intensos y moderados, se expresan en la Tabla 33:

Tabla 33 - Comparación de variables vs. intensidad de juego

| Característica | Intensos (N=49) | Moderados (N=144) |
|-------------------------------|-----------------|-------------------|
| N° de hermanos (media) | 5.29 | 4.58 |
| Status socioeconómico (media) | 7.88 | 7.43 |
| Edad (media) | 14.53 | 14.36 |
| Tiempo semanal de TV (hs.) | 26.33 | 23.86 |
| Trabaja | 62.8% | 45.0% |

Las diferencias de promedio de rendimiento escolar entre quienes trabajan y quienes no lo hacen se observan en la Tabla 34.

Tabla 34 - Rendimiento escolar y situación de trabajo

| | Número de Casos | Media | SD | E.med.de X |
|------------|-----------------|--------|-------|------------|
| Sí trabaja | 155 | 7.1948 | 1.002 | .080 |
| No trabaja | 236 | 7.4792 | 1.152 | .075 |

Diferencia media = $-.2844$

Esta exploración muestra que quienes trabajan tienen a la vez mayores oportunidades de videojuego y dificultades de estudio.

VI. Conclusiones del capítulo

Ha quedado descrito el uso local de videojuegos de los escolares secundarios en Zamora y a lo largo de la exposición se han obtenido conclusiones parciales del análisis de cruces de diferentes variables. A continuación se resume el resultado de esa información y se relaciona la misma con la de otros capítulos de este estudio.

1) *Los videojuegos están establecidos en la vida de los adolescentes de Zamora.* Los jóvenes empiezan desde muy temprana edad a familiarizarse con videojuegos y, al igual que en muchas ciudades, los jóvenes han crecido jugando videojuegos (cf. Herz, 1997). Nueve de cada diez los juegan en la adolescencia aquí como en otras partes (Griffith, 1991:54). Si a principios del siglo la socialización de los jóvenes tenía como referencias libros y piezas teatrales, y en el medio siglo películas y actores de cine

y series de TV, en los años noventa se agregó la identificación con peripecias de los personajes de *Mario*, *Street Fighter*, *Mortal Kombat* y las participaciones audiovisuales vicarias en deportes como F-1, FIFA o NBA.

2) *Los videojuegos, como otras mercancías tecnoculturales, se han difundido por igual en todos los estratos socioeconómicos. Hay pocas diferencias significativas entre los usuarios. Las pequeñas diferencias encontradas no son tajantes, aun con observaciones estadísticas minuciosas.*

3) *Los juegos son populares entre varones y mujeres, pero es mayor la proporción de varones que los juegan y lo hacen con mayor intensidad (tres de cada cuatro varones vs. dos de cada tres mujeres; las frecuencias de asistencia a los locales y los tiempos de juego de los varones también son mayores).*

4) *El status socioeconómico (SSE) no caracteriza grupos de jugadores diferentes por su intensidad, ni actitudes distintas de los jóvenes con respecto a los videojuegos.*

5) *El rendimiento escolar está condicionado - se intuye y se prueba - por la situación de trabajo de los estudiantes. No se encuentra asociación significativa entre rendimiento escolar y uso de videojuegos, ni en tiempo ni en frecuencia.*

6) *El gasto en videojuegos es mayor entre los varones de SSE alto; en cambio las mujeres gastan más (en términos absolutos) en otras diversiones.*

7) Con respecto a los hábitos culturales, los videojuegos se agregan como un elemento en una agenda compleja de consumo cultural. Los títulos de libros, revistas, películas o programas de TV son muchos, de presencia efímera y generalmente asociados a un cronograma de televisoras y distribuidoras. La diversidad está restringida por la oferta mercantil.

8) Los videojuegos en Zamora se emplean para sociabilidad. Los jóvenes zamoranos (de ambos sexos) los consideran una posibilidad de relacionarse con otros jóvenes. Los juegos "cooperativos" son aceptados. Las competencias son limitadas y se hacen contra la máquina más que contra otros jugadores.

9) Los jóvenes no hacen apuestas por puntos y premios. Los videojuegos son más un entretenimiento y un desafío de habilidad que oportunidad de apuestas. Los locales A, como parte de una forma importada de operar estos negocios, ofrecen tickets y bonos, pero no tienen una aceptación notoria.

Notas del Capítulo 4

1. En 1996 una recopilación bibliográfica registraba 227 artículos académicos sobre estos temas (Mediascope, 1996).

2. *Status socioeconómico* (SSE) es una variable que se obtiene al agregar información contenida en distintos campos de la encuesta en la que algunas preguntas tenían por fin aumentar nuestra información acerca de la posición social. En SSE se consideran tres estratos: "alto", "medio" y "bajo", que corresponden a tercios de nuestro universo (516 casos válidos con una media de $\bar{X}=7.496$ y $\text{desv.st.}=2,277$). SSE-2 se usa por razones de claridad en algunos casos y ahí se consideran sólo dos estratos ("alto" y "bajo") que corresponden a los conjuntos por encima y por debajo de la media ($\bar{X}=7.496$). Cuando se usa SSE-2, el número de individuos es desigual: 295 (55.2%) son "bajos" y 221 (42.8%) son "altos", en un total de 516.

La variable incluye, con importancia decreciente, las siguientes características:

- Ocupación del padre
- Ubicación residencial
- Propiedad de la vivienda
- Automóvil: propiedad y año de fabricación.
- Escolaridad del padre y de la madre
- Estilo de vacaciones
- Asistencia a escuela particular
- Propiedad de VCR y computadora

El cómputo de la variable indicadora de SSE toma como base la ocupación del padre y suma puntos o fracciones de acuerdo a los valores de las demás que indican aquellas características.

Las variables que participan en la fórmula:

Status (ocupación del padre; rango:1-7)

Calresid (calidad residencial, de acuerdo a la colonia en que vive)
Calidad residencial tiene un rango de 1-5 agrega puntaje de la siguiente manera: La categoría 5 agrega 1 punto, la categoría 4 agrega 0.8; la categoría 3 agrega 0.5; la categoría 2 agrega 0.2. La escolaridad del padre agrega entre 0.2 (secundaria) a 1 punto (universidad completa).

la escolaridad de la madre agrega la mitad que la del padre.medio punto como máximo)

tener casa propia agrega 1 punto

tener coche agrega 0.3 puntos.

tener coche reciente de modelos 92 en adelante agrega 1 punto; 90/91 agrega 0.80; modelo 85-89 agrega 0.5 puntos

asistir a escuela particular agrega 0.3 punto

haber ido de vacaciones agrega 0.2 puntos

haber ido a un hotel agrega 0.5 puntos

usar avión agrega 0.3 puntos

tener VCR agrega 0.2 puntos

tener computadora agrega 0.2 puntos.

3. En el anexo 4-1 se muestra el formulario de la encuesta. La misma se llevó a cabo en 1993-1994 en siete escuelas; tres son particulares y cuatro públicas; dos de ellas son vespertinas y las restantes matutinas.

Este universo contiene las variaciones sociales de la población urbana del municipio.

4. Ver capítulo 5, Tabla 1.

5. La información sobre calificaciones escolares corresponde a los dos primeros bimestres del año escolar 1993-1994.

6. Los horarios de los locales de videojuegos tenían límites diferentes al resto del comercio hasta 1993. A principios de ese año el horario se hizo similar al de otros locales, y se extendió a los domingos la posibilidad de estar abiertos.

7. Los precios de la mayoría de los bienes prácticamente se duplicaron - o más - durante 1995. Pero el precio del acceso a los juegos en Zamora subió a lo sumo el 40 por ciento que aquí menciono. Su situación de servicio no indispensable, al parecer hace de estas mercancías - como las videopelículas, con las que sucedió lo mismo - sean muy sensibles a la demanda. A pesar de venir de un comercio transnacional, no pueden fijar un precio local con equivalente en divisas.

8. Así se anuncia en el folleto de franquicia de videojuegos Guadalajara.

9. El Platanal (o La Planta), 13 de junio de 1994. Esta localidad fue estudiada en relación a los juegos infantiles por Lucía Mantilla a principios de la década de 1980 (Mantilla, 1991).

10. Inicialmente se establecieron en la encuesta seis categorías residenciales que tomaban en cuenta tipo de fraccionamiento, de construcción, servicios urbanos y regularización municipal, asignando a cada colonia un valor. Luego, a los fines de una mejor comprensión, las categorías se redujeron a tres: A: alta; B: media y C: baja.

11. En Estados Unidos puede notarse una corriente de preservación y registro de videojuegos anteriores. En Internet pueden consultarse varios sitios con esta tendencia (septiembre, 1998).

Ejemplos: I.C. When - [HTTP://www.icwhen.com/](http://www.icwhen.com/);

Art of Videogames - [HTTP://members.aol.com/chikong/index.html](http://members.aol.com/chikong/index.html)

VideoGameSpot's History of Video Games -

[HTTP://www.videogames.com/features/universal/hov/index.html](http://www.videogames.com/features/universal/hov/index.html)

VAPS Video Arcade Preservation Society - [HTTP://www.vaps.org/links/](http://www.vaps.org/links/)

Classic Homes Video Games Museum - [HTTP://ns2.apmtech.com/dbrown/museum/](http://ns2.apmtech.com/dbrown/museum/)

12. Esas diferencias tendrían una analogía en las de los correspondientes deportes populares el football americano y el fútbol y en los estilos de conducción de automóviles. En ambos casos las señalizaciones norteamericanas contrastan con la improvisación propia de México y otros lugares (idea sugerida por Andy Roth).

13. Más arriba colocamos un cuadro similar que agrupa a los poseedores de VJD según calidad residencial. Aunque la ubicación residencial es parte del indicador de SSE, éste toma en cuenta principalmente las características socioeconómicas del grupo familiar.

14. En la información correspondiente al año lectivo 1995/96 la población de las escuelas públicas y privadas de Zamora era de 7645

estudiantes, de los cuales 3758 eran varones y 3387 mujeres (no hay datos para 500); La población por cursos es: 1er año: 2657; 2° año 2390 y 3er año 2098 (más 500 sin especificar). Es decir que nuestra encuesta de 530 estudiantes de 3er año captó aproximadamente una cuarta parte del total en el municipio en ese grado.

14. En los cuadros referentes a videocasetera y computadora no se hace referencia a la variable status socioeconómico porque las respuestas a este tema sirven de base, entre otras, para construir la variable SSE (de tres estratos) y SSE-2 de dos estratos.

15. Las respuestas se transcriben textualmente (sin corrección ortográfica o gramatical).

16. Definición: los "Intensos" son jugadores que juegan más de 6 horas semanales; los "Moderados" juegan hasta 6 horas semanales.

17. La correlación r de Pearson es una medida de asociación lineal entre las dos variables. "es una medida del grado en que los mismos individuos o sucesos ocupan la misma posición relativa respecto a dos variables" (Runyon y Haber, 1984). Cuando su valor (de -1 a 1) se aleja de cero, la correlación entre las variables es mayor. El signo indica si la relación de proporcionalidad es directa o inversa.

19. En las tres escuelas particulares encuestadas la proporción de "intensos" es mayor que en las escuelas públicas. Sin embargo, las cifras de casos son bajas y no tienen confiabilidad estadística.

20. La correlación entre tiempo de televisión semanal del Gráfico 28 de las variables de intervalo de este gráfico (puntual y frecv del anexo 4-4) se evalúa mejor mediante la de las variables continuas (o menos discontinuas) $c127hora$ y puntaje del anexo 4-4. El coeficiente de correlación lineal de Pearson para estas últimas es $R=-0.306$, que indica una leve relación inversa entre mayor status y tiempo de televisión.

21. La medida de correlación en este caso es $\tau\text{-}b$ de Kendall= -0.1528 , lo que indica el valor de la correlación entre las variables $c3s2sexo$ (ordinal) y $tiempoto$ (continua) del anexo 4-4. El valor absoluto de este coeficiente es similar al R de Pearson.

22. En este gráfico de intervalos, R se calcula a partir de las variables menos discontinuas $c-141a$ (calificación promedio) y puntaje (status socioeconómico) del anexo 4-4.

23. En varias escuelas de Zamora es práctica corriente de los profesores subir puntos de calificación a cambio de tareas o comportamientos que muestran más bien acatamiento de la autoridad antes que aprovechamiento en el aprendizaje. En casos los puntos pueden ser premio a comportamientos que no tienen que ver con una asignatura o sus contenidos. El tema es importante, pero alejado del tema central de este capítulo. Sin embargo es indispensable considerarlo si nos preocupa el aprovechamiento o rendimiento escolar, más allá de las calificaciones que dependen de estos aspectos idiosincráticos.

Capítulo 5 - Las instituciones locales frente a los videojuegos

En este capítulo se expone información acerca de opiniones que suscitan los videojuegos entre los padres de familia, educadores y funcionarios de gobierno. El material proviene de nuestra propia investigación y de fuentes secundarias de varias localidades de México. En el capítulo 2 se presentó, entre otros temas, el estado de la cuestión sobre efectos de los videojuegos. En éste, como contraste, revisamos las opiniones de los padres, maestros y otros actores institucionales, lo que permite sacar provecho del material presentado anteriormente para evaluar las afirmaciones que hacen los actores institucionales.

En el capítulo 3 se vio que existe en Zamora un grupo principal que sostiene valores culturales tradicionales de autoridad familiar y religiosa y esos valores prevalecen a pesar de que los actores económicos se han diversificado y que las familias más ricas son otras (Tapia, 1990). La ciudad tuvo un proceso de diversificación y crecimiento de población y de actividades a partir de la década de 1960. Los valores ideológicos tradicionales permanecen fuertes, pero no rigen la vida cotidiana de todos (Arizpe, 1990).

Por esta combinación, la ciudad resulta un sitio interesante para conocer la influencia, en las últimas décadas, de las industrias culturales, así como para comprobar si los mensajes del mercado encuentran aquí menos resistencia que la acción política o ideológica directas.

En lo que sigue se presenta información sobre las opiniones de los padres de los estudiantes encuestados en Zamora, las manifestaciones de los profesores y de representantes de instituciones locales frente a la difusión de videojuegos.

Opinión de los padres

En la encuesta se hicieron 20 preguntas acerca de la opinión del padre y de la madre con respecto a los videojuegos (ver anexo 4-1a). Las respuestas posibles de opinión son: 1) acuerdo con los videojuegos; 2) oposición a los videojuegos, 3) aceptación de los videojuegos con condiciones, 4) no se interesan por el tema. Estas posibilidades se registraron a partir de lo que dice el hijo/a al responder el cuestionario. Una primera aproximación se tiene en la Tabla 35 (no se incluye aquí la opción 4).

Tabla 35 - Opinión del padre y de la madre

| | padre | | madre | |
|---------------|-------|------|-------|------|
| | N | % | N | % |
| De acuerdo | 67 | 15.1 | 62 | 13.7 |
| Se opone | 194 | 43.6 | 220 | 48.6 |
| Acepta c/cond | 184 | 41.3 | 171 | 37.7 |
| TOTAL | 445 | | 453 | |

Los puntos más notables:

- Generalmente hay coincidencia en la opinión de ambos padres y solamente una de cada cinco parejas tiene discrepancia sobre los videojuegos (Gráfico 37).

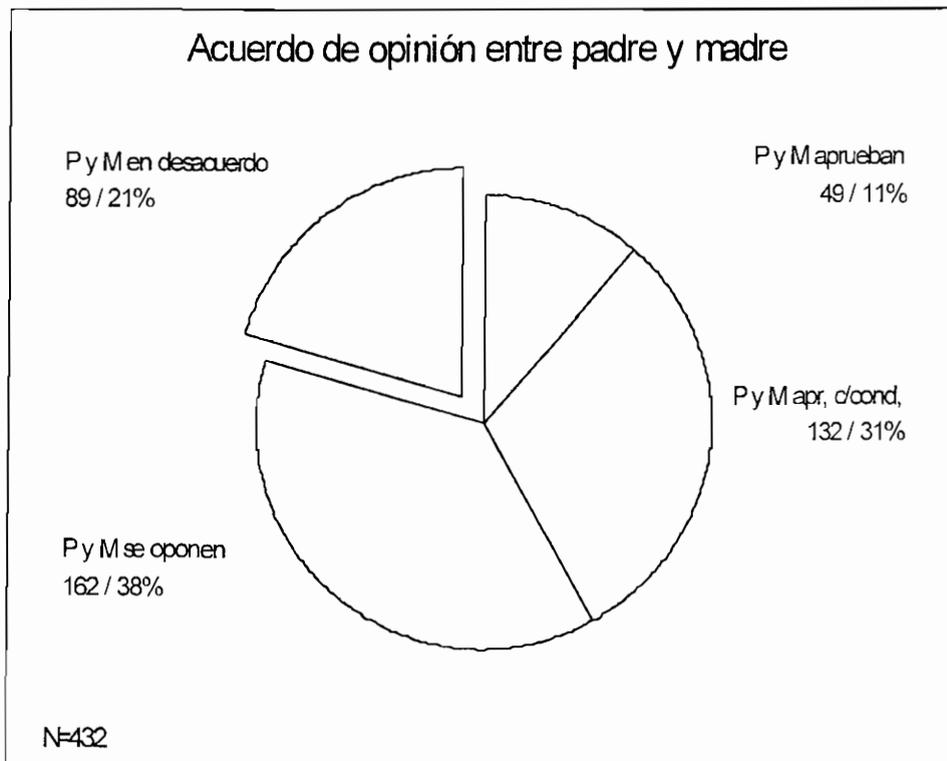


Gráfico 37 - Acuerdo de opinión entre padre y madre

- Las madres, en su conjunto, se oponen a los videojuegos en mayor proporción que los papás (48.6% frente a 43.6%). Cuando ambos padres se oponen, en 309 casos, un 53 por ciento de ellos son padres de varones y 46 por ciento de mujeres. Una diferencia notable entre los padres de varones y mujeres es que en el primer caso es más alto el porcentaje de quienes están a favor del uso de videojuegos.

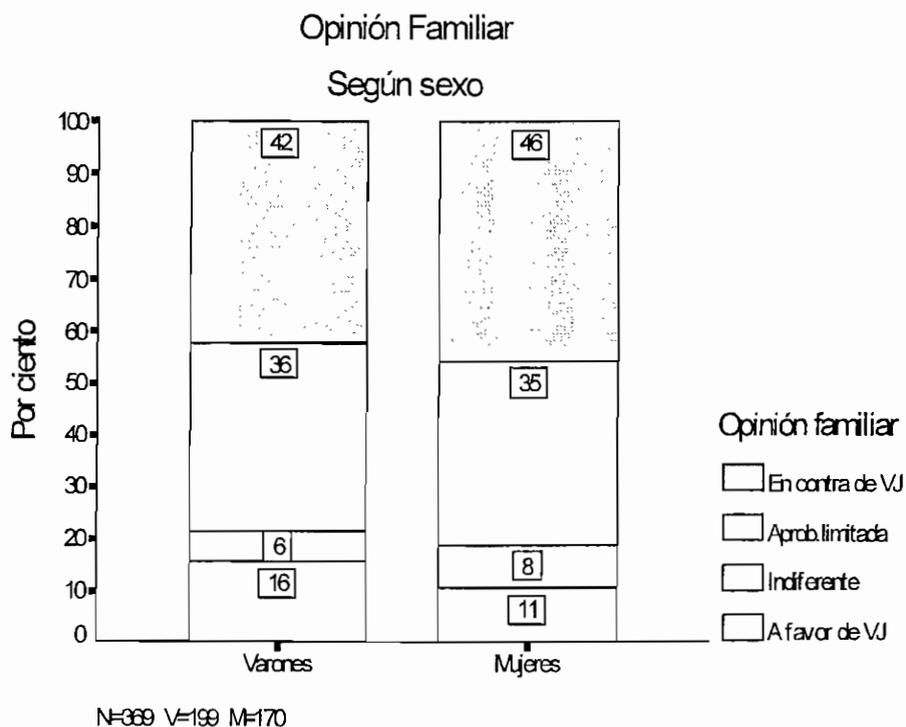
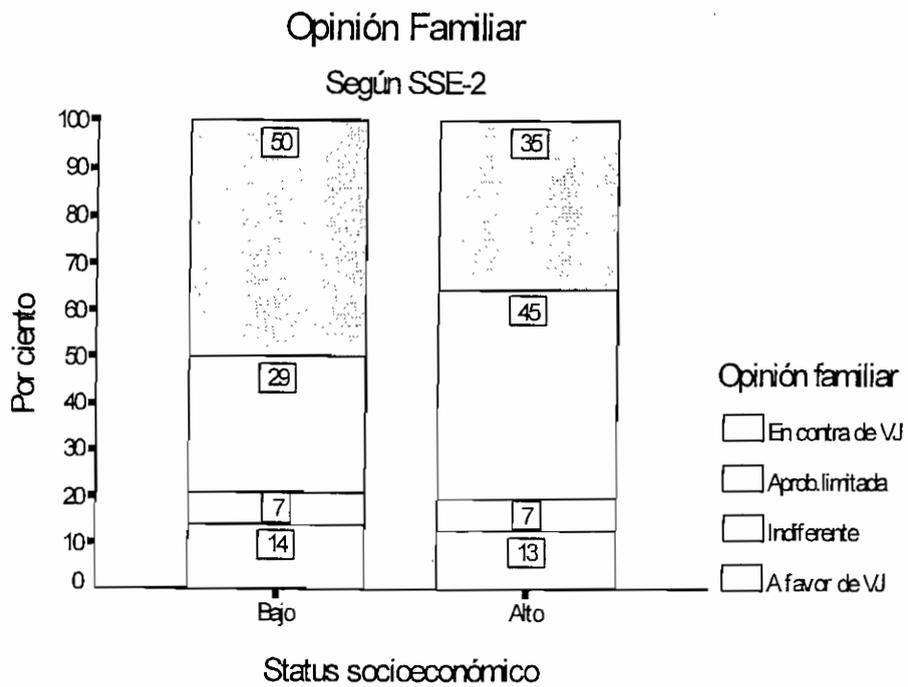


Gráfico 38 - Opinión familiar (según sexo)

- Con respecto a la opinión que mantienen distintas familias según su posición socioeconómica, cabe destacar que en las familias de bajo SSE la oposición a los videojuegos es más notable que en las de alto SSE, llegando a la mitad de los casos. En las familias de SSE alto, en cambio, suele haber condicionamiento, más que un rechazo tajante. Esto se ilustra en el Gráfico 39.



N=362 B=204 A=168

Gráfico 39 - Opinión familiar (según SSE-2)

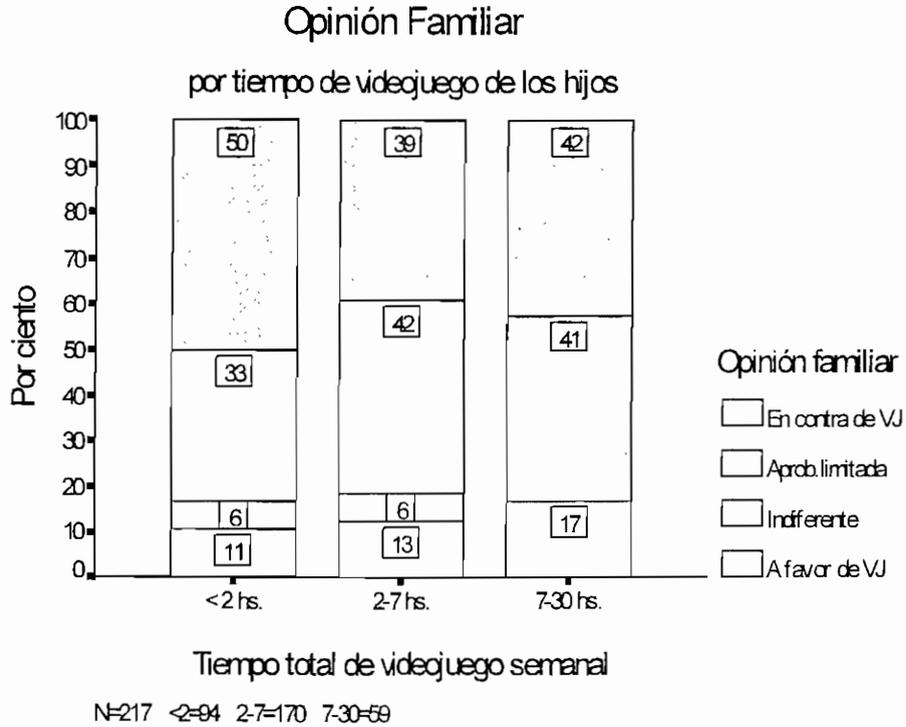


Gráfico 40 - Opinión familiar y tiempo de videojuego

También tratamos de evaluar si la opinión de los padres está relacionada con el tiempo de videojuego de sus hijos (Gráfico 40)¹: la opinión opuesta en el hogar es mayoritaria, pero en los hogares en que hay hijos que son "jugadores intensos", los padres "indiferentes" a los videojuegos disminuyen en proporción. Estadísticamente hay una correlación inversa (coef. bivariado $p=0.15$). Debe apuntarse que los jugadores muy enganchados en el videojuego causan preocupación y oposición por parte de sus padres.

Opinión de los maestros

Los maestros de las escuelas estudiadas dieron su opinión acerca de los efectos que ellos consideraban que los videojuegos tienen sobre los adolescentes.

Las entrevistas con maestros de las escuelas secundarias (privadas o gubernamentales) muestran que muy pocos han observado los videojuegos con detenimiento. Sólo algunos lo reconocen mientras otros dan por supuestas sus consecuencias perjudiciales para los estudiantes. Las opiniones de los maestros se transcriben en el anexo 5-1.

Según varias entrevistas y lecturas, el mundo de las escuelas siente amenazas por parte de lo que algunos de sus integrantes llama la "cultura electrónica".

Un maestro sostiene que la conducta de los jóvenes se ve condicionada por los videojuegos "... ya que los hace renuentes a obedecer una orden al canalizar su tiempo convirtiéndolos en irresponsables, al tratar de conseguir dinero para jugarlos o comprar el componente como algo necesario"... "el videojuego es un gran distractor, que roba enormes espacios de tiempo al muchacho y creando una adicción neuromecánica en el mismo. Pueden afectar las relaciones familiares cuando el joven se aleja de la familia y se ocupa, en vagancia y omisión, en actividades que no le producen beneficios. En familia se crea un ambiente de rechazo de los padres a los hijos por su desentendimiento y la manera en que los videojuegos absorben el tiempo y la mente del joven." Sobre la

influencia en la conducta de los menores: "no le veo el aspecto positivo por lo que conozco, ya que generalmente son juegos de tendencias agresivas, no de tendencias morales o filantrópicas y mucho menos de aspectos culturales. Su afectación permite denotar que la actividad iónica de los aparatos debe ocasionar molestias visuales con efectos mediatos o inmediatos de tipo no reversible". En conclusión: "veo muy difícil que los videojuegos modifiquen positivamente la conducta; siento que como tales serían enormes distractores para la juventud dadas las características del ambiente electrónico. No veo posibilidad alguna al accionar los videojuegos en el ambiente educativo. Quizás promovería que se legislara sobre el tema para generar más culturización de la electrónica. Las acciones podrían ser 1) legislar sobre los videojuegos y su tecnofilosofía; 2) ampliar la información biónica, tecnosocial y psicosomática que genera el manejo, uso y ambientación de los videojuegos; 3) inculcar los aspectos positivos de la informática en la educación electrónica y su manejo" (profesor de biología, 18 años de docencia).

Algo más sobre esta "cultura electrónica" nos comenta otra profesora:

"los videojuegos se semejan a la televisión y ésta, a mi manera muy particular de ver, es un aparato enajenante que mantiene al individuo pasivo e induce a una concepción irreal. Aúna imágenes a los mensajes para lograr en los espectadores una dosis de consumo. En nuestra vida cotidiana participamos en

relación a esos aparatos como si fueran una solución a nuestra necesidad de diversión como adultos; con mayor razón los adolescentes dedicarán más horas a este entretenimiento, ya que ofrece diversión, información, *compañía*, y evasión de la realidad circundante... Los videojuegos sí modifican la conducta de nuestros educandos, ya que limitan la capacidad de pensar porque las imágenes influyen en el subconciencia de la mente, algo así como "soñar despierto". Es apremiante regular el uso de estos medios de entretenimiento; ya que como docentes vemos que nuestros alumnos no se interesan por aprender a fondo, sino de forma demasiado ligera como quien lo hace por mero compromiso" (profesora de español. 16 años de servicio)

Opiniones de autoridades de distintos municipios

La información sobre opiniones de autoridades proviene de distintas localidades del país:

Tonalá, Jalisco

- En julio de 1992, el presidente municipal de Tonalá, Timoteo Campechano Silva "pidió un estudio minucioso sobre los negocios de maquinitas, que se han convertido en un vicio dañino para los niños, pues se han instalado precisamente cerca a las escuelas, los templos y las plazas según denunció el edil Jaime Martínez Galván. El presidente municipal lamentó que no exista un reglamento municipal para permitir o negar este tipo de negocios, pero dijo que por lo pronto se verá cuáles de éstos funcionan de

manera irregular, según las quejas de los propios padres de familia." (Fuente: "Sesión de Cabildo en Coyula, Tonalá", *Ocho Columnas*, 23 de julio de 1992).

Ciudad Guzmán, Jalisco

- En Ciudad Guzmán, donde operan 139 establecimientos de videojuegos, se realizó en 1991 un Foro de Análisis de los videojuegos al que "Asistieron aproximadamente cien personas, observándose que un 90% estuvo en contra de las "maquinitas" [y] solicitaron al Presidente Municipal, así como al Jefe de Reglamentos, se disminuyan las licencias para este tipo de negocios y se reglamenten los ya existentes".

Éstas son algunas de las opiniones registradas en ese Foro:

Opiniones adversas

- Los videojuegos son problemas sociales del individuo, crean problemas en el aprendizaje, reducen la capacidad de raciocinio.
- Se debería legislar el uso de los videojuegos, ya que en Japón están desapareciendo las maquinitas, porque sí afecta al individuo.
- En lugares donde hay maquinitas ocurren robos a los niños, por parte de personas mayores que ellos.
- [uno de los asistentes identificado como "el usuario"] reconoció haber amenazado a niños para obtener dinero, faltaba a la escuela, descuidaba otras obligaciones. Actualmente no acude a lugares donde hay videojuegos, comprendió que sólo perjudican.
- Provocan esquizofrenia.
- Provocan ataques epilépticos.
- Sería favorable que se clausuraran negocios de videojuegos.
- Afectan directamente al salario, los ingresos que percibe el padre de familia en un día, el niño lo gasta en una hora.

Opiniones favorables

- De haber existido cuando se jugaba con resorteras, se evitaría matar a algunas aves, ahora con el avance de la tecnología tenemos las maquinitas que no causan daño.
 - No afectan el aprendizaje, intelectualmente son muy efectivas las maquinitas
- (Fuente: Resumen del Foro realizado en la Casa de la Cultura de Ciudad Guzmán)

Como consecuencia de este Foro, el ayuntamiento resolvió no autorizar nuevas licencias de videojuegos y modificar los reglamentos existentes (*8 Columnas*, 11 de agosto de 1992, p.2E)

Morelia, Michoacán

El Director de Reglamentos Municipales, Doctor Dagoberto Silva, luego de una clausura, dijo que el "establecimiento de "maquinitas" había sido suspendido por permitir cruzar apuestas y propiciar la deserción escolar"... dicha dependencia está empeñada en terminar con este tipo de negocios "ya que representan una amenaza social, además de que está controlada por un monopolio de gentes..." (Nota de Teresa de la Torre: "Se propone Reglamentos Municipales combatir establecimientos de videojuego" en *Cambio de Michoacán*, 3 de febrero de 1993, p.2).

Coatzacoalcos, Veracruz

El encargado del área de psicología del DIF de Coatzacoalcos, Víctor Manuel Mella, sostiene "que actualmente se ha incrementado el índice de pacientes menores, -de 7 a 13 años- quienes presentan problemas de reprobación escolar, rebeldía y neurosis que tiene sus orígenes en la constante incidencia de los niños por los juegos electrónicos llamados las maquinitas mismos que sus propios padres consienten y fomentan" (Fuente: Vicente Martínez Blanco "DIF - Coatza: Diversifican sus Actividades", en *Política*, Veracruz, 7 de agosto de 1992).

San Cristobal de las Casas, Chiapas

La síndico municipal de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, Josefa López de Ladadaga, asegura que "estas máquinas ponen en cautiverio el tiempo mental de los niños y jóvenes, e impiden el desarrollo de la creatividad en perjuicio de su propio futuro". Y la nota dice que "hizo un llamado a ciudadanos y particularmente a los padres de familia para que coadyuven en la campaña de cierre de los videojuegos y a la vez promover los centros recreativos y los parques, ya que son lugares más sanos para el esparcimiento de la juventud y la niñez" (Fuente: Claudio Téllez, "Los videojuegos ponen en cautiverio el tiempo mental de los niños. La síndico municipal emprende campaña para erradicarlos", en *La Voz del Sureste*, 2 de febrero de 1992, p.1).

Guanajuato

Hablando de deserción escolar, "El Secretario de Educación, Cultura y Recreación del Estado, aseguró que serán atacados otros factores de abandono, como son los "modernos antros", llamados "maquinitas" o juegos de video, localizados en las inmediaciones de los centros educativos. Para ello, explicó, se solicitará a las autoridades su intervención para prohibir la instalación de este tipo de establecimientos, cerca de los planteles escolares". (Fuente: Miguel A. Meza, "Desertaron 243,000 alumnos este ciclo del nivel básico en Guanajuato: SECyR", en *Excelsior*, 24 de junio de 1992, p.1S).

Apodaca, Nuevo León

En Apodaca, N.L., hubo incidente entre las autoridades del ayuntamiento y los propietarios de videojuegos debido a la reglamentación de los negocios de diversión infantil: A mediados de abril de 1992 el Cabildo aprobó el reglamento para negocios de diversión infantil y [según declaraciones del alcalde Raymundo Flores Elizondo] en él se descartó la presencia de videojuegos en el municipio. "Todo fue, a petición de los mismos padres de familia... los niños no acuden a las escuelas por dedicarse a jugar en dichos negocios... incluso llegan al grado de robar en sus propias casas o vender algunos objetos para conseguir monedas y acudir a jugar". Afirmó que el municipio no está de acuerdo en la instalación de este tipo de negocios, porque fomentan el pandillerismo y el ausentismo escolar. En Apodaca no debe existir ningún negocio de este tipo -dijo-, pues el municipio descartó la posibilidad de expedir permisos. (Fuente: Juan José Ruvalcaba, "Incautarán videojuegos en Apodaca. Por carecer de autorización y violar reglamentos" en *El Porvenir*, 28 de abril de 1992, p. 1)

Este caso continuó cuando los propietarios de videojuegos movilizaron a la CTM local y un mes después solicitaron que se les extendieran los permisos. El 28 de mayo "... en sesión ordinaria de Cabildo, el secretario del Ayuntamiento, Roel Guajardo, dio lectura a un oficio de la Unión de Comerciantes de Juegos Electrónicos, en el que demandaban la reglamentación de dicha actividad y la expedición de permisos. [Sin embargo], la solicitud

fue desechada por la mayoría de regidores y funcionarios municipales, por considerar que dichos negocios atentan contra la integridad familiar y la buena conducta de los menores de edad."

(Fuente: Juan José Ruvalcaba, "Niegan permisos para video juegos. Los comerciantes afectados piden reglamentar actividad. Considera Cabildo de Apodaca que dichos negocios atentan contra la buena conducta de los menores de edad", en *El Porvenir*, 29 de mayo de 1992, p.7).

Las entrevistas muestran que los juegos son mal vistos por los defensores de las instituciones, aunque casi siempre sin suficientes elementos de conocimiento para fundamentar las críticas.

Los Reglamentos para locales de videojuego

Tratando de conocer la normatividad que reglamenta el funcionamiento del negocio, como parte del trabajo que realizamos, se envió una solicitud de reglamentos a 25 localidades del occidente de México, recibándose algunas respuestas. He aquí algunos puntos notables de estos reglamentos sobre los establecimientos de videojuego:

Reglamento del Distrito Federal

- Se refiere a "juegos mecánicos, electromecánicos, electrónicos y de video"
- Fecha: fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de julio de 1989.

- Los locales no pueden ubicarse a menos de 200 metros de escuelas primarias o secundarias.
- No se permite la entrada a menores de 14 años en días y horarios escolares.
- Las instrucciones de los aparatos deben estar en idioma español.
- Prohibido fumar e ingerir alcohol en los locales.
- El ruido no debe rebasar el máximo permitido.

Uruapan, Michoacán

- Se refiere a "Máquinas electrónicas, juegos de video, futbolitos y demás aparatos mecánicos similares"
- Fecha: 31 de enero de 1991.
- Horario de 12 a 20 hs.
- "Ante las solicitudes de clausura de este tipo de negocios, formuladas por grupos de padres de familia, clubes de servicio, organizaciones educativas y sindicales, el Ayuntamiento podrá aprobarlas una vez analizada la solicitud y causas si así se protegen los intereses sociales, específicamente los de la niñez y de la juventud." (art. 8).
- Prohibido organizar apuestas y, a los propietarios, ofrecer premios a los usuarios.
- Prohibida la venta de bebidas alcohólicas "así como cualquier tipo de juegos que atenten contra la moral y buenas costumbres" (art. 12).
- Prohibido el acceso "a personas armadas o en estado de ebriedad, o bajo el influjo de sustancias tóxicas" (art.13).

Ciudad Gzmán, Jalisco

- Se refiere a "máquinas de juegos electrónicas"
- Fecha: sin fecha. Vigencia actual, probablemente elaborado luego del Foro de julio de 1992.

- A no menos de 300 m de las escuelas primarias o secundarias y 200 m de otro establecimiento.
- Deben exhibir la "Prohibición de fumar y proferir palabras altisonantes" (art. 4).
- Local independiente.
- Horario: 10 a 14 y 16 a 20 hs. Opción a 2 hs. extra sábados y domingos
- "Los juegos electrónicos no deberán ser bélicos o que inspiren violencia" (art.8)

Colima

- Se refiere a "juegos electrónicos, futbolitos y similares".
- Fecha: 27 de noviembre de 1984.
- No se venderán bebidas alcohólicas o cigarrillos.
- No se harán apuestas.
- Horario: 10 a 20 hs. de lunes a domingo.
- Los encargados "cuidarán que los niños y jóvenes guarden la compostura adecuada dentro del mismo" (art.4°).
- Distancia mínima de 300 m de centros escolares.

Irapuato, Guanajuato

- No existe reglamento específico. La referencia es un punto general sobre "juegos, aparatos mecánicos, sinfonolas, tocadiscos, sistemas de sonido y cintas magnetofónicas"
- No deben estar cerca de escuelas

El caso de Zamora

En Zamora hay tradición de que el gobierno municipal obtenga ingresos de los entretenimientos de salón. Hace 50 años cobraba derechos por la instalación de billares y "electrolas", funciones de cine y gravaba la visita de circos².

El primer reglamento que menciona de manera explícita los videjuegos es el "Reglamento de máquinas de video, futbolitos, billares, juegos mecánicos y similares" de 1992. Tiene antecedentes en una tradición jurídica que inscribe las nuevas actividades en la jurisprudencia anterior. Así, por ejemplo, la distancia mínima que deben mantener los locales con respecto a escuelas, iglesias o edificios de gobierno.

Este reglamento fue modificado en 1993, precisamente cuando el PRI retomó a la conducción municipal. Un grupo de comerciantes cercanos a ese partido político pidió ampliar el horario, permitir el funcionamiento de locales los días domingos y feriados y sumar otros giros comerciales.

Características del reglamento

- Se refiere a "Máquinas de video, futbolitos, billares, juegos mecánicos y similares"
- Fecha: Noviembre de 1992.
- Horario autorizado: de 9 a 21 hs.
- Estar a no menos de 200 m de oficinas de gobierno, hospital, iglesia o escuela.
- No podrán tener otro giro comercial.

En 1996 todos los reglamentos municipales fueron reconsiderados por el cabildo pidiéndose la opinión de posibles interesados. Con respecto a los videojuegos, estuvieron presentes en la sesión de cabildo los comerciantes del ramo y establecieron una defensa de sus intereses. Estuvieron de acuerdo en mantener la prohibición de que los locales estén ubicados a menos de 200 m de iglesias, oficinas de gobierno, escuelas, bibliotecas y similares. Esta distancia mínima entre los negocios de videojuegos y escuelas o iglesias - se toma de los reglamentos sobre cantinas y establecimientos similares³. Notablemente, los propietarios de locales de videojuego no son afectados sino beneficiados por esta clase de regulación que se aplica a quienes se instalen en adelante, exime a los presentes y los beneficia frente a una posible competencia. Mientras se cuidan las tradiciones jurídicas, no se hacen observaciones con respecto a la violación de normas generales de comercios, como las de aseo o iluminación.

El reglamento discutido en 1996 incorporó en un artículo la posibilidad de que por razones educativas se pueda solicitar al Ayuntamiento la prohibición de algún título de videojuego en el municipio (Art.13).

Defensores de los videojuegos

También hay grupos que defienden los videojuegos de manera acérrima. Los más notables de ellos son los comerciantes ligados a los negocios de maquinitas. En 1993, los de México D.F.

solicitaron la modificación del reglamento que contempla los juegos de video. Éstos son algunos de los cambios que solicitaron:

- que los negocios no requieran licencia de funcionamiento.
- que el local pueda destinarse simultáneamente a otros rubros
- que se elimine la prohibición de niños menores de 14 años en horario escolar y se reemplace por la prohibición de entrada de niños con uniforme escolar.

Entre sus argumentaciones está que los juegos son "una sana diversión, accesible a los niños actuales, que están viviendo una realidad diferente a la de las generaciones pasadas. El videojuego es el resultado del avance tecnológico y por medio de él los niños de hoy tienen acceso a la computación. Es el primer contacto que establecen con el lenguaje de las máquinas. Adquieren una habilidad que de otra manera les sería difícil desarrollar"... "al facilitar el acceso a esta tecnología a niños de escasos recursos de alguna manera estamos haciendo justicia social".

Reflexiones sobre pugna social alrededor de los videojuegos

Las notas periodísticas transcritas anteriormente muestran una diversidad de reacciones acerca de los efectos de los videojuegos que tienen poco o ningún fundamento en las investigaciones especializadas.

Los maestros que entrevistamos muy pocas veces han jugado a los videojuegos que descalifican con razones precarias.

Los comerciantes defienden el libre comercio de los títulos y las consolas y para ello dicen que los juegos tienen un efecto educativo favorable a los niños.

La preocupación gubernamental en los niveles federal y estatal con respecto a los videojuegos se centra en aspectos de política económica antes que culturales o educativos. A partir de la presión de las compañías productoras de *software* y juegos hay interés en que los funcionarios aduanales vigilen el pago de patentes a los fabricantes de juegos y aparatos⁴. La magnitud económica del rubro es grande y, por ejemplo, Sega y Nintendo denunciaron en 1992 ante la Procuraduría General de la República la pérdida de más de 30 millones de dólares a causa de la piratería⁵.

Sólo a veces y en el nivel municipal hay reglamentaciones y preocupaciones de gobiernos locales de corto alcance geográfico y temporal. Las reacciones muestran que hay gente que comprueba, cree o presiente que los videojuegos son contrarios a la educación de los niños.

Como se vio en el capítulo 3 la investigación no apoya tan decididamente esa postura, ya que establece diferencia entre situaciones muy diversas del consumo de videojuegos y acerca de los contenidos mismos de los juegos.

Sin embargo, del lado de los investigadores de otros países tampoco falta el juego de intereses o los enfoques que exageran la libertad de los consumidores. Por ejemplo, Silverstone y otros

(1992) señalan que la forma en que se adoptan las novedades es diversa; que los creadores de propaganda o mercancías (videojuegos u otras) logran apenas parte de sus propósitos pues la gente se apropia a su manera de los significados y mensajes que transmiten. Sin embargo, no todas las familias tienen recursos educativos, culturales, materiales y el tiempo necesario para apropiarse de las novedades de una manera activa. La mayoría de las familias y sus integrantes está en desventaja frente a los productores de tecnología, aun aceptando que los usuarios se "apropien" a su modo de las mercancías y las informaciones.

Como se ha visto con ejemplos locales, la oposición que generan, los videojuegos, por su desnudez, provocan ira, resistencia y lucha por parte de los defensores de cada cultura como construcción específica y diferenciada opuesta a la construida por "otros". Pero esas luchas son en su mayor parte inútiles, en parte porque usan argumentaciones discutibles y también por tratarse de una opinión que casi nunca está asociada a la acción política o legislativa.

Los binomios heroísmo-violencia, amor-sexo, competencia-cooperación, en sus manifestaciones más fundamentales y asequibles al mundo, son puestos en marcha de manera vertiginosa. La ambigüedad y la falta de distinción entre los términos de esos binomios irritan a los líderes de las instituciones que buscan educar e inculcar las distinciones que trazan líneas y barreras

entre las conductas aceptables, propias de los educados o de los fieles, versus las de despreciables.

En este sentido, la situación de los videojuegos es similar a la de la programación de televisión u otros espectáculos. Se rechazan con pocos argumentos fundados para enfrentar los intereses de las firmas productoras y la opinión opuesta de otros consumidores indiferentes o tolerantes. La reacción y la tolerancia a los videojuegos se inscribe en el marco más amplio de las mercancías tecnoculturales antes que constituir un caso aparte.

Notas del Capítulo 5

1. Ver anexo 4-5.
2. Archivo Municipal de Zamora, 1940, Caja 1.
3. La conservación de formas reglamentarias de arraigo añejo se ve en la repetición por doquiera de la asociación entre proximidad física y violación de la moral. Las cantinas, que típicamente se asocian con el vicio, no deben estar a menos de cierta distancia de escuelas e iglesias, que se asocian con el bien. Es inútil tratar de encontrar justificación racional a la distancia. Sólo cabe la explicación de que la distancia física debe servir para constatar la distancia moral entre los ámbitos de vicio y de dignidad.
4. El Vicepresidente ejecutivo de la American Amusement Machine Association (AAMA), Robert Fay, señala en una entrevista que en México se dio comienzo a un programa anticopias que se extenderá a otros países. Este ex agente del FBI comanda el programa para detectar y detener la producción de los juegos copia. Los japoneses invierten gran cantidad de dinero para financiar el programa, en el que se contratan agentes que han trabajado en las embajadas de los Estados Unidos. También se entrena a agentes aduanales de cada país, pagándoles los gastos. ("Entrevista con el Señor Robert Fay", Revista *Inter Video*, Abril de 1993, pp.6-8).
5. Tomado de Patricia Ruvalcaba Gama, "Los videojuegos, símbolos omnipresentes de una nueva cultura del entretenimiento", en *La Jornada*, 5 de enero de 1993, p.39.

Capítulo 6 - Conclusiones

Camino recorrido por esta investigación

El principal asunto de esta tesis es profundizar el conocimiento de la relación entre cultura y economía con herramientas antropológicas. Para ello en el capítulo 1 vimos la globalización como una configuración histórica donde economía, tecnologías de información y cultura confluyen y marcan un cambio de época. Las industrias culturales y su producción constituyen un elemento sobresaliente de esta etapa histórica.

La separación de los estudios por disciplina resulta limitante y esta investigación tuvo por objetivo evaluar las herramientas intelectuales desarrolladas por la antropología para entender relaciones que juntan lo económico con lo cultural. Estudiar localmente los videojuegos desde la producción transnacional hasta el consumo en Zamora es una propuesta de usar material empírico para desarrollar esas inquietudes teóricas y metodológicas.

En el capítulo 2 el tema fue la producción de videojuegos, su breve historia como industria cultural y la etapa de mercancía que los videojuegos pasan. A partir de ella pudimos esbozar la comprensión de un sistema de economía política basado en mercancías tecnoculturales que suponemos sirve para atisbar el desarrollo en un futuro inmediato de las relaciones socioeconómicas. En el capítulo 2 también se revisó la bibliografía que existe en otros países sobre el uso de

videojuegos y también se expuso información directa acerca del comienzo del negocio de videojuegos en México.

En el capítulo 3 se dispuso la información de base sobre la región en que se llevó a cabo el estudio. Se vio que los intercambios económicos transnacionales ya eran característicos de la región zamorana desde 25 años atrás. Las más recientes formas de relación económica se renuevan a la vez que se mantienen aspectos culturales e ideológicos conservadores.

El estudio empírico del consumo de videojuegos se presentó en el capítulo 4 y allí se dejó establecida la información referida a los usuarios en el nivel local.

En el capítulo 5 se recopilaron las voces institucionales que consideran los videojuegos como un fenómeno de cambio cultural y aun como amenaza a un mundo cotidiano establecido, así como las ideas incorporadas a noticias y reglamentos.

Aquí, finalmente, se hace un resumen de los puntos más destacados de la investigación presentada.

1) Aspecto empírico

Además de las conclusiones que se fueron estableciendo en los capítulos anteriores, siguen ahora las conclusiones generales derivadas de la investigación.

- Esta es la primera investigación realizada en México sobre el uso de videojuegos.

- Los videojuegos comerciales llegaron a la localidad como resultado de la acción de agentes económicos: los dueños de

cadenas de distribución, importadores y fabricantes de videojuegos. Los videojuegos de uso doméstico se establecieron además como un nuevo elemento cultural electrónico.

- No son iguales los productores y consumidores. En el capítulo I quedaron citados los trabajos que ponen énfasis en la posibilidad de audiencias y consumidores para crear significados locales o personales de los objetos y mensajes. Según nuestros datos tales acciones individuales son menores en número y grado. Los diseñadores y productores se proponen alcanzar porciones crecientes de mercado y no abarcan todo (y lo saben). Los usos e interpretaciones de los videojuegos no anticipados por sus productores (el margen de creación cultural que tienen los usuarios) carecen de importancia.

- En los años noventa aparece el mercado como árbitro y creador principal de nuevas relaciones sociales. Equivale a decir que agentes económicos no refuerzan ni combaten el orden que antes tuvo vigencia, pero, de hecho, compiten como generadores de ideología frente a adultos, pudientes locales, jerarquía religiosa y conducción política con autoridad-que-no-se-discute.

- Las modificaciones en el ámbito del intercambio económico y financiero no tienen intención educativa, ni los agentes económicos se fijan en producir algún efecto. Sin embargo, su actividad plasmada en artefactos, en mensajes publicitarios o en interacciones físico-neuro-culturales influye directamente en la educación de percepciones y emociones, crea hábitos y media

interacciones sociales. Más allá de su voluntad son agentes que influyen decididamente en la cultura.

2) Aporte metodológico

- Las mercancías culturales producen cambio en la cultura local. Su seguimiento es una vía para conocer cambios en las relaciones sociales. Este enfoque permite dar la necesaria dimensión histórica a la transformación de significados y prácticas a través del tiempo.
- La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas sirve para revelar detalles de relaciones que antes no habían sido profundizadas.
- En algunos debates académicos recientes, los consumidores llegan al primer plano como creadores y depositarios de significado. Con respecto a los productos culturales se ha puesto énfasis en el rol activo de la audiencia (Seaman, 1992; Silverstone y Hirsch, 1992). Se señala la libertad y posibilidad creativa de los consumidores, televidentes (eventualmente aquí serían los videojugadores). Esta opinión surgió en contra de la manipulación de intelectuales que tratarían de imponer los gustos de una élite que encabezan (Sartori, 1998).

Las audiencias activas y los consumidores creativos demandan bienes culturales en los mercados y crean o modifican por esa vía los aspectos de cultura que les importan. Por su parte, los productores de programas (o videojuegos, para el caso) sólo proveerían satisfacción a esa demanda.

La información que obtuvimos en esta investigación no aporta evidencias definitivas, pero sí indicios fuertes de que las mercancías tecnoculturales traen determinado en alto grado su manera de consumo. Los adolescentes zamoranos juegan los títulos que los comerciantes ofrecen, de la manera que sugiere la dupla de productores de *hardware* y *software*. Las previsiones de los productores se basan en los mayores mercados como los Estados Unidos y, sin embargo, dan buenos resultados (ganancias) en México. Dicho sea de paso, sucede igual que con los títulos de las películas que ven los adolescentes (y los adultos), que son los propuestos por las cadenas de distribución.

El planteo acerca de la apropiación individual que ocurre cuando la mercancía pasa a ser objeto, al "pasar el umbral entre economía formal y moral" (Miller, 1987), carece en este caso de importancia. Los productos de las industrias culturales no son de uso abierto, y esto es especialmente cierto en los videojuegos. No hay muchas interpretaciones alternativas para *Robocop 3* o *Batman* (las películas que vieron nuestros entrevistados), ni para *Mortal Kombat*. Los videojuegos tienen, si acaso, un margen de interpretación muy estrecho; se diseñan para producir una interacción prevista y se propone una narración esquemática al servicio de ese resultado. La posibilidad de creación está incluida: consiste en descubrir movimientos de botones y palancas para destrabar ciertos recursos (por ejemplo, un arma distinta) que dará "poder" al personaje manejado por el jugador.

No hay usos diferentes a los que prevé la empresa productora, aunque se notan aspectos menores como el no-uso de las tablas de scores. Se puede concluir que *los videojuegos y otros productos de las industrias culturales disminuyen las posibilidades expresivas con respecto a los juegos creados por niños*. En los juegos escenificados de lucha producen los sonidos de sus armas y manejan el desarrollo del juego y en el fútbol real participan con su capacidad y habilidad física y su presencia psíquica. Estas características del juego propio están ausentes en los videojuegos. Ante esa diferencia, *plantear que la significación y la cultura la crean los consumidores de los productos culturales termina por ocultar la restricción de libertad y la reducción de capacidades - literalmente - puestas en juego*. En ese sentido nuestras observaciones van más de acuerdo con planteos como el de Seaman (1992) que sostiene que los libres ciudadanos consumidores que crean cultura cuando demandan bienes culturales existen sólo como parte de una fantasía ideológica, antes que en quienes ponen énfasis en que los consumidores se apropian de los bienes tecnológicos y culturales, como Silverstone et al.(1992).

3) Asuntos teóricos

Ciencias sociales hoy

- El estudio de aspectos económicos, culturales y sociales no es disociable. Hay conjunciones de economía, cultura y poder que se

plasman en las mercancías de las industrias culturales y ponen en crisis el saber fragmentado en disciplinas.

Este estudio aboga por constituir unidades de análisis que no separen lo económico de lo cultural y lo político.

La propuesta de esta tesis ha sido la de partir de un tema guía con muchos aspectos observables que muestran relaciones entre personas.

Conocimiento económico y ciencias sociales

No es nuevo que las ciencias sociales sean superadas por los acontecimientos históricos. La sociología o la antropología social pueden quedar por momentos sin herramientas para captar nuevos fenómenos.

La insuficiencia de la *ciencia económica* es un caso más. Su incapacidad para considerar los fenómenos sociales - o su capacidad para ocultarlos - parece el fundamento de su hegemonía actual como esquema de conocimiento cuyo dogma formal se desarrolla hasta el punto de proponer nuevos modelos de modo que todos los intercambios humanos son susceptibles de incluirse en modelos de mercado. También las propuestas sociológicas homólogas, como la que pone énfasis en audiencias y mercados culturales, aparecen como representantes del esquema microeconómico mencionado en un ámbito más amplio de ciencia social (cf. Fine, 1999). Esa corriente dominante no reclama generalmente ser una ciencia *social*, pero determina cursos de acción históricos en todas las

sociedades de fines del siglo XX. Increíble pero cierto. Un esquema de ideas que ignora por completo las historias, diferencias culturales y sociales y los conocimientos elementales de las formas de organización social y política existentes, se erige en la fuente de explicación, juicio y criterio para la asignación de recursos en todas partes. Resulta más que evidente con respecto a la degradación de los bienes ambientales, pero lo es también - y más aún - para registrar la polución y degradación de los sistemas comunicativos humanos. Lo que antes fue símbolo puede usarse en un instante publicitario produciendo una desacralización sin alternativa.

Sin embargo el intento principal de este trabajo no ha sido la crítica a una disciplina que halla un sitio privilegiado en los discursos políticos de hoy, sino precisamente mostrar la necesidad y posibilidad de que las otras disciplinas sociales se inmiscuyan en la economía sustantiva del presente y aporten información para desarrollar modos alternos y más profundos de conocer; para ver lo que la llamada ciencia económica, metodológicamente reduccionista e ideológicamente totalitaria, no verá jamás.

Nuestro intento fue mostrar que una economía política - entendida como actividad, no como disciplina de estudio - se desarrolla basada en la expansión de las mercancías culturales y las tecnologías de información.

Se producen bienes casi inmateriales que luego se vuelcan al consumo cultural de todo el mundo (literalmente). Los productos

son desplazados incesantemente por productos similares, a veces de las mismas empresas y la aceleración de los mercados que mediante mensajes publicitarios crean una correspondiente obsolescencia y precariedad cultural entre los consumidores.

Creemos haber desplegado información suficiente para mostrar que lo que acontece en estos mercados afecta a los adolescentes consumidores de juegos, pero incumbe al conjunto social. Los cambios en la cultura parecen hoy influidos fuertemente por las mercancías culturales, por lo que es importante conocer el proceso por el cual las predisposiciones psíquicas y la cultura adolescente llegan a ser un campo de disputa mercantil. Aquí, más allá de ello, se ha tratado también de señalar que las nuevas mercancías son la parte visible de una nueva economía política que se expande y sobredetermina otros intercambios sociales.

No es un juego de niños esta economía política. El combate mortal se ejemplifica en los derechos a la propiedad de la información, donde el capital tiene cada vez menos excusas y pretextos para imponerse, pero que lo logra con éxito creciente. La lucha es por el mercado para la ganancia. Las artes del capital ya no son ni la organización ni el conocimiento, sino el arte de ganar y dominar mercados. El conocimiento y la capacidad de producir antes, más, más barato, impedir que otros lo hagan, y llegar primero al mercado mundial. Los otros méritos y habilidades - y la cultura de los consumidores - se subordinan a éstos.

4) Lo que resta

La época de esta tesis es de grandes cambios en la historia, la economía y la organización social y empiezan a sentirse voces preocupadas en las ciencias sociales. Hay inconformidades de todos los matices frente a cambios bastante sorprendentes. Una anterior izquierda intelectual deviene conservadora frente a fenómenos de la acumulación económica financiera. Quienes en la década de 1970 fueron pensadores de avanzada que promovían una ciencia social estructurada, histórica y empírica hoy plantean sus dudas con respecto a sus afirmaciones de ayer. Immanuel Wallerstein (1991) habla de "impensar las ciencias sociales"; Michael Burawoy (1991) de reconstruir teoría, Alain Touraine (1994, 1997) de redescubrir el sujeto tanto político como cognoscente, y Pierre Bourdieu (1998) alerta contra esa "teoría" económica desocializada y deshistorizada; ese "discurso fuerte" que ha devenido "verdad". Al mismo tiempo, las ciencias sociales del Norte producen corrientes que descreen las propuestas de ayer de ciencia social (y de casi toda ciencia) argumentando su complicidad con un progreso difícil de encontrar en la vida social. Ambas disímiles corrientes intelectuales ponen en evidencia la preocupación por las consecuencias del avance de la economía financiera sobre los acervos de cultura y orden social.

El desarrollo del trabajo presentado ha sido influido por tales circunstancias e ideas del fin de siglo. La reformulación de cualquier saber puede llevar el tiempo y esfuerzo de generaciones.

Desde esa perspectiva, esta investigación tiene esperanza de dejar un pequeño aporte, usando las viejas herramientas, para preparar caminos a saberes que quedan por hacerse.

Referencias bibliográficas

- Adriaenssens E.E. et al (1988), "The video invasion of rehabilitation", en *Burns* 14:417-419.
- Aglietta, Michel (1979), *Regulación y Crisis del Capitalismo*, Siglo XXI, México.
- Alexander, Jeffrey, B. Giesen, R. Munch y N. Smelser (eds.) (1987), *The Micro-Macro Link*, University of California Press, Berkeley.
- Anderson, Craig and Melissa Murrow (1995), "Competitive aggression without interaction: effects of competitive versus cooperative instructions on aggressive behavior in video games", en *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 21. no. 10:1020-1030.
- Appadurai, Arjun (ed.) (1987), *The Social Life of Things*, Cambridge University Press. (traducción castellana: Colección Los Noventa, CNCA-Grijalbo, México, 1991).
- Appadurai, Arjun (1990) "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", en M. Featherstone (ed.), pp.295-310.
- Archer, Margaret (1995), *Realist Social Theory*, Cambridge University Press.
- Ariès, Philippe (1987), *El Niño y la Vida Familiar en el Antiguo Régimen*, Taurus, Madrid.
- Arizpe, Lourdes (1989), *Cultura y Desarrollo. Una etnografía de las creencias de una comunidad mexicana*, coedición UNAM-Porrúa-ColMex, México.
- Arnason, Johan (1990), "Nationalism, Globalization and Modernity", en M. Featherstone (ed.), pp. 207-236.
- Ayres, Robert (1994), *Information, Entropy and Progress*, AIP Press, Woodbury, N.Y.
- Bainbridge, William Sims et al. (1994), Artificial Social Intelligence, en *Annual Review of Sociology* 1994. 20:407-436, Palo Alto.
- Barlow, John Perry (1993) "Selling wine without bottles. The economy of mind on the global net", (URL:http://www.eff.org/pub/intellectual_property).

Barwise, J. y J. Etchemendy (1997), "Computers, visualization and the nature of reasoning", papers of CSLI, Stanford.
(URL:HTTP://www-csli.stanford.edu/).

Baudrillard, Jean (1974), *Crítica de la economía política del signo*, Siglo XXI, México.

Beato, G. (1997), "Girl Games", en *Wired* 5.04.

Bechtel, W, A. Abrahamsen y George Graham (1998), "The Life of Cognitive Science", en Bechtel, W y Graham, G. (Eds.), *A Companion to Cognitive Science*, pp.1-104, Blackwell, Malden.

Bell, Daniel (1973), *The Coming of Post-Industrial Society*, Heinemann, Londres.

Benjamin, Walter (1994) [1935], "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en *Discursos Interrumpidos*, pp. 17-57, Planeta- Agostini, Barcelona.

Bernal-Meza, Raúl (1991), *Claves del Nuevo Orden Mundial*, Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires.

Bettig, Ronald V. (1996), *Copyrighting culture. The political economy of intellectual property*, Westview Press, Boulder.

Block, Fred (1996), "Controlling Global Finance", en *World Policy Journal*, Fall 1996:24-34.

Bourdieu, Pierre (1990), *Sociología y Cultura*, CNCA/Grijalbo, México.

----- (1998), "L'essence du néolibéralisme", en *Le Monde Diplomatique*, N° 528, marzo de 1998.

Braudel, Ferdinand (1984), *Civilización Material, Economía y Capitalismo - Siglos XVIII al XVIII*. Tomo 2: Los Juegos del Intercambio. Alianza Editorial, Madrid.

Brenner, Robert (1998), "The Economics of Global Turbulence", en *New Left Review*, 229:1-264.

Brooking, A. (1996), *Intellectual Capital. Core asset for the third millenium enterprise*, International Thomson Business Press, Londres.

Brown, Donald E. (1991), *Human universals*, Temple University Press, Filadelfia.

Brown, Michael (1998), "Can Culture Be Copyrighted?", en *Current Anthropology*, 39-2:193-222.

Buchman, D. y J.B. Funk (1996) "Video and computer games in the '90s: Children's time commitment and game preferences", en *Children's Today*, vol. 24, 12:16-31.

Bunge, Mario (1982), *Economía y Filosofía*, Tecnos, Madrid

Bunker, Stephen (1996), "Materias primas y la economía global: olvidos y distorsiones de la ecología industrial", en *Ecología Política*, 12:81-89, Icaria, Barcelona.

Bushnell, Nolan (1996), "Relationship between fun and the computer business: playing games can have serious consequences", *Communications of the ACM*, 39-8:31-38.

Burawoy, Michael (1991), *Ethnography Unbound: power and resistance in the modern metropolis*, University of California Press, Berkeley.

Carlton, Jim (1994), "Game makers study how Tetris hooks women", en *The Wall Street Journal*, 10/may/94, p.B1.

Carnota, Oscar (1994), "Del Trabajo sin Futuro al Futuro sin Trabajo", en *Realidad Económica*, IADE, Buenos Aires, enero 1994 N° pp.84-116.

Carrier, James G. (1994) "Alienating Objects: The Emergence of Alienation in Retail Trade", en *Man* (N.S.) vol 29:359-380, Londres.

Carroll, John M. (ed.) (1991), *Designing Interaction. Psychology at the Human-Computer Interface*, Cambridge University Press.

Cassell, Justine y Henry Jenkins (Eds.) (1998), *From Barbie to Mortal Kombat*, MIT Press, Cambridge MA, EUA.

Castells, Manuel (1995), *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*, Alianza Editorial, Madrid.

----- (1996a), "The Net and the Self. Working notes for a critical theory of the informational society", en *Critique of Anthropology*, vol.16,no.1:9-38, SAGE, Londres.

----- (1996b), *The Information Age. Economy, Society and Culture. Volume I The Rise of the Network Society*, Blackwell,

Oxford.

----- (1997), *The Information Age. Economy, Society and Culture. Volume II The Power of Identity*, Blackwell, Oxford.

Centeno, Miguel (1994), *The New Científicos. Technocratic Politics in Mexico, 1970-1990*, State College: Pennsylvania State University Press.

Cohen, Scott (1984), *Zap! The Rise and Fall of Atari*, McGraw-Hill, New York.

Coombe, Rosemary (1991), "Objects of property and subjects of politics: Intellectual property laws and democratic debate", en *Texas Law Review*, 69:1853-1880.

Coriat, Benjamín (1992), *El Taller y el Robot. Ensayos sobre el fordismo y la producción en masa en la era de la electrónica*, Siglo XXI, México.

Crawford, Chris (1984), *The Art of Computer Game Design*, Osborne/McGraw-Hill, Berkeley.

Cross, Gary (1993), *Time and Money. The Making of Consumer Culture*, Routledge, Londres.

Dabat, Alejandro (1993), *El Mundo y las Naciones*, UNAM-CRIM, Cuernavaca.

Davenport, T. y L. Prusak (1998), *Working Knowledge*, Harvard Business School Press, Boston.

Devlin, Keith (1992), *Logic and Information*, Cambridge University Press.

----- (1997), *Goodbye, Descartes*, John Wiley and Sons, New York.

Dilley, Roy (Ed.) (1992), *Contesting Markets. Analyses of Ideology, Discourse and Practice*, Edimburgh University Press, Edimburgh.

Dodd, Nigel (1994), *The Sociology of Money*, Continuum, Nueva York.

Douglas, Mary (1982) "Goods as system of communication", en *In the active voice*, cap.2, Routledge and Kegan Paul, Londres.

Douglas, M. y B. Isherwood (1990) [1974], *El Mundo de los Bienes*.

Hacia una antropología del consumo, Grijalbo-CNCA, México.

Downey, Gary, J. Dumit y S. Traweek, *Cyborgs and Citadels. Anthropological Interventions into Technocultures*, Santa Fe (NM-USA), School of America Research Press.

Dyson, Esther (1995), "Intellectual Value", en *Wired*, julio, 136-141;182-184.

The Economist (1990) "Videoshivers", julio 21, 1990:86.

Edelstein, Alex S., 1993, Thinking About the Criterion Variable in Agenda-Setting Research, *Journal of Communication* 43(2):85-99.

Ellul, Jacques (1960), *El Siglo XX y la Técnica*, Labor, Barcelona.

Escobar, Arturo (1994), "Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture", en *Current Anthropology*, Vol.35, N°3, Junio 1994:211-231.

Featherstone, Mike (ed.) (1990), *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity*, Sage, Londres.

Fernández, Eduardo (1993), *Burguesía, Fresas y Conflicto*, El Colegio de Michoacán, Zamora.

Ferrer, Aldo (1996), *Historia de la Globalización. Orígenes del Orden Económico Mundial*, Fondo de Cultura Económica, México.

Fine, Ben (1999), "A Question of Economics: Is it colonizing the Social Sciences?", *Economy & Society*, 28 (3):403-425.

Fling, S.; Smith, L.; Rodríguez, T.; Thomton, D.; Atkins, E.; Nixon, K. (1992), "Videogames, Agression and Self-Esteem. A Survey" en *Social Behavior and Personality* 20 (1) 39-45.

Ford, Aníbal (1991), "Culturas orales, culturas electrónicas, culturas narrativas", en *David y Goliath*, N°58:47-58, CLACSO, Buenos Aires.

Forrester, Viviane (1996), *El horror económico*, Fondo de Cultura Económica, México.

Franquet, Rosa (1994), "Nuevos Escenários Tecnológicos", Ponencia presentada al II Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Guadalajara, 27-30 de junio de 1994.

Frenzen, J., P. Hirsch y P.Zerrillo, (1994), "Consumption,

Preferences, and Changing Lifestyles", en Neil Smelser y Richard Swedberg (eds.), *Handbook of Economic Sociology*: 403-425, Princeton University Press and Russell Sage Foundation, Princeton.

Friedland, Jonathan (1994), "Playing Games" en *Far Eastern Economic Review*, January 20, 1994:42-44.

Frow, John (1995), "Information as Gift and Commodity", en *New Left Review*, 219:89-108.

Fuentes Navarro, Raúl (1996), *La Emergencia de un Campo Académico: Continuidad Utópica y Estructuración Científica de la Investigación de la Comunicación en México*, ITESO, Guadalajara

Funk, J.B. (1992), "Videogames, benign or malignant. Note" en *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics* 13 (1) 53-54.

Funk, Jeanne B. (1993), "Reevaluating the Impact of Video Games", *Clinical Pediatrics*, February 1993:86-90.

Funk, Jeanne B. y Debra Buchman (1996a), "Playing violent video and computer games and adolescent self-concept", *Journal of Communication*, vol.46 (2) 19-32.

Funk, Jeanne B. y Debra Buchman (1996b), "Children's Perceptions of Gender Differences in Social approval for Playing Electronic Games", en *Sex Roles*, vol.35, 3/4:219-231.

Gardner, Howard (1992), *Inteligencias Múltiples*, Paidós, Buenos Aires.

García Canclini, Nestor (1994), "Una Modernización que atrasa. La cultura bajo la regresión neoconservadora", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol.VI, N°16-17:17-32, Colima.

The Gauntlet (1996), "Mama Mia!: The History of Nintendo 64" On Line en WWW: Next Generation <http://***>

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorelli, N. (1994), "Growing up with Television: The Cultivation Perspective", en J. Bryant y D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in Theory and Research*, Erlbaum, Hillsdale, EUA.

Gibson, William (1984), *Neuromancer*, Bantam Books, Nueva York.

Goldfinger, Charles (1994), *L'utile et le Futile : L'economie de l'immateriel*, Jacob Odile, Paris.

González, Jorge, Angélica Bautista y Celia Cervantes (1993), "Video-tecnología y modernidad por los dominios de Pedro Páramo (Génesis de un público)" en Tapia, J. (ed.) *Las Realidades Regionales de la Crisis Nacional*, pp. 603-626, El Colegio de Michoacán, Zamora.

González, Jorge y María G. Chávez (1996), *La Cultura en México (I) cifras clave*, CNCA-Un. de Colima, México.

González Seguí, Oscar (1993), "En busca de otras ideas sobre economía", en *Realidad Económica*, N°114-115:190-202, IADE, Buenos Aires.

Gregory, C.A. (1997), *Savage Money. The Anthropology and Politics of Commodity Exchange*, Harwood Academic Publishers, Australia y otros países.

Griffith, Mark (n.d.), "Computer game playing in children and adolescents", *The Psychologist*, Bulletin of the British Psychological Society.

Gudeman, Stephen F. (1980), "Physiocracy: a natural economics", en *American Ethnologist*, 7:240-258, 1980.

Hayles, N. Katherine (1993), "The Materiality of Informatics", en *Configurations*, 1.1:147-270, John Hopkins University Press.

Hakken, D. (1993) *Computing And Social Change: New Technology and Workplace Transformation, 1980-1990*, en *Annual Review of Anthropology* 1993. 22:107-132.

Hall, S. (1977), "Culture, the media and the 'ideological effect'" en M. Gurevich et. al (eds.), *Mass Communication and Society*, Edward Arnold, Londres.

Hammer, Rhonda y P. McLaren (1992), "Le Paradoxe de L'image. Connaissance médiatique et déclin de la qualité de la vie" en *Anthropologie et Sociétés*, vol. 16 (1):21-39, Montreal.

Hannerz, Ulf (1990), *Cosmopolitans and locals in world culture*, en M. Featherstone (ed.), pp. 237-251.

----- (1993), "The Withering Away of the Nation", *Ethnos* 1993(3-4):377-391.

Hardison, O.B. Jr. (1989), *Disappearing though the Skylight: Culture and Technology in the Twentieth Century*, Viking Press, New York.

Harvey, David (1989), *The Condition of Postmodernity*, Basil Blackwell, Oxford.

Heidegger, Martin (1951), *El Ser y el Tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México.

Hernández Madrid, Miguel (1992), "Una lectura política sobre la calidad de la vida urbana en Zamora, Michoacán (La década de los ochenta)", en *Relaciones* N° 49, 35-61.

Herz, J.C. (1997), *Joystick Nation: How videogames ate our quarters, won our hearts, and rewired our minds*, Little, Brown and Co.

Horkheimer y Adorno (1947), *Dialektic der Aufklärung*, Amsterdam.

Hornborg, Alf (1992), "Machine fetichism, value and the image of unlimited good: towards a thermodynamics of imperialism", en *Man*, 27:1-18.

----- (1993), "Distinctions that Mystify: Technology Versus Economy and Other Fragmentations", en *Knowledge and Policy*, vol.6, N°2:37-45.

Hubbard, P. (1991), "Evaluating computer games for language learning" en *Simulation and Gaming* 22, 220-223.

Hughes, Robert (1995), "Why Watch It, Anyway?", en *The New York Review of Books*, Vol.XLII, N°3, Febr.16, pp. 37-42, New York.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (1995a), *XIV Censo Industrial, XI Censo Comercial y XI Censo de Servicios. Censos Económicos 1994. Michoacán*, INEGI, Aguascalientes.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (1995b), *Imágenes Económicas. Censos Económicos 1994. Michoacán*, INEGI, Aguascalientes.

Inestroza, Sergio (1994), "Prácticas y hábitos culturales en la ciudad de Morelia", Ponencia presentada al II Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Guadalajara, 27-30 de junio de 1994.

Juárez, Elizabeth (1994), "El Dios que a todos otorgó la heredad, el reino, el sacerdocio y la santidad", ponencia presentada en la Mesa de Trabajo "La Dinámica Cultural del Cambio Social: Procesos locales en Michoacán, 1988-1993". 17 al 19 de febrero de 1994, Centro de Estudios Antropológicos, Zamora.

Kinder, Marsha (1991), *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*, University of California Press, Berkeley-Los Angeles.

Kline, Stephen (1995), "The Play of the Market: On the Internalization of Children's Culture", en *Theory, Culture and Society*, (12:103-129).

Kopytoff, Igor (1986), "The cultural biography of things: commoditization as process", en Arjun Appadurai (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in cultural perspectives*. Cambridge University Press.

Kroker, Arthur y Marilouise Kroker (1987), *Body Invaders: Panic Sex in America*, St. Martin Press, New York.

----- (1996), *Hacking the Future*, St. Martin Press, New York.

Kroker, Arthur y Michael A. Weinstein (1996), "The Political Economy of Virtual Reality: Pan-Capitalism", en *CTHEORY*, en WWW: <<http://www.ctheory.com/>>.

Lash, Scott y John Urry (1994), *Economies of Signs and Space*, Sage, Londres.

Latour, Bruno (1991), "Technology is society made durable" en J. Law (comp.), *A sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*, Routhledge, Londres, pp.103-131.

Leckachman, Robert (1988), *Jaque a los Economistas*, Cuatro Vientos Editorial, Santiago.

Lévi-Strauss, Claude (1973) [1961], *Antropología Estructural*, Eudeba, Buenos Aires.

Lipietz, A. (1986), "New Tendencies in the International Division of Labor: regimes de accumulation and modes of regulation" en A. Scott y M. Storper (eds.), *Production, Work, Territory; the geographical anatomy of industrial capitalism*, Londres.

López Castro, Gustavo (Coord.) (1991), *Urbanización y desarrollo en Michoacán*, El Colegio de Michoacán, Zamora.

Lorimer, Rowland y Nancy Duxbury (1995), "Of Culture, the Economy, Cultural Production, and Cultural Producer: An Orientation", en *Canadian Journal of Communication*,***.

Lurcat, Liliane (1979), *El Niño y el Espacio*, Fondo de Cultura Económica, México.

Lynch, W.J. (1983) "Cognitive retraining using microcomputergames and commercially available software". Ponencia presentada en la reunión de la Sociedad Neurológica Internacional, México, D.F.

Maeda Y., Kurokawa T., Sakamoto K., et al (1990) "Electroclinical study of video-game epilepsy. *Dev.Med.Child Neurol.* 32:493-500.

Malinowski, Bronislaw (1922), *Argonauts of the Western Pacific*, Dutton, New York.

Mantilla Gutiérrez, Lucía (1991), *El Juego y el Jugar. Esquemas Socioculturales y Prácticas Simbólicas*, Tesis de Maestría en Antropología Social, El Colegio de Michoacán, Zamora.

Martin, Hans-Peter y Harald Schumann (1998), *La trampa de la globalización. El ataque contra la democracia y el bienestar*, Taurus, Madrid.

Martín Barbero, Jesús (1987) *De los Medios a las Mediaciones: Comunicación, cultura, hegemonía*, Gustavo Gili, México.

Marx, Karl (1964) [1858]: *El Capital*, Fondo de Cultura Económica, México.

Mattelart, Armand (1996), *La Comunicación-Mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Siglo XXI, México.

Mauss, Marcel (1924), "Essay sur le Don. Forme archaïque de l'échange", en *Ann. Sociolog.* n.s.

----- (1950), *Sociologie et anthropologie*, PUF, Paris.
(Traducción al español, Tecnos, Madrid, 1971)

McCracken, Grant (1988), *Culture & Consumption. New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*, Indiana University Press, Blomington e Indianapolis.

McIlwraith, R. (1990), "Theories of television addiction"
Ponencia presentada a la American Psychological Association, Boston. Agosto de 1990.

McNeal, James (1991), *A Bibliography of Research and Writings of Marketing and Advertising to Children*, Lexington Books, New York.

Mediascope (1996), *The Social Effects of Electronic Interactive Games. An annotated bibliography*, URL:

[HTTP://www.mediascope.org/vidbib.htm](http://www.mediascope.org/vidbib.htm) [abril 1999].

Millán Pereira, J.L. (1992), *Naturaleza y Medición de los flujos de información en economías modernas. Comprensión crítica y bases de reformulación*, Universidad de Málaga, Departamento de Economía Aplicada.

Miller, Cynthia J. (1998), "The Social Impacts of Televised Media among the Yucatec Maya", en *Human Organization*, Vol.57, N°3:307-318.

Miller, Daniel (1992), "The Young and the Restless in Trinidad. A case of the local and the global in mass consumption", en R. Silverstone and E. Hirsch, *Consuming Technologies*, Routledge. pp.164-182.

Miller, Daniel (1995), "Consumption and Commodities", en *Annual Review of Anthropology*, vol 24:141-161, Palo Alto, CA, EUA.

Miller, Daniel (Ed.) (1998), *Material cultures. Why some things matter*, The University of Chicago Press, Chicago.

Mollard, Eric (1991), "Zamora, el crecimiento de una ciudad agrícola", en Gustavo Lopez Castro (coord.), *Urbanización y Desarrollo en Michoacán*, El Colegio de Michoacán, Zamora.

Montoya, Alberto (1993), *México ante la Revolución Tecnológica*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación - Ed. Diana, México.

Moravec, Hans (1988), *Mind Children: The Future of Robot and Human Intelligence*, Harvard University Press, Cambridge, MA, EUA.

Morgan, M. (1982), "Television and adolescents' sex role stereotypes: A longitudinal study", en *Journal of Personality and Social Psychology*, 43:513-520.

Morisse, Jean Françoise (1994), "La Mujer en los videojuegos", en *El País*, 29/sept./1994, p.44/Extra.

Mumford, Lewis (1977) [1934], *Técnica y Civilización*, Alianza Editorial, Madrid.

Mummert, Gail (1994), "Género y cambio socio-cultural, Reflexión metodológica sobre el caso de Quiringüicharo, Michoacán", ponencia presentada en la Mesa de Trabajo "La Dinámica Cultural del Cambio Social: Procesos locales en Michoacán, 1988-1993". 17 al 19 de febrero de 1994, Centro de Estudios Antropológicos,

COLMICH, Zamora.

Nayyar, Deepak (1997), "Globalization: The Past in Our Present", en *Third World Economics*, Sept.1, 1997: 7-15.

Norussis, Marija (1988), *The SPSS Guide to Data Analysis*, SPSS Inc., Chicago.

Ohmae, Kenichi (1990), *The Borderless World*, Harper Business, Nueva York.

Orozco Gómez, Guillermo (1987), "Computadoras y Educación Escolar ¿una vinculación inevitable?", en *Crisis y Comunicación en México*, Universidad de Colima - CONEIC, Colima, pp. 11-21.

Ortiz, Renato (1993), "A Mundialização da Cultura", ponencia presentada al Coloquio Internacional "De la Cultura Local a la Global. Perspectivas desde la Antropología", Ciudad de México, 29-31 de marzo de 1993, UAN-I.

Pasquali, Antonio (1963) *Comunicación y cultura de masas*, Universidad Central de Venezuela, Caracas.

Panelas, Tom (1983) "Adolescents and video games. Consumption of leisure and the social construction of the peer group", en *Youth & Society*, 15(1):51-65.

Perry, Tekla, C. Truxal y P. Wallich (1982), "Video games: the electronic big bang", en (The Institute of Electrical and Electronics Engineering) *IEEE: Spectrum*, Vol.19, nº12, Dec. 1982, pp. 20-33.

Pfaffemberger, Bryan (1988) "Fetishised objects and humanised nature: towards an anthropology of technology" en *Man* 23, 236-252.

----- (1992), "Social anthropology of Technology", en *Annual Review of Anthropology*, Vol.21. pp. 491-515.

Piscitelli, Alejandro (1991), "Los hipermedios y el placer del texto electrónico", en *David y Goliath*, Nº58:64-78, CLACSO, Buenos Aires.

----- (1995), *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires.

Pi-Sunyer, Oriol (1973), *Zamora: Change and Continuity in a Mexican Town*, Holt, Rinehart and Winston, Nueva York.

Polanyi, Karl (1947), *La Gran Transformación*, Ed. Claridad, Buenos Aires.

----- (1957), "The Economy as an Instituted Process", en Polanyi, K., A.M. Arensberg y H.W. Pearson, *Trade and Markets in Early Empires*, Free Press, New York, pp. 243-269.

Poster, Mark (1990), *The Mode of Information: Poststructuralism and social context*, University of Chicago Press, Chicago.

Postman, Neil (1985), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourses in the Age of Show Bussiness*, Viking, Nueva York.

Provenzo, E. (1991), *Video Kids*, Harvard University Press, Cambridge, EUA.

Putnam, Tim (1992), "Regimens of Closure: The Representation of Cultural Processes in the Domestic Consumption", en Silverstone & Hirsch (eds.), 1992.

Querzola, Jean y F. Verebelyi (1982), "Jeu, Image et Communication", en *Reseaux. Communication, Technologie et Société*, N° 1, pp.3-17, CNET, Issy les Molineaux, Francia.

Quiroz, María T. y Ana R. Tealdo (1996), "Los videojuegos y los niños peruanos: tiempo libre y procesos de socialización", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Ep.II, vol.II, pp.95-123.

Reddy, William (1984), *The Rise of Market Culture. The Textile Trade in French Society, 1750-1900*, Cambridge University Press.

Reich, Robert B. (1991), *The Work of Nations*, Knopf, Nueva York. (traducción castellana: Javier Vergara, Buenos Aires).

Reis, Raul (1998), "The Impact of Television Viewing in the Brazilian Amazon", en *Human Organization*, Vol. 53, N°3:300-314).

Renfrew, Colin (1987), "Varna y el surgimiento de la riqueza en la Europa prehistórica", en Appadurai 1987 (traducción 1991), pp. 179-210.

Rheingold, Howard (1991), *Virtual Reality*, Simon and Schuster, Nueva York (traducción castellana: Gedisa, Barcelona, 1994).

Robbins, Lionel (1932), *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, London School of Economics.

Robins, Kevin y Les Lividow (1995), "Socialising the cyborg self"

en *The Cyborg Handbook*, Chris Hables Gay (Ed.), Routledge. Londres.

Rodgers, Susan, 1986, "Batak tape cassette kinship through the Indonesian national mass media", en *American Ethnologist* 13(1):23-42, Febr. 1986.

Rosado, Georgina (1989), "Zamora y Jacona: Trabajo femenino en la agroindustria y cambios culturales", en Sergio Zendejas (Coord.) *Estudios Michoacanos III*, El Colegio de Michoacán, Zamora.

Roseberry, William (1988), "Political Economy", en *Annual Review of Anthropology* 17:161-185, Palo Alto, USA.

Rossi-Landi, Ferruccio (1974), "Linguistic and Economics", en Thomas A. Sebeok (ed.) *Current Trends in Linguistics*, Vol. 12:1787-2017. Mouton, La Haya.

Runyon, Richard y Audrey Haber (1984), *Estadística para las ciencias sociales*, Fondo Educativo Interamericano, México, D.F.

Salinas, Edmar (1992), Valorización e internacionalización del capital en el sistema agroindustrial fresero en la región zamorana, Tesis de Maestría, Centro de Estudios Rurales - El Colegio de Michoacán, Zamora.

Sánchez Ruiz, Enrique (1989), "Televisión y representaciones políticas de escolares tapatíos", *Cuadernos de Comunicación y Sociedad* N° 7, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, UDG, Guadalajara.

----- (1992), *Medios de Difusión y Sociedad. Notas críticas y metodológicas*, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, UDG, Guadalajara.

Sarlo, Beatriz (1994), *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Ariel, Buenos Aires.

Sartori, Giovanni (1998), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid.

Sassen, Saskia (1991), *The Global City*, Princeton University Press.

Schiller, Herbert (1993) *Cultura, S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara, 1993.

Scott, Derek (1994), "The effect of video game on feelings of aggression", *The Journal of Psychology*, 129(2): 121-132.

Screpanti, Ernesto y Stefano Zamagni (1997), *Panorama de Historia del Pensamiento Económico*, Ariel Económica, Barcelona.

Seaman, William (1992), "Active audience theory: pointless populism", en *Media, Culture and Society*, Vol. 14: 301-311, SAGE.

Seefoó Luján, J. (1993), "Innovación tecnológica, empleo y salud", en *Ciudades*, N° 19, 29-33.

----- (1992), "Rejuvenecimiento laboral y descenso de la fecundidad en Zamora, Michoacán", en *Relaciones* N° 49, 63-102.

Selnow, Gary (1987), "The Fall and Rise of Video Games" en *Journal of Popular Culture* V. 21 N°1, summer 1987, pp. 53-61.

Serexhe, Bernhard (1996), *Deregulation/Globalization: The Loss of Cultural Diversity?*, en *CTHEORY*, en WWW:
<<http://www.ctheory.com/gal.10-deregulation.html>>

Shannon, Claude E. (1963) [1949], "Mathematical Theory of Communication", en W. Weaver and C. E. Shannon, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, Illinois: University of Illinois Press.

Sheff, David (1994), *Game Over. How Nintendo conquered the world*, Vintage Books, Nueva York.

Sherman, Sharon R. (1993), "Super Mario/Super Märchen/Super mito: los juegos de video y la apropiación del folklore", *Revista de Investigaciones Folklóricas*, vol. 8, pp. 34-41, diciembre de 1993, Instituto de Ciencias Antropológicas, Universidad de Buenos Aires.

Shotton, M. (1989), *Computer addiction?: A study of computer dependency*, Taylor and Francis, Londres.

Silverstone, Roger, Eric Hirsch y David Morley (1992), "Information and communication technologies and the moral economy of the household", en Silverstone, R. y Hirsch, E. (eds.), pp. 15-31.A:

Silverstone, Roger y Eric Hirsh (eds.) (1992), *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*, Routledge, London - Nueva York.

Smith, Anthony D. (1990), "Towards a Global Culture?", en Mike

Featherstone (ed.), *Global Culture*, Sage, Londres.

Smith, Anthony D. (1991), *National Identity*, Penguin, Londres.

Spitulnik, Debra, (1993) "Anthropology and Mass Media", *Annual Review of Anthropology* 1993. 22:293-315, Cal. USA.

Stallabras, Julian (1995) "Empowering Technology: The Exploration of Cyberspace", *New Left Review*, 1995:3-32.

Stallings, Barbara (1992), "international influence on economic policy: debt stabilization and structural reform", en S. Haggard y R. Kauffman (eds.), *The Politic of Economic Adjustment*, Princeton University Press, pp. 41-88.

Suchman, Lucy (1987), *Plans and Situated Actions. The Problem of Human-Machine Communication*, Cambridge University Press.

Sweezy, Paul y otros (1972), *Crítica a la Ciencia Económica*, Periferia, Buenos Aires.

Tapia Santamaría, Jesús (1986), *Campo Religioso y Evolución Política en el Bajío Zamorano*, El Colegio de Michoacán- Gobierno de Estado, Zamora.

Toffler, Alvin (1981), *La Tercera Ola*, Diana, México.

Toren, Christina (1993), "Making history: the significance of childhood cognition for a comparative anthropology of mind", en *Man*, Vol.28:461-477.

Touraine, Alain (1969), *La Société Postindustrielle*, Denoel, Paris.

----- (1994), *Crítica de la modernidad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

----- (1997), *¿Podremos vivir juntos? : iguales y diferentes*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Trejo Delarbre, Raúl, (1996), *La Nueva Alfombra Mágica. Usos de la Internet*, Diana-Fundesco, México.

Tribus, Myron y Edward McIrvine (1971), "Energy and Information", en *Scientific American*, 225(3), Septiembre 1971:179-188.

Thurow, Lester (1982), *Corrientes Peligrosas. El Estado de la Ciencia económica*, Fondo de Cultura Económica, México.

Turner Barragán, E., G. Vargas y A. Sánchez (coords.) (1994), *México en los Noventa. Globalización y reestructuración productiva*, UAM-A-UMich.SNH.

UNESCO (1982), *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. París.

Vargas Uribe, Guillermo (1991), "Diagnosis Preliminar para el Estudio de la Urbanización en Michoacán", en López Castro (1991), pp.13-82.

Verduzco, Gustavo (1992), *Una ciudad agrícola: Zamora. Del Porfiriato a la agricultura de exportación*, El Colegio de México - El Colegio de Michoacán, Zamora.

Walker, Michael (1993), "The Serious Quest for Totally Addictive Digital Fun", *Los Angeles Times Magazine*, 19 dic. 1993: 46-58.

Wallerstein, Immanuel (1979), *The capitalist world-economy*, Cambridge University Press.

----- (1991), *Impensar las ciencias sociales: límites de los paradigmas decimonónicos*, Siglo XXI-UNAM, México.

Walton, John (1993), "Urban Sociology: The Contribution and Limits of Political Economy", en *Annual Review of Anthropology*, 1993, 19:301-320.

Ward Gailey, Christine (1989), "Rambo" In Tonga: Videofilms and Cultural Resistance in the Tongan Islands (South Pacific), en *Culture*, IX(1):21-32.

Weaver, D. y Elliot, S.E. (1982), "Media agenda setting and public opinion: Is there a link?", en R.N. Bostrom (ed.), *Communication Yearbook 8*, pp.680-691, Sage, Newbury Park.

Wessely, Christian (1995), "Auf den Spuren des Mythos in Computerspielen", en *Communicatio Socialis*, 28-4:349-377.

Wilson, Rob y W. Dissanayake (Eds.) (1996), *Global/Local. Cultural production and the transnational imaginary*, Duke University Press, Durham-Londres.

Winner, Langdom (1987), *La Ballena y el Reactor. Una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología*, Gedisa, Madrid.

Winner, Langdom (1977), *Autonomous Technology*, The MIT Press, Cambridge, Mass. USA. Traducción castellana Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

Winograd y Flores (1986), *Understanding Computers and Cognition. A New Foundation for Design*, Ablex Publishing Co. Norwood.

Wolf, Eric (1982), *Europe and the people without history*, University of California Press, Berkeley.

Wolfe, A. (1989), *Whose keeper? Social Science and Moral Obligation*, University of California Press, Berkeley.

Worth, Sol (1969), "Toward an Anthropological Politics of Symbolic Forms" en Dell Hymes (ed.), *Reinventing Anthropology*, pp. 335-364, Vintage Books, Nueva York.

Yoshimoto, Mitsushiro (1996), "Real Virtuality", en Wilson, R. y W. Dissanayake (Eds.) pp.107-118.

Zallo, Ramón (1988), *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal Comunicación, Madrid.

Zallo, Ramón (1992), *El Mercado de la Cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa, Donostia, España.

Zukin, Sharon (1992), *Landscapes of Power. Fron Detroit to Disneyworld*, California University Press, Los Angeles.

Anexos

Anexo 2-1

* 1 "A fin de fortalecer la lucha contra la piratería marcas y patentes en el país, se creó un nuevo Reglamento, de la Ley de Fomento y Protección Industrial y se llevará a cabo la actualización de diversas leyes y normas jurídicas en la materia. El anuncio fue realizado por el director de Desarrollo Tecnológico de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi), Roberto Villareal, en el primer día del seminario que organizó la dependencia en coordinación con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Sostuvo que se continuará la modernización de la institución que atienden estos asuntos, e informó que se tiene en la mira la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el cual comprenderá nuevos servicios de teleinformática, consulta a bancos de información de patentes y mejores áreas de trabajo y de atención al público. Además el país firmará su adhesión al Tratado de Cooperación en Materia de Patentes, administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Hacia el interior del país "los cambios que están en marcha continuarán profundizándose en el futuro inmediato...el gobierno proseguirá la actualización del marco jurídico a través de las leyes y reglamentos que procedan"... "el actual gobierno está muy interesado en que se combata firmemente la piratería de marcas y patentes, no sólo a nivel nacional sino regional, por lo que ha planteado en sus negociaciones comerciales con país de América Latina incluir en los tratados que se firmen disposiciones legales para la protección y defensa adecuada de los derechos de propiedad intelectual. Los países firmantes del TLC, subrayo, formarán un solo frente ante las regiones económicas de la Comunidad Económica Europea, y la Cuenca del Pacífico en lo que se refiere a materia de propiedad intelectual. En la audiencia también participó Carmen Quintanilla Madero, directora general de Derechos de Autor de la SEP, quien reconoció que en materia de propiedad intelectual se presentaba una disgregación de las legislaciones correspondientes, que fue superada con el otorgamiento mexicano de "trato nacional" por lo que se dan los mismos derechos a nuestros connacionales.

El vicepresidente de Televisa, Víctor Blanco, cuestionó la conveniencia de abrir nuestra legislación en materia de derechos de autor al resto de los países del mundo no participantes en el TLC sin embargo apoyo la inclusión en la ley correspondiente de la obligatoriedad de respeto y protección a las señales de televisión vía satélite, y la debida tipificación del delito." (Patricia Muñoz Ríos, "Se creó un nuevo reglamento de protección a la propiedad industrial", *La Jornada*, 15 de octubre de 1992, p.3)

* 2 La Secretaria de Comercio y Fomento Industrial (Secofin) se pronunció por fortalecer la seguridad jurídica a la propiedad intelectual. En el Senado de la República también se precisó que habrá sanciones penales a quienes sin permiso capten imágenes con antenas parabólicas. Asimismo se denunció la piratería de países latinoamericanos y de Estados Unidos, principalmente en productos refresqueros y de zapatos, informó Roberto Villarreal Gonda, director de Desarrollo Tecnológico de Secofin, quien agregó que esta dependencia retiró este año nueve mil millones de pesos en mercancía pirata hallada en bodegas de los estados de Puebla, México, DF y Acapulco. La piratería, dijo, no debe confundirse con el comercio ambulante sector que, ciertamente, también maneja menores cantidades. "Nos referimos a un sector sofisticado", al pirateo de grandes cantidades contra quienes se actúa, pero sin una actitud represiva, señaló durante la audiencia sobre propiedad intelectual que se realizó en la sede del Senado de la República. (Humberto Ríos Navarrete, "Villarreal ante senadores: Debe fortalecerse la seguridad jurídica a propiedad intelectual", *Uno más Uno*, 19 de noviembre de 1992, p.4).

* 3 "En una ceremonia definida como "un hecho insólito" por la Procuraduría General de la República (PGR), y como "un hasta aquí" por intérpretes y productores de fonogramas, 2 millones 350 mil cassettes fueron destruidos por una aplanadora en mensaje directo a una piratería capaz de introducir al mercado la misma cantidad de fonogramas que la "industria lícita". El vibrocompactador de la compañía RMG, con capacidad de ejercer una presión de 24 toneladas, resbalando en el plástico procedió a triturar y recorrer la laguna de cassettes de 30 centímetros de profundidad, extendida en el baldío habilitado como estacionamiento en la parte trasera del Hotel de México. Una bocina amplificó los crujidos mientras Daniela Romo y Gaby Rivero, la de Carrusel, brincaban sobre los cassettes piratas.

José Elías Romero Apis, subprocurador de Averiguaciones Previas de la PGR, encabezó la "reunión inédita" por congregarse, explicó, a intérpretes, productores, empresarios y abogados que respaldan los intereses de la "industria de la cultura popular", "de este extraordinario negocio que refleja la experiencia y el sentido de identidad de nuestro pueblo", según definió el maestro de ceremonias y vicepresidente de la Asociación Mexicana de Productora de Fonogramas (Amprofon), Efrén Huerta.[...]

Daniela Romo, vicepresidenta de Intérpretes de la Canción A. C., expresó que ante el compromiso de la Presidencia de la República y de la PGR, los participantes en la industria del fonograma tienen "mucho más que estarnos quejando porque las ventas no van como quisiéramos"... Romo hizo un llamado al público a apoyar a los artistas y a evitar la compra de "productos piratas"... Con Daniela en el presidium estuvieron Gaby Rivero, Guadalupe Pineda y Joan Sebastian, así como el director de

Averiguaciones Previas de la PGR, Alfredo Herrera Torres, quienes festejaron a Romero Apis cuando finalizó su participación asegurando que "en la lucha contra la piratería la ley va ganando". Laura León, Ilse, Margarita y su Sonora, Stephanie Salas y otros desvelados intérpretes se fotografiaron al lado del subprocurador...", Salvador Guerrero Chipres, "Acto encabezado por Romero Apis. En un "hecho insólito", destruye la PGR 2.35 millones de cassettes", *La Jornada*, 27 de Noviembre de 1992, p.19.

* 4 C. LIC. CARLOS SALINAS DE GORTARI, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. C. LIC. IGNACIO MORALES LECHUGA, PROCURADOR GENERAL DE LA REPUBLICA. A LA OPINION PUBLICA EN GENERAL.

"La Asociación Nacional de Productores y Reproductores de Videogramas, A.C. (ANPROVAC), por este conducto desean hacer patente su reconocimiento a las continuas y efectivas acciones que recientemente ha ejercido el gobierno de la República en contra del nocivo mal denominado "piratería", el cual ha venido lacerando seriamente a la industria legalmente establecida y en forma directa a la economía nacional.

Los efectos de este mal, han provocado graves problemas a la industria del video, la cual, no obstante de verse profundamente impactada por ese cáncer, continúa siendo el sostén de miles de familias, significando una importante derrama económica.

Estamos seguros que las valerosas acciones que se han emprendido contribuirán, de manera significativa, a propiciar la erradicación de este problema nacional. Por lo anterior, esta asociación, consciente de la problemática, continuará ejerciendo las acciones que dentro de su competencia y en un marco de legalidad, apoyen de manera decidida a los esfuerzos institucionales."

ASOCIACION DE PRODUCTORES Y REPRODUCTORES DE VIDEOGRAMAS, A.C.
ANPROVAC. (*El Universal*, 13 de Noviembre de 1992, p.A-28).

Anexo 3 Estadísticas Censales de Zamora

| | Zamora | Jacona | TOTAL |
|-------------------|---------|--------|---------|
| Población Total | 144 899 | 40 546 | 185 445 |
| Población ocupada | 42 096 | 12 049 | 54 145 |
| Sector secundario | 9 058 | 3 153 | 12 211 |
| Sector terciario | 20 432 | 3 747 | 24 179 |
| Jornaleros | 7 614 | 3 105 | 10 719 |
| Empleados | 22 824 | 6 095 | 28 919 |
| Cuenta propia | 8 024 | 1 805 | 9 829 |

Fuente: INEGI. Sistema SCINCE. Censo Nacional de Población y Vivienda 1990

Municipio de Zamora, Michoacán
Población ocupada según ocupación principal y sector de actividad.

1) TOTAL

| MUNICIPIO, SEXO Y OCUPACION PRINCIPAL | POBLACION OCUPADA | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | SECTOR DE ACTIVIDAD | | |
|---------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------|---------|------------------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------|
| | | AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y PESCA | MINERIA | EXTRACCION DE PETROLEO Y GAS | INDUSTRIA MANUFACTURERA | ELECTRICIDAD Y AGUA | CONSTRUCCION |
| ZAMORA (Total) | 42,096 | 10,904 | 15 | 68 | 6,028 | 131 | 2,816 |
| PROFESIONALES | 1,072 | 24 | - | 2 | 48 | 5 | 64 |
| TECNICOS | 1,353 | 47 | - | 3 | 122 | 7 | 13 |
| TRABAJADORES DE LA EDUCACION | 1,216 | 2 | - | - | 3 | - | 1 |
| TRABAJADORES DEL ARTE | 298 | 3 | - | - | 30 | - | - |
| FUNCIONARIOS Y DIRECTIVOS | 789 | 22 | - | 1 | 128 | 6 | 11 |
| TRABAJADORES AGROPECUARIOS | 10,738 | 10,527 | 1 | - | 76 | - | 9 |
| INSPECTORES Y SUPERVISORES | 347 | - | - | 4 | 197 | 8 | 60 |
| ARTESANOS Y OBREROS | 7,395 | 30 | 2 | 10 | 2,563 | 36 | 2,093 |
| OPERADORES DE MAQUINARIA FIJA | 864 | 2 | - | 5 | 796 | 4 | 16 |
| AYUDANTES Y SIMILARES | 1,478 | 6 | 1 | 7 | 637 | 5 | 486 |
| OPERADORES DE TRANSPORTE | 1,808 | 120 | 6 | 10 | 260 | 1 | 18 |
| OFICINISTAS | 3,084 | 17 | 2 | 11 | 280 | 39 | 19 |
| COMERCIANTE Y DEPENDIENTES | 5,647 | 25 | - | 6 | 586 | 3 | 2 |
| TRABAJADORES AMBULANTES | 1,202 | 2 | - | - | 15 | - | 1 |
| TRABAJADORES EN SERVICIOS PUB | 2,042 | 18 | - | 1 | 107 | 2 | 5 |
| TRABAJADORES DOMESTICOS | 918 | 1 | - | - | 4 | - | 1 |
| PROTECCION Y VIGILANCIA | 702 | 20 | 3 | 3 | 44 | 4 | 16 |
| NO ESPECIFICADO | 1,143 | 38 | - | 5 | 132 | 11 | 1 |

2) HOMBRES

| MUNICIPIO, SEXO Y OCUPACION PRINCIPAL | POBLACION OCUPADA | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | |
|---------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------|---------|------------------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------|----------------------------|---------------------------|--------------|--------------------------------------------|
| | | AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y PESCA | MINERIA | EXTRACCION DE PETROLEO Y GAS | INDUSTRIA MANUFACTURERA | ELECTRICIDAD Y AGUA | CONSTRUCCION | INDUSTRIA MANUFACTURERA | ELECTRICIDAD Y AGUA | CONSTRUCCION | |
| | | | | | | | | | | | AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y PESCA |
| HOMBRES | 30,758 | 8,913 | 15 | 63 | 4,028 | 105 | 2,766 | | | | |
| PROFESIONALES | 887 | 22 | - | 2 | 41 | 4 | 62 | | | | |
| TECNICOS | 702 | 44 | - | 3 | 78 | 6 | 8 | | | | |
| TRABAJADORES DE LA EDUCACION | 527 | 2 | - | - | 1 | - | 1 | | | | |
| TRABAJADORES DEL ARTE | 267 | 2 | - | - | 25 | - | - | | | | |
| FUNCIONARIOS Y DIRECTIVOS | 671 | 21 | - | 1 | 120 | 5 | 11 | | | | |
| TRABAJADORES AGROPECUARIOS | 8,728 | 8,578 | 1 | - | 38 | - | 9 | | | | |
| INSPECTORES Y SUPERVISORES | 303 | - | - | 4 | 159 | 8 | 60 | | | | |
| ARTESANOS Y OBREROS | 6,266 | 14 | 2 | 9 | 1,686 | 36 | 2,072 | | | | |
| OPERADORES DE MAQUINARIA FIJA | 550 | - | - | 5 | 491 | 4 | 16 | | | | |
| AYUDANTES Y SIMILARES | 1,148 | 6 | 1 | 7 | 362 | 5 | 477 | | | | |
| OPERADORES DE TRANSPORTE | 1,791 | 118 | 6 | 9 | 258 | 1 | 18 | | | | |
| OFICINISTAS | 1,344 | 12 | 2 | 10 | 147 | 17 | 8 | | | | |
| COMERCIANTE Y DEPENDIENTES | 3,810 | 25 | - | 5 | 445 | 3 | 2 | | | | |
| TRABAJADORES AMBULANTES | 941 | 1 | - | - | 12 | - | 1 | | | | |
| TRABAJADORES EN SERVICIOS PUB | 1,363 | 17 | - | 1 | 68 | 2 | 4 | | | | |
| TRABAJADORES DOMESTICOS | 24 | - | - | - | - | - | - | | | | |
| PROTECCION Y VIGILANCIA | 688 | 20 | 3 | 3 | 42 | 4 | 16 | | | | |
| NO ESPECIFICADO | 748 | 31 | - | 4 | 55 | 10 | 1 | | | | |

Fuente I.N.E.G.I. Censo 1990

3) MUJERES

| MUNICIPIO, SEXO Y OCUPACION PRINCIPAL | POBLACION OCUPADA | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | | SECTOR DE ACTIVIDAD | | | | | |
|---------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------|---------|------------------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------|---------------------|--|--|--|--|--|
| | | AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y PESCA | MINERIA | EXTRACCION DE PETROLEO Y GAS | INDUSTRIA MANUFACTURERA | ELECTRICIDAD Y AGUA | CONSTRUCCION | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| MUJERES | 11,338 | 1,991 | - | 5 | 2,000 | 26 | 50 | | | | | | |
| PROFESIONALES | 185 | 2 | - | - | 7 | 1 | 2 | | | | | | |
| TECNICOS | 651 | 3 | - | - | 44 | 1 | 5 | | | | | | |
| TRABAJADORES OE LA EDUCACION | 689 | - | - | - | 2 | - | - | | | | | | |
| TRABAJADORES DEL ARTE | 31 | 1 | - | - | 5 | - | - | | | | | | |
| FUNCIONARIOS Y DIRECTIVOS | 118 | 1 | - | - | 8 | 1 | - | | | | | | |
| TRABAJADORES AGROPECUARIOS | 2,010 | 1,949 | - | - | 38 | - | - | | | | | | |
| INSPECTORES Y SUPERVISORES | 44 | - | - | - | 38 | - | - | | | | | | |
| ARTESANOS Y OBREROS | 1,129 | 16 | - | 1 | 877 | - | 21 | | | | | | |
| OPERADORES DE MAQUINARIA FIJA | 314 | 2 | - | - | 305 | - | - | | | | | | |
| AYUDANTES Y SIMILARES | 330 | - | - | - | 275 | - | 9 | | | | | | |
| OPERADORES DE TRANSPORTE | 17 | 2 | - | 1 | 2 | - | - | | | | | | |
| OFICINISTAS | 1,740 | 5 | - | 1 | 133 | 22 | 11 | | | | | | |
| COMERCIANTEs Y DEPENDIENTES | 1,837 | - | - | 1 | 141 | - | - | | | | | | |
| TRABAJADORES AMBULANTES | 261 | 1 | - | - | 3 | - | - | | | | | | |
| TRABAJADORES EN SERVICIOS PUB | 679 | 1 | - | - | 39 | - | 1 | | | | | | |
| TRABAJADORES DOMESTICoS | 894 | 1 | - | - | 4 | - | 1 | | | | | | |
| PROTECCION Y VIGILANCIA | 14 | - | - | - | 2 | - | - | | | | | | |
| NO ESPECIFICADO | 395 | 7 | - | 1 | 77 | 1 | - | | | | | | |

Fuente I.N.E.G.I. Censo 1990

Anexo 3 (cont.)- Indicadores Censales de 1990. Municipios de Zamora y Jacora,
 Michoacán

Fuente INEGI. Sistema SCINCE

MUNICIPIOS

| INDICADORES CENSALES | Jacora | Zamora |
|---------------------------------------------------------|--------|---------|
| Población Total | 40 546 | 144 399 |
| Pob. Femenina | 1 171 | 75 521 |
| Pob. de 5 años y más | 34 738 | 125 311 |
| Pob. de 6 años y más | 33 568 | 121 390 |
| Pob. de 12 años y más | 27 076 | 98 388 |
| Pob. de 15 años y más | 23 594 | 86 214 |
| Pob. de 16 años y más | 22 530 | 82 223 |
| Pob. de 18 años y más | 20 353 | 74 477 |
| Pob. de 35 años y más | 9 364 | 35 165 |
| Pob. de 65 años y más | 1 626 | 5 913 |
| Nacidos en la Entidad | 36 980 | 130 168 |
| Nacidos fuera de la Entidad | 3 236 | 13 239 |
| Pob. de 5 años y más Residentes en la Entidad en 1985 | 33 237 | 119 781 |
| Pob. de 5 años y más Resid. Fuera de la Entidad en 1985 | 1 232 | 4 776 |
| Pob. de 5 años y más Católica | 33 402 | 120 151 |
| Pob. de 5 años y más No Católica | 927 | 3 533 |
| Pob. de 6 a 14 años que Saben Leer y Escribir | 8 165 | 29 941 |
| Pob. de 15 años y más Alfabeta | 19 205 | 74 147 |
| Pob. de 6 a 14 años que Asisten a la Escuela | 7 295 | 28 022 |
| Pob. de 15 años y más Sin Instrucción | 5 112 | 12 536 |
| Pob. de 15 años y más Con Primaria Completa | 4 511 | 15 915 |
| Pob. de 15 años y más Con Instrucción Postprimaria | 6 539 | 31 160 |
| Pob. de 15 años y más Sin Instrucción Media Básica | 15 840 | 50 982 |
| Pob. de 15 años y más Con Secundaria Completa | 2 111 | 8 828 |
| Pob. de 15 años y más Con Educación Postmedia | 2 892 | 15 484 |
| Pob. de 18 años y más Sin Educación Media Superior | 16 685 | 56 613 |
| Pob. de 18 años y más Con Instrucción Superior | 814 | 4 912 |
| Pob. de 18 años y más Sin Instrucción Superior | 18 428 | 65 748 |
| Pob. de 12 años y más Solteros | 11 103 | 40 184 |
| Pob. de 12 años y más Casados | 14 686 | 53 147 |
| Mujeres de 12 años y más | 14 438 | 52 544 |
| Promedio de Hijos Nacidos Vivos | 2.8 | 2.6 |
| Promedio de Hijos Sobrevivientes | 4.6 | 4.3 |
| Pob. Económicamente Activa Ocupada | 12 049 | 42 096 |
| Pob. Económicamente Activa Desocupada | 192 | 824 |
| Pob. de 12 años y más Estudiante | 3 199 | 13 451 |
| Pob. de 12 años y más Dedicada a Quehaceres del Hogar | 8 584 | 31 112 |
| Pob. Ocupada en el Sector Secundario | 3 153 | 9 058 |
| Pob. Ocupada en el Sector Terciario | 3 747 | 20 432 |
| Pob. Ocupada como Empleado u Obrero | 6 095 | 22 324 |
| Pob. Ocupada como Jornalero o Peón | 3 105 | 7 614 |
| Pob. Trabajadora por Cuenta Propia | 1 805 | 8 024 |
| Pob. Ocupada que Trabajó hasta 32 hrs. en la Semana | 3 498 | 10 355 |
| Pob. Ocupada que Trabajó de 32 a 40 hrs. en la Semana | 1 653 | 7 283 |
| Pob. Ocupada que Trabajó de 41 a 48 hrs. en la Semana | 3 575 | 13 310 |
| Pob. Ocupada Con menos de un S. M. Mens. de Ingreso | 2 395 | 8 156 |

| | | |
|--------------------------------------------------------|-------|--------|
| Pob. Ocupada Con más de 1 y hasta 2 S.M.Mens.de Ingr. | 5 893 | 18 980 |
| Pob. Ocupada Con más de 2 y hasta 5 S.M.Mens.de Ingr. | 3 099 | 11 527 |
| Viviendas Particulares Habitadas | 7 474 | 27 916 |
| Viv. Part. Con Techo de Losa | 4 168 | 19 090 |
| Viv. Part. Con Techo de Lámina de Asbesto, Cart o Met. | 1 509 | 3 518 |
| Viv. Part. Con Paredes de Tabique | 5 765 | 22 893 |
| Viv. Part. Con Paredes de Madera | 950 | 3 184 |
| Viv. Part. Con Paredes de Adobe | 92 | 238 |
| Viv. Part. Con Piso de Cemento | 3 135 | 9 794 |
| Viv. Part. Con Piso de Mosaico, Madera u otros Recubr. | 3 010 | 14 540 |
| Viv. Part. Con 1 Cuarto | 634 | 1 562 |
| Viv. Part. Con 2 a 5 Cuartos | 6 149 | 22 753 |
| Viv. Part. Con 1 Dormitorio | 2 548 | 7 296 |
| Viv. Part. Con 2 a 4 Dormitorios | 4 665 | 19 624 |
| Viv. Part. Con Cocina Exclusiva | 5 301 | 21 155 |
| Viv. Part. Con Cocina No Exclusiva | 1 040 | 2 629 |
| Viv. Part. que usa Gas para Cocinar | 6 594 | 25 643 |
| Viv. Part. Con Drenaje Conectado a la Calle | 5 552 | 20 930 |
| Viv. Part. Con Drenaje Conectado a Suelo o Fosa | 612 | 2 104 |
| Viv. Part. que Disponen de Energía Eléctrica | 6 984 | 26 948 |
| Viv. Part. Con Agua Entubada a la Vivienda | 5 411 | 17 732 |
| Viv. Part. Con Agua Entubada en el Predio | 897 | 4 461 |
| Viv. Part. Con Agua en LLave Pública | 588 | 885 |
| Viv. Part. Propia | 5 346 | 20 531 |

Anexo 4-1a



Estamos haciendo una encuesta para conocer los hábitos de entretenimiento de los jóvenes de Zamora, Michoacán. Usaremos la información para obtener resultados estadísticos, únicamente. Los nombres y las respuestas son confidenciales.

Instrucciones: Contesta las preguntas con claridad. No dejes ninguna sin responder.

I. Información general y familiar

1 Fecha de hoy ___/___/___

2 Nombre del alumno _____

3 Años cumplidos _____ Sexo: Hombre ___ Mujer ___

4 Domicilio: Calle y N° _____

5 Colonia _____

6 Número de hermanos (incluyéndote a ti) _____

7 Edades de los hermanos _____ (empezando por el mayor)

8 ¿Qué número ocupas tú? (mayor=1) _____

9 ¿Vives con tu familia? sí ___ no ___

10 ¿Tu padre vive con ustedes? sí ___ no ___

11 La casa de tu familia es: propia ___ rentada ___ prestada ___

12 Si es rentada, ¿Cuánto pagan de renta? _____ NS por mes

13 ¿Tienen coche? sí ___ no ___ de qué marca _____ Tipo _____ año _____

14 ¿Quién sostiene económicamente tu casa? Papá ___ Mamá ___ Otro (indica) _____

15 ¿Qué trabajo hace? _____ En qué actividad _____

16 (Por ejemplo: comercio, industria, oficinas de gobierno, etc.)

17 Escolaridad de tus padres:

18 mi Padre fue a la escuela hasta _____

19 (Sin escolaridad, primaria, secundaria, preparatoria, universitaria incompleta, o univ. completa)

20 mi Madre fue a la escuela hasta _____

21 De dónde son tus padres:

22 mi Padre nació en la localidad de _____ En el estado de _____

23 mi Madre nació en la localidad de _____ En el estado de _____

1

3-1 2

5

6

7-1 7-4

7-5 7-8

8

9

10

11

12

13-1 4

14

15-1 2

18

20

22-1 2

23-1 2

II. Videojuegos

24 ¿Has jugado a los videojuegos? sí ___ no ___

25 En caso de que sí, indica dónde jugaste:

26 En mi casa sí ___ no ___

27 En casa de amigos sí ___ no ___

28 En locales comerciales sí ___ no ___

29 ¿Tienes videojuegos en tu casa? sí ___ ↓ no ___ → al renglón 40

30 La MARCA del equipo que tengo en casa es:

31 _____

32 El MODELO del equipo que tengo en casa es: _____

24

26

27

28

29

31

32

Describe con detalles el equipo que tienes en tu casa y el que usas en casas de amigos o parientes:

- 33 _____
- 34 _____
- 35 _____
- 36 Número de cassettes de "Videos"(juegos) que tienes en casa... Número _____
- 37 Nombra los juegos que tienes en casa, por orden de preferencia:
- 38 _____
- 39 _____

(Si es necesario escribe en la última hoja lo que no quepa aquí)

33

34

35

36

38-1 2

3 6

- 40 ¿Juegas a los videojuegos de los negocios (maquinitas)? sí__no__
- 41 ¿Cuántas veces a la semana vas a jugar a las maquinitas? _____
- 42 ¿Cuántas fichas juegas cada vez que vas? _____
- 43 ¿Cuánto gastas en maquinitas por semana? N\$ _____
- 44 Por favor, trata de recordar con precisión a qué juegos de maquinitas
- 45 jugaste en la última semana (empieza poniendo el nombre del juego que más jugaste)

- 46 1 _____ jugué ___ fichas Gasté N\$ _____
- 47 2 _____ jugué ___ fichas Gasté N\$ _____
- 48 3 _____ jugué ___ fichas Gasté N\$ _____
- 49 4 _____ jugué ___ fichas Gasté N\$ _____

TOTAL N\$ _____

- 50
- 51 ¿Cuánto gastas en otras diversiones, refrescos, golosinas, cigarrillos? N\$ _____
- 52 Comenta cómo obtienes dinero para ese gasto:
- 53 ¿Te lo dan tus padres o familiares? sí__ no__
- 54 ¿Haces regularmente un trabajo? sí__ no__
- 55 En qué trabajas _____
- 56 ¿Cuánto ganas a la semana (aproximado)? N\$ _____

40

41

42

43

46-1 3

47-1 3

48-1 3

49-1 3

50

51

53

54

55

56

- 57 ¿Dónde juegas a las maquinitas?
- 58 1) Calle _____ Colonia _____ Nombre del Negocio _____
- 59 2) Calle _____ Colonia _____ Nombre del negocio _____
- 60 Juegos preferidos en los negocios (en orden, empezando por el que te gusta más)
- 61 1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____
- 62 ¿A qué edad empezaste a jugar videojuegos? A los _____ años. año de 19 _____
- 63 ¿Con quién juegas?
- 64 Solo sí__ no__
- 65 Con amigo(s) sí__ no__
- 66 Con amiga(s) sí__ no__
- 67 ¿Tienes amigos en los videojuegos? sí__ no__
- 68 ¿Conociste nuevos amigos por jugar videojuegos? sí__ ↓ no__ Comenta abajo sobre esto:
- 69 Los conociste en: la escuela__ barrio__ negocio__ OTRO (explica) _____

58

59

61-1 2

3 5

62-1 2

64

65

66

67

68

69

III Opiniones de los mayores

Qué opina mi Papá de los videojuegos:

70 No hace comentarios o no le interesa ___ → pasa al renglón 87

71 ¿Aprueba los videojuegos? SI ___ ↓ pone condiciones ___ ↓ NO ___ - al renglón 79

72 (explica) _____

73 Si respondiste "SI", pasa al renglón siguiente ↓

74 Si respondiste "SI", (porque tu papá considera que son positivos), marca entre las opciones siguientes:
75 la que te parezca más cercana a su opinión. (Si marcas más de una, ponle "1ª" a la principal opinión)

76 Son una diversión sin complicaciones _____

77 Benefician la mente, la agilizan _____

78 Otra opinión positiva (explica) _____

79 Si respondiste "NO" en el renglón 71, marca entre las opciones siguientes la que te
80 parezca más cercana a la opinión de tu papá (si marcaras más de una, ponle "1ª" a la principal opinión):

81 Distraen de las obligaciones escolares _____

82 Se malgasta el dinero _____

83 Hacen perder el tiempo _____

84 Dañan la vista _____

85 Dañan el cerebro _____

86 Otra opinión negativa (explica) _____

87 Qué opina mi Mamá de los videojuegos:

88 No hace comentarios o no le interesa ___ → pasa al renglón 105

89 ¿Aprueba los videojuegos? SI ___ ↓ pone condiciones ___ ↓ NO ___ - al renglón 97

90 (explica) _____

91 Si respondiste "SI", pasa al renglón siguiente ↓

92 Si respondiste "SI", (porque tu mamá considera que son positivos), marca entre las opciones siguientes
93 la que te parezca más cercana a su opinión. (Si marcas más de una, ponle "1ª" a la principal opinión)

94 Son una diversión sin complicaciones _____

95 Benefician la mente, la agilizan _____

96 Otra opinión positiva (explica) _____

97 Si respondiste "NO" en el renglón 89, marca entre las opciones siguientes la que te
98 parezca más cercana a la opinión de tu mamá (si marcaras más de una, ponle "1ª" a la principal opinión):

99 Distraen de las obligaciones escolares _____

100 Se malgasta el dinero _____

101 Hacen perder el tiempo _____

102 Dañan la vista _____

103 Dañan el cerebro _____

104 Otra opinión negativa (explica) _____

Opinión de tus maestros:

105 No han expresado opinión _____ Sí opinaron _____ (en este caso contesta lo que sigue)

Maestro 1 _____

Maestro 2 _____

(Puedes comentar más, si es necesario, a la vuelta de esta hoja)

IV Otros hábitos de entretenimiento

- 106 ¿Saliste de vacaciones en el año 1993? sí ___ no ___ 106
- 107 ¿Adonde? _____ 107
- 108 ¿Qué medio de transporte usaste?:
- 109 Avión ___ Autobús ___ Coche ___ 109
- 110 ¿Con quién(es) fuiste de vacaciones?
- 111 Con mis papás ___ con otros familiares ___ Con amigos ___ 111
- 112 Fuimos: a casa de amigos o familiares ___ a un campamento ___ a un hotel ___ 112
- 113 ¿Leíste algún libro últimamente? (Además de las lecturas que te dan en la escuela) sí ___ no ___ 113
- 114 Menciona el título _____ 114
- 115 Y escribe el nombre del autor, si lo recuerdas _____
- 116 ¿Lees periódicos? sí ___ no ___ 116
- 117 ¿Qué periódicos lees? 1 _____ 2 _____ 117-1 2
- 118 ¿Lees revistas? sí ___ no ___ 118
- 119 ¿Qué revistas lees? 1 _____ 2 _____ 3 _____ 119-1
- 120 ¿Vas al cine? sí ___ no ___ 120
- 121 Nombra una película reciente que te gustó _____ 121
- 122 ¿Hay en tu casa una computadora? ___ ¿Usaste alguna computadora? sí ___ no ___ 122-1 2
- 123 En caso de que sí, ¿Qué hiciste en computadora? _____ 123
- 124 ¿Cuántos televisores funcionan en tu casa? ___ 124
- 125 ¿Tienen videocassetera para pasar películas? ___ 125
- 126 ¿Cuántas horas de TV ves por semana? (de lunes a domingo) _____ 126
- 127 Indica si ves:
- 128 Telenovelas sí ___ no ___ 128
- 129 Programas deportivos sí ___ no ___ 129
- 130 Programas de entretenimientos sí ___ no ___ 130
- 131 Caricaturas sí ___ no ___ 131
- 132 Noticieros sí ___ no ___ 132
- 133 Programas educativos sí ___ no ___ 133
- 134 Otros programas sí ___ no ___ ¿cuáles? _____ 134

- 135 ¿Practicas algún deporte? sí ___ no ___ ¿Cuál(es)? _____ 135-1 3
- 136 ¿Te interesaría ser entrevistado más ampliamente sobre videojuegos? sí ___ no ___ 136

V Informe técnico

- 137 Encuesta N° _____ 137
- 138 Escuela _____ Curso _____ Sección _____ 138-1 3
- 139 Observación _____ A: _____ C: _____ 139 c
- 140 Encuestador _____ Tabulador _____ Fecha ___ / ___ / ___ 140
- 141 Operador _____ Fecha ___ / ___ / ___ 142

Anexo 4-1b

Detalles de la aplicación del cuestionario del anexo 1a

Tras una introducción explicativa se aclaraban preguntas y los estudiantes llenaban el cuestionario, que consta de cinco secciones: Información general y familiar, uso de videojuegos, Opinión de los mayores, Otros hábitos de entretenimiento y un apartado con información general - escuela, grado, etc. El procedimiento está normalizado y la encuesta se probó en dos escuelas antes de emplearse en firme. Dos personas estuvieron presentes en los relevamientos por curso: una exponía las instrucciones de llenado del cuestionario y luego ambas resolvían en privado las dudas individuales.

Las escuelas estudiadas son siete, tres son particulares y cuatro públicas; dos de ellas son vespertinas y las restantes matutinas.

Zamora, Mich., Marzo de 1994

Estimado Profesor:

Le presentamos un cuestionario que forma parte de una investigación que hacemos en el Colegio de Michoacán (Zamora) sobre uso de los videojuegos entre los jóvenes. Hasta ahora hemos trabajado con estudiantes de secundaria y quisiéramos mejorar nuestra información haciendo algunas preguntas a los maestros. Le solicitamos amablemente que las contesten. Las mismas son una guía más que un formato rígido a seguir. Si usted prefiere puede responder sólo algunas con más profundidad. Para facilitar la tarea agregamos una hoja en blanco (puede usted usar más hojas si así le parece). Cuando conozca ejemplos, por favor menciónelos (no es necesario identificar a las personas, sino describir casos). Muchas gracias.

- . En su opinión, ¿Los videojuegos influyen sobre los jóvenes?
- . ¿Le parece que existe alguna relación entre los videojuegos y el aprendizaje de los alumnos? ¿Cómo sería?
- . ¿Pueden los videojuegos afectar las relaciones familiares? ¿Cómo?
- . Mencione cuáles videojuegos conoce por haberlos jugado o mirado con detenimiento.
- . ¿Usted cree que los videojuegos podrían afectar el aprendizaje negativa o positivamente? ¿de qué manera?
- . Y en cuanto a la conducta en la escuela o en la casa, ¿puede modificarse por los videojuegos?

De manera más general

- . ¿Cuál es su opinión respecto a los videojuegos o "maquinitas"?
- . ¿En qué basa esa opinión?
- . ¿Le parece necesaria la difusión de información comprobada sobre este tema?
- . Si le tocara aconsejar a los padres de familia, ¿qué recomendaciones presentaría con respecto a los videojuegos?
- . ¿Qué acciones, argumentos, etc. se podrían usar para sustentar esas recomendaciones?

Responsable de la investigación: Mtro. Oscar González Seguí

Anexo 4-4

Lista de variables

Archivo

C:\spsswin\vjenc\sp982.sav
Created: 05 Oct 95 10:50:15 -
184 variables and 530 cases

Posición en el archivo

SITFAM 1
Print Format: F2
Write Format: F2

SITECON 2
Print Format: F1
Write Format: F1

C1FECHA 3
Print Format: A8
Write Format: A8

C3S1ANOS Edad 4
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

C3S2SEXO sexo 5
Print Format: F1
Write Format: F1

Value Label

1 Varones
2 Mujeres

C5COLONI Colonia en que vive
6
Print Format: A8
Write Format: A8

C6NHERMA Número de hermanos
7
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

C7S1EDAD 8
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S2EDAD 9
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S3EDAD 10
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S4EDAD 11
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S5EDAD 12
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S6EDAD 13
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S7EDAD 14
Print Format: F2
Write Format: F2

C7S8EDAD 15
Print Format: F2
Write Format: F2

C8NUMERT Número que ocupa
entre los hijos 16
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C9VIVCFL ¿Vive con su
familia? 17
Print Format: F1
Write Format: F1

C10VIVCP ¿Vive el padre con
Uds.? 18
Print Format: F1
Write Format: F1

Missing Values: 0; 4

Value Label

1 Sí
2 No

C11CASA Tenencia de la casa
19

Print Format: F1
Write Format: F1

Value Label

1 Propia
2 Rentada
3 Prestada

C12RENTA Renta que pagan por
mes 20

Print Format: F4
Write Format: F4
Missing Values: 0

C13S1COC ¿Tienen coche? 21

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C13S2MAR Marca del coche 22

Print Format: A5
Write Format: A5

C13S3TIP Tipo de coche 23

Print Format: A5
Write Format: A5

C13S4ANO Año del coche 24

Print Format: F2
Write Format: F2

C14SOSTE Sostén principal de
la familia 25

Print Format: F1

Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Padre
2 Madre
3 Ambos
130777 Otra sit.

C15S1TRA Trabajo del padre
26

Print Format: A7
Write Format: A7

C15S2ACT Actividad en que se
desempeña 27

Print Format: A7
Write Format: A7

C18ESCOP Escolaridad del
Padre 28

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sin esc.
2 Primaria
3 Secundaria
4 prepa
5 Un.inc.
6 Un.compl.

C20ESCOM Escolaridad de la
Madre 29

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sin esc.
2 Primaria
3 Secundaria
4 prepa
5 Un.inc.
6 Un.compl.

C22S1ORI 30
Print Format: A10
Write Format: A10

Value Label

1 Sí
2 No

C22S2ORI Origen del Padre
(Edo) 32
Print Format: A4
Write Format: A4
Missing Values: ''

C26ENCAS Juego en casa 39
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

DF Distrito Federal
GTO Guanajuato
JAL Jalisco
MICH Michoacán

Value Label

1 SI
2 NO

C22S3TAM 33
Print Format: F1
Write Format: F1

C27CASAM 40
Print Format: F1
Write Format: F1

C23S1ORI Origen de la Madre
(Edo.) 34
Print Format: A10
Write Format: A10

C28LOCAL ¿Juega en locales?
41
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C23S2ORI Origen de la madre
(Edo) 36
Print Format: A4
Write Format: A4
Missing Values: ''

C29VJCAS Tiene VJ en casa?
42
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru 9; 0

Value Label

DF Distrito Federal
GTO Guanajuato
JAL Jalisco
MICH Michoacán

Value Label

1 Sí
2 No

C23S3TAM 37
Print Format: F1
Write Format: F1

C31MARCA Marca del aparato
43
Print Format: A10
Write Format: A10

C24JUGO Ha jugado
videojuegos? 38
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C32MODEL Modelo del aparato
45

Print Format: A10
Write Format: A10

C33 Accesorios 47
Print Format: A10
Write Format: A10

C34 49
Print Format: A10
Write Format: A10

C35 51
Print Format: A10
Write Format: A10

C36VJNUM 53
Print Format: F2
Write Format: F2

C38S1VJN 54
Print Format: A10
Write Format: A10

C38S2VJN 56
Print Format: A10
Write Format: A10

C38S3VJN 58
Print Format: A10
Write Format: A10

C38S4VJN 60
Print Format: A10
Write Format: A10

C38S5VJN 62
Print Format: A10
Write Format: A10

C38S6VJN 64
Print Format: A10
Write Format: A10

C39HORAS Tiempo semanal de
videojuego en casa 66
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1
Missing Values: 99,0

C40VJMAQ Juega en locales?
67

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C41FRECS 68
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1
Missing Values: 25,0

C42FICHA 69
Print Format: F2
Write Format: F2

C43GASTO Gasto en videojuegos
70
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1
Missing Values: ,0

C46S1JUE 71
Print Format: A10
Write Format: A10

C46S2FIC 73
Print Format: F2
Write Format: F2

C46S3GAS 74
Print Format: F3.1
Write Format: F3.1

C47S1JUE 75
Print Format: A10
Write Format: A10

C47S2FIC 77
Print Format: F2
Write Format: F2

C47S3GAS 78
Print Format: F3.1
Write Format: F3.1

C48S1JUE 79
 Print Format: A10
 Write Format: A10

C48S2FIC 81
 Print Format: F2
 Write Format: F2

C48S3GAS 82
 Print Format: F3.1
 Write Format: F3.1

C49S1JUE 83
 Print Format: A10
 Write Format: A10

C49S2FIC 85
 Print Format: F2
 Write Format: F2

C49S3GAS 86
 Print Format: F4.1
 Write Format: F4.1

C50GASTS LO QUE GASTÓ EN MAQ.
 EN ULTIMA SEMANA 87
 Print Format: F4.1
 Write Format: F4.1
 Missing Values: 99,0

C51GASTO Gasto en otras
 diversiones 88
 Print Format: F3
 Write Format: F3
 Missing Values: 0

C53DINPA 89
 Print Format: F1
 Write Format: F1

C54TRABA ¿Trabajas
 regularmente? 90
 Print Format: F1
 Write Format: F1
 Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
 2 No

C55ENQUE 91
 Print Format: A10
 Write Format: A10

C56GANAS 93
 Print Format: F3
 Write Format: F3

C58COLNE 94
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C59COLNE 95
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C61S1JUP 96
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C61S2JUP 97
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C61S3JUP 98
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C61S4JUP 99
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C61S5JUP 100
 Print Format: A8
 Write Format: A8

C62EDAEM Edad a la que empezó
 a jugar 101
 Print Format: F2
 Write Format: F2
 Missing Values: 0

Value Label

16 16 y más

C62ANO 102
Print Format: A2
Write Format: A2

C64SOLO Juega solo 103
Print Format: F1
Write Format: F1

Value Label

1 Sí
2 No

C65AMIGO 104
Print Format: F1
Write Format: F1

C67TIENA ¿Hizo amigos en los
videojuegos? 105
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C68TPOEN Tiempo semanal de
videojuego en negocios 106
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1
Missing Values: 99,0

C71COMPA 107
Print Format: F1
Write Format: F1

C74DIVER 108
Print Format: F1
Write Format: F1

C75BENEF 109
Print Format: F1
Write Format: F1

C76DISTR 110
Print Format: F1
Write Format: F1

C77MALGA 111
Print Format: F1
Write Format: F1

C78PERTP 112
Print Format: F1
Write Format: F1

C79DVIST 113
Print Format: F1
Write Format: F1

C80CEREB 114
Print Format: F1
Write Format: F1

C83COMMA 115
Print Format: F1
Write Format: F1

C86DIVER 116
Print Format: F1
Write Format: F1

C87BENEF 117
Print Format: F1
Write Format: F1

C88DISTR 118
Print Format: F1
Write Format: F1

C89MALGA 119
Print Format: F1
Write Format: F1

C90PERTP 120
Print Format: F1
Write Format: F1

C91DVIST 121
Print Format: F1
Write Format: F1

C92CEREB 122
Print Format: F1
Write Format: F1

C94RESPA Opinión del padre
123
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Aprueba
2 Opuesto
3 Acepta c/condic.

C95RESMA Opinión de la madre
124
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Aprueba
2 Opuesto
3 Acepta c/condic.

C96OPMAE 125
Print Format: F1
Write Format: F1

C106VACA ¿Salió de Vacaciones?
126
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C107LUGA Lugar de vacación
127
Print Format: A10
Write Format: A10

C109MEDI Medio de transporte
129
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Avión
2 Autobús
3 Coche

C111CONQ Acompañantes 130
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Padres
2 Familiares
3 Amigos

C112ESTI Estilo de Vac. 131
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Casa familiares
2 Campamento
3 Hotel

C113LIBR Lectura de libros
132
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C116LEEP ¿Lee periódicos?
133
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C117S1PE Periódico 1 134
Print Format: A7
Write Format: A7

C117S2PE Periódico 2 135
Print Format: A7
Write Format: A7

C118REVI ¿Lee Revistas? 136
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C119S1RE Revista 1 137
Print Format: A7
Write Format: A7

C119S2RE Revista 2 138
Print Format: A7
Write Format: A7

C119S3RE Revista 3? 139
Print Format: A7
Write Format: A7

C120CINE ¿Va al cine? 140
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C122S1CO ¿Hay computadora en
casa? 141
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C122S2US ¿Usó una
computadora? 142
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C123ENQU Qué uso dio a la
computadora? 143
Print Format: A6
Write Format: A6

C124CUAN Número de
televisores en casa 144
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C125VCR Tienen
videocassetera? 145
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 3 thru *; 0

Value Label

1 Sí
2 No

C127HORA Horas de televisión
por semana 146
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 99

C128TELE Ve telenovelas 147
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

Missing Values: 0

Value Label

C129DEPO Ve progr. deportivos
148

1 Sí
2 No

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C134SERI Ve series y
películas 153

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

Value Label

C130ENTR Ve entretenimientos
TV 149

1 Sí
2 No

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C135OTRO 154

Print Format: A6
Write Format: A6

Value Label

1 Sí
2 No

C136DEPO Practica deportes
155

Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 3 thru 99; 0

C131CARI Ve caricaturas 150

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

Value Label

1 Sí
2 No

1 Sí
2 No

C132NOTI Ve noticieros 151

Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

C137S1DE Deporte 1 156

Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C137S2DE Deporte 2 157

Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

C133EDUC Ve progr. educativos
152

Print Format: F1
Write Format: F1

C137S3DE Deporte 3 158

Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

C138ENTR Entrevista por vj?
159
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

Value Label

1 Sí
2 No

C139NOEN 160
Print Format: F3
Write Format: F3

C140ESCU Escuela 161
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0; 5

Value Label

1 Sec.Nº1
2 Sec.Nº2
3 Sec.p/trab.
4 Sec.tec.79
6 Sixto V.
7 Colón
8 1º Mayo

C140S2GR 162
Print Format: F1
Write Format: F1

C140S3GP 163
Print Format: A1
Write Format: A1

C141A Promedio escolar 164
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1
Missing Values: ,0 thru 2,0

C141C 165
Print Format: F4.1
Write Format: F4.1

C143OPER Operador que ingresó
datos 166

Print Format: A1
Write Format: A1
Missing Values: '0'; '1'

Value Label

E Eva
O Oscar
S Salvador
V Verónica

STATUS indice ocupación del
padre 167
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

Value Label

1 trabajo doméstico o
eventual
2 autoempleado manual
3 obrero
4 empleado de comercio
5 peq. comerciante
6 comercio medio
7 Profesional l/empresario

PUNTAJE 168
Print Format: F5.2
Write Format: F5.2
Missing Values: ,00

CALRESID 169
Print Format: F1
Write Format: F1
Missing Values: 0

TIEMPOTO Tiempo total de
videojuego 170
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

TIEMCODI tiempo total de
videojuego semanal (Int.) 171
Print Format: F6
Write Format: F6
Missing Values: 0

Value Label
1 < 2 hs.
2 2-7 hs.
3 7-30 hs.

FRECU Frecuencia semanal de
juego en locales 172
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

Value Label
1,00 hasta 1 vez/sem.
2,00 1.1 a 2 veces/sem.
3,00 2.1 a 4 veces/sem.
4,00 4.1 a 7 veces/sem.
5,00 Más de 7 veces/sem.

GAST1 Gasto en maquinitas +
gasto en otras diversiones
173
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

Value Label
1,00 Hasta 2 N\$
2,00 2.1 a 5 N\$
3,00 5.1 - 10 N\$
4,00 10.1 a 20 N\$
5,00 Más de 20 N\$

FRECTV Horas de TV/semana
174
Print Format: F8.1
Write Format: F8.1
Missing Values: ,0

Value Label
,0 M No ve TV
1,0 1 a 5 horas/sem.
2,0 5.1 a 10 horas/sem.
3,0 10.1 a 20 horas/sem.
4,0 20.1 a 30 horas/sem.

5,0 30.1 a 40 horas/sem.
6,0 40.1 a 50 horas/sem.
7,0 Más de 50 horas/sem.

TIMEST Tiempo de TV más
tiempo VJ 175
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

TIMSTCOD Tiempo (TV + VJ)
intervalos 176
Print Format: F3
Write Format: F3
Missing Values: 0

Value Label
1 Hasta 10 h/sem
2 10 a 25 h/sem
3 25.1 a 40 h/sem
4 40.1 a 60 h/sem.
5 60.1 a 80 h/sem
6 Más de 80 h/sem

PUNTAJ2 Status socioeconómico
177
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

Value Label
1 Bajo
2 Medio
3 Alto

GAST2 Gasto en maquinitas +
gasto en otras diversiones
178
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

Value Label
1,00 < = 2
2,00 2.1 a 5
3,00 5.1 a 10

4,00 10.1 a 20
5,00 > 20

2,00 2.01 a 4 hs/sem
3,00 > 4 hs/sem

HNEGO Horas semanales de VJ
en negocios (i) 179
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

RENDESC Rendimiento escolar
(interv.) 183
Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

Value Label

1,00 Hasta 2 hs/sem
2,00 2.1 a 7 hs/sem
3,00 7.1 a 14 hs/sem
4,00 Más de 14 hs/sem

Value Label

1 Reprobado
2 Aprobado
3 Bueno
4 Muy Bueno

HCASA Horas semanales de VJ
en casa (i) 180
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

CASANY2 Ha jugado en casas?
184
Print Format: F2
Write Format: F2

Value Label

1,00 Hasta 2 hs/sem
2,00 2.1 a 7 hs/sem
3,00 7.1 a 14 hs/sem
4,00 Más de 14 hs/sem

Value Label

1 Sí
2 No

GASMQCOD Gasto en maquinitas
por semana 181
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

OPINSUM Opinion de ambos
padres 185
Print Format: F4
Write Format: F4
Missing Values: 0

Value Label

1,00 Hasta 2 N\$
2,00 2.1 a 5 N\$
3,00 5.1 a 10 N\$
4,00 10.1 a 20 N\$
5,00 Más de 20 N\$

Value Label

1 P=M=sí
2 P=M=no
3 Psí/Mno
4 Pno/Msí

TIEMCOD2 tiempo total vj 3
intervalos 182
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2
Missing Values: ,00

OPACUER Acuerdo entre los
padres 186
Print Format: F4
Write Format: F4

Value Label

1,00 hasta 2 hs/sem

Value Label

1 Sí
2 No

PAFAVOR Padre favorable 187
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

MAFAVOR Madre favorable 188
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

PACONTRA Padre en contra 189
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

MACONTRA Madre en contra 190
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

SUMCONT Suma en contra 191
Print Format: F4
Write Format: F4
Missing Values: 0

OPICLAR Opinión familiar 192
Print Format: F4
Write Format: F4

Value Label

1 Opuesto
2 Favorable
3 Aprueba c/condic.

INTENSID Intensidad de juego 193
Print Format: F4
Write Format: F4

Value Label

1 Intenso
2 Moderado

FRECOLOC Frecuencia semanal en locales 194
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

TPONEG2 195
Print Format: F8.2
Write Format: F8.2

Value Label

,00 > 0
16,00 16 y más

CALRESI2 Calidad residencial 196

Print Format: F2
Write Format: F2
Missing Values: 0

Value Label

1 A
2 B
3 C

RENDES2 Rendimiento escolar 197

Print Format: F2.1
Write Format: F2.1

Value Label

1,0 Insuf.
2,0 Acept.
3,0 Muy bueno

PUNTDUAL Status socioeconómico 198

Print Format: F3
Write Format: F3
Missing Values: 3 thru 99; 0

Value Label

1 Bajo
2 Alto

ESCUPP Escuela pública? 199

Print Format: F4
Write Format: F4
Missing Values: 0

Value Label

1 Pública
2 Privada

EDAEM2 Edad a la que empezo a
jugar 200
Print Format: F4
Write Format: F4

Value Label
1 Sí
2 No

Value Label

1 hasta 7
2 8-9
3 10-11
4 12-13
5 14-15
6 16 y más

OPINIOTA Opinión familiar
202
Print Format: F8
Write Format: F8
Missing Values: 0

Value Label

C66AMIGA Juega con amigas
201
Print Format: F1
Write Format: F1

1 A favor de VJ
2 Indiferente
3 Aprob.limitada
4 En contra de VJ

Anexo 5-1 Respuestas de los maestros al cuestionario del anexo 4-3

Profesora de Español en escuela pública técnica
16 años de docencia

1. Con toda sinceridad confieso que no me he detenido a conocer un video juego, no porque no me interese, sino que no cuento con el tiempo necesario para ello. Pero creo poder verter una pequeña opinión sobre la cuestión; espero sea aceptada.

2. Mi consideración es que los videojuegos se asemejan a la televisión y ésta a mi manera muy particular de ver; es un aparato enajenante que mantiene al individuo pasivo e induce a una concepción irreal. Aúna imágenes a los mensajes para lograr en los espectadores una dosis de consumo.

3. En nuestra vida cotidiana participamos en relación a estos aparatos como si fueran una solución a nuestra necesidad de diversión como adultos, con mayor razón los adolescentes dedicarán un mayor número de horas a este entretenimiento ya que ofrece diversión, información. Compañía y evasión de la realidad circundante.

5. Sí modifican la conducta de nuestros educandos ya que limitan la capacidad de pensar porque las imágenes influyen en el subconsciente de la mente, algo así como: "soñar despierto".

6. Me gustaría que dentro de su campo de trabajo logren concientizar a los padres de familia mediante alguna difusión informativa, de que es apremiante regular el uso de estos medios de entretenimiento; ya que como docentes vemos que nuestros alumnos no se interesan por aprender a fondo, sino de una forma demasiado ligera como quien lo hace por mero compromiso.

Espero por lo menos haber apoyado mínimamente con su objetivo.
FELICIDADES.

Profesor de Inglés en Escuela pública técnica
11 años de docencia

1. Si

2. Despertando un poco el interés por lo nuevo.

3. No.

4. Algunos pero no a fondo.
5. Positivamente: despertando el interés por las cosas nuevas.
6. En inglés sí viendo anuncios o instrucciones de los mismos.
7. Son interesantes.
8. Porque los ayuda aceptar con más rapidez.
9. Si.
10. Que les permitan jugar.
11. Investigaciones sobre las instrucciones o envases de los mismos.

Facilitar a los alumnos su interés a lo desconocido y sobre todo actualizarse en la vida.

Profesor de Biología en escuela pública técnica
18 años de docencia

1. Claro que sí influyen pues despiertan "cierto" interés sobre la promoción científica propia de su época. Este interés se ve ampliado en el gran distractor del videojuego robando enormes espacios de tiempo al muchacho y creando una adicción neuromecánica en el mismo.
2. Considero que más que relación de videojuegos debería ser de una mayor influencia de la informática en el campo del aprendizaje. Estoy convencido de que actualizar el conocimiento al avance cultural debe ser condición total de la educación.
3. Pueden afectar. Primordialmente cuando el joven se aleja de la familia y se ocupa, en vagancia y omisión en actividades que no le producen beneficio. En familia, crea ambiente de rechazo de los padres a los hijos por su desentendimiento y la manera que los videojuegos absorben el tiempo y la mente del joven. Desgraciadamente ello genera posiciones de enfrentamiento entre los padres, los padres y los hijos y en menor condición, entre los hijos.
4. En realidad, no conozco los nombres, pero sí he llegado a observar que quienes juegan, en casa o fuera de ellas, se apasionan en sumo grado en el juego.
5. Como video juegos no le veo aspecto positivo por lo que conozco ya que generalmente son juegos de tendencias agresivas, no de

tendencias morales o filantrópicas y mucho menos de aspectos culturales. Su afectación permite denotar que la actividad iónica de los aparatos debe ocasionar molestias visuales con efectos mediatos o inmediatos de tipo no reversible.

6. Veo muy difícil que los videojuegos modifiquen positivamente la conducta y si por lo contrario, siento que como tales serían enormes distractores para la juventud dadas las características del ambiente electrónico.

7. No veo posibilidad alguna al accionar los videojuegos en el ambiente educativo. Mi opinión va en sentido de las posibilidades educativas que se le debieran de dar. Quizá promovería que se legislara sobre el tema para generar más culturización de la electrónica.

8. Mi opinión se basa en hechos reales, pues mi esposa labora en un banco donde se tiene que trabajar con computadora y los efectos ya se notan en su deficiente capacidad visual. De igual manera ha sucedido con otras personas que observan aparatos electrónicos a una cercana distancia.

9. Lo creo totalmente imperioso.

10. Dada la situación que vivimos y la gran influencia que tienen los videojuegos, creo que al aconsejar a los PP. FF. les pediría que manejasen dichos videojuegos de manera conjunta para que bajo la guía paterna, el joven adquiriera los cauces lógicos de su preparación para una vida futura.

11. Las acciones podrían ser varias a saber:

I) Legislar sobre los videojuegos y su tecnofilosofía.

II) Ampliar la información biónica, tecnosocial y psicosomática que genera el manejo, uso y ambientación de los videojuegos.

III) Inculcar los aspectos positivos de la informática en la educación electrónica y su manejo.

Profesor de escuela pública técnica

1. Sí influyen ya que modifican costumbres y horarios de esparcimiento de niños, jóvenes y adultos.

2. Sí existe relación, ya que al ocupar el joven o niños más tiempo al tratar de avanzar en el videojuego, no canaliza el tiempo para elaborar sus tareas escolares y ni las toma en cuenta.

3. Sí las afectan ya que el joven no cumple con el rol de ser un integrante de la familia y no atiende las tareas propias del hogar, lo que causa malestar de los adultos y su consecuencia: distanciamiento.

4. El Nintendo y el Super Nintendo Sega.

5. En forma negativa es por la perdida de tiempo y tareas escolares. En forma positiva, si existieran videojuegos donde el joven encontrara soluciones a problemas enfocados al aprendizaje propios de su vida.

6. Sí es condicionante para poder modificar la conducta ya que los hace renuentes a obedecer una orden, al canalizar su tiempo ya que los hace irresponsables. al tratar de conseguir dinero para jugar, comprar el componente como algo necesario.

7. Son buenos o malos según como se utilizan.

8. Baso mi opinión en lo primero, en que si los jóvenes lo hacen por distracción solo lo hagan en forma esporádica y ellos controlando su adicción, les hace encontrar soluciones a problemas en tiempo y espacio en forma precisa y rápida. Son malas porque: Les afecta su vista al pasar demasiado tiempo en la pantalla, también al canalizar su tiempo libre y de otras actividades en el videojuego. También su salud en las extremidades superiores (manos) al buscar de manera urgente dinero para las maquinitas o comprar cada vez cada vez de un mejor componente o partes de él.

9. En lo personal me sería de gran provecho para ver si existen resultados que nos puedan ayudar en nuestra labor educativa.

10. Jugar tiempos cortos con los integrantes de la familia para buscar el acercamiento.

Jugarlo en tiempos cortos y espaciados 1 o 2 veces al día.

Sustituir los videojuegos por actividades al aire libre (deportes en forma de distracción u organizados).

No comprarles los videocomponentes.

Hacerles ver si este estudio da resultados, lo positivo y negativos referente al tema.

11. Difusión en las escuelas a los alumnos, también a los padres de familia y profesores. Utilizar folletos y revistas también para ello.

Profesor de Matemáticas en escuela pública secundaria
29 años de docencia

Los videojuegos influyen en los jóvenes como un entretenimiento y como un desahogo a su fantasía y de imitación al superyó ó al superhombre.

Aprenden a investigar a descubrir a ser tenaces, adquieren habilidad psicomotora por la frecuencia y constancia en el juego.

Los videojuegos están al alcance de la economía de cada quién, por el local, por la ubicación y por el lugar dependiendo también de los intereses de las autoridades municipales.

El joven juega, dependiendo de su tiempo, de su momento económico y del ambiente que reine para permanecer un poco tiempo, más, o mucho, que aquí es donde "algunos" padres de Familia se molestan porque se tardan en llegar a su casa.

Las maquinitas y los juegos de video no afectan la conducta del joven, ni en la escuela, ni en su casa, ni en la calle, ni en otros lugares, porque no les afecta psicológicamente ya que no hay trascendencia al tener ellos un autodomínio para ello.

Se pueden recomendar los juegos de video no como elementos de creatividad (el niño pobre lo que agarra con sus manos, se imagina y el objeto lo hace en ese momento, un carro, un avión, otras cosas, los movimientos y hasta el ruido imita), sino como elementos de aprendizaje y desenvolvimiento y desarrollo en habilidades y destrezas.

Las maquinitas tienen un parecido ó semejanza al manejo de las computadoras. Se habló de computarizar la educación y aún no se ha logrado. Al computarizar la educación es actualizar un país en su educación ya que es el avance de la ciencia en ese aspecto.

El nombre de algunos juegos que he visto y he jugado: Capulina, Kung-Fug, Bomberman, MarioBross, Contra (I II y III), String Faiter, Combate mortal, otros.

Profesor de Historia en escuela pública secundaria

Son un atraso para los jóvenes y niños, pues afecta la vista y al cerebro del joven lo desequilibra de su manera de pensar y de la vista, visión ocular, hablando de una manera de negocios también afecta la economía de la familia.

La opinión se basa en que algunos vecinos demuestran atrasos de aprendizaje y cansancio en la vista ojos rojizos. etc.

No podría hasta no tener una información completa de dichos juegos.

No podría tener una acción si no hay una información clara de los videojuegos.

Profesor de Ciencias Naturales en escuela pública secundaria
15 años de docencia

-Los videojuegos sí influyen sobre los jóvenes, en mi opinión pueden ser positivos cuando se les informa sobre el objetivo que se pretende al jugar, esto es con una supervisión de un adulto para orientar y no permitir que se haga un mal uso del videojuego. Y negativo cuando por pasar o perder el tiempo se sitúan en un ambiente imaginario que los separa de su realidad y que además los tensiona logrando un comportamiento agresivo.

-Como ya mencioné si el videojuego es bien orientado para lograr un conocimiento, por en matemáticas, o en naturales como Química Física etc. en la que ellos juegan pero a la vez están aprendiendo, si de esta manera sí se relaciona y apoya el aprendizaje.

-No tanto que la relación familiar se destruya, no es el caso de una telenovela, pero sí puede causar un descontento en los padres de familia por la enajenación y abstracción de su hijo por dedicarle más tiempo a las maquinitas que a sus relaciones familiares.

-El Nintendo tiene juegos de destreza y coordinación en la que me permite jugar con mi hijo conociendo las reglas del juego, también Ajedrez.

-En cuanto a la conducta, creo que todos somos susceptibles a los cambios emocionales según los estímulos, y desde luego que si apreciamos un juego que nos llama la atención, pero nos mantiene alegres, nos sentiremos reconfortados, pero por el contrario si jugamos un video de pelea ó de guerra, nos producirá una sensación de agresión y nerviosismo que puede proyectarse en un grave problema.

-De manera más general mi opinión como educador es que no se debe de satanizar los inventos hechos por el hombre, no se creía en el avión ni en el tren, ni en los viajes espaciales, mucho menos en las computadoras, creo que debemos mantener un espíritu científico abierto a los cambios de nuestro tiempo, pensar así es creer en la humanidad que es capaz de crear de ordenar de evolucionar de aceptar los nuevos retos de la tecnología, que sería de la humanidad si no hubieran existido hombres que hoy por hoy nos dan las comodidades de nuestros tiempos.

(Rúbrica).

Profesor de Historia y Español en escuela pública secundaria
32 años de docencia

1.- Los videojuegos influyen negativamente sobre los adolescentes y los jóvenes, haciéndolos flojos e indolentes para el estudio y el trabajo.

Además algunos de esos juegos fomentan el espíritu bélico y por lo tanto incitan mentalmente a la violencia, modificando negativamente la conducta, tanto en la casa como en la escuela; además fomentan el pandillerismo, pues casi siempre están en grupos, "matando el tiempo" con esos juegos.

2.-Por todo lo anterior, sostengo mi opinión en el sentido de son muy negativos esos juegos. Yo siempre advierto de ese peligro a los padres de familia.

3.-Debe informarse a la sociedad sobre ese peligro que existe.

Profesor de Química y Física en escuela pública secundaria
30 años de docencia

Pregunta 1.- Si.

Pregunta 2.- No alguna relación en el aprendizaje pues sí aprenden a jugar.

Pregunta 3.- Sí porque se distanciarían los padres con sus hijos.

Pregunta 5.- Sí podría afectar a un joven porque si estudia pues ya no ponen atención en la clase.

Pregunta 6.- Sí porque en la conducta no puede cambiar porque están atentos en los videojuegos.

Indice de Tablas

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1 - Principales Escuelas en Economía de la Información | .51 |
| Tabla 2 - Mercado de Videojuegos en los E.U.A. | 70 |
| Tabla 3 - Descripción de categorías de videojuegos | 88 |
| Tabla 4 - Empleo en Zamora por sector económico (1970-1990) | 128 |
| Tabla 5 - Fuerza laboral en el municipio de Zamora | 129 |
| Tabla 6 - Tamaño de los hogares en Zamora | 139 |
| Tabla 7 - - Tipos de hogares en el municipio de Zamora | 140 |
| Tabla 8 - Tipo de programas de televisión más vistos | 145 |
| Tabla 9 - Indicador de Status socioeconómico por escuelas | 154 |
| Tabla 10 - Tipos de locales de videojuegos. Características | 165 |
| Tabla 11 - Ubicación de locales de videojuego por colonia | 174 |
| Tabla 12 - Consolas y juegos en un local categoría A | 176 |
| Tabla 13 - Consolas y juegos en un local categoría B | 177 |
| Tabla 14 - - Videojuegos caseros más frecuentes | 180 |
| Tabla 15 - Número de juegos en casa | 180 |
| Tabla 16 - Escolaridad del padre vs. escolaridad de la madre | 186 |
| Tabla 17 - Lista de libros leídos recientemente | 188 |
| Tabla 18 - Periódicos leídos | 188 |
| Tabla 19 - Preferencias por tipos de revistas | 189 |
| Tabla 20 - Películas vistas recientemente (1993) | 190 |
| Tabla 21 - Propiedad de videocasetera | 190 |
| Tabla 22 - Uso de computadora | 190 |
| Tabla 23 - Preferencias por programas de televisión | 193 |
| Tabla 24 - ¿Juega en locales? | 199 |
| Tabla 25 - Comparación de promedios de tiempo de juego | 206 |
| Tabla 26 - Promedio de tiempo de juego (según sexo) | 207 |
| Tabla 27 - Tiempo total de videojuego (intervalos) | 208 |
| Tabla 28 - Gasto promedio semanales en VJ y otras diversiones (según sexo) | 209 |
| Tabla 29 - ¿Conoció amigos/as en los videojuegos? | 213 |
| Tabla 30 - Juegan o no con amigos (según sexo) | 214 |
| Tabla 31 - Juego solitario (según sexo) | 215 |
| Tabla 32 - Juega solo (según sexo) | 218 |
| Tabla 33 - Comparación de variables vs.intensidad de juego | 233 |
| Tabla 34 - Rendimiento escolar y situación de trabajo | 234 |
| Tabla 35 - Opinión del padre y de la madre | 241 |

Indice de Gráficos

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 1 - Numero de televisores en hogares | 144 |
| Gráfico 2 - Ubicación de los locales de videojuego en Zamora | 173 |
| Gráfico 3 - VJD según calidad residencial | 182 |
| Gráfico 4 - Distribución por edad en la muestra estudiada | 183 |
| Gráfico 5 - Distribución por edad en las escuelas secundarias de Zamora | 184 |
| Gráfico 6 - Número de hijos por familia | 185 |
| Gráfico 7 - Tiempo frente al televisor | 192 |
| Gráfico 8 - Diferencias en el consumo cultural (según sexo) | 194 |
| Gráfico 9 - Diferencias en el consumo cultural (según SSE-2) | 195 |
| Gráfico Dónde juegan videojuegos los jóvenes de Zamora | 197 |
| Gráfico 10 - Juego en locales comerciales (según sexo) .. | 198 |
| Gráfico 11 - Juego en locales comerciales (según SSE) ... | 199 |
| Gráfico 12 - videojuego en casa (según sexo) | 201 |
| Gráfico 13 - Videojuego en casa (según SSE-2) | 202 |
| Gráfico 14 - Edad a la que se empieza a jugar videojueg. | 203 |
| Gráfico 15 - Años de experiencia en videojuegos | 204 |
| Gráfico 16 - Tiempo de juego en casa y en locales (según sexo) | 206 |
| Gráfico 17 - Frecuencia de juego en locales comerciales . | 209 |
| Gráfico 18 - Gasto semanal en videojuegos (varones) | 210 |
| Gráfico 19 - Gasto semanal en videojuegos (mujeres) | 211 |
| Gráfico 20 - Gasto semanal en videojuego (según SSE) | 212 |
| Gráfico 21 - Hicieron amigos en videojuegos | 213 |
| Gráfico 22 - Juego solitario (según sexo) | 215 |
| Gráfico 23 - Juego con amigos varones (según sexo) | 216 |
| Gráfico 24 - Juega con amigas mujeres (según sexo) | 217 |
| Gráfico 25 - Intensidad de juego (según SSE-2) | 221 |
| Gráfico 26 - Intensidad de juego (según tipo de escuela) | 222 |
| Gráfico 27- Tiempo semanal de TV y Videojuegos | 223 |
| Gráfico 28 - Tiempo de televisión semanal (según SSE-2) . | 224 |
| Gráfico 29 - Tiempo frente al televisor (según sexo) | 225 |
| Gráfico 30 - Horas de televisión y tiempo de videojuego . | 226 |
| Gráfico 31 - Rendimiento escolar (según SSE-2) | 228 |
| Gráfico 32 - Rendimiento escolar por sexo | 229 |
| Gráfico 33 - Rendimiento escolar y tiempo de videojuego (dispersión) | 230 |
| Gráfico 34 - Rendimiento escolar y hs. promedio de juego | 231 |
| Gráfico 35 - Rendimiento escolar de "intensos" y "moderados" | 232 |
| Gráfico 36 - Media de tiempo de videojuego y rendimiento escolar (según SSE) | 233 |
| Gráfico 37 - Acuerdo de opinión entre padre y madre | 242 |
| Gráfico 38 - Opinión familiar (según sexo) | 243 |
| Gráfico 39 - Opinión familiar (según SSE-2) | 244 |
| Gráfico 40 - Opinión familiar y tiempo de videojuego | 245 |