

UNIVERSIDAD DE CHILE
Departamento de Investigaciones
Mediáticas y de la Comunicación,
y Escuela de Periodismo.

TESIS
PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN SOCIAL

“CONSUMO DE VIDEOJUEGOS ENTRE NIÑOS Y JÓVENES CHILENOS:
INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA”

Nombre: RICARDO ANTONIO CASAS TEJEDA
Profesor Guía: RAFAEL DEL VILLAR MUÑOZ

SANTIAGO, 2003

Deseo expresar mis más sinceros agradecimientos

.... al Departamento de Postgrado y Postítulo de la universidad de Chile, que gracias a la Beca PG/35/2001 me permitió financiar en gran medida esta investigación. Gracias a todos los que acogieron mi postulación a esta Beca, particularmente por tratarse de un proyecto de investigación fuera de lo común, en una disciplina tan heterogénea como la investigación en Comunicación y, particularmente, en Semiótica.

... al Señor Germán Ferrando R. Director de dicho Departamento en Octubre del 2001, que aprobó la postulación de esta investigación a dicha Beca y al Sr. Jorge Hidalgo, Director del Departamento que en Octubre del 2002, aprobó el Informe de Avance y la Rendición de Cuentas de este Becario.

... a todos mis profesores del Programa de Magíster en Comunicación Social de la Universidad de Chile, especialmente a Rafael Del Villar Muñoz, que lleva a cabo una labor pionera en el campo de la semiótica filmico televisiva multimedial. Este trabajo se nutre de las inquietudes intelectuales que todos ellos lograron despertar durante sus clases y, trata de iniciar un camino propio en la investigación en comunicación, “de pie sobre sus hombros”.

... a todos quienes trabajan en el Programa de Magíster en Comunicación Social, especialmente a Zarly.

... a la Señora Norma, a Odette y a Manuel de la Biblioteca del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, y Escuela de Periodismo. Vaya mi personal reconocimiento por su trabajo, silencioso y metódico, que resultó imprescindible para la materialización de este trabajo.

**Dedico estas letras
a mis papás, Mery y Aurelio,
que siempre me animaron a lograr lo mejor en la vida;
a mis hermanos Pablo y Francisco, que comparten conmigo este camino;
a mis suegros, Edita y David,
que me ha enseñado a valorar las cosas simples de la vida;
a mi amada esposa Viviana,
por llenar de vida cada día, eres mi luz;
a mi sobrino David Rantul Muñoz, Mi Piloto de Pruebas en Videojuegos,
que hizo de este trabajo algo bacán.**

**Y finalmente le dedico estas letras
a todos los niños
como mis sobrinos Pedro Rantul Muñoz y Vicente Casas Almonacid,
que comienzan a escribir con lápices,
teclas de computadores
y controles de videojuego
las nuevas preguntas,
lo que vendrá.**

INDICE

AGRADECIMIENTOS.....	2
DEDICATORIAS.....	3
ÍNDICE.....	4
1. INTRODUCCIÓN	8
1.1 ¿Por qué estudiar el consumo de videojuegos?	8
1.2 La evolución histórica de los videojuegos	10
1.3 Consumo de videojuegos y cotidianidad	11
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivo General	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 Diseño de la Investigación	13
2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS.....	14
2.1 El consumo de videojuegos: disipación criticada	14
2.2 La semiótica fílmico televisiva y las ciencias cognitivas.....	15
3. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	19
4. ESTADÍSTICAS SOBRE EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS.....	20
4.1 Antecedentes etnográficos del circuito de consumo.....	20
4.2 Anexo gráfico antecedentes etnográficos del circuito de consumo.....	25
4.3 Análisis estadístico de la encuesta Fondecyt	29
4.3.1 El videojuego en el consumo cultural infantil y juvenil (Chile/Temuco). ...	29
4.3.1.1 Videojuegos más gustados (Chile/Temuco).....	30
4.3.1.2 Ejemplos de videojuegos más gustados (Chile/Temuco).....	31
4.3.1.3 Razones para elegir distintos tipos de videojuegos (Chile/Temuco).....	33
4.3.1.4 La computación y la tecnología en la vida cotidiana (Chile/Temuco).....	35
4.3.1.5 Mundo interior y relación con el entorno social (Chile/Temuco).....	38
4.3.1.6 Opiniones sobre el videojuego (Chile/Temuco).....	40
4.3.2 Conclusiones análisis estadístico comparado (Chile/Temuco)	42
4.4 Gráficos del consumo de videojuegos.....	45
4.4.1 Gráficos Globales (Antofagasta, Santiago y Temuco).....	45
4.4.1.1 ¿Le gustan los videojuegos de combate?	45
4.4.1.2 ¿Le gustan los videojuegos de estrategia?	46
4.4.1.3 ¿Le gustan los videojuegos de aventura gráfica?	47
4.4.1.4 ¿Le gustan los videojuegos de simuladores?	48
4.4.1.5 Videojuegos más jugados	49
4.4.1.6 Videojuegos de Combate más jugados por Estrato, Edad y Sexo.....	50
4.4.1.7 Videojuegos de Estrategia más jugados por Estrato, Edad y Sexo.....	51
4.4.1.8 Videojuegos de Aventura Gráfica más jugados por Estrato, Edad y Sexo. 52	
4.4.1.9 Videojuegos de Simuladores más jugados por Estrato, Edad y Sexo.....	53
4.4.1.10 ¿Por qué te gustan los videojuegos de combate, estrategia, aventura gráfica o simuladores?	54
4.4.1.11 ¿Por qué te gustan los videojuegos de combate? por Estrato, Edad y Sexo	55
4.4.1.12 ¿Por qué te gustan los videojuegos de estrategia? por Estrato, Edad y Sexo	56

4.4.1.13 ¿Por qué te gustan los videojuegos de aventura gráfica? por Estrato, Edad y Sexo	57
4.4.1.14 ¿Por qué te gustan los videojuegos de simuladores? por Estrato, Edad y Sexo	58
4.4.1.15 ¿Te gusta la Computación? - ¿Usas el computador en tu colegio?	59
4.4.1.16 ¿Para que usas más la computación?	60
4.4.1.17 ¿Para que usas más la computación? Según Estrato.....	60
4.4.1.18 ¿Para que usas más la computación? Según Edad.....	61
4.4.1.19 ¿Para que usas más la computación? Según Sexo.....	61
4.4.1.20 ¿Quién sabe más de computación en tu casa?	62
4.4.1.21 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Estrato.....	62
4.4.1.22 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Edad.....	63
4.4.1.23 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Sexo.....	63
4.4.1.24 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa?	64
4.4.1.25 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Estrato.....	64
4.4.1.26 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Edad.....	65
4.4.1.27 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Sexo.....	65
4.4.1.28 ¿Cómo es tu relación con tus padres?	66
4.4.1.29 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Estrato.....	66
4.4.1.30 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Edad.....	67
4.4.1.31 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Sexo.....	67
4.4.1.32 ¿Con quién tienes conflictos más graves?	68
4.4.1.33 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Estrato.....	69
4.4.1.34 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Edad.....	70
4.4.1.35 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Sexo.....	71
4.4.1.36 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego?	72
4.4.1.37 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego? Según Estrato, Edad y Sexo...	73
4.4.1.38 ¿Se parece en algo el animé a los videojuegos? Según Estrato, Edad y Sexo	74
4.4.1.39 Postura respecto de los videojuegos.....	75
4.4.2 Gráficos locales (Temuco).....	76
4.4.2.1 ¿Te gustan los videojuegos de Combate?	76
4.4.2.2 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Combate? Según Estrato, Edad y Sexo.....	77
4.4.2.3 ¿Te gustan los videojuegos de Estrategia?	78
4.4.2.4 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Estrategia? Según Estrato, Edad y Sexo.....	79
4.4.2.5 ¿Te gustan los videojuegos de Aventura Gráfica?	80
4.4.2.6 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Aventura Gráfica? Según Estrato, Edad y Sexo	81
4.4.2.7 ¿Te gustan los videojuegos de Simuladores?	82
4.4.2.8 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Simuladores? Según Estrato, Edad y Sexo.....	83
4.4.2.9 ¿Te gusta la computación? - ¿Usas las computadoras en tu escuela?	84
4.4.2.10 ¿Para qué usas más la computación en tu casa?	85
4.4.2.11 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Estrato.....	85
4.4.2.12 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Edad.....	86
4.4.2.13 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Sexo.....	86
4.4.2.14 ¿Quién sabe más de computación en tu casa?	87
4.4.2.15 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Estrato.....	87
4.4.2.16 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Edad.....	88
4.4.2.17 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Sexo.....	88
4.4.2.18 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa?	89
4.4.2.19 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Estrato.....	89

4.4.2.20	¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Edad.....	90
4.4.2.21	¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Sexo.....	90
4.4.2.22	¿Cómo es la relación con tus padres?	91
4.4.2.23	¿Cómo es la relación con tus padres? Según Estrato.....	91
4.4.2.24	¿Cómo es la relación con tus padres? Según Edad.....	92
4.4.2.25	¿Cómo es la relación con tus padres? Según Sexo.....	92
4.4.2.26	¿Con quién son tus conflictos más graves?	93
4.4.2.27	¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Estrato.....	94
4.4.2.28	¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Edad.....	94
4.4.2.29	¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Sexo.....	94
4.4.2.30	¿Cuál es el valor educativo del videojuego?	95
4.4.2.31	¿Cuál es el valor educativo del videojuego? Según Estrato, Edad y Sexo.....	95
4.4.2.32	El animé y el videojuego ¿se parecen?	96
4.4.2.33	Postura respecto de los videojuegos.....	97
4.4.2.34	Postura respecto de los videojuegos según Estrato.....	97
4.4.2.35	Postura respecto de los videojuegos según Edad.....	98
4.4.2.36	Postura respecto de los videojuegos según Sexo.....	98
4.5	ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD (TEMUCO).....	99
4.5.1	Antecedentes sobre las entrevistas realizadas	99
4.5.2	Análisis semántico pulsional de las entrevistas en profundidad.....	99
4.5.2.1	Análisis Semántico Pulsional N° 1 (Mujer / Estrato Bajo / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco).....	100
4.5.2.2	Análisis Semántico Pulsional N° 2 (Hombre / Estrato Bajo / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco).....	104
4.5.2.3	Análisis Semántico Pulsional N° 3 (Hombre / Estrato Medio / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco).....	109
4.5.2.4	Análisis Semántico Pulsional N° 4 (Mujer / Estrato Medio / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco).....	121
4.5.2.5	Análisis Semántico Pulsional N° 5 (Mujer / Estrato Alto / Enseñanza Media (16 a 19 años) / Temuco).....	136
4.5.2.6	Análisis Semántico Pulsional N° 6 (Mujer / Estrato Alto / 1° Ciclo Básico (Menor de 12 años) / Temuco).....	140
4.5.3	Procesos de construcción de identidades en niños y jóvenes de Temuco.....	155
5	ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL VIDEOJUEGO.....	156
5.1.-	Algunas palabras previas sobre el modelo de análisis.....	156
5.2.-	Tomb Raider Chronicles: videojuego de aventura gráfica.	157
5.2.1.-	Historia de Tomb Raider	157
5.2.2.-	Análisis Semiótico de Tomb Raider	158
5.2.2.1.-	Oposiciones a nivel código	166
5.2.2.1.1.-	Código de Organización de la Imagen.....	166
5.2.2.1.2.-	Código Narrativo.....	166
5.2.2.1.3.-	Código Cromático.....	166
5.2.2.1.4.-	Código Sonoro.....	166
5.2.2.1.4.-	Código Escriptural.....	166
5.2.3.-	Categorías mentales presupuestas en Tomb Raider.....	167
5.2.3.1.-	Objetivo general del juego	167
5.2.3.2.-	Dispositivo Pulsional.....	167
5.2.3.3.-	Operacionalización de las categorías mentales a nivel real.....	168
5.2.3.4.-	Conclusiones análisis Tomb Raider Chronicles	170

5.3.-	Final Fantasy IX: videojuego de rol (RPG).	171
5.3.1.-	Historia de Final Fantasy IX	171
5.3.2.-	Análisis Semiótico de Final Fantasy IX.....	171
5.3.2.1.-	Oposiciones a nivel código.....	180
5.3.2.1.1.-	Código de Organización de la Imagen	180
5.3.2.1.2.-	Código Narrativo.....	180
5.3.2.1.3.-	Código Cromático.....	180
5.3.2.1.4.-	Código Sonoro.....	181
5.3.2.1.4.-	Código Escripural.....	181
5.3.3.-	Categorías mentales presupuestas en Final Fantasy IX	181
5.3.3.1.-	Objetivo general del juego	181
5.3.3.2.-	Dispositivo Pulsional.....	181
5.3.3.3.-	Operacionalización de las categorías mentales a nivel real.....	186
5.3.3.4.-	Conclusiones análisis Final Fantasy IX.....	190
5.4.-	Age of Empires II: videojuego de estrategia.	191
5.4.1.-	Historia de Age of Empires II.....	191
5.4.2.-	Análisis Semiótico de Age of Empires II.....	192
5.4.2.1.-	Oposiciones a nivel código.....	197
5.4.2.1.1.-	Código de Organización de la Imagen	197
5.4.2.1.2.-	Código Narrativo.....	197
5.4.2.1.3.-	Código Cromático.....	197
5.4.2.1.4.-	Código Sonoro.....	198
5.4.2.1.4.-	Código Escripural.....	198
5.4.3.-	Categorías mentales presupuestas en Age of Empires II	198
5.4.3.1.-	Objetivo general del juego	198
5.4.3.2.-	Dispositivo Pulsional.....	198
5.4.3.3.-	Operacionalización de las categorías mentales a nivel real.....	199
5.4.3.4.-	Conclusiones análisis Age of Empires II	202
6.	CONCLUSIONES	203
6.1.-	La pertinencia teórica de estudiar el consumo de videojuegos.....	203
6.2.-	El aporte de la semiótica filmico televisiva y las ciencias cognitivas.....	204
6.3.-	La propuesta metodológica de nuestra investigación.....	208
6.4.-	El consumo de videojuegos, las evidencias detectadas.....	208
6.5.-	La identificación simbólica y la identificación imaginaria en el consumo de videojuegos.....	210
6.6.-	El rol del videojuego en los procesos de construcción de identidades de niños y jóvenes de Temuco.....	211
6.7.-	Consideraciones finales.....	212
7.	BIBLIOGRAFÍA	214

1. Introducción

1.1. ¿Por qué estudiar el consumo de videojuegos?

En esta investigación trataremos de caracterizar una práctica cultural, abordable desde la antropología del consumo, la sociología y semiótica. Y aunque existen estudios previos sobre el tema (Roman Gubern, Beatriz Sarlo), se trata de consideraciones estéticas y/o sociológicas generales que no profundizan en el placer del consumo del videojuego como un lugar semiótico.

El punto de partida de esta investigación es el estudio sobre consumo de medios del CNTV del año 1999, donde se distinguieron tres categorías de “tenencia” o propiedad en relación al equipamiento medial en los hogares chilenos:

- a) **Tenencia alta**, constituida por el videograbador y el teléfono fijo, que ya forman parte de **entre el 50% y el 81%** del total de hogares de los principales centros urbanos del país¹.
- b) **Tenencia media**: el computador, los video juegos y la televisión por cable, que posee en promedio **entre el 24% y el 34%** de los hogares encuestados.
- c) **Tenencia baja**: internet y las cámaras de video, que sólo poseen **entre el 10% y el 15%** del total de hogares encuestados.

Tabla 1: Equipamiento medial de hogares, según ciudades

Base: Total muestra (2.423)

	Antofagasta	Viña del Mar /Valparaíso	Santiago	Concepción/ Talcahuano	Temuco	Total
Teléfono	66%	84%	82%	73%	67%	81%
Vídeo Grabador	45%	48%	52%	41%	46%	50%
Televisión por cable	48%	47%	33%	30%	28%	34%
Vídeo Juegos	33%	25%	24%	18%	16%	28%
Computador	22%	24%	25%	20%	23%	24%
Cámara de video Filmadora	12%	12%	17%	10%	12%	15%
Internet	6%	8%	11%	8%	10%	10%

Estas cifras, comparadas con la estadística del año 1996 (tabla 2), señalan un aumento del nivel de equipamiento por hogar en todas las ciudades, en todos los medios consultados, excepto por la TV por Cable en Temuco, donde se registra la única disminución. Sin embargo en esa misma ciudad se presentan niveles de aumento muy similares a Santiago respecto a Internet.²

¹ Si tomamos en cuenta los datos aportados por el gráfico 1, el televisor también forma parte de este primer nivel. Este equipo no fue incluido en la tabla 1 pues la muestra correspondió a hogares con al menos un televisor. (CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. DEPARTAMENTO DE ESTUDIO. ESTUDIOS DE AUDIENCIA Y CONSUMO TELEVISIVO. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN 1999.)

² En septiembre del 2000, la Subtel señalaba que entre fines de 1999 –momento de recolección de la información de la Encuesta Nacional de Televisión- y marzo del 2000, se había duplicado el porcentaje de clientes y usuarios de internet en Chile, principalmente como resultado de la rebaja en el costo de conexión telefónica introducida a través del decreto tarifario de la Compañía de Telecomunicaciones de Chile. Pese a todo, estamos lejos de países como Estados Unidos, donde datos de octubre del 2000 señalan que alrededor del 50% de total de hogares de ese país cuentan con acceso a internet (Ver: Informe de Estadísticas Básicas del Sector de las Telecomunicaciones en Chile. Informe N°1. Subsecretaría de Telecomunicaciones del Gobierno de Chile. Septiembre, 2000; Falling Trough The Net: A Report on Americans' Access to Technology Tools. U.S. Department of Commerce. October, 2000). (CNTV. DEPARTAMENTO DE ESTUDIO. Op. Cit.)

Tabla 2: Equipamiento medial de hogares, según ciudades y años
Base: Total muestra (2430 para 1996 y 2.423 para 1999)

	Antofagasta	Viña del Mar /Valparaíso	Santiago	Concepción /Talcahuano	Temuco	Total
Video Grabador						
1996	40%	39%	41%	35%	36%	39%
1999	45%	48%	52%	41%	46%	50%
Televisión por cable						
1996	30%	40%	25%	25%	35%	29%
1999	48%	47%	33%	30%	28%	34%
Video Juegos						
1996	21%	14%	19%	9%	8%	17%
1999	33%	25%	24%	18%	16%	28%
Computador						
1996	10%	10%	11%	13%	7%	10%
1999	22%	24%	25%	20%	23%	24%
Internet						
1996 ³	1,9%	1,3%	1,6%	2,9%	0,4%	1,6%
1999	6%	8%	11%	8%	10%	10%

Fuente: CNTV: 1996, 2000.

Otro antecedente más contemporáneo a nuestra investigación fueron los resultados del **Proyecto Fondecyt N°1000954 “Circulación, recepción y sintaxis de dibujos animados en Chile”**⁴ que, entre otras cosas, verificó estadísticamente que el uso de la tecnología multimedial (computadores y videojuegos) es percibido por niños y jóvenes como un territorio que permanece ajeno a los adultos, incluso entre la mayoría de sus profesores.

Ambos antecedentes nos llevan a investigar la existencia empírica de un espacio de significación asociado exclusivamente al videojuego, distinto del encontrado por Del Villar en la videoanimación. Es necesario comprobar la existencia de este espacio de significación, el lugar semiótico, porque nos permitirá caracterizar el consumo del videojuego.

Ahora bien, en nuestro estudio hemos identificado la noción de “circuito de consumo de videojuegos” como una red emergente donde cada uno de los agentes que la componen establece una sociedad de funcionamiento con otros agentes para dar origen a una agencia, que denominamos circuito de consumo. El consumidor de videojuegos es un agente que se asocia con otros agentes para lograr una experiencia cognitiva que le permita aprender y actuar en concordancia con este aprendizaje. En la medida que su experiencia cognitiva se satura, busca otros agentes que hacen más complejo el circuito de consumo.

La amplia variedad de entradas al circuito de consumo de videojuegos despierta interrogantes sobre cuál es el orden o matriz pulsional que otorga sentido al recorrido de este circuito de consumo. Variables que inciden en este patrón hipotético son la heterogeneidad socioeconómica, de género y el rango etáreo del universo de consumidores de los videojuegos. Es por ello que nuestra investigación recurrió a procedimientos de investigación social de orden cuantitativo para después derivar hacia ámbitos cualitativos.

Al caracterizar este circuito de consumo cultural nos proponemos proveer a docentes e investigadores con antecedentes empíricos sobre un consumo que se ha integrado definitivamente a las formas de sociabilidad de niños y jóvenes.

También nos permitirá aproximarnos a experiencias cognitivas complejas que muchas veces son descartadas por el mundo académico. Para ello indagaremos sobre los procesos de construcción de identidad del usuario(a) de videojuegos y analizaremos semióticamente distintos tipos de videojuegos.

³ Se han dejado los decimales por tratarse de porcentajes muy pequeños. (CNTV. DEPARTAMENTO DE ESTUDIO. Op. Cit.)

⁴ Del Villar, Rafael; Fajnyzber, Victor; Perillan, Luis; Casas, Ricardo. **Dibujos animados en Chile: Sintaxis, Circulación y Recepción. Proyecto Fondecyt N° 1000954**, año 2000 -2002.-

1.2. La evolución histórica de los videojuegos.

En términos documentales es posible situar la entrada del videojuego en los espacios públicos a partir de la década de los '70. El ingreso al país de máquinas de videojuegos que funcionaban con monedas o fichas sólo pudo ser costeadado por empresarios dedicados al rubro de la entretención infantil, que debieron importarlas desde Estados Unidos y/o Japón.

Estos artefactos todavía constituyen un espacio de entretención infantil y juvenil y están ubicados en lugares de alta afluencia de público, como centros comerciales y avenidas principales de ciudades chilenas.

Sin embargo el consumo de videojuegos, a la luz de las estadísticas entregadas por el CNTV, también comparte espacio público y privado con la TV, el Computador, el Teléfono Fijo, el Videograbador, la TV por Cable y la Internet. Se trata de un espacio de saber tecnológico inserto en la vida cotidiana de niños y jóvenes, en sus tiempos de ocio, en la socialización con sus pares y en los hogares.

La multiplicidad de códigos existente en cada videojuego exige de cada consumidor un saber que se ha nutrido en el consumo del videoclip, el comic, la videoanimación, el cine y la literatura contemporánea. Esta heterogeneidad, a nivel de códigos y tópicos, incluye al videojuego en lo que Del Villar ha denominado “las video culturas de la animación”.

El panorama tecnológico contemporáneo nos presenta al videojuego bajo diversos formatos, que no se diferencian demasiado entre sí, salvo por la calidad de la gráfica o la posibilidad de interactuar con otros jugadores en un afán de enriquecer la experiencia lúdica.

Un actor en este escenario tecnológico es la empresa Nintendo, creadora de la consola del mismo nombre. La consola Nintendo original evolucionó a la versión Súper Nintendo (32 bits/segundo), mejorando aspectos de su gráfica gracias a la velocidad del procesador, aspectos que fueron rápidamente optimizados en la versión Nintendo 64 (64 bits/segundo) haciendo uso, ambas versiones, de carttriges (cartuchos) que incluían el software del video juego. Hoy Nintendo ha desarrollado la Consola Game Cube con otras características de hardware (lector de cd y controles inalámbricos).

En un principio Nintendo dominó la escena, seguido de cerca por Atari y Sega, que rápidamente perdieron terreno debido a la potente campaña de marketing de la Nintendo y a su calidad en el diseño de videojuegos de aventura gráfica, que sintonizó con la naciente videocultura de la animación (es importante señalar que Nintendo es propietaria de la serie de dibujos animados Pokémon). La videoanimación fue un puente que las compañías fabricantes de tecnología digital (Motorola, Sony, etc.) utilizaron para penetrar en el ámbito de consumo infantil y juvenil.

Para lograr los avances en la industria de los microprocesadores, que en su momento permitieron la existencia de los ordenadores, necesitaban contar con un mercado capaz de absorber las innovaciones tecnológicas, un mercado que exigiera complejidad en el procesamiento de tareas, rapidez, movilidad y conectividad, un mercado crítico que siempre estuviera dispuesto a consumir innovaciones, un mercado de “fanáticos”.

Complejidad y rapidez son estándares que podríamos considerar como básicos en la industria informática de los videojuegos. Son estándares que han servido como parámetro evaluativo para videojuegos y también para computadores, es una constante en el desarrollo de los microprocesadores (referimos a la historia de la informática).

La movilidad es un estándar de reciente data. Hace sólo algunas décadas aparecieron consolas de videojuego portátiles, como el Gameboy, que conservaron las temáticas y las características generales de la consola hogareña, pero su microprocesador no podía realizar operaciones de mucha complejidad ni rapidez. Algo parecido sucedió con los otros microprocesadores que adquirieron movilidad a fines de los años '80: sacrificaron complejidad y rapidez para adquirir movilidad: es el caso de los primeros computadores portátiles, teléfonos celulares y palmtops.

También a fines de los años '80 se comenzó a masificar la tecnología de los discos compactos o CD (Compact Disc), que rápidamente fueron incorporados a los artefactos que utilizaban microprocesadores. Las compañías de software rápidamente comenzaron a estandarizar como soporte de almacenamiento a los CD-ROM (Compact Disc – Read Only Memory) avalados por los avances logrados previamente por la industria discográfica en relación al lector láser de Discos Compactos.

Este formato de almacenamiento, bajo parámetros ópticos, tuvo un efecto inmediato en la industria de los videojuegos, que aprovechó inmediatamente los potenciales alcances de este soporte de almacenamiento de información multimedia.

En general las consolas no diferían mucho en cuanto a la arquitectura de sus microprocesadores, los que por supuesto mejoraban sus estándares básicos a la par de las computadoras de escritorio. Pero un cambio que resultó fundamental en el consumo de videojuegos fue la masificación del CD-ROM. En este nuevo escenario

Sony ingresó al mercado con la consola Play Station, con un microprocesador capaz de leer discos compactos con información y música, conectarse a un televisor con entradas para video y audio stereo y permitir a dos o más personas jugar simultáneamente.

Paralelamente Sega desarrolló la consola Dreamcast. Esta empresa ya poseía experiencia en videojuegos pues durante años fue competencia de Nintendo, pero se decidió a dar el paso al formato CD mucho antes que su competidor directo.

Dreamcast y Play Station lograron hegemonizar el mercado de los videojuegos digitales durante casi toda la década de los '90. Incluso surgieron nuevas versiones de las consolas (Dreamcast incorporó una tarjeta módem para que la consola fuese capaz de conectarse a Internet).

La conectividad fue un estándar que se potenció al alero de la fama que adquiría Internet, se incorporaría a los estándares de la industria informática, tal como lo había hecho la movilidad. Pero la conectividad, entre los consumidores de videojuegos consideraba algo más que conectarse a Internet.

Nintendo, por ejemplo, desarrolló el concepto de conectividad entre sus productos. Un ejemplo es el Gameboy Advanced, que puede conectarse al Game Cube, funcionando como un control de juego y permitiendo cargar y descargar información de juegos (Pokémon). Sony también lo hizo, desarrollando el concepto de conectividad entre su línea de computadores portátiles (VAIO) y sus productos de tecnología digital (minidisc, discman, cámaras de video y de fotografía digital). Se potencia la noción de red entre aparatos y personas.

El panorama tecnológico cambia constantemente, incluso durante el desarrollo de esta investigación fueron lanzadas al mercado nuevas consolas: la XBOX, un producto de Microsoft que pretende competir en el mercado de los videojuegos. La XBOX fue diseñada para potenciarse con Internet usando la experiencia de Microsoft en ese sentido. Sony lanzó en la misma época la Play Station 2, con un procesador más potente y un lector de DVD que ha hecho posible la reproducción de secuencias en video alta resolución (gráfica en tiempo real), empujando aún más la industria del software para consolas. También se incorporó a la PS2 un módem. Mientras tanto Nintendo lanzó la Game Cube, con lector de mini CD y ostensibles innovaciones en la arquitectura del procesador.

En lo que a software se refiere el mercado cuenta con una amplia variedad de proveedores de juegos, algunos dedicados a trabajar en exclusivo para algunos fabricantes de consolas, otros se orientan exclusivamente al juego en PC y otros a desarrollar un producto multiplataforma, que pueda ser jugado en las consolas y en los PC (Personal Computer). Un elemento importante de mencionar es que el desarrollo del cine de animación digital ha surgido gracias a la creciente relación entre los estudios cinematográficos de efectos especiales y los desarrolladores de software de videojuegos. De hecho los desarrolladores de videojuegos son una industria que se consolida como en sus tiempos lo hizo el cine, haciendo uso de la publicidad, los autores que hacen escuela y la intertextualidad con otras industrias de la entretención y con la cultura en general.

También existen ciertas empresas un tanto marginales (en el sentido de su legalidad) que lograron desarrollar programas que permiten a los consumidores utilizar sus PC's como si fueran consolas. Se trata de los programas conocidos genéricamente como "emuladores", que permiten jugar en un computador aquellos juegos que el fabricante de software destinó sólo a las consolas Play Station o Dreamcast. Muchos de los emuladores están disponibles en internet para ser "bajados" (downloaded) gratuitamente o adquiridos en su versión completa, previo pago. Algunos de estos emuladores han llegado a plantear la posibilidad de utilizar consolas Dreamcast, que se supone tiene mejor gráfica y posee conectividad, con juegos diseñados sólo para Play Station. Esto ha llevado a una serie de litigios en Japón y Estados Unidos respecto a los derechos de propiedad que se estarían vulnerando.

1.3. Consumo de videojuegos y cotidianeidad

Según un estudio estadístico del Consejo Nacional de Televisión referido por la investigación sobre "Circulación, recepción y sintaxis de dibujos animados en Chile"⁵, en una muestra estratificada de 1.176 niños de 7 a 13 años, de la ciudad de Santiago, los encuestados señalaron que sus actividades preferidas en los días de semana son en un 28,0% ver Televisión o Video, contra jugar con un 29,1%. Las otras prioridades son entre otras de índole decreciente, hacer tareas (7,4%), hacer deporte (6,5%), etc. Sin embargo al contrastar aquellos resultados observamos que no queda claro el concepto de juego cuando se habla de "jugar", puesto que "salir a jugar" o "hacer deporte" también entraría en esta categoría y por supuesto también podrían estar incluidos los videojuegos.

Si tomamos las últimas estadísticas respecto al consumo de medios entregados por el mismo CNTV y los resultados de la investigación Fondecyt N° 100954, se hace necesario plantear algunas preguntas:

⁵ Del Villar, et. Al. Op. Cit.

- a) ¿Tienen todos los videojuegos una misma matriz estructural de sentido?
- b) ¿Cuál es el dispositivo de lectura presupuesto en un videojuego?
- c) ¿Se puede inferir el rol de los videojuegos en el proceso de construcción de identidad de niños y jóvenes?

Creemos que el análisis semiótico es la herramienta que puede permitir la categorización de los videojuegos al definir las matrices de sentido que se constituyen en el proceso de consumo del objeto videojuego.

Las temáticas (códigos narrativos) y las secuencias gráficas (códigos de organización de la imagen) no son creadas pensando en consumidores de distintas culturas (occidental u oriental), edades (niños, jóvenes y adultos) y circuitos de consumo cultural paralelos (cine, música, política, educación, deporte), pero creemos que en el consumo del videojuego hay dispositivos que se relacionan con la pulsionalidad y por lo tanto la materialidad significante estaría llenando carencias emotivas o de otro tipo y el consumidor efectuaría una especie de acople estructural con el objeto, a fin de lograr el equilibrio.

A nivel real sabemos que la categorización de acuerdo a las temáticas clásicas ha tendido a desdibujarse, los resultados de las encuestas del Proyecto Fondecyt nos lo confirman. Incluso en la industria productora de videojuegos se mezclan todas las temáticas o algunas de ellas en un solo producto.

El ejemplo más clásico de esto son los videojuegos de rol (RPG- Role Player Game), donde la aventura involucra aspectos bélicos, de aventuras y de simulación, planteando como eje rector de la temática a la estrategia y la construcción de la historia a través de un relato-laberinto que toma la dirección que el jugador determine. Este tipo de juegos tiene un claro antecedente en las Cartas de Rol⁶.

La complejidad de este problema está en el nudo del consumo, en ese proceso de apropiación del objeto cultural donde nuestra investigación tiene su punto de partida y su fin último.

Desde nuestra perspectiva, estudiar un consumo cultural de esta índole, inserto en la vida cotidiana de niños y jóvenes, señala un campo de investigación en comunicación, en la antropología de la vida cotidiana y en educación, un campo que debe enfrentar manifestaciones lúdicas y formas de sociabilidad de una cultura urbana hipersegmentada y laberíntica muy a la par de la tecnología y las ciencias cognitivas.

Esta investigación aborda lo que a primera vista podría parecer un objeto cultural específico, sin embargo existen antecedentes que confirman la interrelación de objetos culturales en redes de consumo. En la investigación realizada por Del Villar y Fajlzinberg se subrayó que el consumo cultural analizado (la vídeo cultura de la japoanimación) “no se agota en el formato del video-televisivo, sino que se interconecta con el Cómic, Internet, Compact Disk, CD-ROM, Videojuegos, más una gama variada de objetos de merchandising”.

Creemos empíricamente posible la detección de estas matrices estructurales en el consumo del videojuego, utilizando las herramientas del análisis semántico y pulsional, y a partir de ahí la articulación de una práctica investigativa coherente.

Al desmenuzar la estructura código será posible aproximarnos al saber prefigurado en el discurso del videojuego, y analizando la matriz semántico pulsional de algunos consumidores determinar el rol que tiene el videojuego en la construcción de la identidad de los consumidores del videojuego, presente en la cotidianeidad de muchos hogares.

En términos disciplinarios la presente investigación se enmarca en el estudio de los medios desde la perspectiva del consumo, una de las vertientes de estudio más dinámicas puesto que se sitúa en un territorio en constante cambio.

La forma de consumir el videojuego tiene una directa relación con los cambios que sufre el objeto de consumo y el sujeto que consume y en nuestro caso enfrentamos a un segmento de población donde el paradigma es el cambio, el aprendizaje, el crecimiento y, además, un objeto de consumo cultural ligado a tecnologías de la información en constante evolución y expansión.

Esta propuesta integra metodologías cuantitativas y cualitativas, ambas sometidas al tamiz del análisis semiótico. Esta “caja de herramientas” permite sostener de manera sólida el estudio del consumo de medios, posibilitando además la reflexión ulterior, por parte de otras disciplinas del ámbito de las ciencias humanas y sociales, puesto que cada etapa de la investigación arroja resultados parciales que pueden remitir a investigaciones paralelas.

⁶ Las Trading Cards o cartas de rol consisten en un mazo de cartas donde cada carta del mazo posee una serie de características o poderes que se usan en el transcurso del juego por parte de cada jugador, todo ello bajo una serie de reglas preestablecidas, donde el conocimiento previo de la temática (magia, series de animé, leyendas, etc.) y de las modalidades de implementación del juego son cruciales al momento de jugar.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivos Generales

Articular un proceso descriptivo del consumo de videojuegos entre niños y jóvenes pertenecientes al sistema educacional público y privado desde el análisis semántico pulsional.

1.4.2. Objetivos Específicos

- 1.2.4.1. Analizar encuestas y entrevistas en profundidad realizadas por el equipo de investigación del Proyecto Fondecyt N°1000954 “Dibujos animados en Chile: Sintaxis, Circulación y Recepción”, que tengan relación con el objeto de esta investigación.
- 1.2.4.2. Construir un modelo semiótico para analizar la matriz semántico pulsional de consumidores de videojuegos.
- 1.2.4.3. Analizar semióticamente algunos videojuegos y detectar la pertinencia del modelo de análisis utilizado.
- 1.2.4.4. Producir un informe exploratorio (ensayo) sobre el sentido del consumo de videojuegos a partir del análisis semiótico aplicado las entrevistas y los videojuegos seleccionados.

1.5. Diseño de la investigación

a) Observación del circuito de consumo de los videojuegos en Santiago.	Agosto - Septiembre del 2001
b) Aplicación de encuestas y entrevistas en profundidad.	Septiembre - Diciembre del 2001
c) Consumo exploratorio de videojuegos	Diciembre del 2001 – Diciembre del 2002
d) Construcción de un modelo semiótico interpretativo del(los) videojuego(s).	Diciembre del 2001
e) Análisis de la información recolectada con encuestas y entrevistas en profundidad.	Enero – Junio del 2002
f) Construcción de modelo semiótico interpretativo para las entrevistas en profundidad.	Mayo del 2002
g) Análisis del (los) videojuego (s).	Septiembre del 2002 – Diciembre del 2002
h) Redacción del informe final (ensayo)	Noviembre del 2002 - Diciembre del 2002

2. Consideraciones teóricas

2.1. El consumo de videojuegos: disipación criticada

Marshall McLuhan⁷ afirmaba que el hombre mítico y el hombre electrónico tenían en común la percepción global del tiempo y el espacio, en cambio el hombre mecánico, que actualmente convive con el hombre electrónico, en virtud del estatuto hegemónico de la palabra escrita, percibe el tiempo y el espacio en forma lineal. El profesor canadiense afirmaba que no fue el reloj mecánico el que introdujo el concepto de horas y jornadas en la cotidianeidad humana. Esta concepción del espacio-tiempo fue obra del alfabeto fonético, que instituyó la lógica de una-cosa-a-la-vez. Pero esa concepción tendería a desintegrarse paulatinamente, desintegración que a mediados del siglo pasado ya podía constatarse en las elipsis cinematográficas, en los saltos espacio temporales tan propios del lenguaje audiovisual y de los sueños, que nos habituaron a percibir historias como un todo, muchas veces paralelo a otras historias, como un gran mundo mítico.

Walter Benjamin⁸ fue, tal vez, el primero en constatar este cambio de sensorium. Afirmó que fruición y crítica podían coexistir en el espectador del cine narrativo clásico, sin embargo era una época histórica donde aún no era posible actuar fuera del dictado autoritario de los medios, que sólo entregaban información y no atendían a las apreciaciones de los espectadores, sometiéndolo a la unidimensionalidad. Es por eso, tal vez, que **Adorno y Horkheimer**⁹ denostaron este naciente consumo (el de los mass media) como la “idiotización del espectador”, condenados a recibir una serie de contenidos sobre los cuales no tenían la menor injerencia productiva.

Pero el consumo de mercancías debe su desprestigio, en gran medida, al hecho de que se considera como un sinónimo de la adquisición de mercancías. Para la antropóloga **Mary Douglas**¹⁰ la noción de consumo debemos entenderla a partir de la antropología, estableciendo dos límites claros: la decisión del consumidor es libre y el consumo empieza donde termina el mercado, es decir la adquisición o compra.

Al hablar de consumo nos estamos situando en el territorio de los usos que se le otorgan a la mercancía en el ámbito de lo privado. Por lo tanto, suspendemos el juicio de los bienes en tanto satisfactores para la supervivencia y asumimos su dimensión en cuanto a la satisfacción de la visibilidad y estabilidad de las categorías de una cultura.

En ese entendido las mercancías sirven para establecer y mantener relaciones sociales. Según Douglas es necesario “adoptar la idea de que las mercancías sirven para pensar”. Para ella son tres las posiciones que animan este enfoque: “la fenomenología, que coloca al individuo en el marco de un contexto social y ve en el conocimiento una empresa de construcción colectiva; el estructuralismo, que rebasa los esfuerzos del pensador individual y dirige su atención a los procesos sociales del conocimiento; y la etnometodología, que también da por sentado que la realidad se construye socialmente y que puede ser analizada al igual que las estructuras lógicas al uso, concentrándose en los procesos interpretativos.”

En el entendido que “los rituales sirven para contener el curso de los significados, como convenciones que sacan a la luz las definiciones públicas”, Douglas afirma que podemos “asumir que los bienes son accesorios rituales y que el consumo es un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos”. Similar postura es la que encontramos en **García Canclini**¹¹ cuando define al consumo como un “conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” Asimismo identifica aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora y propone “observar la lógica de la apropiación de bienes en tanto objetos de distinción”.

Hoy nos enfrentamos al acelerado desarrollo de una serie de “objetos o mercancías” que se definen a partir de la posibilidad de operar creativamente en el consumo de los mismos. Uno de estos objetos es el videojuego.

⁷ McLuhan, Marshall. *“De la comprensión de los medios como extensiones del hombre”*. Editorial Diana, México, 1971; McLuhan, Reic y Zingrone, Frank (compiladores). *McLuhan: escritos esenciales*. Editorial Paidós, Barcelona, 1998.

⁸ Benjamin, Walter. *“La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en Discursos interrumpidos*. Barcelona, Editorial Taurus. pp. 15-60.-

⁹ Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. *“La Industria cultural, ilustración como engaño de masas” en Dialéctica de la Ilustración*. Editorial Trotta, Madrid, 1994, pp. 165-212

¹⁰ Douglas, Mary. *El mundo de los Bienes. Hacia una antropología del consumo*. Grijalbo. 1979., pp 71-110.

¹¹ García Canclini, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos*. México, Editorial FCE.

Curiosamente al consumidor de “interfaces digitales de carácter lúdico” o “videojuegos” se le designa como “usuario” u “operador”, puesto que su interacción, está restringida a una serie de opciones dentro de reglas preestablecidas por el diseñador-programador del videojuego, aunando dos categorías: la del aprendiz y la del maestro.

Estas reglas hacen del videojuego un “objeto cultural” que puede analizarse como un “texto en permanente construcción” que posee una multiplicidad códiga susceptible de ser deconstruida a fin de comprender su consumo.

Para entender un poco mejor este fenómeno es necesario mencionar que lo digital es un lenguaje que genera modelos algorítmicos que en el fondo, según **Roman Gubern**¹², son “*metáforas lógicas, pues cumplen los requisitos formales de la sustitución y la comparación, diferenciándose sobretudo de las metáforas poéticas por su verificabilidad empírica. De modo que la cultura informática de los modelos viene a ser una prolongación del viejo arte de la cartografía, aunque ha incorporado la dimensión del movimiento creando “modelos dinámicos”. De esta manera se ha transitado del imperio verbalista de la descripción lineal (que era propio de las ciencias naturales, tal como las instituyó Aristóteles) al imperio de la simulación icónica, propia de nuestra era informática*”. “*Es por ello que los mundos virtuales de las imágenes producidas digitalmente podrían considerarse como laberintos formales (no materiales) basados en la metamorfosis y la sorpresa*”. Para Gubern “*un algoritmo para producción infográfica es, en efecto, como un laberinto en que el operador debe orientarse y formular sus opciones. Y hay que saber utilizar un laberinto para poder salir airoosamente de él*”. En los videojuegos “*los procesos son más importantes que los sujetos. Y, debido al protagonismo de las amenazas y obstáculos, está asentado en la ética/estética del exceso: de la velocidad, de la fuerza, de la agilidad, etc.*”. Frente a esto existe entre los adultos una serie de acusaciones y descalificaciones sociales (aislamiento social, ensimismamiento y hasta narcisismo de los jugadores) que nacen de la necesidad de perpetuar el modelo parental que sitúa al sujeto centrado, moderado, pasivo como preocupación de una educación formal basada en la lectura y la escritura, que no siempre se ajusta a una realidad híbrida donde el alfabeto y lo icónico coexisten.

A la interacción del usuario con el objeto videojuego, que Gubern plantea, se agrega la interacción con otros usuarios en relación al consumo, ya sea en relación a este objeto o a los objetos asociados al videojuego.

2.2. La semiótica filmico televisiva y las ciencias cognitivas

¿Pero qué sucede con los procesos de identificación simbólica entre quienes consumen periódicamente estos videojuegos, algunos de ellos bajo distintas condiciones socioeconómicas, en distintos rangos etáreos y desde distintos géneros?

Las aproximaciones a los protocolos de lectura hecha por **Del Villar**¹³, basadas en el psicoanálisis lacaniano, han descubierto algunas desviaciones respecto de lo que los productores de la Japoanimación tenían como “una lectura prefigurada en correspondencia con la matriz de pensamiento budista”.¹⁴

El estudio de este problema es un camino posible para someter a prueba las interrogantes que giran en torno a tecnologías digitales como el videojuego, muchas veces desplazadas del corpus de estudio de las ciencias sociales a raíz de la descalificación “histórica” de los mass media por parte de **Adorno y Horkheimer**, que siguen hegemonizando una corriente de opinión al interior de las ciencias humanas y sociales.

Sobretudo hoy se hace urgente poner atención al cambio de *sensorium* planteado por **Walter Benjamin** y repensar los procesos de consumo mediático (ahora multimediales). En este camino serán importantes los aportes de las ciencias cognitivas, respecto de la percepción e inteligibilización de la realidad.

En su investigación sobre Japoanimación Rafael Del Villar nos indica que “*Existe una extensa investigación sociológica y estadística sobre cómo se leen las imágenes visuales en secuencia y de las cuales es posible deducir que no existiría una sola lectura de un texto ni tantas lecturas como lectores existen. La lectura de la imagen visual en secuencia es un proceso que comienza con la segmentación del material significativa visual a partir de los mundos posibles concebidos o vividos por el lector, posteriormente los sub-*

¹² Gubern, Roman. “*Del Bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto.*” Edit. Anagrama, Barcelona, 1996. Capítulos. 5 y 6 (pp 133-180)

¹³ Del Villar y otros. PROYECTO FONDECYT N° 1000954

¹⁴ Del Villar y otros. Op.cit..

conjuntos segmentados o reconocidos a partir de un mundo posible se articulan entre sí para dar una explicación global del texto visual. Las ciencias cognitivas nos entregan un diagnóstico similar sobre la lectura: suprimir, agregar, sustituir y conmutar información.

Estos antecedentes nos remiten a la existencia de una memoria semántica de corto plazo que tiene una capacidad limitada de almacenamiento. Es por ello que, en el proceso de lectura de la imagen secuencial, surge la necesidad de transformar la información de detalles (que saturará la memoria hasta perder toda referencia a lo percibido) en macroproposiciones que procesen sólo esquemas abstractos de lo que se ve (memoria semántica a largo plazo). Ahora bien, las mismas Ciencias Cognitivas nos dicen que este umbral de saturación en la memoria, es también un umbral perceptivo que configura la continuidad o discontinuidad de la experiencia.

El neurobiólogo Francisco Varela señala que *“En neurociencias y psicología hay una literatura a la que podemos describir como “marco perceptivo”, que trata sobre los ritmos sensomotores y el análisis de elementos. Uno de los fenómenos más conocidos estudiados por esta literatura se llama “simultaneidad perceptiva” o “movimiento aparente”. Por ejemplo, si dos luces se muestran en sucesión con un intervalo inferior a un período de 0,1 – 0,2 segundos, se ven como simultáneas, o en simultaneidad aparente. Si el intervalo se incrementa ligeramente, las luces relampagueantes aparecen en movimiento rápido. Si el intervalo se incrementa más, la apariencia de movimiento resulta claramente secuencial. Algunos ejemplos de este fenómeno son muy conocidos: los despliegues publicitarios a menudo tienen una hilera de luces centellantes, con la última luz en forma de flecha. Se enciende un conjunto de luces y luego, uno por uno, los siguientes, creando la impresión de que las luces saltan de un lugar al otro en la dirección de la flecha.*

Es sabido que el cerebro tiene un ritmo de actividad periódico, que es detectable en el electroencefalograma (EEG). Como el ritmo dominante de la corteza visual es también de 0,15 segundo, es natural suponer que existe una relación entre el marco temporal y el ritmo alfa cortical.

(...) En este caso, el ritmo está estrechamente relacionado con las conexiones y reverberaciones recíprocas entre el tálamo y la corteza visual. De hecho, hay pruebas de que la actividad de una neurona en el tálamo y la corteza cerebral de los mamíferos tiene un curso temporal unitario de 100 milisegundos después de un input presináptico. Más aún, se suele aceptar que el ritmo alfa es el resultado de reverberaciones tálamo-corticales sincronizadas, y grupos neuronales que se activan sincrónicamente.

(...) Nótese que el período crítico de 0,15 segundo parece ser la cantidad mínima de tiempo que se requiere para que surja una percepción describable y reconocible. Más allá de este mínimo, desde luego, la naturaleza unitaria de una conceptualización más compleja puede durar más, pero no mucho más de 0,5 segundo. Esto se revela en los componentes de la actividad cortical conocidos como event-related potentials o “potenciales relacionados con los acontecimientos” (ERP)¹⁵

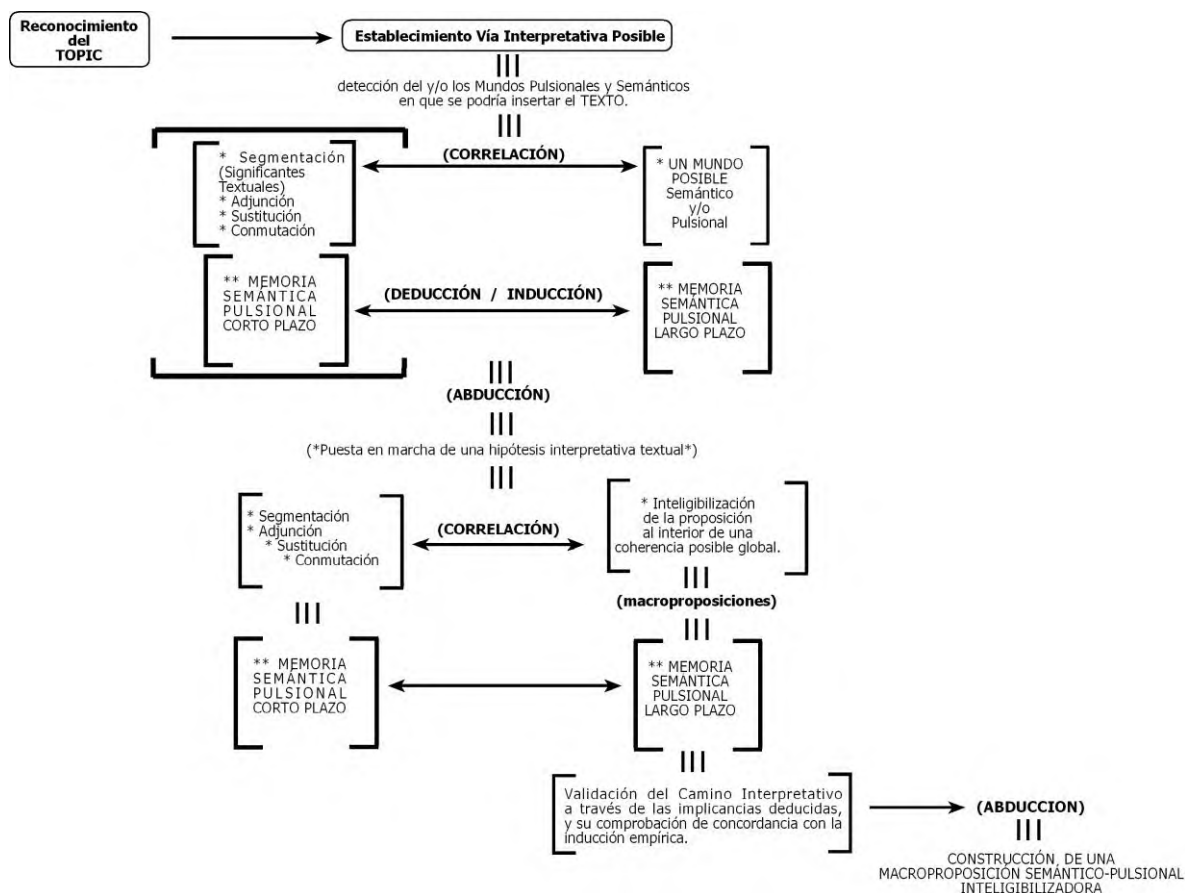
Allí se sitúa la ilusión de movimiento del cual se han servido el cine, la televisión y los videojuegos.

Cuando vemos una imagen en movimiento no vemos un texto en el vacío, sino que lo interpretamos a través de nuestros mundos semántico-pulsionales posibles. Comenzamos por reconocer su temática o topic, y una vez allí establecemos una vía interpretativa posible. Vía interpretativa que establecemos correlacionando, simultáneamente, algunos significantes que reconocemos en nuestra memoria semántico-pulsional a corto plazo con los de nuestros mundos posibles acumulados en nuestra experiencia. Así ponemos en marcha nuestra hipótesis interpretativa, lo que nuevamente implica segmentar, adjuntar, sustituir y eventualmente conmutar la información. Ello, porque la capacidad de nuestra memoria a corto plazo es limitada, y debemos pasar la información a nuestra memoria semántico-pulsional de largo plazo.

A través de la abducción vamos validando la construcción de la macroproposición inteligibilizadora del texto: "mirar es dejar de mirar". El esquema que sintetiza el marco conceptual de cómo entendemos la lectura, tiene, entonces un sustento empírico y teórico, que en base a los autores precedentes se constituye en el gráfico número 1, que se expondrá a continuación.

¹⁵ Varela, Francisco; Thompson, Evan y Rosch, Eleanor. *De Cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1992, pp. 98-102

Gráfico No 1: “Sobre los procedimientos de lectura”



Podemos deducir que los mensajes audiovisuales del videojuego nos saturan de informaciones que no podemos retener (aún suponiendo condiciones de recepción ideales), por lo que debemos segmentarla, agregar información que no está en el texto (en la medida que relacionamos significantes que no necesariamente están correlacionados), sustituimos y conmutamos, y todo ello tratando de *hacer calzar* la multidimensionalidad de significantes que captamos, con nuestros mundos posibles imaginarios. Problemática que se vuelve aún más compleja si las informaciones que segmento y proceso son de dos índoles: pulsionales y semánticas, al mismo tiempo que a veces catastróficas, o a veces estables. Sin embargo, las ciencias cognitivas enactivas nos señalan que los desempeños cognitivos, más que diseños orientados a tareas específicas, son procesos emparentados con la evolución como deriva natural.

Para Varela¹⁶ la cognición es “enacción”, es la historia del acoplamiento corporal que inactúa (hace emerger) un mundo. Funciona a través de una red que consiste en múltiples niveles de subredes sensorio-motrices interconectadas.

Ahora bien, ¿cómo saber si un sistema cognitivo funciona adecuadamente?

Pues bien, funciona cuando se transforma en parte de un mundo de significación preexistente (como hacen los vástagos de toda especie) o configura uno nuevo (como ocurre con la historia de la evolución).

Luego, podemos conceptuar que el problema del estudio de las categorías perceptivas presupuestas por los textos del videojuego no dice relación directa con el estudio de la lectura; no inferimos de su estudio, que estemos describiendo los protocolos perceptivos empíricos, tal como creyó la semiótica de primera

¹⁶ Varela, Francisco; Thompson, Evan y Rosch, Eleanor. *De Cuerpo presente*. pp. 240-241

generación.¹⁷

Estudiar los protocolos perceptivos presupuestos, tal como se sintetiza Del Villar en el marco teórico de su investigación sobre consumo de Japোনimación, significa “reconstruir el marco base, que da pié las diferentes lecturas o interpretaciones, según los mundos posibles de los lectores.

Las Ciencias Cognitivas nos dicen que:

- no se interpreta en el vacío; sino que a partir del texto que, tal como una partitura de música, da la base a diferentes lecturas posibles (un avión de combate no lo puedo interpretar como un plátano)

- El estudio de los protocolos perceptivos presupuestos nos permite construir hipótesis más válidas y profundas acerca de lo que podría estar significando el quehacer interpretativo del videojuego, que el partir de una base analítica cero.

¿Qué se entiende por protocolos perceptivos presupuestos?

El concepto de protocolos perceptivos o categorías epistémicas audiovisuales debemos entenderlo a partir de la teoría de los códigos y a partir de la teorización sobre la información simbólica y pulsional. La teoría de los códigos se plantea a nivel de lo perceptivo, a diferencia de la mayoría de las teorías semióticas que se construyen a nivel de características de los signos mismos, como las propuestas por Casetti y di Chio, de Eco, y de Peirce y sus continuadores. Esto significa, que están dadas las posibilidades analíticas para hablar, entonces, de las categorías epistémicas presupuestas y/o protocolos de interpretación.

Lo perceptivo, y la teorización de los códigos audiovisuales, no son metafísicas, ni una meta psicología perceptiva como la propuesta por la Gestalt, invalidadas con casi un siglo ya de semiótica; sino no que empíricas, construidas etnográficamente.

Cuando se homologa teóricamente categorías perceptivas con categorías epistémicas, debe entenderse, en este mismo contexto teórico que lo epistémico no es del orden de la filosofía; sino del espacio de lo percible, construido socialmente.

El concepto de categorías epistémicas es equivalente al de protocolos de interpretación, tal como lo postula Maturana (1992, ver capítulo ¿Qué es ver?); Varela (1992, 1996); lo que evidentemente puede tener una especificación neuronal y de hemisferio cerebral (ver Despíns: “La música y el cerebro”, 1996); pero lo que se trata es de reconstruir dichos espacios perceptivos a nivel de su manifestación; esto es, la teoría códiga, el nivel propiamente sociocultural (y sociosemiótico), lo que es evidentemente aceptado por las ciencias cognitivas actuales.”

Varela dirá que los sistemas perceptivos son conexionistas, a su vez que enactivos, lo que significa decir que la percepción se construye a partir de la interrelación de elementos (conexionismo), pero que a su vez interviene la experiencia, la historia (lo enactivo).¹⁸

Estas categorías epistémicas y/o protocolos interpretativos no operan textualmente aisladas de su soporte material. Uno de los aportes de la teoría códiga propuesta a nivel de la semiótica, es situarse en un nivel de significantes concretos, lo que le permite enfrentar analíticamente a las nuevas tecnologías.

Las nuevas tecnologías no son técnicas, en el sentido de adaptación de medios a fines; sino que implican variables cognitivas o intelectivas específicas. Los videojuegos implican un tipo de procesamiento cerebral, lo mismo Internet, lo mismo las estructuras complejas de procesamiento digital de la información audiovisual.

Cuando hablamos de nuevas tecnologías, a nivel del uso cotidiano nos estamos refiriendo al computador, Internet, los videojuegos (que han evolucionado del Atari y Commodore, al Nintendo, Super Nintendo, Play Station, y Games Boy); el procesamiento abstracto de la pantalla digital; etc.

Y es claro teóricamente que no todos los consumidores tendrán el mismo procesamiento cognitivo o protocolo empírico de lectura; y también lo es empíricamente: Del Villar detecta protocolos empíricos de lectura diferente en el caso del telediario; aunque sea en un estudio de casos.¹⁹

¹⁷ Del Villar, Rafael. *Trayectos en Semiótica fílmico televisiva*. Editorial Dolmen, Santiago de Chile, 1997, capítulo 1

¹⁸ Varela, Francisco; Thompson, Evan y Rosch, Eleanor. *De Cuerpo presente...* pp 111-131.

Se requiere tener claro analíticamente, a través de qué entrega información el texto del videojuego; y qué tipo de información se transmite. A lo primero lo denominamos la problemática de los códigos; a lo segundo, la problemática de qué es lo que se transmite; esto es, la información pulsional y simbólica transmitida.

Para entender acerca de la problemática de los códigos, la información pulsional y simbólica, además de los espacios de pulsionalidad estables o catastróficos remitimos al lector al marco teórico del Proyecto Fondecyt N°1000954. En el encontrará una extensa y detallada explicación que consideramos como base fundamental para entender esta investigación. La complejidad y extensión de estas consideraciones teóricas planteadas por Del Villar resultan difíciles, sino imposibles, de resumir en estas páginas.

3. Consideraciones Metodológicas

Al profundizar la propuesta metodológica que actualmente se está implementando en las investigaciones relacionadas con Japóanimación, buscamos centrar el campo de investigación en la semiótica, validando el análisis bajo esta disciplina como un eje articulador de la investigación en comunicación. La integración de técnicas cuantitativas y cualitativas en un proceso dialógico es un aporte de la sociología que nos permite aprehender cada etapa de la investigación con los diversos grados de complejidad requeridos por cada una de ellas, arrojando cierta claridad sobre el tipo de consumo cultural que se nos presenta en la cotidianeidad.

La observación etnográfica realizada por el equipo investigador del Proyecto Fondecyt N° 1000954, para identificar los circuitos de consumo de dibujos animados se complementa con la encuesta etnográfica que abarcó objetos de consumo cultural que forman parte del circuito de consumo de los dibujos animados, entre ellos el videojuego.

Esos datos cuantitativos y cualitativos, que utilizamos como insumo para nuestra investigación, nos enviaron hasta nuestro objeto de análisis (el videojuego).

Asumimos entonces la tarea de observar-consumir los videojuegos. Para ello se utilizó una consola Play Station y cerca de 15 videojuegos, muchos de ellos identificados por la población encuestada como los más “populares”. También se observaron videojuegos en computadores y en la consola Nintendo 64.

Para efectos de análisis semiótico seleccionamos un juego de Play Station y otro de Computador, descartando el análisis de un juego de Nintendo 64 debido a la similitud entre esta tecnología y la del Play Station.

La observación etnográfica de este objeto en el uso cotidiano y su análisis semiótico nos reenvió a la estadística, que con esos antecedentes nuevos pudo ser leída desde nuevas y enriquecidas perspectivas.

Surgieron entonces preguntas de investigación que se aplicaron en el transcurso de las entrevistas en profundidad, aplicadas a sujetos implicados en mayor y menor medida en el consumo de los videojuegos.

El análisis de la información obtenida en la entrevista en profundidad se llevó a cabo sobre seis sujetos de Temuco con un modelo semiótico interpretativo, que permitió identificar matrices de sentido semántico-pulsional, es decir, un análisis del discurso y su pulsionalidad manifiesta en las ondas sonoras registradas y procesadas por un software de audio (Sound Forge). Este análisis permitió determinar la presencia de estabilidad o de catástrofe en los sujetos entrevistados.

Todo lo anterior nos lleva finalmente al objetivo de nuestra investigación: describir el consumo del videojuego como un proceso cognitivo donde consumidor y objeto de consumo construyen sentido e identidad.

¹⁹ Del Villar, Rafael. “Nueva cultura audiovisual y protocolos interpretativos”, en “La pantalla delirante”, editado por Carlos Ossa, Ed. LOM, Santiago. 1999.

4. ESTADÍSTICAS SOBRE EL CONSUMO DE VIDEOJUEGOS.

4.1. Antecedentes etnográficos del consumo de videojuegos

Durante la segunda etapa de la investigación Fondecyt N°1000954 se realizó una observación etnográfica del circuito de distribución de productos asociados al animé y la japoanimación en Santiago, Antofagasta y Temuco. Durante esta etapa se realizaron encuestas 300 personas calificadas como fanáticos o conocedores de la japoanimación.

De acuerdo a estas encuestas los videojuegos ocupan poco más del 25% de la oferta de productos en los lugares habituales donde los fanáticos concurren a comprar productos relativos a la japoanimación. En las tiendas especializadas en identificadas en la observación etnográfica las películas abarcan el 26% del volumen habitual de las ventas, los videojuegos alcanzan el 16% y la música alcanza el 14% de las ventas. **(Gráfico A y B)**

En ambos sentidos, oferta y demanda, vemos que los videojuegos ocupan un lugar relativamente importante que logra ubicarse dentro de las tres primeras preferencias de los consumidores del mundo de la japoanimación, que conforma un mercado de consumo que entrelaza a las series de animé, el merchandising, los videojuegos, la música, la ropa y otros artículos.

Ahora bien, la investigación Fondecyt estudió la oferta de las *tiendas vinculadas a la videoanimación*, y detectó que había venta de productos vinculados a ella en dos tipos de tiendas en Santiago: *Grandes Tiendas* (Fallabella, Almacenes Paris, Ripley, entre otros), y *Tiendas Especializadas*, y a simple vista, parecía haber mas vinculación entre las Grandes Tiendas y la Animación Americana, y las Tiendas Especializadas con la Japoanimación.

Además, se detectó que en las Tiendas Especializadas estaban o tendían a estar agrupadas ecológicamente y que, en torno a ellas, había actividades vinculadas no sólo a la compra de productos, sino que eran espacios de conexión entre usuarios, que intercambiaban objetos, y además, opiniones. Se trata de una red de relaciones que a los integrantes del Proyecto Fondecyt les pareció importante estudiar y que aquí identifico como el “circuito de consumo”.

Detectar a nivel real este fenómeno, permite inteligibilizar un fenómeno que va más allá del típico merchandising; lo que retroalimenta la pertinencia, más aún, del punto planteado.

En la Ciudad de Santiago, Gonzalo Solervincens, en su tesis de grado realizada en el contexto de la investigación Fondecyt (Escuela de Periodismo, Universidad de Chile, 2000) detectó los siguientes espacios vinculados a la videoanimación, tanto Grandes Tiendas (mall) como Especializadas:



Según este mapa las Grandes Tiendas están ubicadas en las Comunas de

- a) La Condes (Alto Las Condes, y Parque Arauco) vinculadas a un estrato socioeconómico alto y medio alto;
- b) La Florida (Mall Vespucio, y Mall Plaza Tobalaba) vinculadas a un estrato medio, y
- c) Maipú (Mall Plaza Oeste) vinculadas a un estrato medio, medio bajo y bajo)

Asimismo las Tiendas Especializadas son ubicadas en las Comunas de:

- a) Providencia (Portal Lyon), vinculas a estratos medios y altos;
- b) Santiago Centro (Eurocentro), vinculado a sectores medios y bajo;
- c) San Miguel (Persa Bío Bío) de plurisegmento socioeconómico, enclavado en un barrio pobre, que constituye lo que los chilenos llaman “picada” y consiste en conseguir artículos a bajo precio; y
- c) Estación Central, perteneciente a un “barrio popular”, de segmentos medio- bajo y bajo.

Entre dichas Tiendas Especializadas: dos constituyen, “un verdadero espacio ecológico de interacción: “Portal Lyon” y “Eurocentro”, espacio importante de inteligibilizar, en el contexto de su diferencia con los otros espacios sociales de la Ciudad de Santiago.

Cuando se consultó a los fanáticos cuales eran los lugares donde se reúnen las respuestas coinciden con los enclaves constitutivos del circuito de venta de videoanimación, en estos lugares se ubican las tiendas y los espacios de difusión audiovisual. Ambos son entendidos por los fanáticos como espacios de encuentro. **(Gráfico C)**

Esta percepción exploratoria fue validada en el transcurso de la investigación Fondecyt, como así mismo, se comprobó la existencia de situaciones similares en el Norte y Sur del País.

Al revisar los resultados de la encuesta aplicada a los fanáticos comprobamos que prácticamente en todos los sectores socioeconómicos la venta de videojuegos alcanza porcentajes cercanos al 35%.

Ahora bien, lo que nos interesa es saber cuál es la presencia de los videojuegos en aquellos lugares identificados por los fanáticos como “espacios de reunión” o como los llama el Proyecto Fondecyt “espacios ecológicos vinculados a la videoanimación”

Observamos entonces que en el espacio ecológico 1 de Antofagasta el videojuego está en todas las tiendas que conforman el espacio de reunión de los fanáticos de la japoanimación y en el espacio ecológico 2 el 75% de los locales vende videojuegos. Hay espacios de sociabilidad mencionados por los entrevistados (Portal Lyon, Galería Eurocentro, Persa Bio Bio) donde se concentran la mayoría de las tiendas especializadas. **(Gráfico C)**

Lugares preferidos para comprar videojuegos

Tiempo que lleva jugando	Prefiere Tienda especializada	Prefiere Mall	Prefiere La Calle	La calle y tiendas especializadas	Prefiere Otros lugares	Otras personas o librerías	Por Internet
Menos de 1 mes	100%						
1 – 6 meses	66,7%	14,3%			14,3%		
6 meses a 1 año	100%						
1 a 2 años	71,4%	33,3%					
Más de 2 años	66,7%	11,15%					11,1%
Más de 5 años	58,3%	12,5%	8,3%	8,3%	6,3%	2,1%	
TOTAL	63,4%	12,7%	5,6%	5,6%	5,6%	1,4%	1,4%

Claramente la tendencia es a buscar otras opciones a medida que la experiencia de juego es más extensa, sin embargo el vínculo con las tiendas especializadas mantiene un porcentaje mayoritario entre todos los tipos de consumidores lo que de alguna manera refuerza nuestra idea de que el consumo está asociado a otras variables que van más allá del precio del videojuego o de la publicidad, puesto que lugares como la calle e Internet, donde se supone que los precios del videojuego son más bajos, no logran destronar de su sitio de privilegio a la tienda especializada, la que según la observación de los investigadores se sitúa en lugares que a la vez son puntos de encuentro y de sociabilidad entre consumidores.

Videojuegos preferidos

Tiempo que lleva jugando	Street Fighter	Quake	Doom	Tomb Raider	Tekken		
Menos de 1 mes			50%				
1 – 6 meses		100%					
6 meses a 1 año				100%			
1 a 2 años	28,6%	14,3%	14,3%	28,6%			
Más de 2 años	33,3%	11,1%	33,3%	22,2%			
Más de 5 años	27,3%	22,7%	13,6%	13,6%			
TOTAL	26,9%	22,4%	16,4%	16,4%	6%		

La tabla ilustra cuales son los juegos que prefieren los fanáticos, de acuerdo a la experiencia que tienen respecto de los videojuegos. Claramente existe una barrera de saturación. Después del año los consumidores de videojuegos abandonan un consumo vinculado a lo que prefiere el grupo. Después del año el consumo de videojuegos comienza a segmentarse, dentro de lo que parece un mismo género (combate, violencia) en distintas series de videojuegos.

Lugares preferidos para jugar videojuegos

Tiempo que lleva jugando	En mi Casa	En un Local	En mi Trabajo	En el Colegio o en la Universidad
Menos de 1 mes	100%			
1 – 6 meses	100%			
6 meses a 1 año	100%			
1 a 2 años	42,9%	28,6%	14,3%	14,3%
Más de 2 años	88,9%		11,1%	
Más de 5 años	83%	17%		
TOTAL	61,4%	14,3%	2,9%	1,4%

Cuando se le consultó a los fanáticos de la animación donde juegan videojuegos habitualmente, la encuesta a los fanáticos nos dice que los consumidores tienden a diversificar el lugar donde juegan en la medida que llevan más años consumiendo videojuegos, aún así la mayoría prefiere al hogar como el lugar privilegiado para jugar.

Razones para preferir un videojuego

Tiempo que lleva jugando	Los Temas	La Energía	Los Personajes	El Ritmo	Los Dibujos	La Combinación de personajes, temas y energía	La Combinación de Temas y Ritmo
Menos de 1 mes	50%			50%			
1 – 6 meses	33,3%		33,3%	33,3%			
6 meses a 1 año		100%					
1 a 2 años		14,3%	28,6%			28,6%	28,6%
Más de 2 años	33,3%	33,3%	11,1%		11,1%	11,1%	
Más de 5 años	29,2%	18,8%	20,8%	12,5%	10,4%	2,1%	2,1%
TOTAL	28,2%	19,7%	19,7%	11,3%	8,5%	5,6%	4,2%

Al consultarles sobre las razones por las cuales gustan de los videojuegos nuevamente observamos que a medida que los jugadores son más experimentados tienden a diversificarse en sus razones, por lo tanto los segmentos de consumidores se segmentan. Algo que llama la atención es que entre el año y los dos años de experiencia el gusto por los videojuegos es justificado no por las partes sino por la combinación de esas partes.

Lugares preferidos por los fanáticos para reunirse a intercambiar información sobre videojuegos

Tiempo que lleva jugando	En una casa	No nos juntamos	Frente a un local comercial	En Internet	En más de un lugar	Otro lugar	No contesta
Menos de 1 mes	50%						50%
1 – 6 meses	33,3%						66,7%
6 meses a 1 año							100%
1 a 2 años	57,1%				14,3%		28,6%
Más de 2 años	11,1%	22,2%		11,1%			55,6%
Más de 5 años	54,2%	6,3%	6,3%	2,1%	2,1%	4,2%	25%
TOTAL	46,5%	7,0%	4,2%	2,8%	2,8%	2,8%	33,8%

Al consultarles sobre el lugar donde se juntan a hablar sobre videojuegos con otros fanáticos la mayoría señaló una casa como el lugar preferido y la tendencia tiende a diversificarse en otros lugares en la medida que la experiencia del jugador es mayor, pero cuando la experiencia de juego es menor optan por polarizar sus respuestas.

Microculturas del consumo en regiones

En el caso de Temuco el comportamiento de la Oferta de las Grandes Tiendas es similar a las de Santiago; y el de las especializadas también.

Relevante es ver, como en Temuco y Antofagasta, el equivalente al Portal Lyon y Eurocentro existen.

En Temuco es la tienda **Assgard**, que está alejada del centro, desde la perspectiva de los lugareños, aunque queda sólo a tres cuadras. Se da el mismo fenómeno que en Santiago: tiendas instaladas por gente joven, emprendedora, y que tiene como clientes a un grupo multiedad que se reúnen cerca de ellas. Se establece la tienda como el Lugar Ecológico de Interacción; aunque no está inserto en una Galería Comercial. La dirección de la tienda es: Vicuña Mackenna 418.

En Antofagasta, ocurre la misma situación, allí la tienda es **Tiempo Libre**, que está alejada del centro de la ciudad (a 5 cuadras). Su dirección es Prat 932. Aquí si hay una galería (**Cubil**) donde las tiendas especializadas están más ligadas al videojuego que al animé y/o comic.

En Temuco el grupo etéreo que acude a la tienda especializada es más parecido al del Portal Lyon y Eurocentro; en cambio en Antofagasta el grupo etéreo fluctúa entre 6 a 16 años. En resumen, se observó que los consumidores de videojuegos tienden a favorecer a las tiendas especializadas para adquirir sus videojuegos, pero además de razones estrictamente ligadas a la oferta de un producto especializado es posible observar que los lugares donde estas tiendas se ubican son al mismo tiempo un lugar de encuentro donde se sociabiliza respecto de un saber colectivo: la animación japonesa, los videojuegos, la música, etc.

Aunque podría pensarse que la sociabilidad está articulada por el juego, las encuestas nos demuestran que se trata de instancias donde se intercambia conocimiento que después será aplicado en la práctica del videojuego. Una modalidad interesante, aunque no es mayoritaria al momento de realizarse este estudio es la modalidad de juego “en red” lo que hoy se conoce comúnmente como “tarreo”, modalidad que se utiliza cuando los jugadores se encuentran conectados a una red local de computadores o a través de Internet.

En ese entendido los lugares de venta son una referencia espacial común donde confluyen consumidores de diversa índole, más o menos experimentados, por lo que cabe suponer que el intercambio de información sobre el consumo de videojuegos está asociado a un estatus donde el mayor o menor conocimiento es el factor que articula las relaciones entre consumidores. De hecho, los consumidores de videojuegos más experimentados son los que llevan a cabo experiencias de juego colectivo de mayor complejidad al tratarse de modalidades a distancia, que son mediatizadas por computadores, donde obviamente, no hay contacto físico con el oponente.

Gráfico A

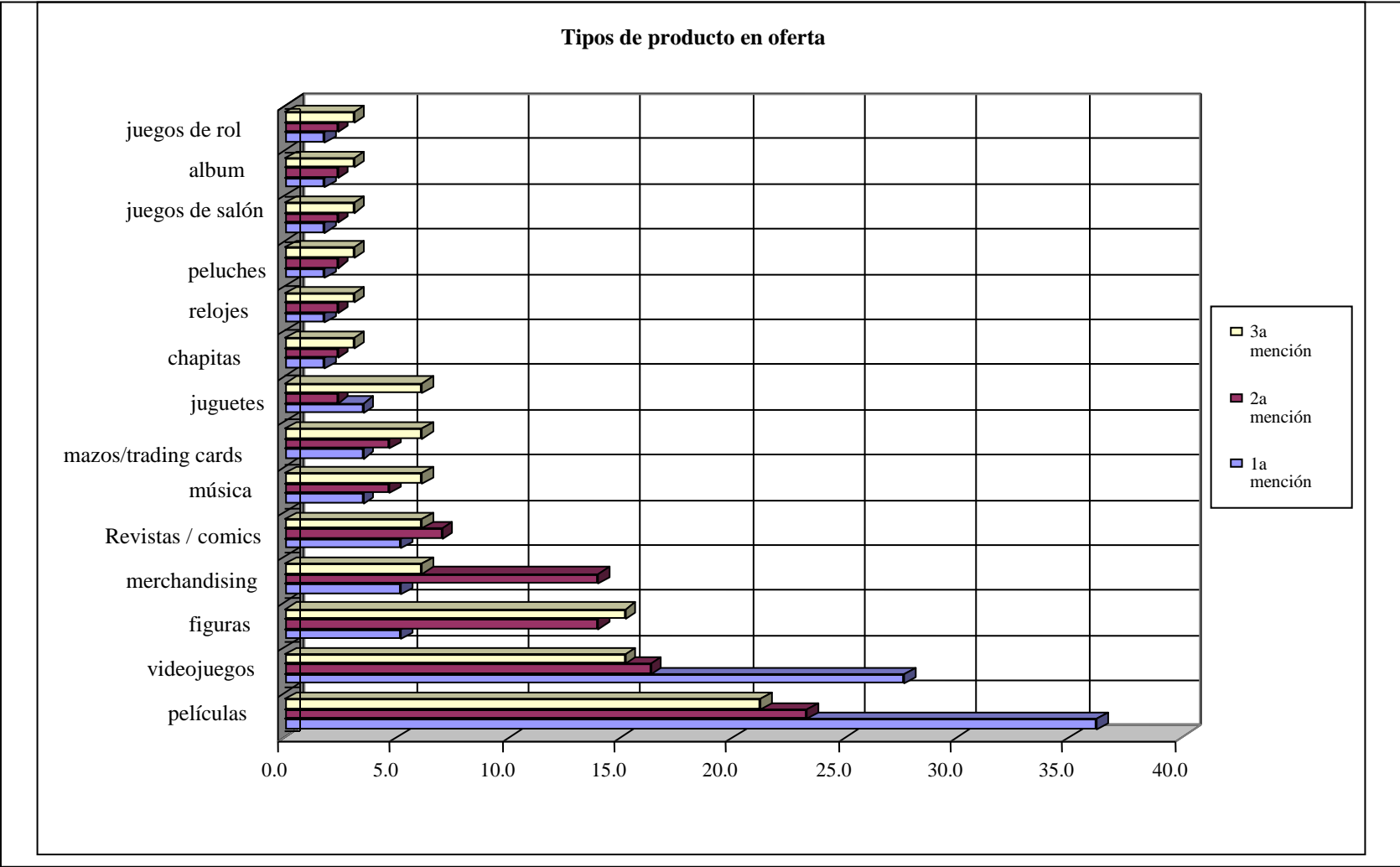
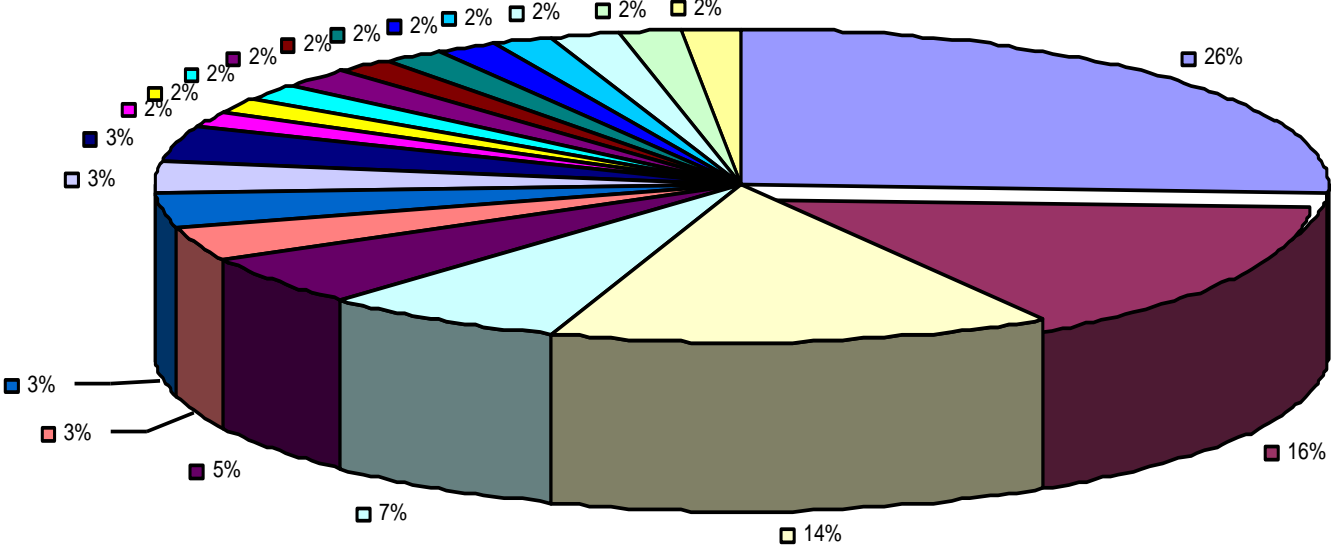


Gráfico B

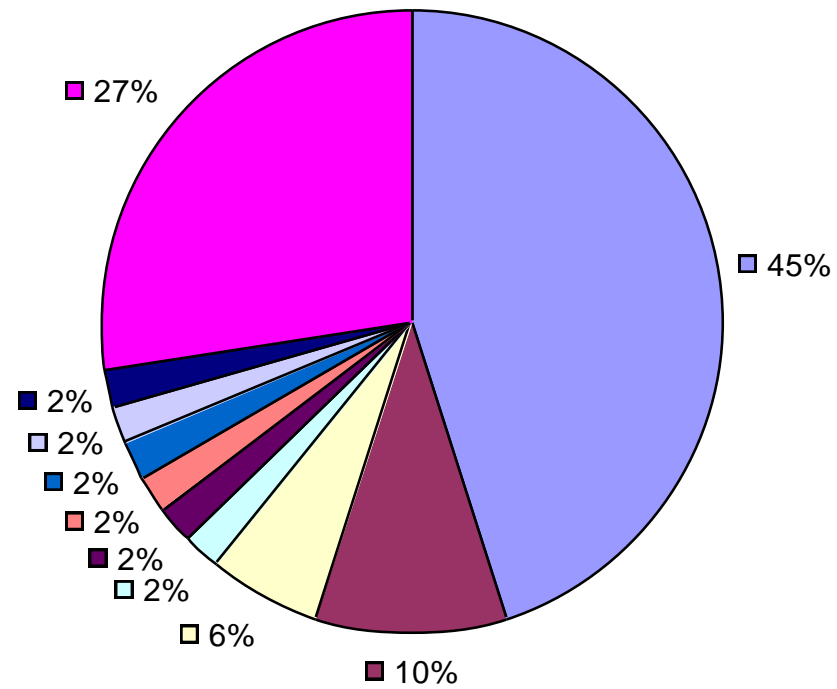
Productos de mayor venta (1a mención)



película vhs	videojuegos	figuras	pokemon	mazos
música	disney	evangelion	comic/animé	digimon
macross	afiches	album	juegos estrategia	furby
juguetes	hentai	merchandising	star wars	lucha libre

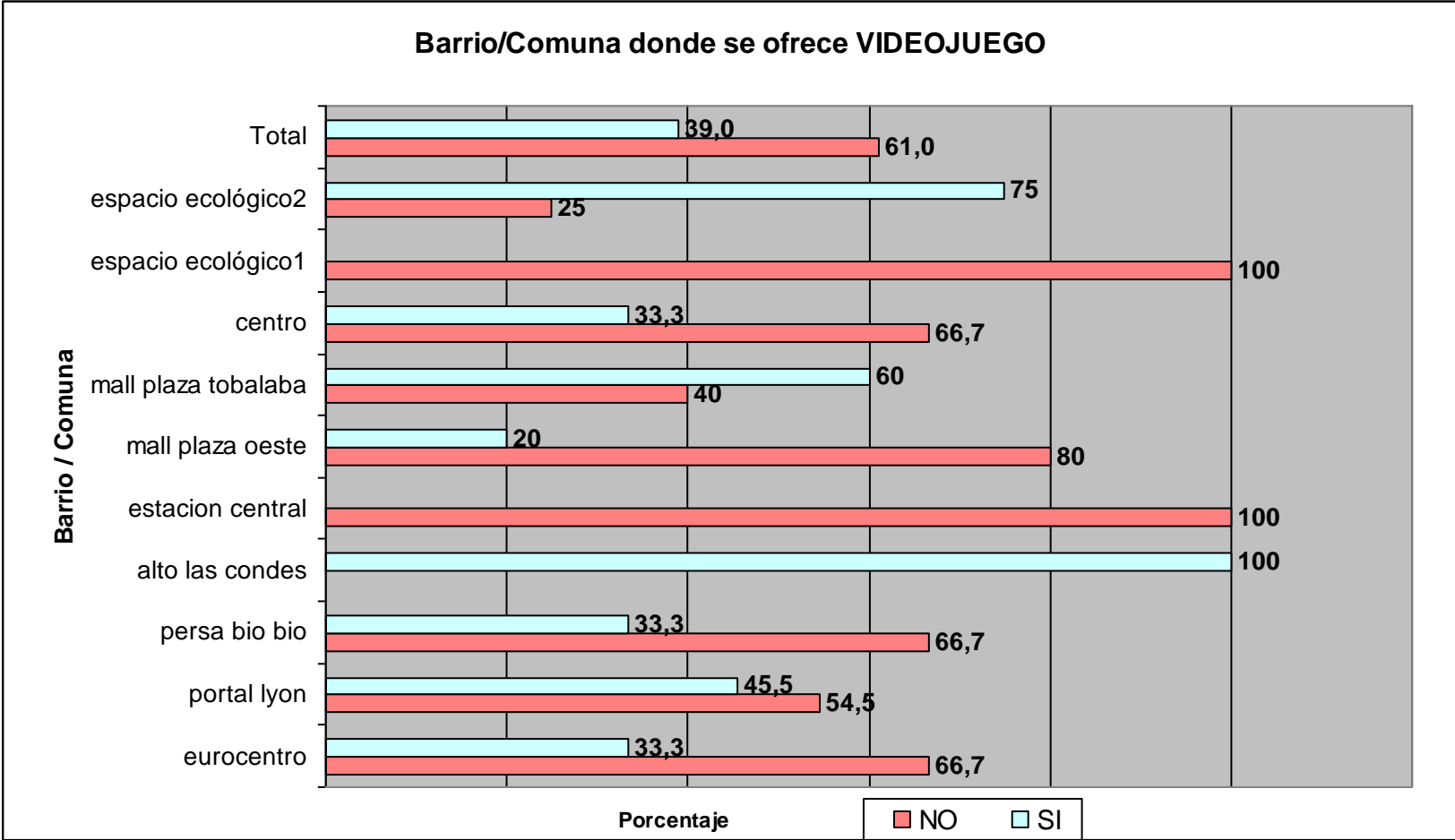
Gráfico C

Lugares de reunión
de fanáticos (serie 1)



- portal lyon
- eurocentro
- persa bío bío
- planetario
- normandie
- japanimation
- balmaceda 1215
- teatro novedades
- líder
- 99

Gráfico D



4.3 Análisis estadístico de la encuesta Fondecyt

4.3.1 El videojuego en el consumo cultural infantil y juvenil en Chile y en Temuco.

El insumo estadístico para este análisis fueron los resultados globales de las aproximadamente trescientas encuestas aplicadas por el Proyecto Fondecyt N°1000954 en Antofagasta Santiago y Temuco a estudiantes, hombres y mujeres, del Primer y Segundo Ciclo de educación Básica y de Enseñanza Media; del estrato socioeconómico Alto, Medio y Bajo.

Sin embargo, por tratarse de una encuesta que incluyó preguntas que no están directamente relacionadas con nuestro objeto de estudio, nos remitimos sólo a las preguntas concernientes a videojuegos, tecnología, el mundo interior de los encuestados y, eventualmente, a videojuegos y animé.

En dicha encuesta se definieron cuatro categorías para los videojuegos:

- combate,
- estrategia,
- aventura gráfica y
- simuladores.

Estas categorías son hipotéticas y corresponden en gran medida a una apreciación que surge de la clasificación comercial de los videojuegos, sin embargo la encuesta demostró que pueden ser válidas como clasificación general pero es necesario establecer más preguntas de control. De hecho, un tercio de todos los encuestados mostró inclinación por una o más de una categoría propuesta.

Para ordenar este informe hemos agrupado el análisis de las respuestas a ciertas preguntas según áreas temáticas, comparando las tendencias entre la media nacional y la media local representada por Temuco. Ya que estas últimas se tendrán en cuenta como marco contextual en el análisis de las entrevistas en profundidad realizadas en Temuco.

Ahora bien, una de las razones para escoger Temuco como grupo de control respecto de la media estadística nacional tiene que ver con el explosivo crecimiento que registró la tenencia de consolas de videojuegos en los hogares de esta ciudad, el 100% en tres años, de acuerdo a la investigación del Consejo Nacional de Televisión.²⁰

Si bien las estadísticas del Fondecyt no están orientadas específicamente al objeto videojuego, sino a la japoanimación, se trata de consumos complementarios, de acuerdo a las propias conclusiones de este proyecto Fondecyt. No está de más decir que de aprobarse el proyecto destinado a investigar los videojuegos en Chile (postulado por Del Villar, Perillan y Casas al Fondecyt 2003) estas estadísticas servirán como orientación para el trabajo de campo que allí se realice y se podrá establecer el grado de evolución de este consumo en el transcurso del tiempo.

²⁰ Ver Tablas 1 y 2, de la investigación del CNTV en las páginas precedentes.

4.3.1.1 Videojuegos más gustados (Chile/Temuco)

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
<p>En el contexto nacional la categoría más gustada fue “Aventura gráfica” y la menos gustada fue “Simuladores”. Las categorías “Combate” y “Estrategia” obtuvieron el mismo nivel de preferencias. (Gráfico 4.4.1.1 al 4.4.1.4)</p>	<p>Las preferencias respecto a los videojuegos se repartieron bastante equitativamente entre videojuegos de Estrategia, con 31,1% (28 personas); videojuegos de Aventura Gráfica, con 27,8% (25 personas); videojuegos de Combate, con 22,2% (20 personas); y videojuegos de Simuladores, con un 10% (9 personas). (Gráfico 4.4.2.1 al 4.4.2.8)</p>
<p>En el caso de los videojuegos de Combate existe una preferencia más o menos homogénea en todos los estratos, aunque destaca una preferencia relativamente mayor en los estratos socioeconómicos Medio Bajo y Bajo por este tipo de videojuegos; en cambio en el estrato Alto se consigna la menor cantidad de preferencias. Este gusto por los videojuegos de combate tiende a incrementarse a medida que aumenta la edad de los encuestados. También es levemente mayor entre los hombres que entre las mujeres, en este caso un 38,2% hombres versus 20,8% mujeres. (Gráfico 4.4.1.6)</p>	<p>La preferencia por los videojuegos de Combate es mucho mayor en el Estrato Socioeconómico Bajo y Medio, prácticamente el doble que en el estrato Alto.; en relación a la edad estos videojuegos tienen mayor aceptación en el segmento de 12 a 15 años y en el segmento de hasta 11 años, pero conservan un porcentaje importante en el segmento entre 16 y 19 años; a nivel de género la preferencia está compuesta mayoritariamente por hombres (70%). (Gráfico 4.4.2.1)</p>
<p>En el caso de los videojuegos de Estrategia se registra mayor aceptación en los Estratos Socioeconómicos Medio Alto y Medio Bajo (56,7% y 46,2% respectivamente) y la menor aceptación se registra en el Estrato socioeconómico Bajo (19%). El gusto por estos videojuegos tiende a incrementarse a medida que aumenta la edad de los encuestados. También es levemente mayor entre los hombres que entre las mujeres, en este caso 39,6% hombres versus 19,5% mujeres. (Gráfico 4.4.1.7)</p>	<p>Los videojuegos de estrategia suelen tener más aceptación a medida que aumenta el nivel socioeconómico de los encuestados, pero con mayor énfasis en el estrato Medio. También apreciamos cómo concitan más aceptación entre los más pequeños (menores de 12 años 39%) y entre los mayores (menores de 19 años 36%); Respecto al género, nuevamente los hombres son los que demuestran más aceptación por este tipo de videojuegos, pero las mujeres registran un aumento porcentual de la aceptación por estos, respecto de los anteriores (36%) (Gráfico 4.4.2.3)</p>
<p>En el caso de los videojuegos de Aventura Gráfica la mayor aceptación se sitúa en el Estrato socioeconómico Medio Bajo, sin embargo en casi todos los estratos las preferencias se ubican por sobre el 30%, registrándose la menor aceptación en el Estrato Medio (22,9%). A medida que aumenta la edad de los encuestados el gusto por este tipo de videojuegos disminuye. Y, al contrario de los anteriores, el gusto por estos videojuegos es mayor entre las mujeres que entre los hombres (36,9% mujeres versus 28,7% hombres) (Gráfico 4.4.1.8)</p>	<p>En los videojuegos de aventura gráfica la aceptación aumenta a medida que sube el nivel socioeconómico alcanzando un 40% en el estrato Alto; asimismo tienen una marcada aceptación (60%) entre los más pequeños; y entre las mujeres (68%). (Gráfico 4.4.2.5)</p>
<p>Finalmente, tenemos el caso de los videojuegos de Simuladores, que obtienen la mayor aceptación en el Estrato Alto (19,8%) y la más baja en el Estrato Medio (5,7%), fluctuando los demás estratos en porcentajes cercanos al 12% promedio. El gusto por estos videojuegos tiende a incrementarse a medida que aumenta la edad de los encuestados.</p>	<p>En los videojuegos de simuladores es donde se registran el grado de aceptación más bajo, a pesar de esto tiende a subir a medida que sube el nivel socioeconómico, registrándose el mayor porcentaje de aceptación en el estrato Alto (45%); también hay más aceptación entre los más pequeños (56%) y los más grandes (33%). Finalmente la mayor aceptación se da entre hombres</p>

Y tienen más aceptación entre los hombres que entre las mujeres (64% hombres versus 36% mujeres) (Gráfico 4.4.1.9)	(78%). (Gráfico 4.4.2.7)
---	---------------------------------

4.3.1.2 Ejemplos de videojuegos más gustados (Chile/Temuco)

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
<p>A pesar de que cada categoría de videojuegos tiene sus adherentes, el consumidor promedio de videojuegos que contestó esta encuesta no siempre establece diferencias claras respecto de una sola categoría temática, más bien tiende a consumir una gran cantidad de temáticas al punto de no diferenciar mucho entre combate y estrategia.</p> <p>Es probable que, tal como ya lo había expresado Del Villar a propósito del Video clip, existen ciertos desequilibrios entre lo percible y lo nombrable, puesto que el objeto videojuego es una práctica que se construye sobre una yuxtaposición de códigos y de temáticas en un discurso que se construye, a su vez en el consumo.</p> <p>Tal situación la encontramos en la clasificación que realizaron los encuestados respecto de sus videojuegos preferidos. Por ejemplo, el videojuego Mario curiosamente lo encontramos en las cuatro categorías propuestas en la encuesta (Gráfico 4.4.1.5) Creemos que talvez se trata de un caso de identificación con el personaje, que da nombre a un videojuego que el mercado ofrece bajo distintas modalidades (combate, estrategia, aventura gráfica y simuladores), lo que nos remite al otro lado del consumo, al uso que el consumidor otorga al objeto que se le ofrece bajo ciertas categorías y que él reclasifica en una sola: el consumo de un espacio ficcional construido sobre un código narrativo común, lo que imposibilita clasificarlo como exponente de una sola categoría. Pero nos permite considerar que el código nativo tiene un valor destacado en lo concerniente al reconocimiento del videojuego dentro de una oferta extensa.</p> <p>El consumidor, en el marco de la vida cotidiana, al parecer establece nexos con varias microculturas y la categoría propuesta por la encuesta es un código más, entre muchos códigos posibles. En el caso de nuestro ejemplo (Mario) se trata de un personaje que pertenece a una historia, que ha sido narrada en comics, dibujos animados para TV, en Cine con actores reales, pero que nació como parte de una serie de videojuegos donde Mario es parte de una Aventura gráfica, pero también es parte de un Combate con sus antagonistas, donde debe aplicar ciertas Estrategias para lograr el éxito en cada etapa del videojuego, incluso en etapas donde es parte de Simuladores de careras de autos. Es decir, todo habría comenzado como una aventura gráfica, basada en la historia de un fontanero</p>	<p>Entre los videojuegos de combate el más mencionado fue MORTAL KOMBAT en los estrato bajo y medio, al igual que entre hombres y mujeres, y en todos los tramos etéreos. En relación a los soportes que se utilizan para videojuegos de combate sobre el 15% utiliza las consolas, tendencia que baja en el estrato Alto y aumenta en el medio y el bajo; entre los hombres y entre los menores de 11 años.</p> <p>Entre los videojuegos de estrategia las preferencias mayoritarias por estrato se repartieron entre AGE OF EMPIRES (Alto y Medio) y MARIO BROS (Bajo). Entre hombres y mujeres un porcentaje mayoritario entre los hombres prefirió AGE OF EMPIRES y entre las mujeres el BUSCAMINAS, pero también un alto porcentaje de ellas coincidió en Mario Bros.</p> <p>Entre los menores de 11 años las preferencias estuvieron repartidas por igual (40%) entre MARIO BROS y AGE OF EMPIRES, en cambio entre los menores de 15 las preferencias se repartieron entre AGE OF EMPIRES y STARCRAFT, mientras que la mayoría de los menores de 19 prefirió a MARIO BROS. El soporte preferido en los videojuegos de estrategia es el computador, en el estrato medio, bajo y alto, en orden decreciente; entre menores de 11 y de 19 años y con una leve mayoría entre los hombres respecto de las mujeres.</p> <p>Entre los videojuegos de Aventura Gráfica la mayoría de las menciones fueron para MARIO BROS; a nivel de estrato el Bajo compartió sus preferencias entre MARIO BROS y TONY HAWK, en el Medio y el Alto la preferencia mayoritaria fue para MARIO BROS; entre las mujeres la mayor preferencia fue para MARIO BROS, al igual que para los hombres, aunque un porcentaje significativo ce estos también señaló a TONY HAWK; en cuanto a la edad todos señalaron mayoritariamente a MARIO BROS. Los soportes preferidos para juegos de aventura gráfica son el computador en los sectores medios y altos, aunque un porcentaje importante del medio y el bajo prefieren consola; el computador sigue siendo el preferido entre los menores de 19 años y la consola entre los menores de 11 y 15 años; las mujeres prefieren ampliamente el computador y la consola es mencionada por los dos sexos, pero con una leve mayoría entre los hombres.</p>

(gáster) neoyorkino de ascendencia italiana, que descubre por accidente la entrada a una dimensión paralela donde debe lidiar con monstruos que pretenden usurpar el reino y raptar a la princesa de éste.

Las secuelas del videojuego mantuvieron a los personajes, pero diseñaron una serie de videojuegos que han incorporado nuevos códigos y temáticas..

También está el caso de Final Fantasy que es percibido por un 6,2% como aventura gráfica; por un 4,5% como estrategia; y por un 3,6% como simulador. La existencia de numerosas versiones del Videojuego (aquí analizaremos su 9ª versión) permiten ratificar que el videojuego puede considerarse como parte de una categoría u otra. En este caso se trata de un videojuego que los consumidores denominan como RPG (Role Player Game) algo así como Videojuego de Rol. Aquí el jugador asume la conducción de uno o más personajes que deben transitar por una historia que tomará distintos cursos según sean las decisiones y las metas alcanzadas por cada personaje. Lo mismo ocurre con Zelda considerado por un 1,4% como videojuego de combate; por un 1,5% como estrategia; y por un 4,9% como aventura gráfica. **(Gráfico 4.4.1.5)** Ahora bien, la preferencia por Final Fantasy se da mucho más entre los estratos alto, medio alto y medio bajo; así como tiende a concentrarse en los tramos etéreos mayores (entre 12 y 19 años) y entre los hombres.

Esta multclasificación, curiosamente, también sucede con Tomb Raider (2,8% lo considera de combate y 2,5% como aventura gráfica) y con Tony Hawk (1,4% lo considera Combate; 1,5% como Estrategia; un 2,5% como Aventura gráfica). Tal vez en el primer caso esto se justifique por la importancia que ha tenido Lara Croft como personaje, poseedor de una historia que estructura el funcionamiento del videojuego, cuestión que también justificaría la inclusión de Tony Hawk en la categoría de Aventura gráfica, sin embargo en este último caso no se le registra entre los simuladores, a pesar de que el juego es esencialmente un simulador de un deporte extremo: el Skate Board. **(Gráfico 4.4.1.5).**

Estos datos entregados por la encuesta nos señalan que la clasificación de los videojuegos puede funcionar en algunos casos paradigmáticos donde no hay confusión posible, pero ¿es posible encontrar un videojuego que integre varias categorías a la vez? ¿Y entre estos dos cuál es preferido por los consumidores y por qué?

Los resultados generales de la encuesta nos indican que la mayoría de consumidores reconoce ciertas categorías distintivas entre los videojuegos,

En los videojuegos de simuladores la mayoría mencionó RALLY 97. En el estrato medio se mencionó a MARIO BROS y SPACE SPAIN, mientras que el estrato alto señaló mayoritariamente a RALLY 97 y en menor porcentaje a FIFA; todas las mujeres mencionaron a SPACE SPAIN y entre los hombres la mayoría señaló a RALLY 97 y en porcentajes menores a MARIO BROS y a FIFA; entre los menores las preferencias se dispersaron entre MARIO BROS, SPACE SPAIN y FIFA, mientras que todos los mayores menores de 15 y 19 años señalaron a RALLY 97.

El computador es preferido para juegos deportivos y de estrategia; la consola para deportivos, combate y aventura gráfica; el Gameboy para Aventura gráfica y Combate; y las Máquinas de locales para Combate y Deportivos. Los emuladores son conocidos y utilizados por la mayoría, aunque son más conocidos en el estrato medio y alto, entre los menores de 19 años y entre los hombres.

<p>pero también existe un porcentaje importante de consumidores que sitúa a ciertos videojuegos en dos o más categorías que se supondrían excluyentes. Por lo tanto será en el análisis semiótico de los videojuegos el que nos entregará mayores antecedentes sobre esto.</p> <p>Pero también nos interesa saber las razones manifiestas por las que el consumidor de videojuegos prefiere una u otra categoría y las razones que declararon.</p>	
--	--

4.3.1.3 Razones para elegir distintos tipos de videojuegos (Chile/Temuco)

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
<p>En la elección de videojuegos de Combate priman razones vinculadas a la Violencia (36,8%) y a la Entretención (30,4%); esta tendencia se mantiene en todos los estratos, salvo en el Alto y en el Bajo, donde la entretención aglutina una mayor cantidad de preferencias.</p> <p>A nivel etéreo vemos que las razones que involucran la violencia son más frecuentes entre los menores de 12 y los mayores de 16 años.</p> <p>La tendencia global, adscrita a la violencia, está hegemonizada por mujeres. (Gráfico 4.4.1.11)</p>	<p>En Temuco las razones tienen que ver mayoritariamente con la Violencia y la Entretención. En el Estrato Alto el 100% de las razones dadas para elegir este tipo de videojuegos pertenece a la categoría de la Entretención, en el estrato Medio hay un equilibrio entre las categorías de la Entretención y la Violencia, mientras que en estrato Bajo la mayoría de las razones pertenece a la categoría de la Violencia y en varios puntos menos a la de la Entretención.</p> <p>Entre los menores de 12 años y en el tramo entre 12 y 16 años las razones se vinculan más con la Entretención, y entre los menores de 19 años las razones se dispersan entre la Entretención, la Violencia y la Imagen.</p> <p>Para los hombres sus razones tienen que ver, mayoritariamente, con la Entretención y para las mujeres con la Violencia y la Imagen.</p> <p>(Gráfico 4.4.2.2)</p>
<p>En los videojuegos de Estrategia las principales razones se vinculan a lo Intelectivo (70,2%) y a la Entretención (24,7%).</p> <p>Esta tendencia se mantiene en todos los estratos, salvo en el Bajo, donde la categoría Entretención es mayor que lo Intelectivo.</p> <p>En cuanto a los tramos etéreos la valoración por lo Intelectivo crece a medida que aumenta la edad y es levemente mayor entre los hombres que entre las mujeres, donde más encuestadas se adhieren a razones vinculadas a la Entretención, pero aún así fueron más las que optaron por razones relativas a lo Intelectivo.</p> <p>(Gráfico 4.4.1.12)</p>	<p>Las principales razones para elegir los videojuegos de estrategia en el estrato bajo se vinculan a la Entretención, mientras que en el estrato medio y en el alto tienen que ver con lo Intelectivo.</p> <p>Entre los menores de 12 años sus razones se vinculan más a lo Intelectivo, pero con un porcentaje significativo vinculado a la Entretención; en el tramo de 12 a 15 años las razones vinculadas a lo Intelectivo son más marcadas, al igual que en el tramo de 16 a 19 años.</p> <p>Entre hombres se valora más lo Intelectivo y entre las mujeres son mayoría las que vinculan sus razones a la Entretención.. (Gráfico 4.4.2.4)</p>
<p>En los videojuegos de aventura gráfica las principales razones se vinculan a la entretención (64,3%) y lo intelectual (23,2%).</p> <p>La Entretención es predominante en los estratos Alto, Medio y Bajo, pero lo Intelectivo predomina en el Medio Alto y el Medio Bajo.</p> <p>En cambio las razones de Entretención tienden a disminuir a medida que aumenta la edad y, en el caso de los mayores de 16 años lo Intelectivo y la</p>	<p>En Temuco se puede observar que en todos los estratos las razones para elegir estos videojuegos se vinculan principalmente a la Entretención, y en segundo término a lo Intelectivo, sólo en el estrato medio se mencionan razones vinculadas a la Identificación.</p> <p>Tampoco hay grandes diferencias entre los tramos etéreos, pues en todas las edades las razones están vinculadas a la Entretención, aunque se aprecia que</p>

<p>Identificación alcanzan porcentajes importantes. Las mujeres eligen este tipo de videojuegos fundamentalmente por la Entretención, al igual que los hombres, pero entre estos lo Intelectivo y la Implicación alcanzan porcentajes significativos. (Gráfico 4.4.1.13)</p>	<p>en el tramo de 12 a 15 años lo Intelectivo tiene una mayor importancia relativa y lo mismo sucede con la Identificación en el tramo de menores de 19 años. En el caso de los hombres sus razones tienen que ver más con la Entretención y también le dan una mayor importancia relativa a lo Intelectivo y en menor medida a la Identificación. Mientras que las mujeres acentúan su adscripción a la Entretención, seguida por lo Intelectivo y un porcentaje menor a la Violencia. (Gráfico 4.4.2.6)</p>
<p>En los videojuegos de Simuladores las principales razones se vinculan a la Identificación e Implicación (51,4%), y la Entretención (28,6%). La tendencia se mantiene en todos los estratos pero en el estrato Medio la Identificación y la Entretención son equivalentes, mientras que en el estrato Bajo la Entretención es mayoritaria. En términos de edad los mayores de 16 y de 12 años adscriben a razones de Identificación, mucho más que los menores de 12 años que tienden a preferirlos por la Entretención. La tendencia también se mantiene entre los hombres, pero entre las mujeres las razones de entretención, identificación y la violencia son preferidas casi homogéneamente. (Gráfico 4.4.1.14)</p>	<p>En cuanto a los videojuegos de Simuladores en el estrato Bajo el 100% dijo preferirlos porque “me relaja” y en el estrato medio las razones principales (33,3% c/u) fueron tres: “son reales”, “dan ganas de jugar” y “son entretenidos”; en el estrato Alto la mitad los elige por “son reales” y la otra mitad se reparte entre “me gusta” y “son difíciles”. Un 26,7% de los hombres dijo preferirlos porque son entretenidos y por que hay más acción (13,3%), seguidos por otras razones en menor porcentaje: más rapidez, son sangrientos, me gusta, me gusta para luchar, me siento más, son buenos, me gusta la aventura, son bacanes, son reales; en cambio las mujeres repartieron sus preferencias en 6 razones (16,7% c/u): son entretenidos, hay acción, más rapidez, son sangrientos, salen monitos animados y aprender. (Gráfico 4.4.2.8)</p>

A partir de estas cifras se reafirma que el consumo de estos objetos generalmente se evalúa desde la norma parental, relativa al significado de los contenidos que entrega el discursos del videojuego y, si se quisieran sacar algunas conclusiones se debiera tener en consideración que el videojuego también entrega información a través del significante y de ahí se podrá entender con mayor claridad porqué conceptos como Entretención se asocian a categorías como Combate y lo Intelectivo se asocia a aventuras .

La encuesta nos reafirma que la apreciación del consumidor puede darse tanto en la dimensión del significado, que transmite el videojuego (lo que usualmente se denomina contenidos) así como la recepción de energía pulsional asociada al significante.

Ahora bien, cabe preguntarse a través de qué transmite el videojuego cada una de las categorías mentales asociadas a su consumo. Para ello será necesario remitirnos al análisis semiótico de los videojuegos.

Las estadísticas que se analizan a continuación también nos entregará mayores indicios respecto del universo pulsional del universo estadístico (presencia de la violencia y el conflicto en la cotidianidad, relación con la tecnología, etc.)

4.3.1.4 La computación y la tecnología en la vida cotidiana (Chile/Temuco)

Asimismo resulta importante sino fundamental trazar un panorama actualizado respecto del entorno cotidiano de los niños y jóvenes, particularmente en aquello que tiene que ver con tecnología. La presencia de la computación en la vida cotidiana de los jóvenes y de los niños no sólo se reduce al manejo más o menos expedito de la tecnología, se trata también de la cultura que gira en torno a la tecnología.

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
<p>La amplia mayoría de los encuestados señaló que la computación le gusta y que la utiliza en la escuela. El uso de la computación en la escuela es homogéneo en todos los estratos socioeconómicos, etéreos y respecto del sexo los hombres se sitúan un punto por sobre las mujeres (Gráfico 4.4.1.15)</p>	<p>La computación le gusta a la mayoría de los encuestados en Temuco (95%), y también es usada mayoritariamente en la escuela (77%). (Gráfico 4.4.2.9)</p> <p>El gusto por la computación es compartido por todos los estratos socioeconómicos por igual, al igual que entre los distintos tramos etéreos y entre ambos sexos, aun cuando se registra una leve mayoría de preferencias entre las mujeres.</p> <p>En el caso del uso de la computación en la escuela vemos que el estrato Bajo la utiliza un poco menos (28%) que los estratos Medio y Alto (36%).</p> <p>En cuanto a la distribución etérea observamos que los menores de 12 años son los que más usan la computación en su escuela y la tendencia tiene a disminuir a medida que aumenta la edad de los encuestados al tramo de 12 a 15 años (26%) y al tramo de 16 a 19 años (20%).</p> <p>Respecto de la distribución por género son las mujeres las que construyen una leve mayoría (52%) en lo que respecta la uso del computador en la escuela. (Gráfico 4.4.2.9)</p>
<p>Además de eso declararon que el principal uso que le dan a la computación, en primera instancia, es el Estudio (38%) y al Trabajo (24%) que considerados en conjunto como Fines utilitarios acumulan el 62%, seguido por el Juego (26%). (Gráfico 4.4.1.16)</p>	<p>Al señalar el uso que le dan a la computación, en primera instancia, la mayoría (57%) señaló un propósito utilitario (Estudiar 41% y Trabajar 18%) y solo el 21% dice ocuparla para Jugar.</p> <p>En segunda instancia un 27% señala el Juego como el uso habitual y un 10% señala propósitos utilitarios (Trabajar 7% y Estudiar 3%). (Gráfico 4.4.2.10)</p>
<p>Se puede observar que la tendencia es prácticamente la misma en todos los estratos, sólo en el estrato Medio y Medio Alto se registran porcentajes superiores al promedio general en lo concerniente a la opción Jugar.</p> <p>Al observar la estadística según edad se ve que la tendencia por utilizar el computador prioritariamente para Jugar tiende a disminuir a medida que aumenta la edad.</p> <p>En relación a la conducta según género vemos la tendencia se mantiene, pero que los hombres utilizan mayoritariamente el computador para Jugar, mucho más que las mujeres. (Gráfico 4.4.1.17 al 4.4.1.19)</p>	<p>En términos socioeconómicos los propósitos utilitarios son más altos en el estrato Bajo (Estudiar 66,7% y Trabajar 11,1%) y en el estrato Alto (Estudiar 59,1% y Trabajar 27,3%), mientras que en el estrato Medio es menor (Estudiar 32,4% y Trabajar 21,6%), en este último estrato el Juego es una opción que alcanza un porcentaje superior a la media (35,1%). (Gráfico 4.4.2.11)</p> <p>La utilización en términos utilitarios no está determinada por el factor etéreo, en la primera instancia, aquí sólo la opción Jugar está marcada por las preferencias del tramo de 12 a 15 años. (Gráfico 4.4.2.12)</p> <p>No existen mayores diferencias entre hombres y mujeres en el uso asignado a la computación, en</p>

	<p>primera instancia, talvez lo único destacable es la diferencia por un punto más a favor de los hombres en la opción Estudiar y por 5 puntos en la opción Jugar. (Gráfico 4.4.2.13)</p>
<p>En segunda instancia la mayoría dijo utilizar la computadora para Jugar (49,4%) y Navegar por Internet (26,9%). En los distintos estratos puede verse que la opción jugar es claramente mayoritaria entre el estrato bajo, medio bajo y medio, pero en los estratos medio alto y alto la opción navegar por internet es mayoritaria, por un par de puntos a la opción jugar. Ahora bien, a medida que aumenta la edad disminuye el uso de la computación para Jugar y aumenta el Uso de Internet. En cuanto al género no hay mayores diferencias. (Gráfico 4.4.1.17 al 4.4.1.19)</p>	<p>En la segunda instancia vemos que el Juego es mayoritario en el estrato Bajo (73%) y en el Medio (50%), incluso en el Alto alcanza un porcentaje bastante significativo (33,3%), pero en este estrato un alto porcentaje (46,7%) prefiere la computación para Navegar en Internet, también en el estrato Medio (25%). (Gráfico 4.4.2.11) En la segunda instancia la opción Juego es marcada por los menores de 12 (65%) y el tramo de 12 a 15 años (50%) y la navegación por Internet es preferido por el tramo de 16 a 19 años (42,9%). (Gráfico 4.4.2.12) En relación al género es posible apreciar una diferencia mucho más marcada en la segunda instancia, donde las mujeres determinan con sus preferencias la Navegación por Internet, cuestión que se revierte en la opción jugar donde los hombres alcanzan los porcentajes más altos. (Gráfico 4.4.2.13)</p>
<p>También encontramos que la mayoría (43,5%) se autocalificó, en primera instancia, como la persona que más sabe de computación en su casa; esta tendencia se mantiene en distintas proporciones en todos los estratos socioeconómicos, pero en todos los estratos, especialmente en el estrato Medio Alto y en el Bajo también es significativo el porcentaje de los que señala a los hermanos como los que más saben. La tendencia a considerarse a sí mismo como la persona que más sabe de computación en su casa claramente está determinada por la edad, puesto que aumenta a medida que los encuestados son mayores, incluso puede observarse que los porcentajes de quienes asignan ese saber a los padres es mucho mayor entre los menores de 12 años. También queda claro que los hombres, mucho más que las mujeres tienden a considerarse como los poseedores de ese saber, entre las mujeres el porcentaje de los hermanos tiende a subir bastante, al igual que el de los padres. (Gráfico 4.4.1.20 al 4.4.1.23)</p>	<p>Respecto al nivel de conocimiento en computación la mayoría se reconoce como la persona que más sabe de computación en su casa, seguido por un hermano o hermana, y en segunda instancia señalan mayoritariamente a sus hermanos u otros parientes; mientras que los padres pocas veces son percibidos como personas que sepan de computación. (Gráfico 4.4.2.14) En el estrato Alto y Bajo más del 50% se considera a sí mismo como la persona que más sabe de computación en su casa, en primera instancia, pero en el estrato Medio este conocimiento se reparte entre ellos mismos (32%), los hermanos (27%), otros parientes (22%) y el padre (19%). (Gráfico 4.4.2.15) Los menores de 12 años señalaron mayoritariamente a ellos mismos y a su padre; los del tramo entre 12 y 15 años señalaron a ellos mismos y a otros parientes; finalmente los del tramo entre 16 y 19 años señalaron a ellos mismos y a sus hermanos.. (Gráfico 4.4.2.16) Para las mujeres el saber se reparte entre ellas, sus hermanos, su padre y otros parientes; mientras que entre los hombres se señalan ellos mismos. (Gráfico 4.4.2.17)</p>
<p>En segunda instancia, la mayoría indicó a alguno de sus hermanos (43%) como la persona que más sabía de computación en su casa.; este porcentaje se mantiene por sobre el 50% en caso todos los estratos, salvo en el bajo, donde el porcentaje asignado a otros parientes es mayor y en el medio donde el porcentaje</p>	<p>En esta pregunta las respuestas en segunda instancia, por ser estadísticamente no relevantes, se excluyen de este análisis.</p>

<p>asignado al padre es un poco menor a la opción de los hermanos. Asimismo la importancia asignada a los hermanos tiende a disminuir a medida que aumenta la edad, pero es prácticamente igual entre hombres y mujeres. (Gráfico 4.4.1.20 al 4.4.1.23)</p>	
<p>Respecto de quien maneja mejor la tecnología en su casa, la mayoría se mencionó a sí mismo en primera instancia (48,3%) y a sus hermanos (25,8%); y en segunda instancia a sus hermanos (35,8%) y a su padre (22,6%). (Gráfico 4.4.1.24)</p>	<p>Al consultarles sobre la persona que maneja mejor la tecnología en sus casas, en primera instancia un 45% se reconoció a sí mismo, un 24% a sus hermanos y un 13% a su padre; luego, en segunda instancia situaron al padre, la madre y los hermanos, cada uno con un 3%. Por tratarse de porcentajes poco significativos solo consideraremos las respuestas de la primera mención. (Gráfico 4.4.2.18)</p>
<p>En la primera instancia la tendencia se mantuvo en todos los estratos, pero entre los menores de 12 la opinión sobre quién posee el saber tecnológico se reparte entre ellos mismos, sus hermanos y su padre, cuestión que se va diferenciando a medida que aumenta la edad, con una clara tendencia a desplazar a los padres por los hermanos y por ellos mismos. Esta marcada diferenciación es mayor entre los hombres, puesto que las mujeres tienden a “repartir” este saber entre ellas, sus hermanos y su padre. (Gráfico 4.4.1.25 al 4.4.1.27)</p>	<p>En el estrato Bajo el 50% se señaló a sí mismo y el padre y la madre se llevaron el 20% de las menciones cada uno, en el estrato Medio el 48,6% se señaló a sí mismo y el 24,3% mencionó a sus hermanos, en el estrato Alto el 44,4% se señaló a sí mismo y el 33,3% a sus hermanos (Gráfico 4.4.2.19). Entre los menores de 12 años el 32,5% se señaló a sí mismo, el 30% a sus hermanos y el 22,5% a su padre, mientras que en el tramo de 12 a 15 años un 65,2% se señaló a sí mismo y sólo un 17,4% a sus hermanos, en el tramo de 16 a 19 años el 57,1% se mencionó a sí mismo como el que más sabe de tecnología en su casa y el 28,6% a sus hermanos(Gráfico 4.4.2.20). El 39,5% de las mujeres señalaron a sus hermanos, y en contra de la tendencia general sólo un 25,6% se mencionó a sí mismo, mientras que un 70% de los hombres se mencionó a sí mismos y sólo un 12,2% a sus hermanos. (Gráfico 4.4.2.21)</p>
<p>En la segunda instancia el estrato Medio Bajo es donde los hermanos son percibidos como referentes de saber, mientras que en el estrato Bajo, Medio y Medio Alto los porcentajes están cercanos a la media global de 36%, registrándose el más bajo en el estrato Alto, donde sólo alcanza al 14,3%, siendo desplazados por el padre y la madre, cada uno con porcentajes de 42,9%, bastante por encima de la media global. (Gráfico 4.4.1.25 al 4.4.1.27) Con ello se reafirma la tendencia que observamos respecto de los computadores: son los pares quienes comparten un saber respecto de la tecnología, mismo saber que es mayoritariamente ajeno a los adultos. Al parecer existe una percepción generalizada entre niños y jóvenes que los hace apreciarse a ellos y a las generaciones más próximas como los verdaderos “expertos” en el uso de la tecnología. Curiosamente los adultos, no sabemos si incluyen a los profesores porque sólo se preguntó sobre su hogar, no son</p>	<p>En esta pregunta las respuestas en segunda instancia, por ser estadísticamente no relevantes, se excluyen de este análisis.</p>

vistos mayoritariamente como un referente del saber en el ámbito de la tecnología.	
--	--

4.3.1.5 Mundo interior y relación con el entorno social (Chile/Temuco)

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
En términos globales la relación con los padres es calificada por la mayoría como muy buena (60%) y buena (27,7%). (Gráfico 4.4.1.28)	En Temuco el 65% de los encuestados calificó la relación con sus padres como Muy Buena, el 24% como Buena, 6% como Regular, 2% como Mala y solo el 1% como Muy Mala. (Gráfico 4.4.2.22)
<p>Esta percepción, mantiene esa proporción en todos los estratos socioeconómicos, salvo en el estrato Medio Alto, donde la opción Muy Buena pierde importancia relativa, mientras que la opción Regular alcanza un porcentaje de 21%, muy por encima de la media global. Cabe destacar que sólo en el estrato bajo y en el Alto la relación es percibida como mala por un 2,7% de los encuestados, puesto que en los otros estratos esta opción no figura con ningún porcentaje. La opción Muy mala es bastante marginal y sólo se registra en el estrato Medio (1,4%) y en el Alto (1,3%). (Gráfico 4.4.1.29)</p> <p>En lo referente a la incidencia del tramo etéreo sobre el grado de satisfacción en la relación con los padres puede observarse que no hay mayores diferencias, pero es posible identificar que la evaluación negativa radica en muy bajos porcentajes en todos los tramos de edad, pero el mas alto porcentaje relativo se da en el tramo de 12 a 15 años (3,4%, Mala). (Gráfico 4.4.1.30)</p> <p>Cuando observamos según el Sexo de los encuestados se aprecia que las tendencias son homogéneas y bastante similares a la media global, es decir, un alto porcentaje, tanto en hombres como en mujeres evalúa la relación con sus padres como muy Buena y Buena. La evaluación regular es mayor entre las mujeres pero la evaluación mala y Muy mala es mayor entre los hombres. (Gráfico 4.4.1.31)</p>	<p>En el estrato Bajo el 45% la calificó de Muy Buena, el 25% de Buena, el 20% de Regular y sólo el 10% de Mala.; en el estrato Medio el 72,5% la califica como Muy Buena y el 25% como Buena y sólo el 2,5% como Muy Mala, mientras que en el estrato Alto el 71,4% la califica como Muy Buena, el 25% como Buena y sólo el 3,6% como Regular, por lo tanto la tendencia indica que la calidad de las relaciones padre - hijo tiende a deteriorarse en los estratos socioeconómicos más precarios (Gráfico 4.4.2.23).</p> <p>En cuanto a la edad vemos que en el tramo de menores de 12 años un 61% califica la relación como Muy Buena, el 26,8% como Buena, el 9,8% como Regular y el 2,4% Muy Mala; en el tramo de 12 a 15 años el 60,9% la califica como Muy Buena, el 26,1% como Buena, el 8,7% como Mala y el 4,3% como Regular; en el tramo de 16 a 19 años el 79,2% la califica como Muy Buena y el 20,8% como Buena, por lo tanto se percibe un pequeño indicio de que las evaluaciones negativas de la relación son más frecuentes entre los encuestados menores de 12 años. (Gráfico 4.4.2.24)</p> <p>Por su parte el 57,8% de las mujeres califica la relación con sus padres como Muy Buena, el 33,3% como Buena, el 6,7% como Regular y un 2,2% como Muy Mala, por su parte el 74,4% de los hombres la califica como Muy Buena, el 16,35 como Buena, el 4,7% como Regular y el 4,7% como Mala, tenemos entonces que la relación de las mujeres con sus padres tiende a ser menos buena que la relación de los hombres con sus padres. (Gráfico 4.4.2.25)</p>
Ahora bien, al consultarles sobre quién es la persona con la cual tienen los conflictos más graves la estadística global señala, en primera instancia, a sus padres (34,5%), a sí mismo (20,4%), a sus amigos (19,6%) y a sus profesores (10,2%); y en segunda instancia se mencionaron a si mismos (35,7%), a sus profesores (16,1%), a sus compañeros (12,5%) y a sus amigos (12,5%). Lo que nos estaría indicando la presencia de conflictos no reconocidos totalmente o de la existencia de una matriz afectiva donde el conflicto es asumido como parte de la vida, lo que será necesario dilucidar en las entrevistas en profundidad. (Gráfico 4.4.1.32)	Los conflictos más graves, curiosamente son con los padres (32%), los amigos (22%), consigo mismo (18%) y con sus profesores (7%). En esta pregunta un alto porcentaje (16%) dijo no saber o no contestó y en la segunda instancia fueron tan pocos los que contestaron que no consideramos pertinente analizar la segunda mención a esta pregunta. (Gráfico 4.4.2.26)

<p>En la primera mención la conflictividad con los padres se presenta con más frecuencia en el estrato Medio alto (51,9%), pero en los demás estratos el porcentaje bordea el 30%, lo que constituye una cifra bastante significativa, considerando las respuestas a la pregunta anterior, también se observa que la mayor conflictividad consigo mismo se da en el Estrato Medio Bajo y en el Alto; pero al observar el gráfico que da cuenta de la estadística según edad vemos que la conflictividad con los padres no es exclusiva a ningún tramo, pero donde si se presenta una diferencia es en el caso de la conflictividad consigo mismo, allí queda claro que ese tipo de conflicto aumenta a medida que crecen los encuestados. Bajo la óptica del género no hay mayores diferencias. (Gráfico 4.4.1.33 al 4.4.1.35)</p>	<p>Podemos decir que en el estrato Bajo los conflictos a los que se le asigna mayor gravedad son con los padres (41,2%) y con los amigos, por igual (41,2%), incluso esto último, si le sumamos el porcentaje de los compañeros (11,8%) pasa a ser el conflicto que se percibe como más grave; en el estrato Medio e le asigna más gravedad a los conflictos con los padres (37,8%) y consigo mismo (27%), mientras que los amigos disminuyen su importancia (18,9%) y aumenta la de los profesores (10,8%), más que en los otros estratos; en el estrato Alto también se sitúa n los conflictos más graves con los padres (36,4%), seguidos de los amigos (27,3%) y ellos mismos (27,3%). (Gráfico 4.4.2.27)</p> <p>En cuanto a la edad es notorio que entre los menores de 12 años es lejos el tramo etéreo donde los conflictos a los que se les asigna más gravedad son con los padres (44,1%) y con los amigos (35,3%); en el tramo de 12 a 15 años la gravedad del conflicto con los padres sigue siendo alta pero tiende a disminuir (36,8%) cediendo terreno a los conflictos consigo mismo (26,3%), con los amigos (15,8%) y con los compañeros (15,8%); finalmente en el tramo de 16 a 19 años la gravedad del conflicto con los padres alcanza los mismos niveles (30,4%) que la gravedad del conflicto consigo mismo y es seguido de cerca por la gravedad del conflicto con los amigos (21,%) y con los profesores (13%), este último alcanza el nivel más alto en comparación con los otros niveles etéreos.</p> <p>(Gráfico 4.4.2.28)</p> <p>Para las mujeres la gravedad del conflicto con los padres es levemente superior (34,2%) que con los amigos (31,6%) y es seguido de cerca por el conflicto consigo misma (21,1%), es válido hacer notar que entre las mujeres la gravedad asignada al conflicto con los profesores alcanza niveles más altos que entre los hombres (10,5%); entre los hombres la gravedad del conflicto con los padres es lejos superior a otras instancias (42,1%) como los amigos (21,1%) e incluso ellos mismos (21,1%), otros sujetos de conflicto como los compañeros (7,9%) y los profesores (5,3%) alcanzan porcentajes más bajos.</p> <p>(Gráfico 4.4.2.29)</p>
<p>En la segunda mención la conflictividad consigo mismo tiende a bajar a medida que baja el estrato de los encuestados, con la sola excepción del estrato Medio Alto, donde el conflicto con los hermanos alcanza al 50%, bastante arriba de la media global; en el caso de los tramos etéreos vemos que los menores de 12 años tienen conflicto en similar proporción consigo mismo y on los amigos, los menores de 15 años marcan como fuente de conflicto a sí mismos y a los profesores y los menores de 19</p>	<p>En esta pregunta las respuestas en segunda instancia, por ser estadísticamente no relevantes, se excluyen de este análisis.</p>

años se reconocen a si mismos y a sus parejas como las principales fuentes de conflicto. Entre hombres y mujeres la principal fuente de conflicto, en segunda instancia, son ellos mismo y en menor porcentaje sus profesores y sus amigos o compañeros, casi en las mismas proporciones. (Gráfico 4.4.1.33 al 4.4.1.35)	
---	--

4.3.1.6 Opiniones sobre el videojuego (Chile/Temuco)

Estadística NACIONAL	Estadística TEMUCO
<p>El 37,6% de los encuestados señaló que el videojuego no tenía valor educativo para ellos. El 12,1% dijo no saber y el 50,1% de los encuestados señaló algún valor educativo en los videojuegos. Al agruparlos en categorías tenemos que un 31,1% le asigna un valor perteneciente a la categoría de lo intelectivo; un 7,8% a la categoría de la entretención; un 9,1% a la categoría de los valores; un 1,4% a la categoría de las emociones y un 0,7% dijo que su valor educativo era relativo (depende). (Gráfico 4.4.1.36)</p>	<p>En Temuco el 53,4% de los encuestados declaró no saber o no quiso responder si el videojuego tiene un valor educativo para ellos, sin embargo el 26,7% señaló que no tenía ningún valor educativo y sólo el 19,8% encontró algún valor (12,1% le asignó un valor del orden intelectivo y 6,6% un valor de entretención), finalmente un 1,1% relativizó su valor educativo. (Gráfico 4.4.2.30)</p>
<p>La valoración de lo intelectual tiende a captar la mayoría de las preferencias en todos los estratos, pero es en el estrato medio alto donde alcanza el mayor porcentaje (54.6%) y en el estrato alto (36.4%), mientras que la categoría de los valores es mayor en los estratos Bajo (1.8%) y Alto (11.4%) y tiende a bajar en el estrato medio alto (9.1%) y en el medio (5.8%), la categoría de entretención sólo se registra en los estratos bajo (11.1%), medio (11.4%) y Alto (7.7%). El único estrato donde la categoría de las emociones logra representación es en el medio bajo (12.6%). (Gráfico 4.4.1.37)</p> <p>En relación a la edad vemos que la valoración de lo intelectual aumenta con la edad y la categoría de la entretención tiende a bajar a medida que aumenta la edad; lo mismo sucede con la categoría de los valores. (Gráfico 4.4.1.37)</p> <p>Respecto del valor educativo que le asignan a los videojuegos un 58,5% de los hombres le asigna valor educativo, contra un 32,5% que no le asigna ningún valor.</p> <p>Entre los hombres que le asignan valor educativo al videojuego vemos que un 35,1% entrega razones vinculadas a lo intelectual, un 11,7% a los valores, un 7,8% a la entretención y un 2,6% a las emociones.</p> <p>Entre las mujeres un 40,7% le asigna un valor educativo al videojuego, un 43,8% no le asigna ningún valor educativo y un 15,6% que no sabe.</p> <p>Entre las mujeres que le asignan valor educativo al videojuego un 23,4% entrega razones vinculadas a lo intelectual, un 7,8% a las emociones y un 6,4% a los valores. (Gráfico 4.4.1.37)</p>	<p>En el estrato Bajo el 27% dijo que no tenía valor educativo y solo el 2% encontró algún valor (1% intelectual y 1% entretención), mientras que la mayoría (67%) dijo no saber o no contestó; en el estrato Medio el 41% dijo que no tenía ningún valor educativo, el 27% no contestó, el 22% le asignó un valor vinculado a lo intelectual, un 7% a la entretención y un 3% a lo valórico; en cambio en el estrato Alto un 68% no contestó, 13% dijo que no tenía valor educativo, 9% le asignó un valor vinculado a lo intelectual, un 7% a la entretención y un 3% un valor relativo. (Gráfico 4.4.2.31)</p> <p>Entre los menores de 12 años el 41% no sabe o no contesta, otro 41% dice que no tiene ningún valor educativo, un 9% le asigna un valor de orden intelectual, un 7% de entretención y un 3% de valores; en el tramo de 12 a 15 años el 54% no sabe o no contesta, el 28% señala que no tiene ningún valor educativo, el 12% le asigna un valor de orden intelectual, el 3% de entretención y el 3% de valores; en el tramo de 16 a 19 años un 61% no sabe o no contesta, un 15% dice que no tiene valor educativo, el 16% le asigna un valor de orden intelectual, el 4% de entretención y el 4% un valor relativo, por lo tanto queda en evidencia que el valor de orden intelectual se considera más a medida que aumenta la edad de los encuestados y que el valor de entretención es mayor entre los más pequeños. (Gráfico 4.4.2.31)</p> <p>El 59% de los hombres no sabe o no contesta, un 21% dice que no tiene valor educativo, el 12% le asigna un valor de orden intelectual, un 4% de entretención un 2% del orden valórico y un 2% le asigna un valor relativo, mientras que el 50% de las</p>

	<p>mujeres no sabe o no contesta, el 34% dice que no tiene valor educativo, el 10% le asigna un valor de orden intelectual, un 4% de entretenimiento y un 2% un valor del orden de lo valórico. (Gráfico 4.4.2.31)</p>
<p>Respecto del parecido del animé y los videojuegos un 70% de los encuestados se inclinó a encontrarlos parecidos. Esta percepción es homogénea a nivel de todos los estratos socioeconómicos, con una leve acentuación en los estratos medio bajo y estrato alto. Lo mismo ocurre a nivel etéreo, donde sólo en el estrato de menores de 19 años se registra una leve ventaja porcentual por sobre los otros tramos. Existe una leve ventaja porcentual de los hombres respecto a esta apreciación, pero aún así las mujeres alcanzan un porcentaje de 45%. (Gráfico 4.4.1.38)</p>	<p>Sobre el parecido de los videojuegos y el animé el 45% de los encuestados en Temuco señaló que se parecen, el 21% dijo que no se parecen y el 34% señaló que no sabe o no contesta. (Gráfico 4.4.2.32) En el estrato Bajo el 63,2% dijo que se parecen, en el estrato medio el 58,3% y en el estrato Alto el 87,5%. Entre los menores de 12 años el 75,8% los encontró parecidos, en el tramo de 12 a 15 años el 50% y en el tramo de 16 a 19 años el 75%. Un 71,4% de los hombres los encontró parecidos y un 64,5% de las mujeres también señaló que se parecen. (Gráfico 4.4.2.32)</p>
<p>Al someter a los encuestados a una auto evaluación respecto del grado de compromiso que están dispuestos a declarar en relación con los videojuegos, curiosamente los porcentajes tendieron a repartirse bastante equitativamente entre las opciones menos comprometidas (Te gustan 19%) y las más comprometidas (soy fanático 22%), y un porcentaje similar alcanzó la opción de mayor compromiso, lo que nos indica que, a pesar de la existencia de un 34,3% de encuestados a los que les dan lo mismo los videojuegos existe un 65,7% que manifiesta algún grado de compromiso con los mismos. (Gráfico 4.4.1.39)</p>	<p>Al sondear la autoevaluación que hacen sobre su relación con los videojuegos el 43% de los encuestados en Temuco señaló que les daban lo mismo, el 30% dijo que le gustan, el 11% se considera fanático y el 10% se considera aficionado. (Gráfico 4.4.2.33)</p>
<p>Ahora bien, a nivel de estrato la evolución de los grados de compromiso toma el siguiente orden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - estrato alto: indiferencia, afición, fanatismo y gusto simple; - estrato medio alto: gusto simple, afición, indiferencia y fanatismo; - estrato medio: indiferencia, fanatismo, gusto simple y afición; - estrato medio bajo: afición, indiferencia, fanatismo y gusto simple; - estrato bajo: indiferencia, fanatismo, afición y gusto simple. <p>En cuanto a la edad se aprecia claramente que la indiferencia aumenta con la edad, mientras que el fanatismo y la afición disminuyen. El gusto simple tiende a disminuir en la edad mediana, pero repunta vigorosamente entre los menores de 19 años.</p> <p>Entre los hombres el grado de compromiso con los videojuegos toma el siguiente orden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - fanatismo, afición, indiferencia y gusto simple; 	<p>En el estrato Bajo al 50% le da lo mismo, el 22% se considera fanático, el 16,7% se considera aficionado y al 11,1% le gustan; en el estrato Medio al 40,5% le da lo mismo, al 35,1% le gustan, el 13,5% se considera fanático y el 10,8% aficionado; en el estrato Alto al 50% le da lo mismo, al 40% le gustan, el 6,7% se considera aficionado y el 3,3% se considera fanático; por lo tanto los mayores grados de adhesión estarían en los estratos socioeconómicos más bajos. (Gráfico 4.4.2.34) En cuanto a la edad vemos que entre los menores de 12 años al 48,6% le dan lo mismo los videojuegos, al 24,3% le gustan, al 13,5% se siente fanático y el 13,5% se siente aficionado; en el tramo de 12 a 15 años el 39,1% le dan lo mismo los videojuegos, al 30,4% le gustan, el 17,4% se siente fanático y el 13% se siente aficionado; en el tramo de 16 a 19 años al 48% le dan lo mismo, al 44% le gustan, el 4% se siente fanático y el 4% se siente aficionado a los videojuegos, por lo tanto se concluye de lo anterior que la adhesión a los videojuegos tiene su expresión más pronunciada en el tramo de 12 a 15 años, donde aficionados y fanáticos alcanzan los mayores porcentajes por sobre la media. (Gráfico</p>

<p>mientras que para las mujeres toma este orden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - indiferencia, afición, gusto simple y fanatismo. <p>(Gráfico 4.4.1.39)</p>	<p>4.4.2.35) En cuanto a las mujeres el 56,8% señaló que les daban lo mismo los videojuegos, el 29,5% que le gustan, el 6,8% se considera fanática y el 6,8% aficionada, mientras que al 34,1% de los hombres les da lo mismo, al 34,1% le gustan los videojuegos, el 17,1% se siente fanático y el 14,6% se siente aficionado; claramente es entre los hombres donde los grados de adhesión se acentúan por sobre la media general de la ciudad de Temuco. (Gráfico 4.4.2.36)</p>
---	---

4.3.2 Conclusiones análisis estadístico comparado (Chile/Temuco)

Temuco es una ciudad que representa bastante el perfil económico y social del sur de Chile, se trata de un centro urbano orientado a los servicios vinculados principalmente al sector silvoagropecuario, que en los últimos años ha experimentado un crecimiento bastante acelerado en lo referente al comercio, la banca y la educación superior. En términos geográficos Temuco se emplaza en un territorio rodeado de lagos, bosques y praderas; su clima es bastante lluvioso, con episodios de sequía eventual durante el verano.

Elegimos a Temuco como muestra de control respecto de la media nacional porque el crecimiento de la tenencia de consolas de videojuegos en esta ciudad, entre el año 1996 y 1999 fue de 100%, según el estudio del Consejo Nacional de Televisión.²¹

Estas estadísticas también fueron seleccionadas como insumo porque nos permitieron observar un contexto social que no se caracteriza por la saturación de lugares donde se comercializan estos objetos. De esta manera verificamos que el fenómeno de consumo del videojuego no tiene una dependencia excesiva de la oferta comercial, en términos de estructura y guarda grandes similitudes con el contexto nacional, obedeciendo a formas de funcionamiento detectables en cualquier punto del país, aunque se registran fluctuaciones en áreas específicas.

Ahora bien, a partir del análisis estadístico precedente detectamos que en Temuco el gusto por los videojuegos de Estrategia tiende a ser el mayor, pero se mantiene la tendencia nacional de considerar entre las tres primeras preferencias los videojuegos de Aventura Gráfica y Combate.

En el caso de los videojuegos de Combate la tendencia nacional y local nos indica que este tipo de videojuegos tiene mayor aceptación entre los sectores socioeconómicos Bajos, pero en lo relativo a la edad Temuco registra como consumidores mayoritarios de estos videojuegos a los menores de 12 y de 16 años, mucho más que a los mayores de 16 años, que en la estadística nacional son los que hegemonizan las preferencias de este tipo de videojuegos. En el caso del género la tendencia de los hombres como consumidores mayoritarios de este tipo de videojuegos se acentúa muchísimo respecto de la media nacional.

Con los videojuegos de Estrategia notamos que la tendencia nacional se revierte en Temuco, donde el gusto por estos videojuegos aumenta entre los sectores socioeconómicos Altos y, a nivel etéreo, entre los más pequeños. También es importante consignar que, aún cuando los hombres son los que más gustan de estos videojuegos la participación porcentual de las mujeres aumenta bastante respecto de la media nacional.

Para los de Aventura Gráfica la variable socioeconómica tiende a equipararse a la media nacional, a excepción de una mayor participación porcentual del estrato Alto, la tendencia también se mantiene respecto de la variable de la edad y del género, también con mayores participaciones porcentuales de los menores de 12 y de las mujeres respectivamente.

En cuanto a los videojuegos de Simuladores también se mantiene la tendencia nacional de aumentar el gusto por ellos a medida que aumenta el estrato socioeconómico, pero se revierte en relación a la variable edad, pues en Temuco son los más pequeños los que más dicen gustar de ellos, en cambio la media nacional apunta a los mayores como sus consumidores más entusiastas. En cuanto a la variable de género siguen siendo los hombres los que más gustan de este tipo de videojuegos.

De lo anterior lo que más llama la atención es el papel determinante que tienen los niños más pequeños en el consumo de los videojuegos y el aumento porcentual por sobre la media que experimentan las mujeres de Temuco en sus gustos respecto de algunos tipos de videojuegos. También llama la atención que en

²¹ Ver Tablas 1 y 2 en las pp. 7 y 8 de esta investigación.

los videojuegos de Combate y Estrategia la incidencia de la variable socioeconómica se aleje de la media nacional y sean los sectores socioeconómicos más altos los que aumenten su participación porcentual. Atribuimos esto principalmente a la escasa presencia de espacios de socialización del consumo del videojuego en lugares públicos y a que el consumo, en su variante pública, no está totalmente arraigado en esta ciudad, tal vez por la estructura de una cotidianeidad fuertemente basada en la vida hogareña y los establecimientos educacionales, reproductores de la norma parental que no siempre acepta este tipo de consumos. En Temuco la calle en particular y la ciudad en general, no se constituyen en un territorio abierto a los niños y jóvenes por lo tanto el circuito tiende a tomar vías más cercanas a los espacios de socialización permanente (hogar y escuela) y en algunos casos vías tecnológicas de acceso restringido como la Internet.

Vemos que la violencia y la entretención son la razón principal para elegir los videojuegos de combate, tanto a nivel nacional como en Temuco, pero en esta ciudad nos llama particularmente atención que todo el estrato Alto señaló razones vinculadas a Entretención y el estrato Bajo se polarizó hacia la Violencia. Tenemos aquí un estrato que tiende a “consumir” el videojuego desde el significante y otro desde los significados, aunque no es tan extraño si analizamos más detenidamente el contexto social de Temuco, donde la pobreza genera hacinamiento e inestabilidad familiar debido a la precariedad de los empleos estacionales asociados a la agricultura y al rubro forestal, sometido a los conflictos entre empresas forestales y comunidades mapuche. Pero estas son hipótesis que debieran formar parte de otro estudio más explicativo o interpretativo. En una investigación de ese tipo también debiera abordarse la mayoritaria adscripción de las mujeres a las razones vinculadas a la Violencia, cuando explicaron su gusto por lo videojuegos de combate.

La entretención sigue siendo la razón por la que el estrato Bajo tiende a preferir los de Estrategia y lo Intelectivo la principal razón en los otros estratos, tendencia que tiende a subir a medida que aumenta la edad. Se mantienen estas tendencias en Temuco, al igual que la mayor adscripción de las mujeres a razones de Entretención y de los hombres a lo Intelectivo.

En los videojuegos de Aventura Gráfica las razones predominantes a nivel nacional y local son la Entretención y lo Intelectivo, en ese orden jerárquico y la variable socioeconómica no tiene incidencia, pero la variable edad tiende a influir sobre el mayor grado de adhesión a razones de tipo Intelectivo entre los mayores. La tendencia nacional muestra a las mujeres prefiriendo estos videojuegos por razones de Entretención, pero en Temuco se agrega, además, un porcentaje significativo relativo a la Violencia, mientras que entre los hombres, a diferencia de la media nacional, predominan razones de Entretención más que Intelectivas.

En cuanto a la computación y la tecnología, en términos generales, podemos decir que la tendencia nacional y local señala que a casi todos les agrada la computación y, además dicen ocuparla en su lugar de estudio (escuela, liceo, colegio, etc.), asimismo no existen mayores incidencias en cuanto a estrato, edad o sexo para estas apreciaciones, lo que no deja de ser importante.

Ahora bien, la tendencia también se mantiene en cuanto a que la mayoría utiliza la computación para propósitos utilitarios (estudiar y trabajar) y en un tercer lugar está el juego, que a nivel nacional alcanza un porcentaje del 26% y en Temuco baja al 21%. Cabe señalar, sin embargo, que la incidencia de la variable socioeconómica en estos porcentajes es mínima, nacional y localmente, pero cuando se responde como segunda opción se observa una abrumadora mayoría que menciona al juego, sobretodo en el estrato Bajo, mientras que en el Alto se menciona con un porcentaje bastante significativo la opción Navegar por Internet. La diferencia en relación a las edades, de la media nacional y la de Temuco, es que en Temuco la preferencia por el juego está determinada por el tramo de 12 a 15 años y no se observa la tendencia a disminuir a medida que envejece la población, como si ocurre a nivel nacional. Asimismo, al contrario que la tendencia nacional, donde los hombres utilizan más que las mujeres el computador para jugar, en Temuco los porcentajes de uso son similares entre hombres y mujeres.

Respecto de la experticia en el uso de la computación y la tecnología nos encontramos que la tendencia nacional coincide en todos los aspectos con la local. La mayoría se considera así mismo como la persona que más sabe usar la computación y el resto de la tecnología en su casa. No hay mayor incidencia de estrato, género o edad, salvo por una tendencia de los menores a ceder ese lugar a los hermano y a los padres al igual que las mujeres, pero muy levemente.

Al referirse a la relación con sus padres la mayoría, nacional y localmente, coinciden en calificarla como Muy Buena y esta tendencia siempre está influida por el estrato socioeconómico, en el sentido que esos porcentajes en los estratos más bajos tienden a repartirse entre Muy Buena, Buena y Regular, lo que nos habla de la existencia de conflictos más explícitos en los sectores más pobres. También coinciden los porcentajes nacionales y locales respecto de la comparación en base al género, porque las mujeres tienden a considerar menos buena la relación con los padres que los hombres, pero esta tendencia es muy leve.

Tanto en la estadística nacional como local se aprecia que la persona con la que más tienen conflicto es los padres, ellos mismos, los amigos y los profesores, pero en Temuco el porcentaje de los profesores supera al alcanzado por los amigos en la media nacional. Este aumento está sujeto a la variable socioeconómica, puesto que en el estrato Bajo de Temuco el conflicto con los amigos alcanza casi los mismos porcentajes que el conflicto con los padres, y algo similar sucede en el estrato Alto; pero también incide la edad, puesto que el conflicto con los amigos tiende a disminuir a medida que crecen y el conflicto consigo mismo y con los profesores tiende a captar mayores porcentajes en ese tramo etáreo de 16 a 19 años. No se registran mayores variaciones a nivel de género, salvo que casi la misma cantidad de mujeres sitúa el conflicto con padres y amigos en el primer lugar.

En cuanto a la valoración del videojuego en el plano educativo Temuco registra porcentajes por debajo de la media nacional en cuanto a la valoración del objeto de consumo en ese sentido, y cuando le otorga un valor educativo lo sitúa en el orden Intelectivo y en el de la Entretención. En el estrato Bajo casi no se le asignó valor educativo y en el estrato Medio y Alto los porcentajes subieron. Al igual que en la media nacional la valoración educativa sube a medida que aumenta la edad de los encuestados y también es mayor entre los hombres que entre las mujeres.

Sobre el parecido entre videojuegos y animé los porcentajes bajaron respecto de la media nacional, pero la tendencia a encontrarles un parecido se mantiene alto en los estratos Altos, sube en el tramo de los menores de 12 años y entre las mujeres.

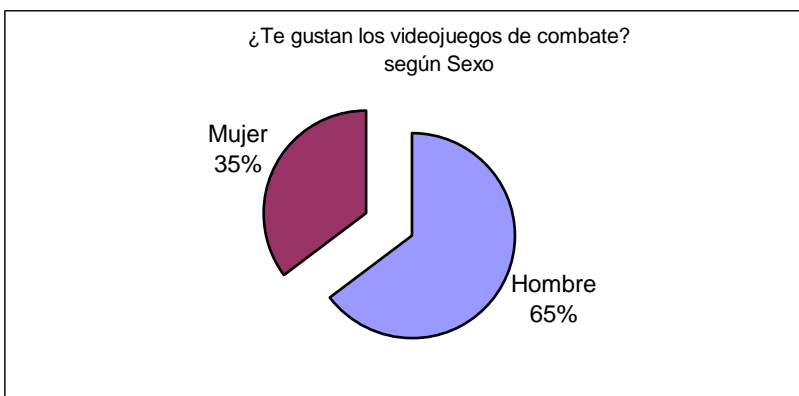
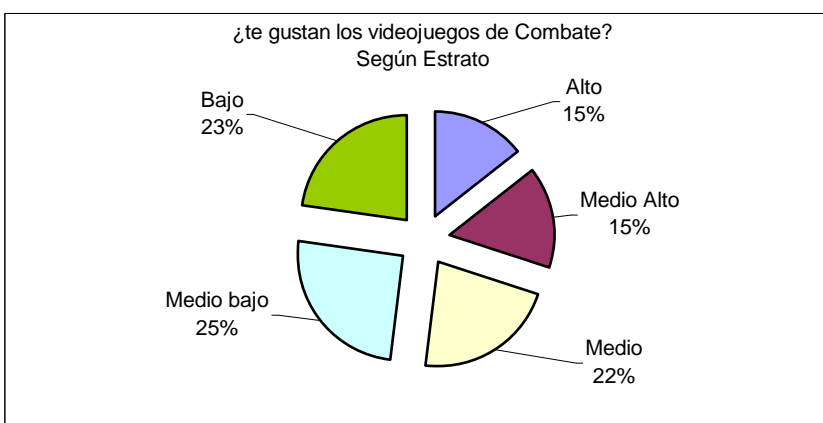
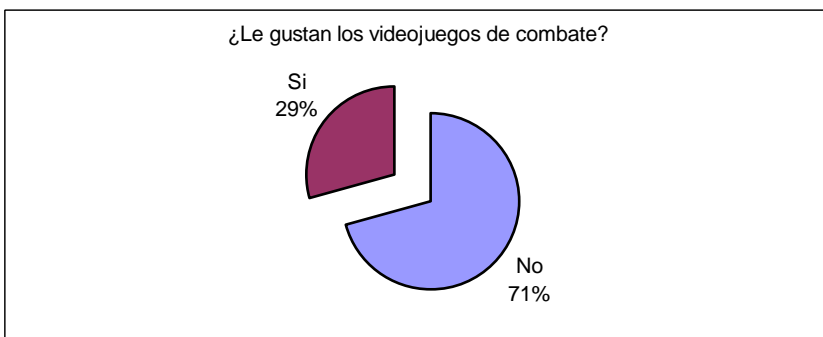
En cuanto al grado de adscripción a los videojuegos Temuco se distingue de la media nacional porque baja el porcentaje de fanáticos y aumenta el porcentaje de los que sólo les gusta.

En resumen, Temuco presenta un cuadro donde los menores de 12 años y las mujeres tienden a distinguirse de la media nacional por sus preferencias de consumo y su postura respecto de la tecnología, asumiendo un papel más activo. En cuanto a los estratos socioeconómicos se visualiza al estrato medio como el más cercano al circuito de consumo de los videojuegos, seguido por el estrato bajo.

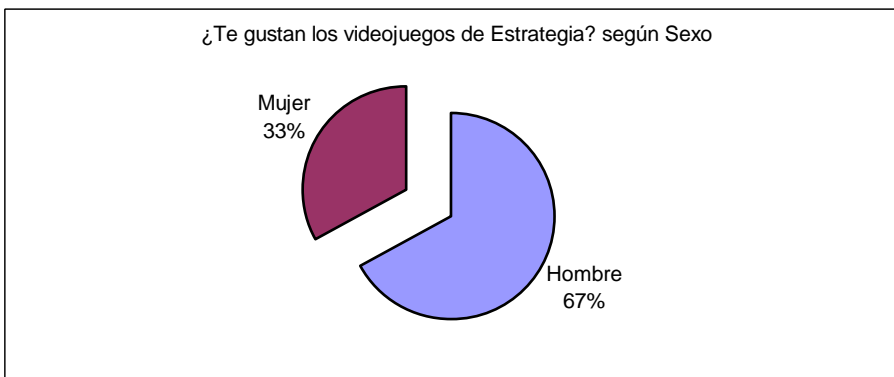
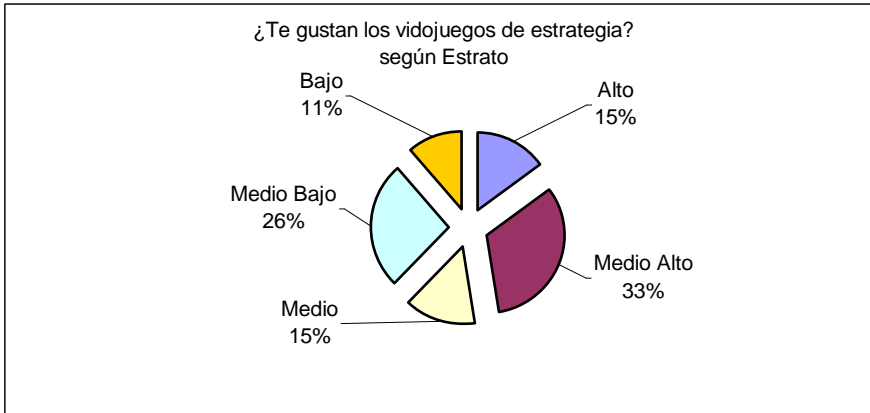
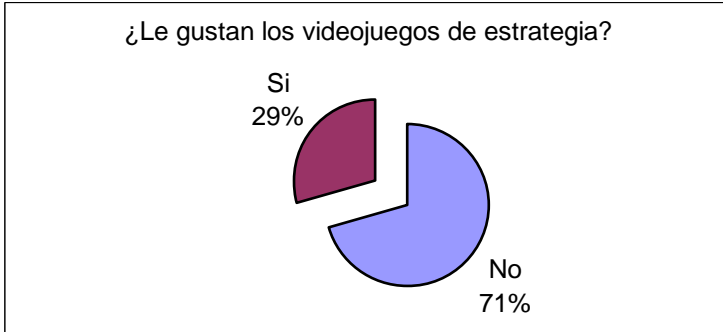
4.4 Gráficos del consumo de videojuegos

4.4.1 Gráficos Globales Estadística Nacional (Santiago, Antofagasta y Temuco).

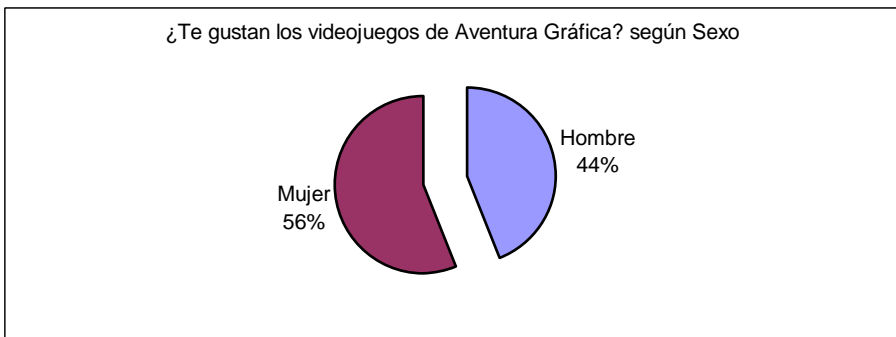
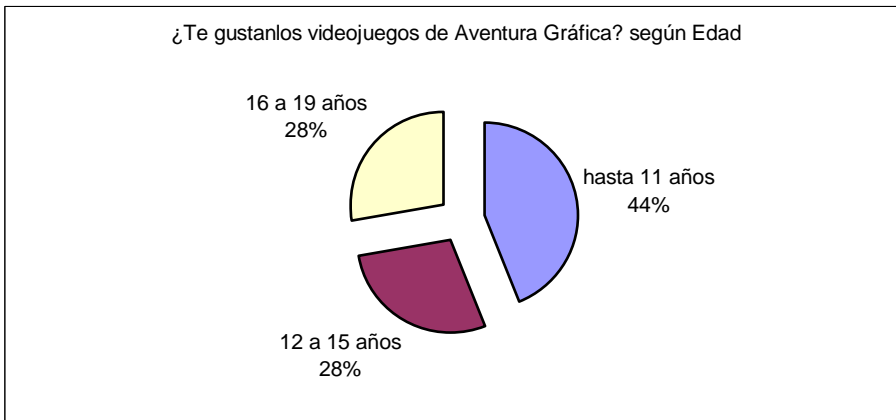
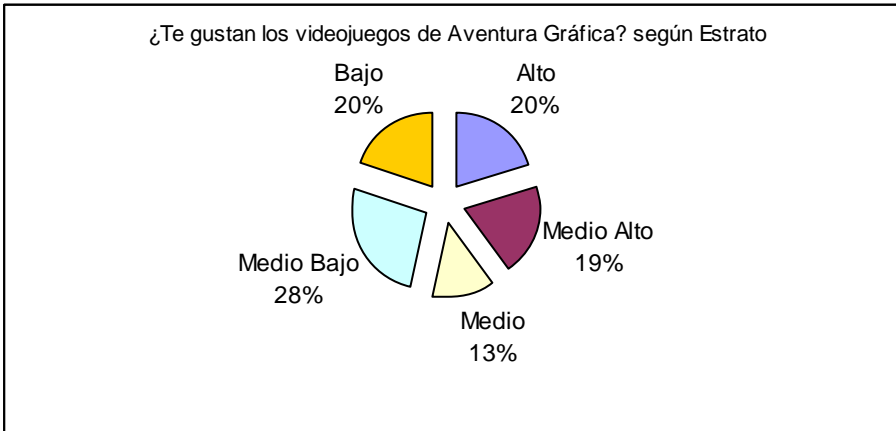
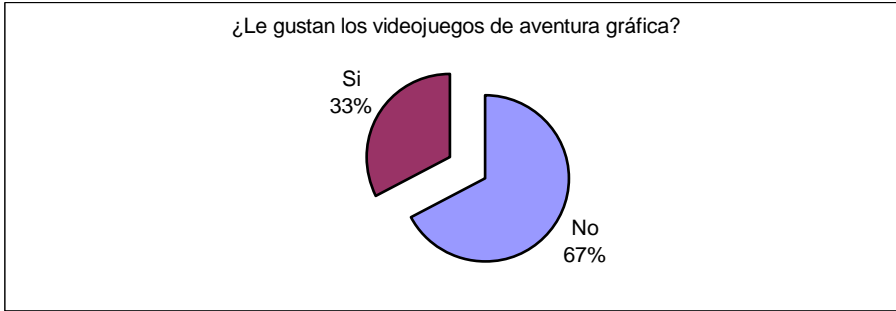
4.4.1.1 ¿Le gustan los videojuegos de combate?



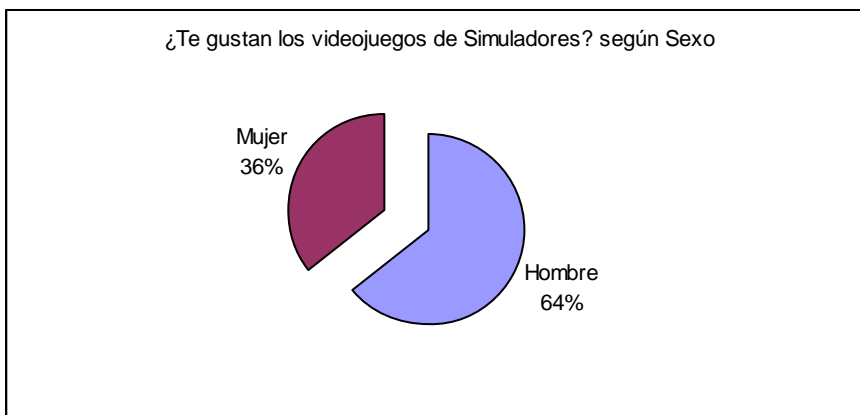
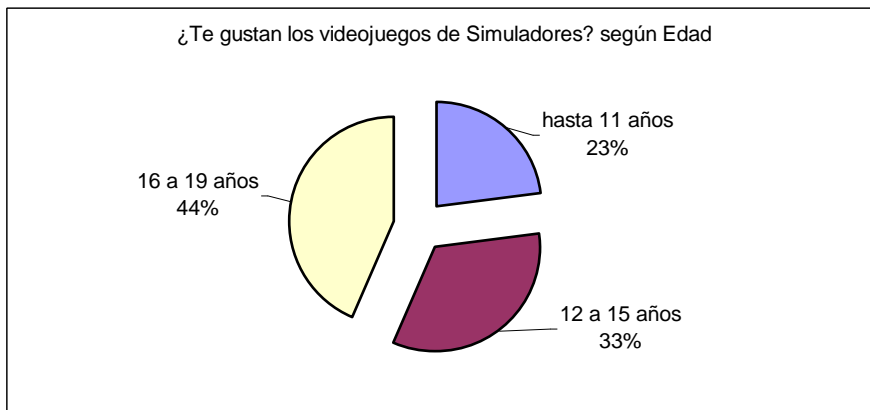
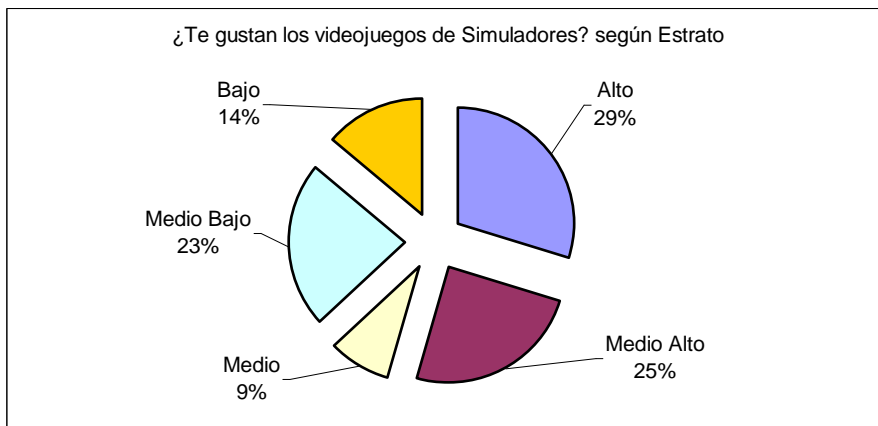
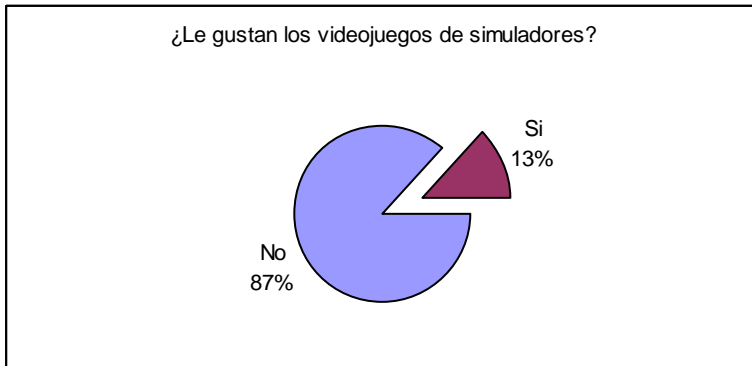
4.4.1.2 ¿Le gustan los videojuegos de estrategia?



4.4.1.3 ¿Le gustan los videojuegos de aventura gráfica?



4.4.1.4 ¿Le gustan los videojuegos de simuladores?



4.4.1.5 Videojuegos más jugados

Videojuegos de combate más jugado	(%)	Videojuego de estrategia más jugado	(%)	Videojuego de aventura gráfica más jugado	(%)	Videojuego de simulador más jugado	(%)
Mortal Kombat	54,2	Age of Empires	22,7	Mario	46,9	Avión de combate	17,9
Street Fighter	11,1	Star Craft	18,2	Donkey Kong	6,2	Mario	14,3
Pokemon	4,2	Mario	13,6	Final Fantasy	6,2	Rally 97	10,7
Tomb Rider	2,8	Final Fantasy	4,5	Zelda	4,9	Collin MacRae Rallgho	7,1
Tekken 3	2,8	Buscaminas	3	Tony Hawk	2,5	Formula 1	7,1
Worms	1,4	James Bond	3	Jaz	2,5	Meco for Speed V	7,1
Killer Instinct	1,4	Resident Evil	3	Crash Bandicat	2,5	Space Invader	3,6
Buscaminas	1,4	Red Alert	3	Tomb Raider	2,5	Moto Racer	3,6
Soul Blade	1,4	Comandos	3	Quake	2,5	Boeing	3,6
Super Smash	1,4	Worms	1,5	Crash-Spyno	2,5	Dunhill Bike Extreme	3,6
King of Fighter	1,4	DUNE	1,5	Kinko	1,2	FIFA	3,6
Smack Down	1,4	NBA	1,5	James Bond	1,2	Pokemon	3,6
SU-27	1,4	Tank 50	1,5	Tenchu	1,2	Moto Racer	3,6
Ace Combat	1,4	Caesar	1,5	Dragon Ball	1,2	Dring	3,6
Mario	1,4	Comand and Conquer	1,5	Yogi	1,2	The Sims	3,6
Soul Calibur	1,4	Donkey Kong	1,5	Pac Man	1,2	Final Fantasy	3,6
Collin MacRae Rallgho	1,4	Metal gear	1,5	Pokemon	1,2		
Karate	1,4	Juana de Arco	1,5	Resident evil	1,2		
Tony Hawk	1,4	Street Fighter	1,5	Max Payne	1,2		
Unreal Tournament	1,4	War Craft	1,5	Indiana Jones	1,2		
Doom	1,4	007 Misión Imposible	1,5	Sonic	1,2		
X-Men	1,4	Tony Hawks	1,5	Unreal Tournament	1,2		
Zelda	1,4	The cast express	1,5	Comandos	1,2		
		Kirby	1,5	Croc	1,2		
		Cusader	1,5	Gex	1,2		
		Zelda	1,5	X-Men	1,2		
				Dinosaurios	1,2		

4.4.1.6 Videojuegos de Combate más jugados por Estrato, Edad y Sexo

Videojuegos de Combate más jugados por Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etéreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Worms	5,90%							4,20%	2,10%	
Killer Instinct			5,60%					4,20%		4,20%
Buscaminas	5,90%						3,70%			4,20%
Soul Blade					4,50%			4,20%	2,10%	
Super Smash					4,50%		3,70%		2,10%	
King of Fighter					4,50%		3,70%		2,10%	
Pokemon	5,90%				9,10%	4,80%	3,70%	4,20%	2,10%	8,30%
Smack Down				14,30 %		4,80%	7,40%		14,60%	4,20%
SU-27				14,30 %			3,70%			4,20%
Ace Combat				14,30 %			3,70%		2,10%	
Tomb Rider	11,80%							4,20%	2,10%	
Street Fighter	17,60%		11,10 %		13,60 %	9,50%			2,10%	4,20%
Mario					4,50%	4,80%	3,70%	12,50%	2,10%	
Soul Calibus	5,90%					4,80%			2,10%	
Collin MacRae Rallgho	5,90%							4,20%	2,10%	
Karate		12,50 %						4,20%		4,20%
Tony Hawks	5,90%							4,20%	2,10%	
Unreal Tournament		12,50 %				4,80%			2,10%	
Teken 3		12,50 %	5,60%					4,20%	4,20%	
Doom		12,50 %				4,80%	3,70%		2,10%	
Mortal combat	35,30%	25,00 %	77,80 %	57,10 %	59,10 %	4,80%			47,90%	66,70%
X-Men		12,50 %				47,60%	63,00%	50,00%	2,10%	
Zelda		12,50 %				4,80%			2,10%	

4.4.1.7

Videojuegos de Estrategia más jugados por Estrato, Edad y Sexo

Videojuegos de Estrategia más jugados por Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Worms	5,60%							4,30%	2,00%	
DUNE			9,10%				4,30%		2,00%	
Buscaminas	5,60%		9,10%			5,00%		4,30%		12,50%
NBA			9,10%				4,30%			6,30%
Tank 50					7,70%	5,00%				6,30%
Caesar	5,60%							4,30%	2,00%	
James Bond			9,10%		7,70%	5,00%	4,30%		4,00%	
Comand and Conquer					7,70%		4,30%		2,00%	
Donkey Kong			9,10%					4,30%		6,30%
Metal gear				9,10%			4,30%		2,00%	
Juana de Arco				9,10%			4,30%		2,00%	
Resident evil				9,10%	7,70%			8,70%	4,00%	
Street Fighter	5,60%							4,30%	2,00%	
Mario	11,10%		9,10%		46,20%	30,00%	4,30%	8,70%	10,00%	25,00%
War Craft	5,60%							4,30%	2,00%	
007 Misión Imposible		7,70%						4,30%	2,00%	
Tony Hawks		7,70%						4,30%	2,00%	
Final Fantasy	11,10%			9,10%		5,00%	8,70%		6,00%	
Red alert		15,40%					8,70%		2,00%	6,30%
The cast express		7,70%					4,30%			6,30%
Age of Empire	22,20%	23,10%	27,30%	27,30%	15,40%	25,00%	21,70%	21,70%	26,00%	12,50%
Star Craft	27,80%	7,70%	18,20%	36,40%		5,00%	21,70%	26,10%	22,00%	6,30%
Comandos		7,70%			7,70%	5,00%	4,30%		4,00%	
Kirby		7,70%				5,00%				6,30%
Cusader		7,70%				5,00%			2,00%	
Zelda		7,70%				5,00%				6,30%

4.4.1.8 Videojuegos de Aventura Gráfica más jugados por Estrato, Edad y Sexo

Videojuegos de Aventura Gráfica más jugados por Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Kinko					4,30%	2,30%				2,40%
Toni Hawks					8,70%	2,30%	5,60%		5,10%	
James Bond	3,80%						5,60%		2,60%	
Tenchu					4,30%			5,00%	2,60%	
Dragon Ball					4,30%	2,30%			2,60%	
Yogi					4,30%			5,00%	2,60%	
Pac Man					4,30%		5,60%		2,60%	
Pokemon			7,70%			2,30%				2,40%
Donkey Kong	7,70%		15,40%		4,30%	4,70%	5,60%	10,00%	7,70%	4,80%
Jaz				22,20%		4,70%			2,60%	2,40%
Crash Bandicoot				22,20%		4,70%				4,80%
Resident evil					4,30%			5,00%	2,60%	
Tomb Rider				22,20%				10,00%	5,10%	
Mario	57,70%		69,20%		60,90%	55,80%	55,60%	20,00%	25,60%	66,70%
Quake	7,70%							10,00%	2,60%	2,40%
Max Payne	3,80%							5,00%	2,60%	
Indiana Jones		10,00%						5,00%	2,60%	
Sonic		10,00%						5,00%	2,60%	
Unreal Tournament				11,10%			5,60%			2,40%
Final Fantasy	11,50%	10,00%		11,10%		2,30%	11,10%	10,00%	10,30%	2,40%
Crash-Spyro		20,00%				2,30%	5,60%			4,80%
Comandos		10,00%				2,30%			2,60%	
Croc		10,00%				2,30%			2,60%	
Gex		10,00%				2,30%			2,60%	
X-Men				11,10%				5,00%	2,60%	
Dinosaurios		10,00%				2,30%				2,40%
Zelda	7,70%	10,00%	7,70%			7,00%		5,00%	7,70%	2,40%

4.4.1.9 Videojuegos de Simuladores más jugados por Estrato, Edad y Sexo

Videojuego de Simulador más jugado por Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Rally 97	18,80 %						11,10%	16,70%	15,80%	
Espacie Spain			50,00 %			14,30%				11,10%
Moto Racer	6,30%							8,30%	5,30%	
Boeing	6,30%							8,30%	5,30%	
Dunhill Bike Extreme	6,30%						11,10%		5,30%	
FIFA	6,30%					14,30%			5,30%	
Pokemon					100,00 %		11,10%			11,10%
Moto Racer				33,30 %			11,10%			11,10%
Dring				33,30 %				8,30%	5,30%	
Mario	18,80 %		50,00 %			14,30%	33,30%		5,30%	33,30%
Collin MacRae Rallgho	12,50 %						11,10%	8,30%	10,50%	
The Sims	6,30%							8,30%		11,10%
Formula 1		33,30 %						16,70%	5,30%	11,10%
Need for Speed V		16,70 %		33,30 %				16,70%	10,50%	
Final Fantasy	6,30%					14,30%			5,30%	
Avión de combate	12,50 %	50,00 %				42,90%	11,10%	8,30%	21,10%	11,10%

4.4.1.10 ¿Por qué te gustan los videojuegos de combate, estrategia, aventura gráfica o simuladores?

¿Por qué te gustan los videojuegos de combate?	(%)	¿Por qué te gustan los videojuegos de estrategia?	(%)	¿Por qué te gustan los videojuegos de aventura gráfica?	(%)	¿Por qué le gustan los videojuegos de simuladores?	(%)
son entretenidos	19	son de ingenio	37,7	son entretenidos	32,2	son reales	45,7
tienen peleas	11,4	son entretenidos	11,7	son divertidos	14,4	son entretenidos	17,1
son sangrientos	10,1	me hacen pensar	9,1	me gusta la aventura	11,1	me gusta ser el personaje	5,7
hay acción	8,9	son divertidos	7,8	tienen etapas	6,7	Me pone nervioso	5,7
la gráfica	7,6	son difíciles	6,5	Menos violencia	4,4	son divertidos	5,7
emoción	3,8	son interesantes	3,9	son de ingenio	4,4	Dan ganas de jugar	2,9
son bacanes	3,8	me abre la imaginación	2,6	son fáciles	3,3	Me gusta	2,9
no sabe	2,5	son fáciles	2,6	son buenos	2,2	Me relaja	2,9
son buenos	2,5	tienen etapas	2,6	me gusta ser el personaje	2,2	Más rapidez	2,9
más rapidez	2,5	Mientras más juegas te vas metiendo más	1,3	la gráfica	2,2	más cercano	2,9
aprender	2,5	son un desafío para mí	1,3	son bacanes	2,2	la gráfica	2,9
buenas combinaciones	2,5	me ejercita la mente	1,3	para pasar el rato	1,1	son difíciles	2,9
son competitivos	2,5	trasfondo o trama	1,3	uno gana	1,1		
te mantienen alerta	2,5	me siento más	1,3	me trasladan aun lugar desconocido	1,1		
son divertidos	2,5	son buenos	1,3	me abre la imaginación	1,1		
son de ingenio	2,5	emoción	1,3	Emoción	1,1		
me gusta	1,3	tienen peleas	1,3	variadas misiones	1,1		
salen monitos animados	1,3	novedosos	1,3	buenas combinaciones	1,1		
me gusta para luchar	1,3	la gráfica	1,3	son competitivos	1,1		
me siento más	1,3	son bacanes	1,3	te mete en una película	1,1		
me gusta la aventura	1,3	son reales	1,3	se puede saltar	1,1		
son personajes secretos	1,3			son difíciles	1,1		
hay pistolas	1,3			son distintos	1,1		
son reales	1,3			son interesantes	1,1		
son difíciles	1,3						
son interesantes	1,3						

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención,** **La Violencia y la Emoción.** **La Identificación e la Implicación.** **Y La Imagen**

4.4.1.11 ¿Por qué te gustan los videojuegos de combate? por Estrato, Edad y Sexo

¿Por qué te gustan los videojuegos de combate? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etéreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Me gusta	5,90%					3,70%			1,90%	
Salen monitos animados					4,00%	3,70%				4,00%
Me gusta para luchar					4,00%		3,70%		1,90%	
No sabe			5,00%	12,50%			7,40%			8,00%
Hay acción			15,00%	12,50%	12,00%	3,70%	18,50%	4,00%	9,30%	8,00%
Me siento más					4,00%	3,70%			1,90%	
Son buenos			5,00%	12,50%			7,40%		3,70%	
Más rapidez			10,00%					8,00%	1,90%	4,00%
Emoción	5,90%			25,00%			3,70%	8,00%	3,70%	4,00%
Aprender	5,90%		5,00%			7,40%			1,90%	4,00%
Me gusta la aventura	5,90%							4,00%	1,90%	
Buenas combinaciones	5,90%				4,00%		7,40%		3,70%	
Son competitivos	5,90%		5,00%					8,00%	3,70%	
Tienen peleas	5,90%	11,10%	15,00%	12,50%	12,00%	14,80%	3,70%	16,00%	7,40%	20,00%
Te mantienen alerta		11,10%			4,00%			8,00%	1,90%	4,00%
Son divertidos			5,00%		4,00%	3,70%	3,70%			8,00%
Son entretenidos	35,30%	11,10%	10,00%		24,00%	14,80%	25,90%	16,00%	20,40%	16,00%
Son personajes secretos		11,10%				3,70%			1,90%	
La gráfica	5,90%	11,10%	10,00%	12,50%	4,00%	7,40%	3,70%	12,00%	11,10%	
Hay pistolas		11,10%				3,70%			1,90%	
Son bacanes	5,90%				8,00%	7,40%	3,70%		3,70%	4,00%
Son de ingenio				12,50%	4,00%	3,70%		4,00%	3,70%	
Son reales			5,00%					4,00%	1,90%	
Son difíciles					4,00%		3,70%		1,90%	
Son interesantes	5,90%						3,70%		1,90%	
Son sangrientos	5,90%	33,30%	10,00%		8,00%	18,50%	3,70%	8,00%	7,40%	16,00%

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretenición,** **La Violencia y la Emoción.** **La Identificación e la Implicación.** **Y La Imagen**

4.4.1.12 ¿Por qué te gustan los videojuegos de estrategia? por Estrato, Edad y Sexo

¿Por qué te gustan los videojuegos de Estrategia? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Mientras más juegas te vas metiendo más	4,50%					4,30%				4,30%
Son un desafío para mí			6,70%				4,00%		1,90%	
Me ejercita la mente			6,70%				4,00%		1,90%	
Me hacen pensar	13,60%		20,00%		6,30%	13,00%	4,00%	10,30%	11,10%	4,30%
Trasfondo o trama			6,70%				4,00%		1,90%	
Me abre la imaginación			6,70%		6,30%	4,30%		3,40%	1,90%	4,30%
Me siento más				10,00%			4,00%		1,90%	
Son buenos	4,50%							3,40%	1,90%	
Emoción					6,30%	4,30%			1,90%	
Son fáciles			6,70%		6,30%	4,30%	4,00%		1,90%	4,30%
Tienen peleas					6,30%	4,30%			1,90%	
Novedosos		7,10%						3,40%	1,90%	
Son divertidos	4,50%		6,70%		25,00%	21,70%	4,00%		5,60%	13,00%
Son entretenidos	9,10%	7,10%	6,70%	20,00%	18,80%	4,30%	16,00%	13,80%	9,30%	17,40%
Tienen etapas		7,10%		10,00%		4,30%		3,40%	3,70%	
La gráfica		7,10%				4,30%			1,90%	
Son bacanes					6,30%	4,30%				4,30%
Son de ingenio	50,00%	57,10%	13,30%	60,00%	12,50%	13,00%	44,00%	51,70%	38,90%	34,80%
Son reales			6,70%				4,00%			4,30%
Son difíciles	9,10%	7,10%	6,70%		6,30%	8,70%	8,00%	3,40%	9,30%	
Son interesantes	4,50%	7,10%	6,70%			4,30%		6,90%	1,90%	8,70%

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretenición.** **La Violencia y la Emoción.** **La Identificación e la Implicación.** **Y La Imagen**

4.4.1.13 ¿Por qué te gustan los videojuegos de aventura gráfica? por Estrato, Edad y Sexo

¿Por qué te gustan los videojuegos de Aventura Gráfica? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etéreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Para pasar el rato	3,20%							4,50%		2,00%
Uno gana			7,10%			2,20%			2,50%	
Me trasladan a un lugar desconocido			7,10%					4,50%	2,50%	
Me abre la imaginación					3,70%		4,30%		2,50%	
Menos violencia	6,50%		14,30%			6,70%	4,30%			8,00%
Son buenos					7,40%	2,20%		4,50%	5,00%	
Emoción				11,10%				4,50%	2,50%	
Variadas misiones				11,10%				4,50%	2,50%	
Me gusta la aventura	16,10%		14,30%		11,10%	15,60%	8,70%	4,50%	7,50%	14,00%
Son fáciles	9,70%					2,20%	4,30%	4,50%	2,50%	4,00%
Buenas combinaciones					3,70%	2,20%				2,00%
Me gusta ser el personaje	3,20%				3,70%		4,30%	4,50%	5,00%	
Son competitivos			7,10%			2,20%			2,50%	
Te mete en una película		11,10%						4,50%	2,50%	
Son divertidos	12,90%	22,20%	7,10%	22,20%	14,80%	17,80%	17,40%	4,50%	10,00%	18,00%
Son entretenidos	38,70%	11,10%	28,60%	22,20%	37,00%	26,70%	39,10%	36,40%	27,50%	36,00%
Tienen etapas	3,20%		7,10%	22,20%	7,40%	4,40%	13,00%	4,50%	5,00%	8,00%
La gráfica		11,10%			3,70%	4,40%			5,00%	
Se puede saltar		11,10%				2,20%			2,50%	
Son bacanes			7,10%		3,70%	2,20%		4,50%	2,50%	2,00%
Son de ingenio		22,20%		11,10%	3,70%	4,40%	4,30%	4,50%	5,00%	4,00%
Son difíciles	3,20%					2,20%			2,50%	
Son distintos		11,10%				2,20%				2,00%
Son interesantes	3,20%							4,50%	2,50%	

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención** **La Violencia y la Emoción** **La Identificación e la Implicación.** **y La Imagen**

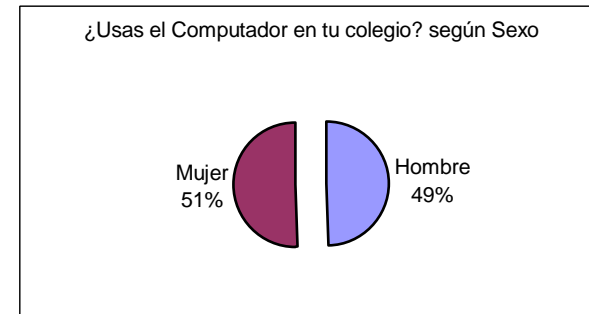
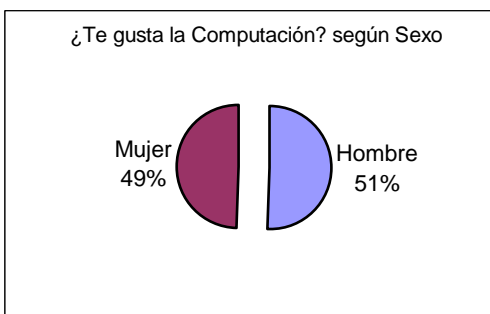
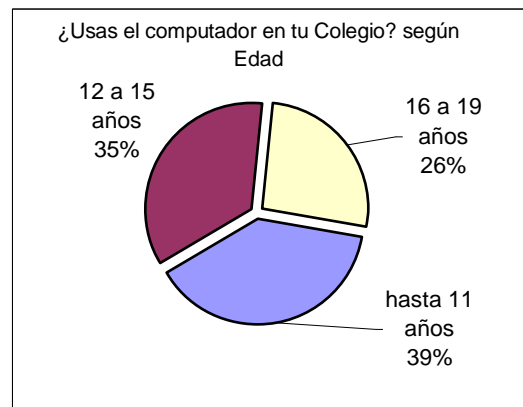
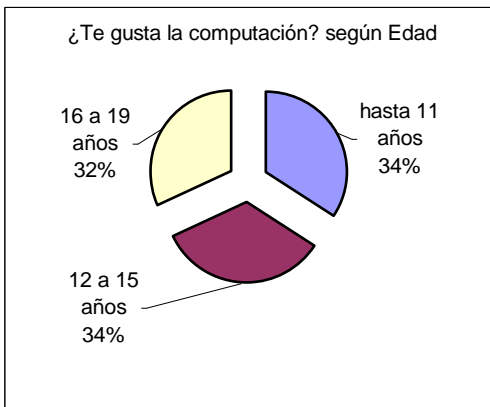
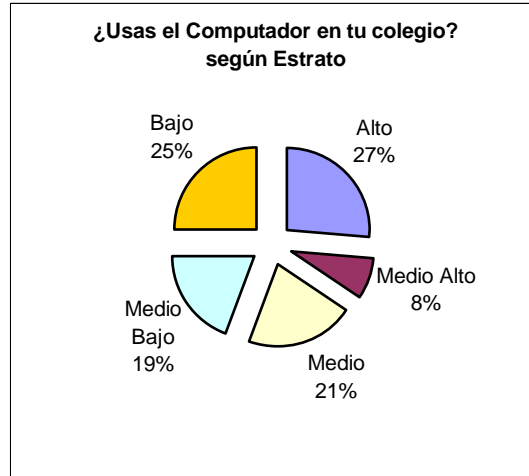
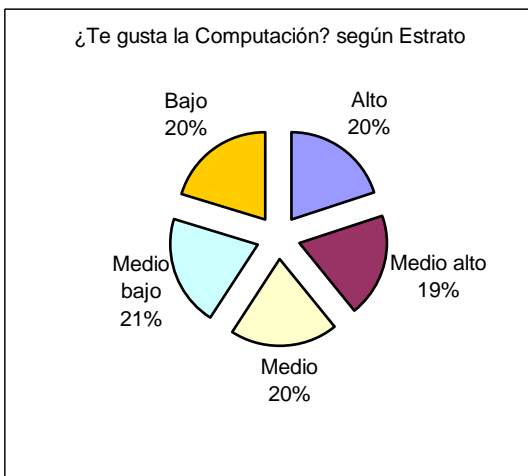
4.4.1.14 ¿Por qué te gustan los videojuegos de simuladores? por Estrato, Edad y Sexo

¿Por qué te gustan los videojuegos de Simuladores? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Dan ganas de jugar			25,00%			10,00%				7,70%
Me gusta	5,60%					10,00%			4,50%	
Me relaja					20,00%	10,00%				7,70%
Más rapidez				33,30%				7,10%	4,50%	
Me gusta ser el personaje			25,00%		20,00%		18,20%			15,40%
Me pone nervioso	11,10%						18,20%			15,40%
Más cercano		20,00%						7,10%		7,70%
Son divertidos	5,60%				20,00%	10,00%	9,10%			15,40%
Son entretenidos	16,70%		25,00%		40,00%	20,00%	9,10%	21,40%	18,20%	15,40%
La gráfica		20,00%				10,00%			4,50%	
Son reales	55,60%	60,00%	25,00%	66,70%		30,00%	36,40%	64,30%	63,60%	15,40%
Son difíciles	5,60%						9,10%		4,50%	

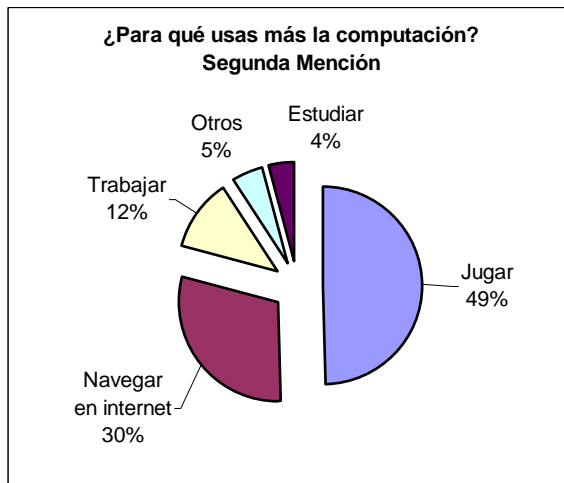
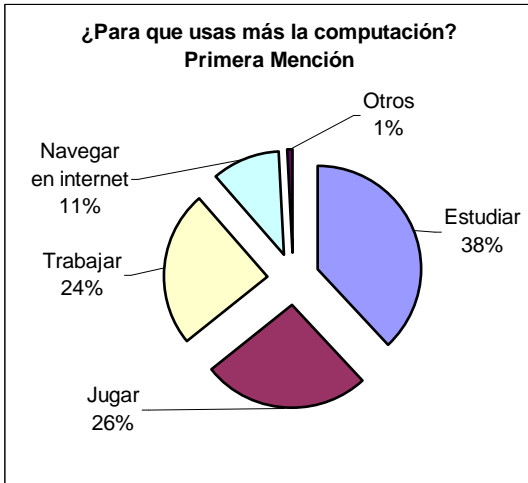
Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención,** **La Violencia y la Emoción.** **La Identificación e Implicación.** y **La Imagen**

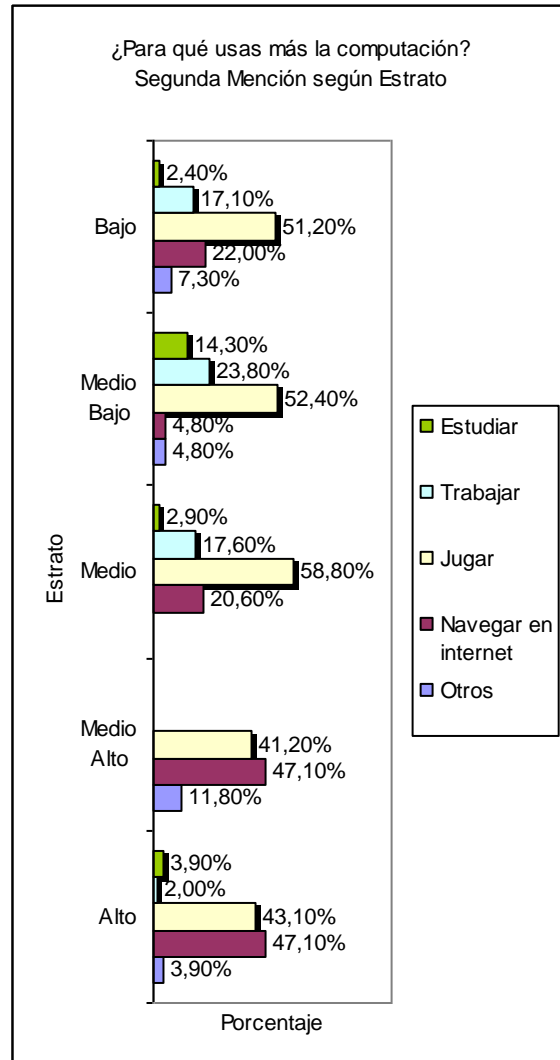
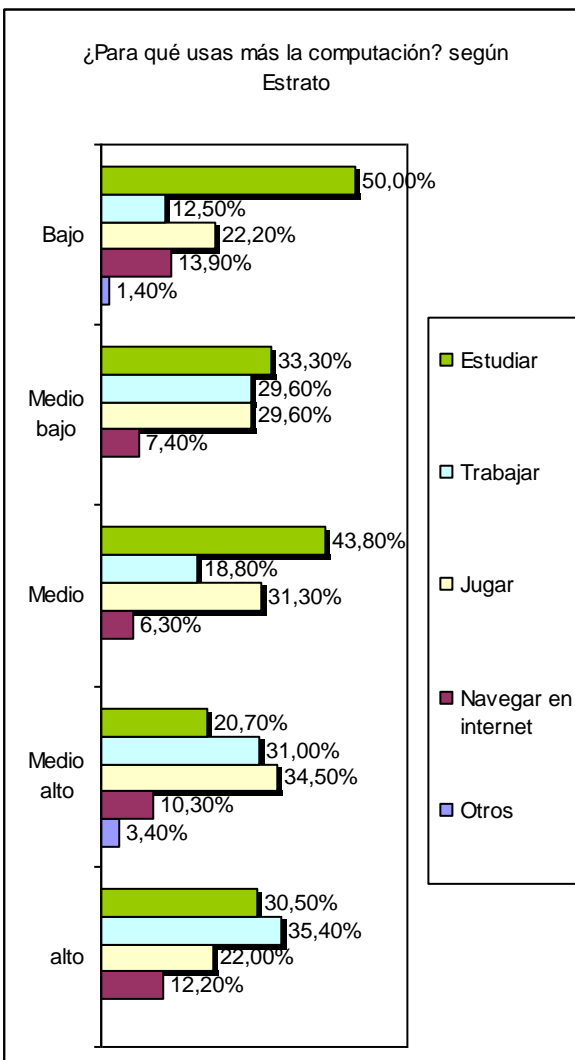
4.4.1.15 ¿Te gusta la Computación? - ¿Usas el computador en tu colegio?



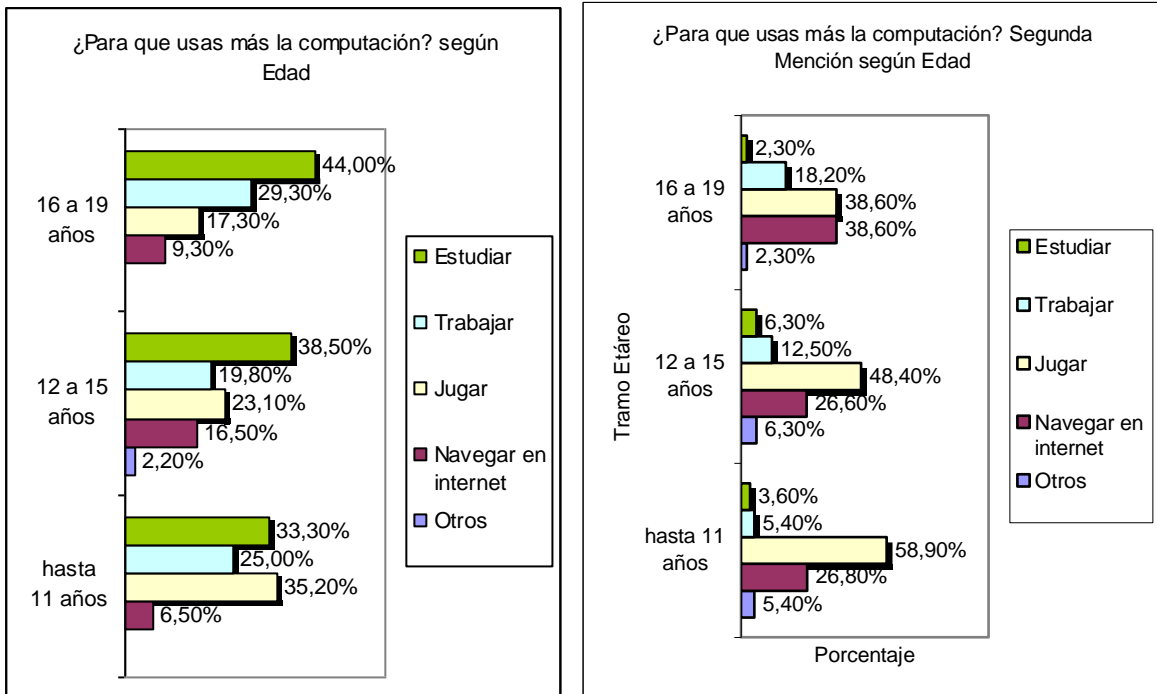
4.4.1.16 ¿Para que usas más la computación?



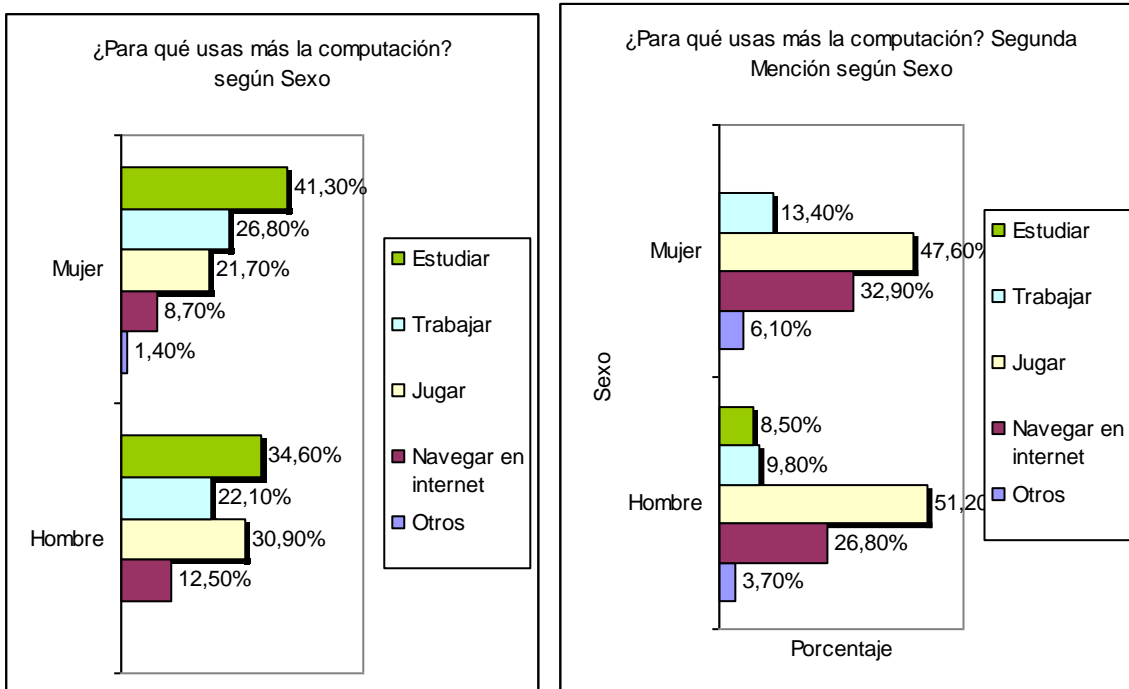
4.4.1.17 ¿Para que usas más la computación? Según Estrato



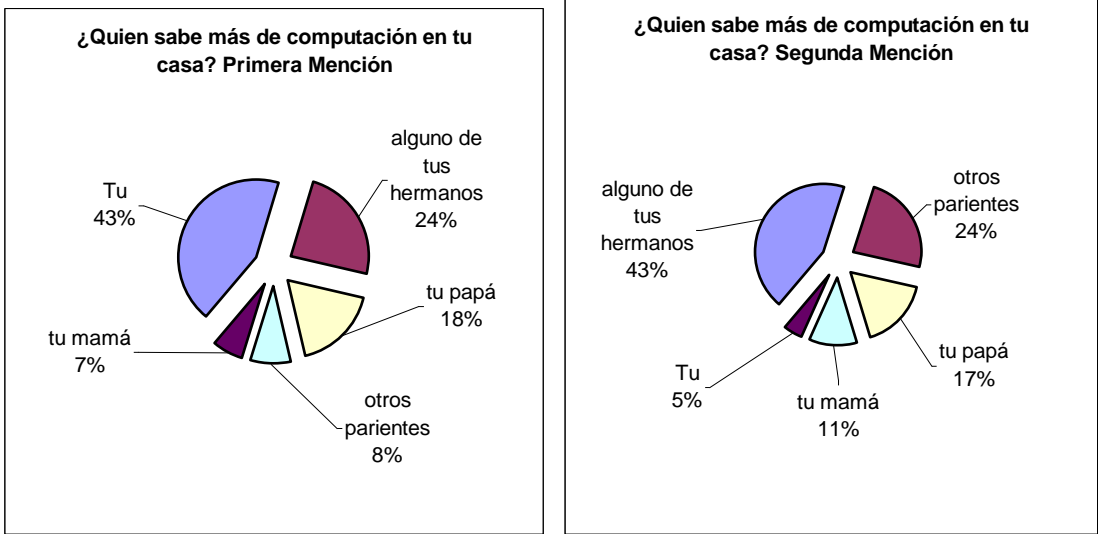
4.4.1.18 ¿Para que usas más la computación? Según Edad



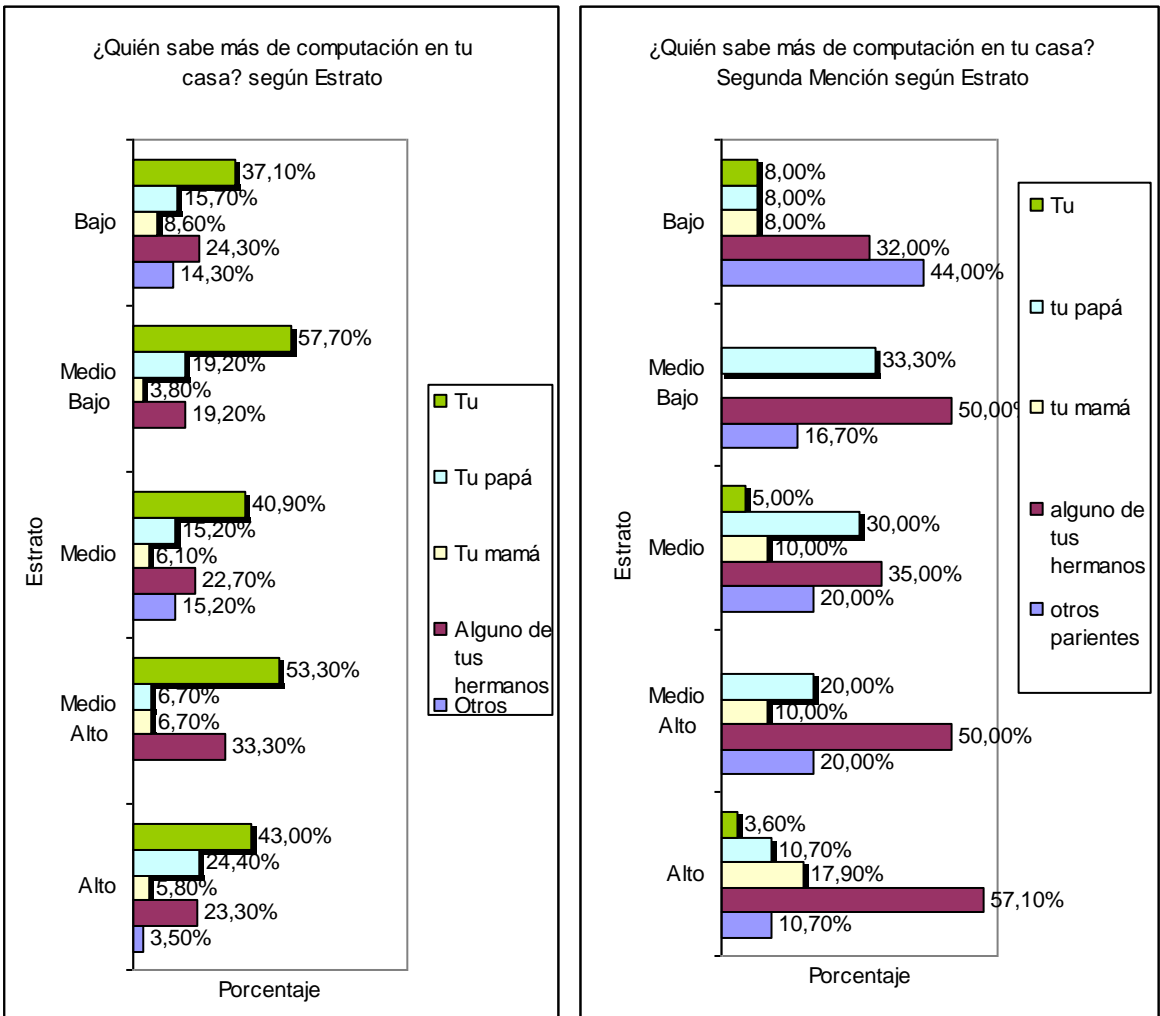
4.4.1.19 ¿Para que usas más la computación? Según Sexo



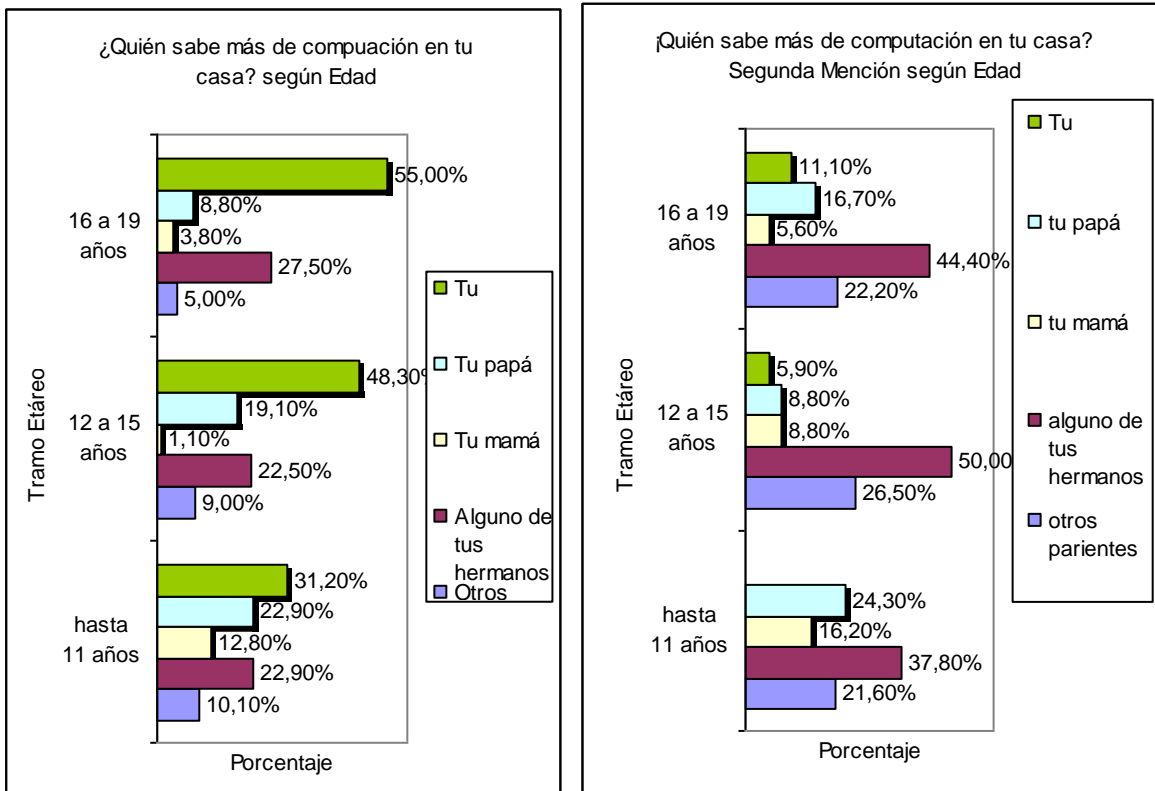
4.4.1.20 ¿Quién sabe más de computación en tu casa?



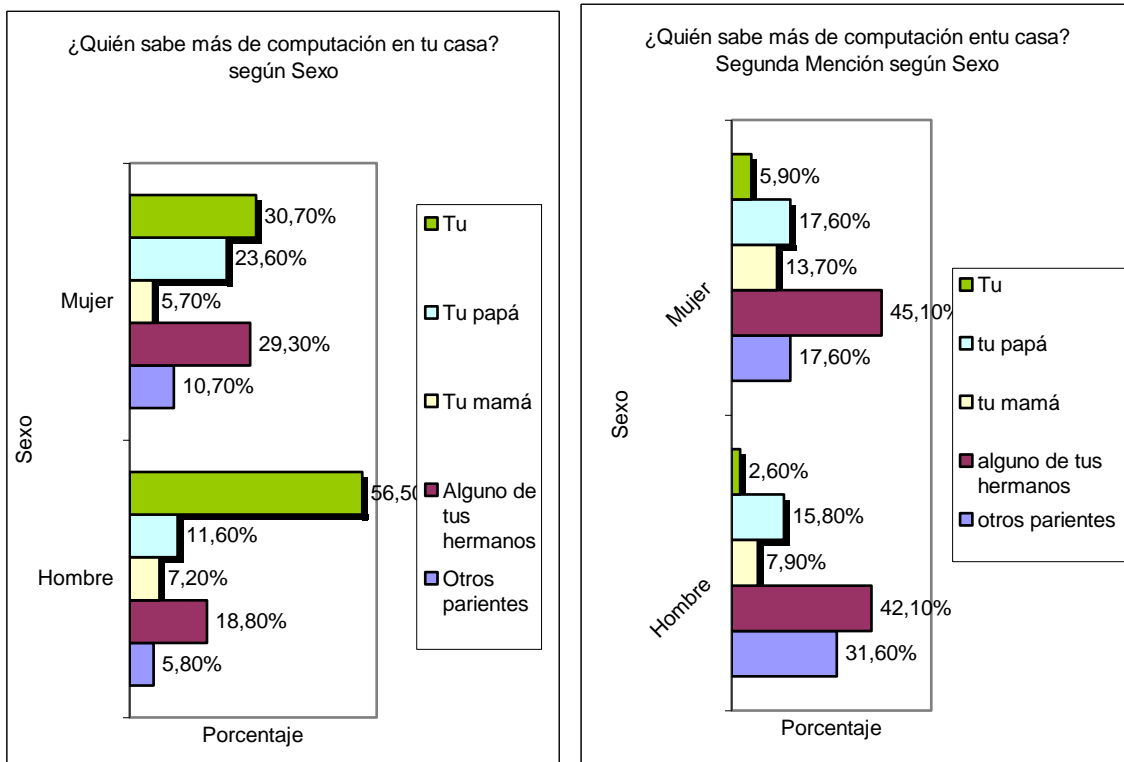
4.4.1.21 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Estrato



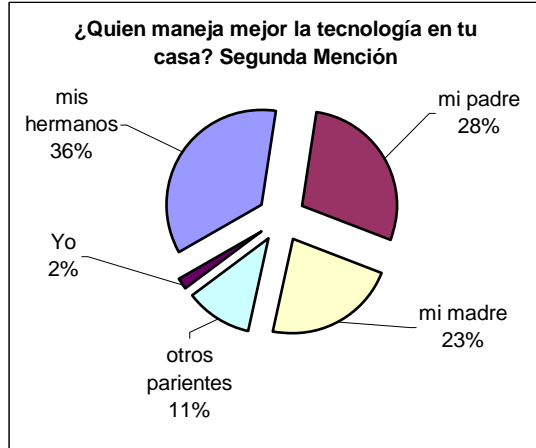
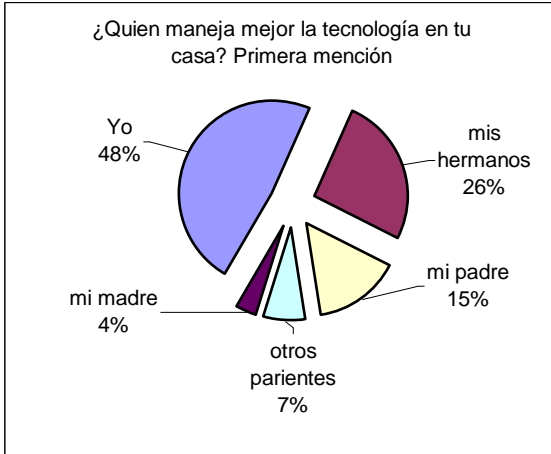
4.4.1.22 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Edad



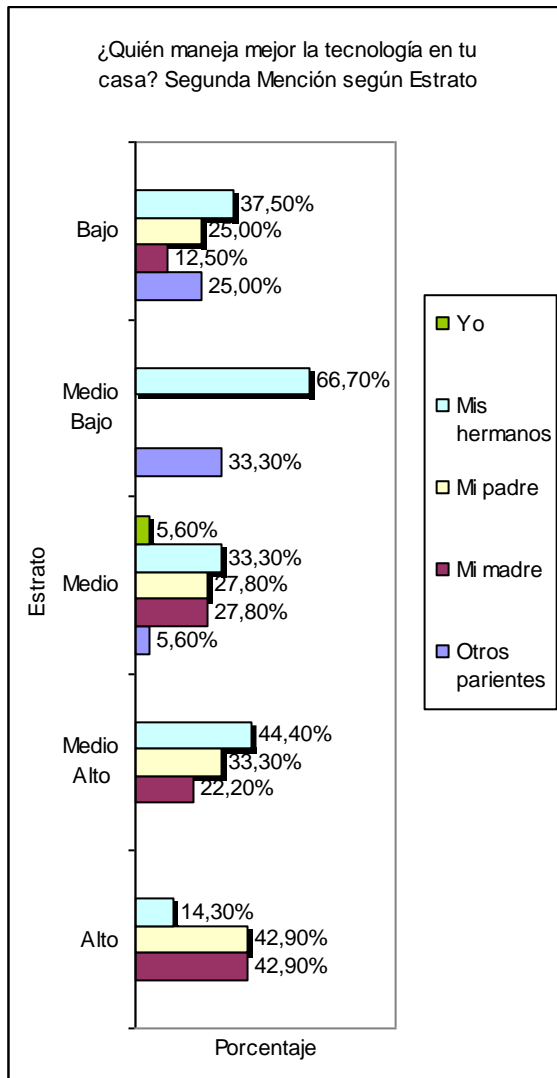
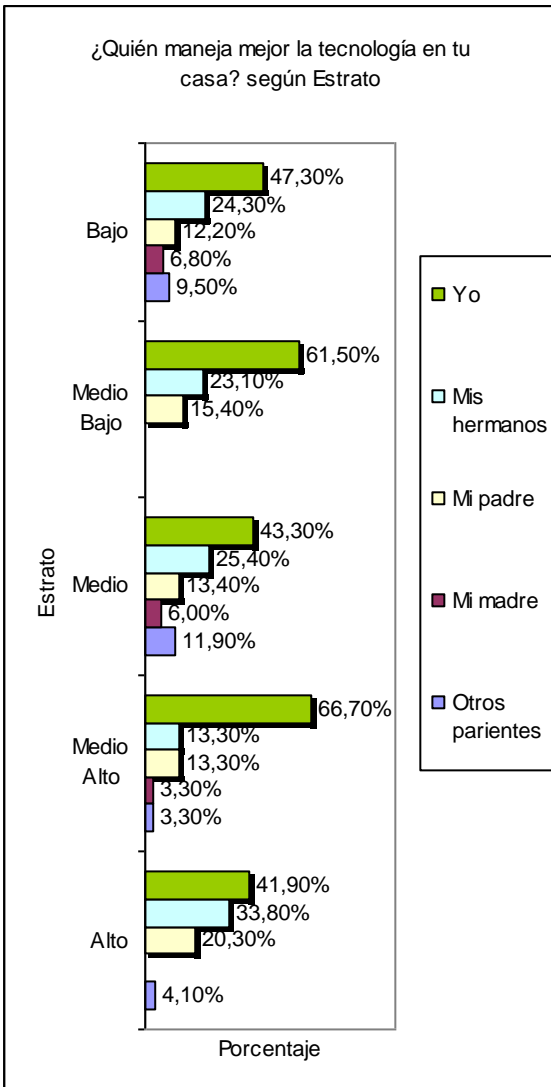
4.4.1.23 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Sexo



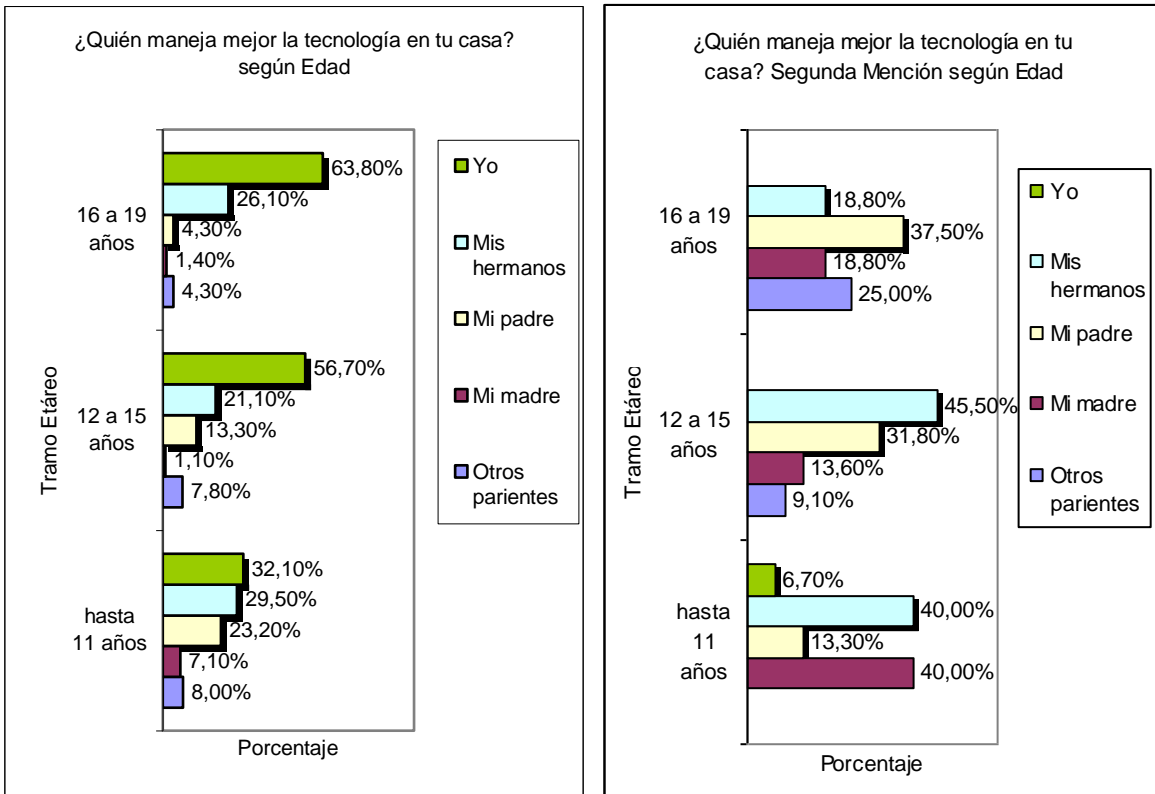
4.4.1.24 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa?



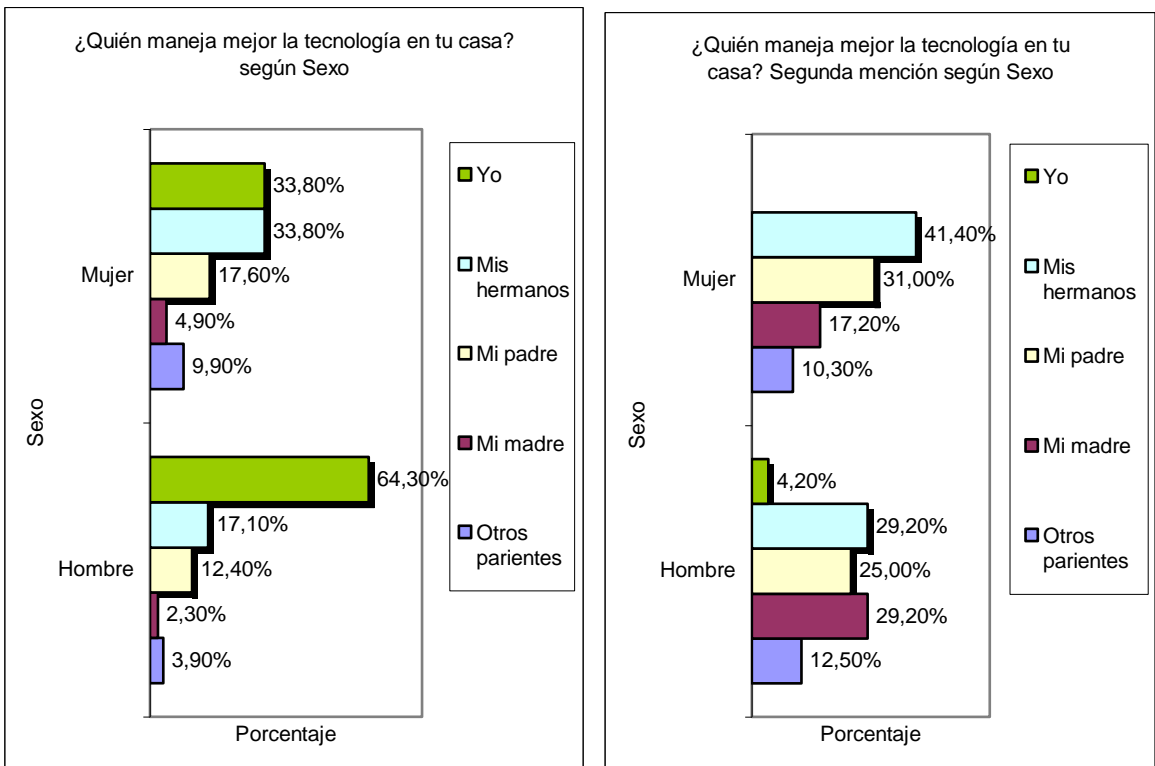
4.4.1.25 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Estrato



4.4.1.26 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Edad



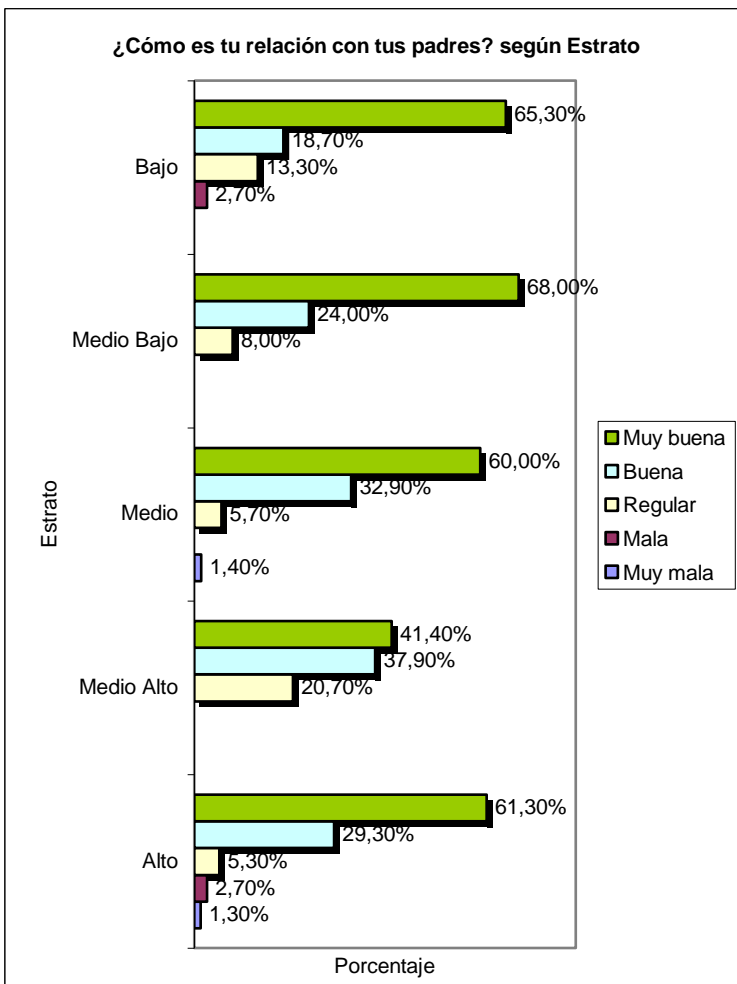
4.4.1.27 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Sexo



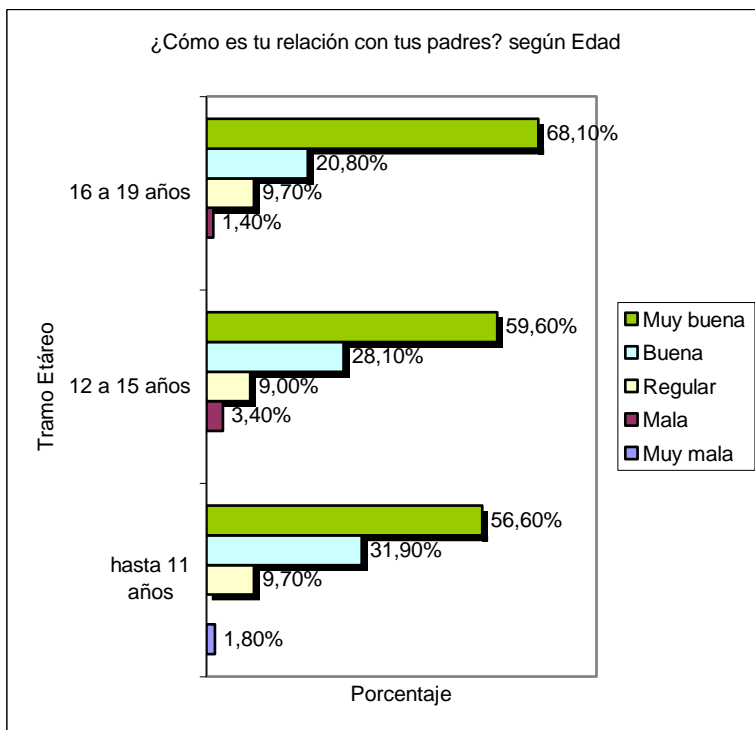
4.4.1.28 ¿Cómo es tu relación con tus padres?



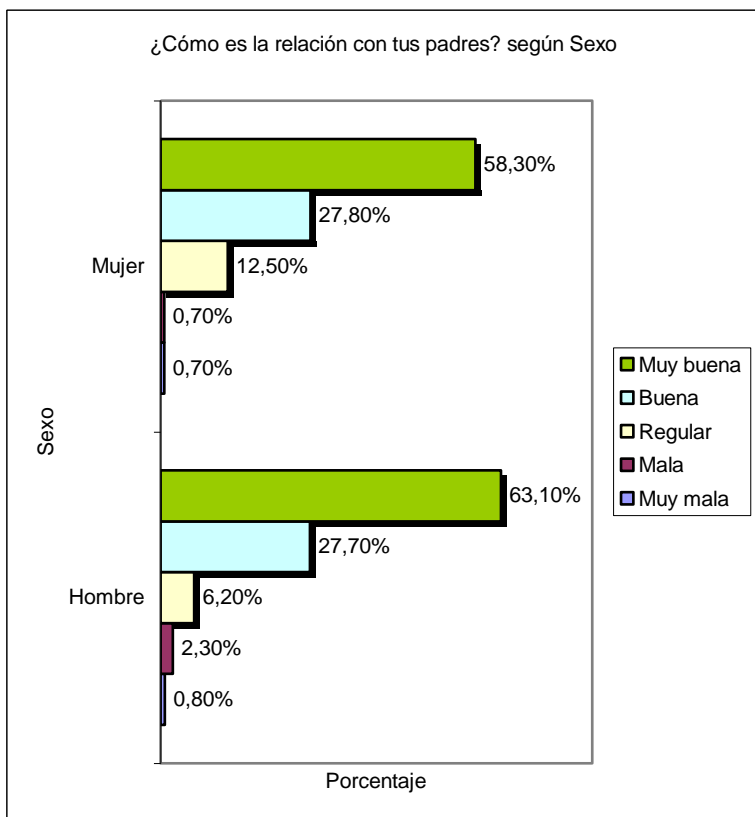
4.4.1.29 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Estrato



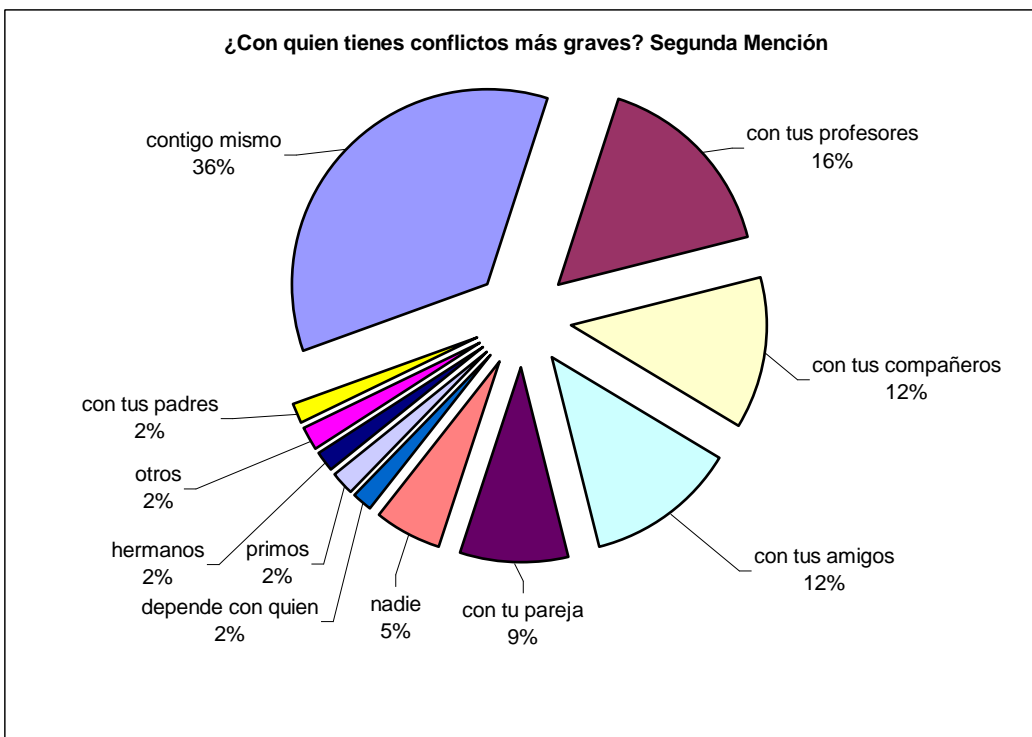
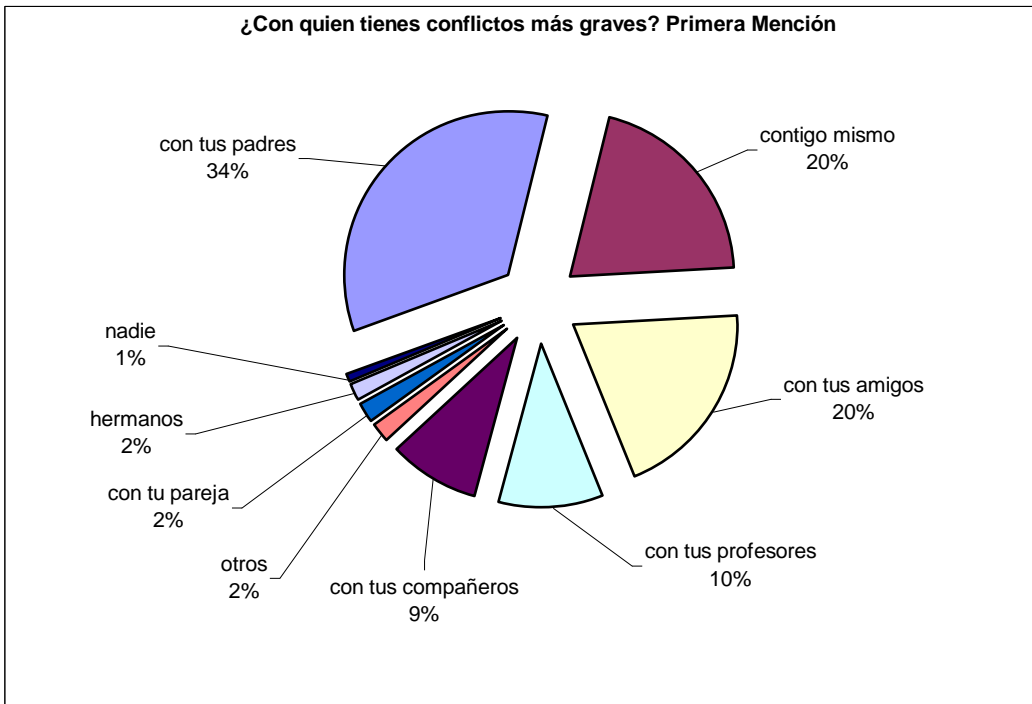
4.4.1.30 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Edad



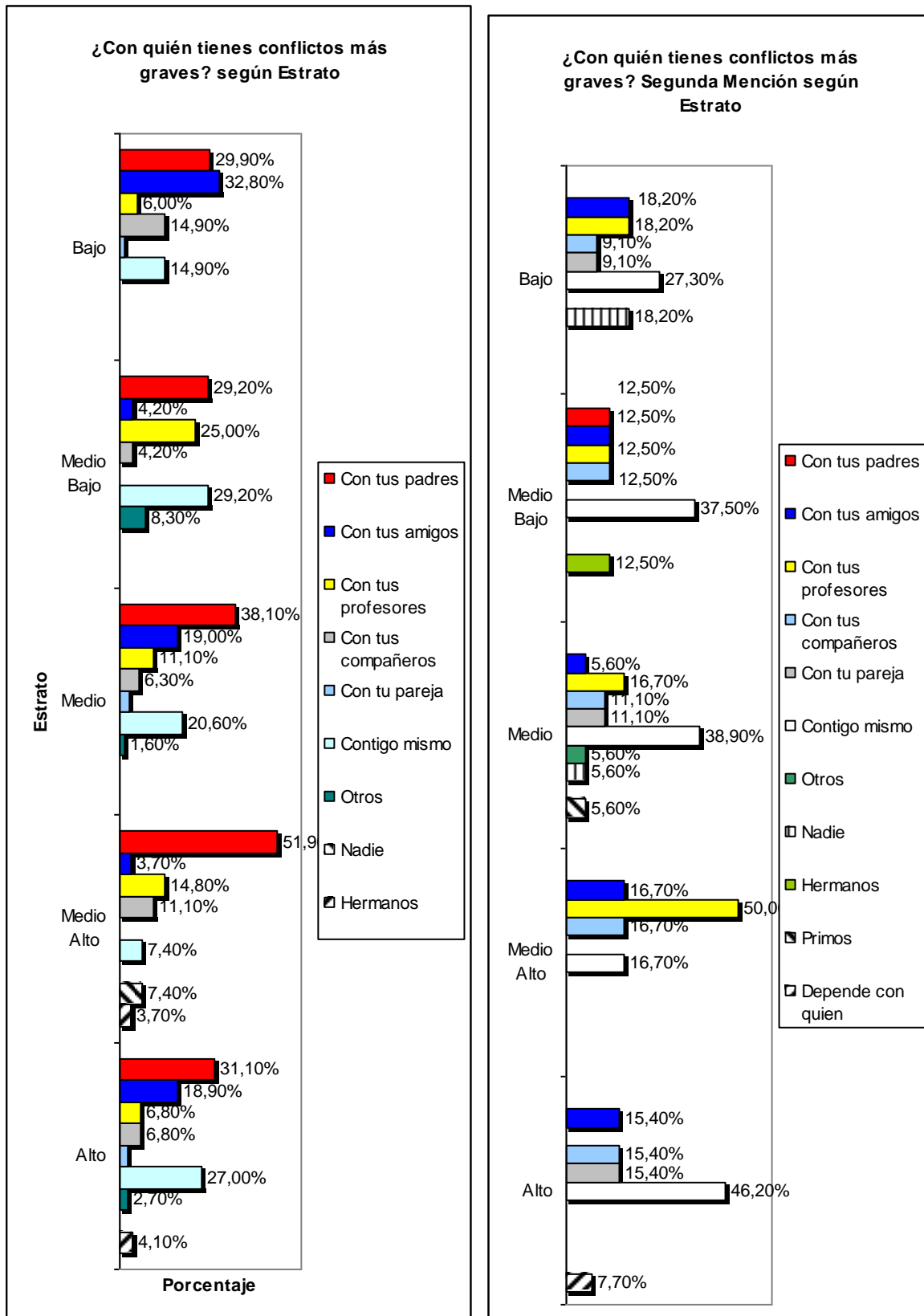
4.4.1.31 ¿Cómo es tu relación con tus padres? Según Sexo



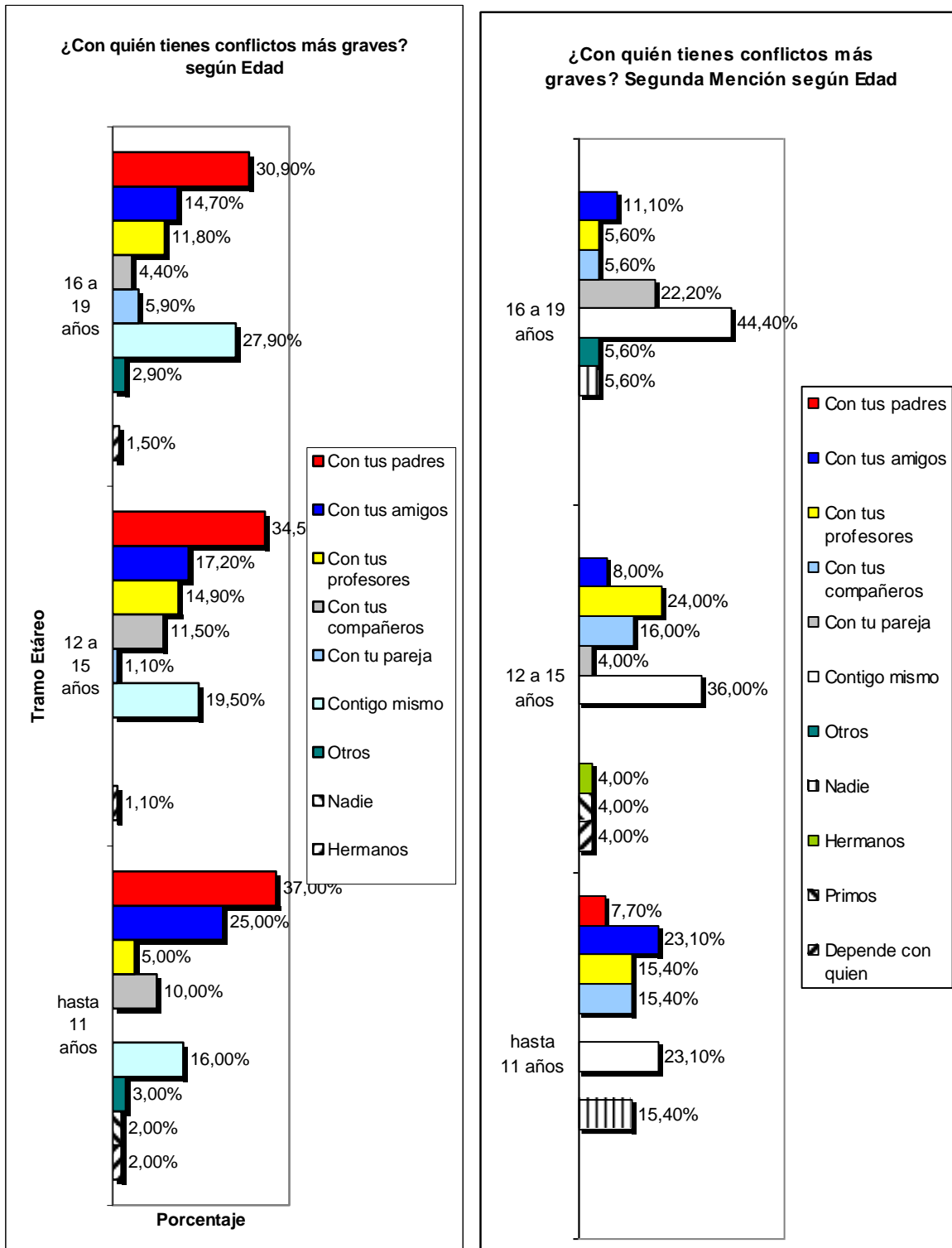
4.4.1.32 ¿Con quién tienes conflictos más graves?



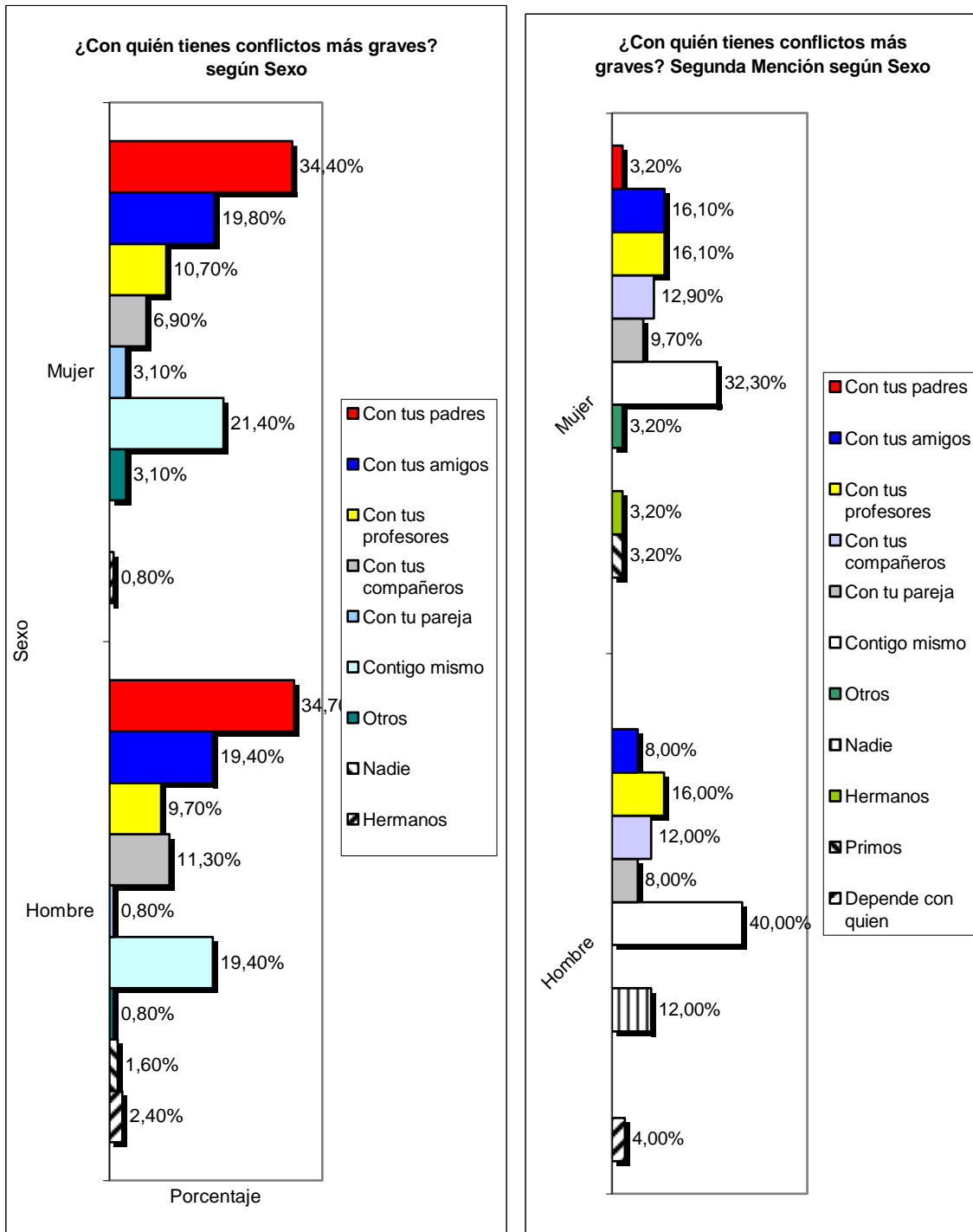
4.4.1.33 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Estrato



4.4.1.34 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Edad



4.4.1.35 ¿Con quién tienes conflictos más graves? Según Sexo



4.4.1.36 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego?

Corresponde al ámbito de:

Lo Intelectivo **La Entretención** Las Emociones. Los Valores

¿Cuál es el valor educativo del videojuego?	Porcentaje (%)
no tiene	37,6
no sé	12,1
la entretención	7,8
destreza	7,8
tecnología	4,3
pensar más rápido	4,3
estrategia	2,8
enseñar hartas cosas	2,8
te superas y aprendes cosas	2,1
aprender jugando	2,1
amistad	1,4
la fuerza	1,4
el valor	1,4
desarrolla la creatividad	1,4
aprendizaje de la coordinación	1,4
depende	0,7
información	0,7
capacidad intelectual	0,7
feliz	0,7
liberar tensiones	0,7
admirar la belleza	0,7
no se dicen garabatos	0,7
el aprendizaje	0,7
sus costumbres	0,7
moralizante	0,7
movimientos filosóficos	0,7
expresar tu preocupación en los juegos	0,7
ocupar un espacio en la vida	0,7

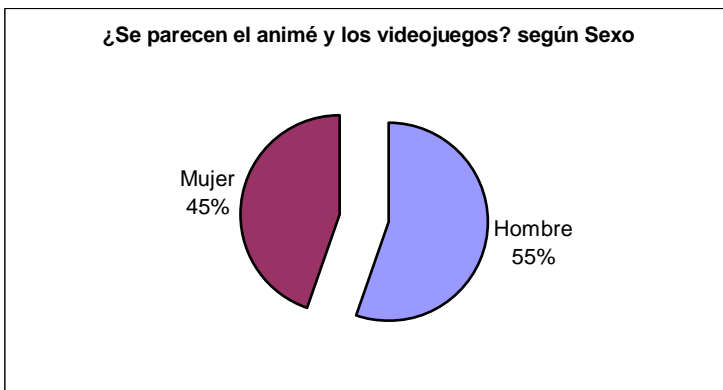
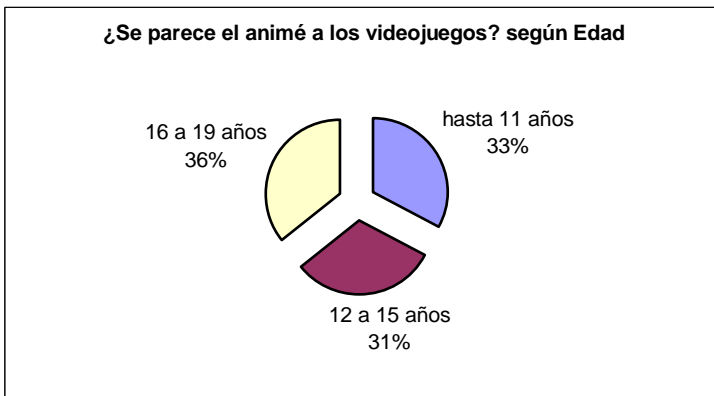
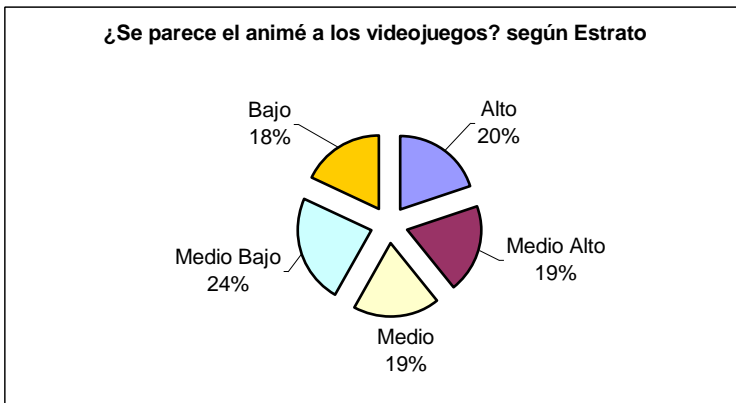
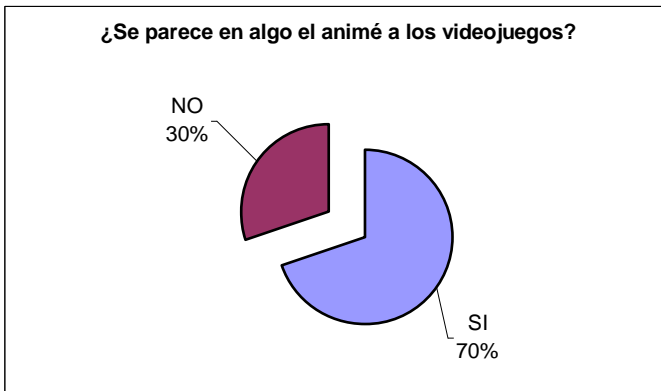
4.4.1.37 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego? Según Estrato, Edad y Sexo

¿Cuál es el valor educativo de los videojuegos? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Depende	1,90%							2,50%	1,30%	
Información	1,90%							2,50%	1,30%	
Capacidad intelectual			2,90%				2,20%			1,60%
La entretención	7,70%		11,40%		11,10%	9,10%	8,70%	5,00%	7,80%	7,80%
No sé	19,20%		20,00%			16,40%	4,30%	15,00%	9,10%	15,60%
Feliz				6,30%			2,20%		1,30%	
Liberar tensiones				6,30%				2,50%	1,30%	
Admirar la belleza					3,70%	1,80%			1,30%	
No se dicen garabatos	1,90%					1,80%				1,60%
Estrategia	5,80%				3,70%	3,60%	4,30%		5,20%	
Amistad	1,90%		2,90%			1,80%	2,20%		1,30%	1,60%
La fuerza	1,90%		2,90%			1,80%	2,20%		1,30%	1,60%
El aprendizaje					3,70%		2,20%		1,30%	
El valor					7,40%	3,60%			1,30%	1,60%
Sus costumbres					3,70%			2,50%	1,30%	
Moralizante	1,90%							2,50%	1,30%	
Desarrolla la creatividad	3,80%					1,80%		2,50%	1,30%	1,60%
Movimientos filosóficos	1,90%							2,50%	1,30%	
Tecnología	3,80%		2,90%	6,30%	7,40%		6,50%	7,50%	5,20%	3,10%
Destreza	15,40%	9,10%	2,90%		3,70%	7,30%	6,50%	10,00%	10,40%	4,70%
Aprendizaje de la coordinación		9,10%			3,70%		2,20%	2,50%		3,10%
Te superas y aprendes cosas	1,90%	9,10%	2,90%			1,80%	2,20%	2,50%	1,30%	3,10%
Expresar tu preocupación en los juegos		9,10%				1,80%			1,30%	
Ocupar un espacio en la vida	1,90%						2,20%		1,30%	
Aprender jugando	1,90%	9,10%	2,90%			3,60%		2,50%	1,30%	3,10%
Enseñar hartas cosas	1,90%	9,10%	2,90%	6,30%		1,80%	4,30%	2,50%	2,60%	3,10%
Pensar más rápido		9,10%	8,60%	12,50%		3,60%	2,20%	7,50%	5,20%	3,10%
No tiene	23,10%	36,40%	37,10%	62,50%	51,90%	38,20%	45,70%	27,50%	32,50%	43,80%

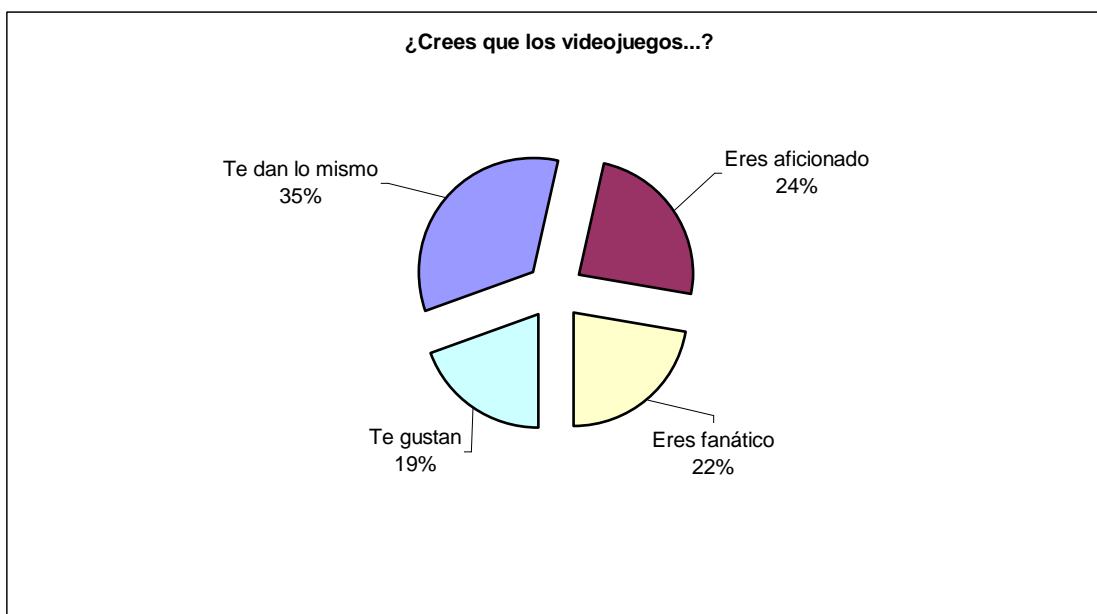
Corresponde al ámbito de:

Lo Intelectivo **La Entretención.** Las Emociones. Los Valores

4.4.1.38 ¿Se parece en algo el animé a los videojuegos?



4.4.1.39 Postura respecto de los videojuegos

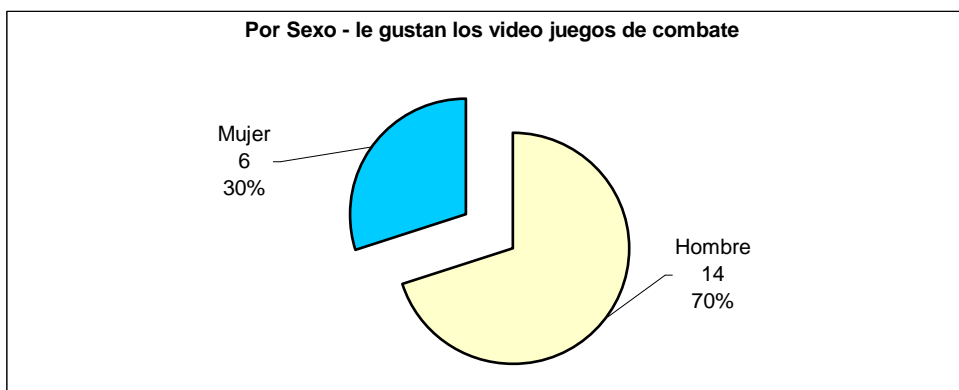
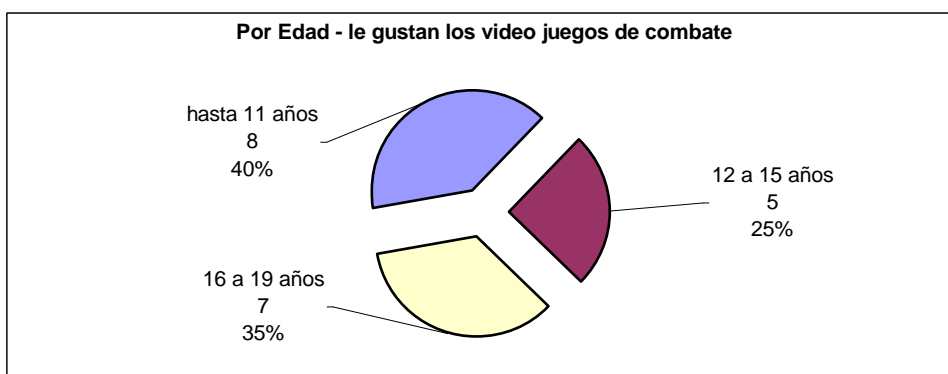
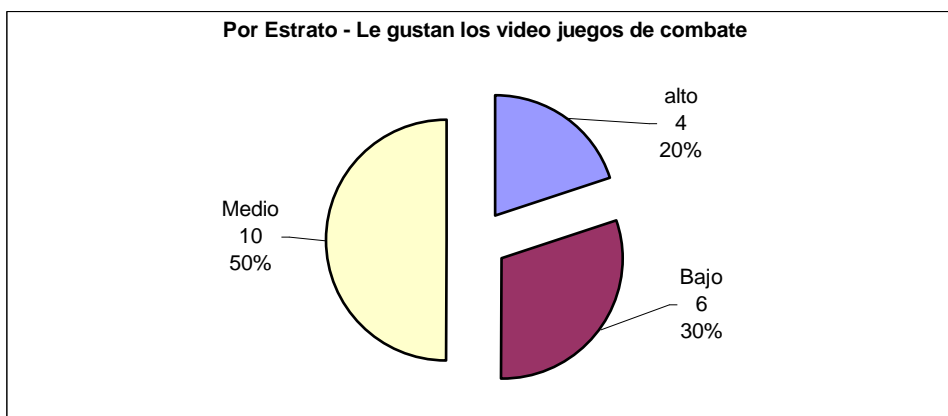
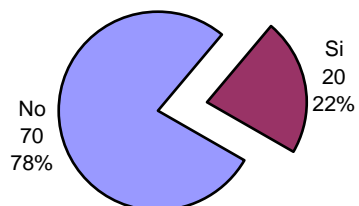


¿Cuál es tu postura respecto de los videojuegos? Según Estrato, Edad y Sexo										
	Estrato					Tramo etáreo			Sexo	
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Te da lo mismo los videos juegos	41,70%	20,00%	32,80%	34,60%	32,90%	30,90%	35,10%	38,20%	22,90%	45,50%
Te gustan los videos juegos	14,30%	56,70%	23,90%	3,80%	11,80%	19,10%	13,40%	27,60%	19,30%	19,60%
Aficionado al los videos juegos	27,40%	20,00%	17,90%	34,60%	23,70%	20,00%	33,00%	18,40%	26,40%	21,70%
Fanático de los videos juegos	16,70%	3,30%	25,40%	26,90%	31,60%	30,00%	18,60%	15,80%	31,40%	13,30%

4.4.2 Gráficos Locales Temuco (Estadística General, por Estrato, Edad y Sexo)

4.4.2.1 ¿Te gustan los videojuegos de Combate?

¿Te gustan los videojuegos de combate?



4.4.2.2

¿Por qué te gustan los videojuegos de Combate? Según Estrato, Edad y Sexo

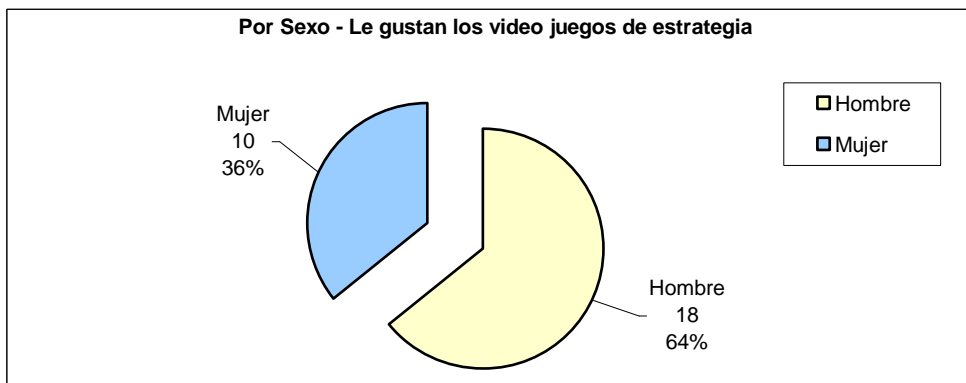
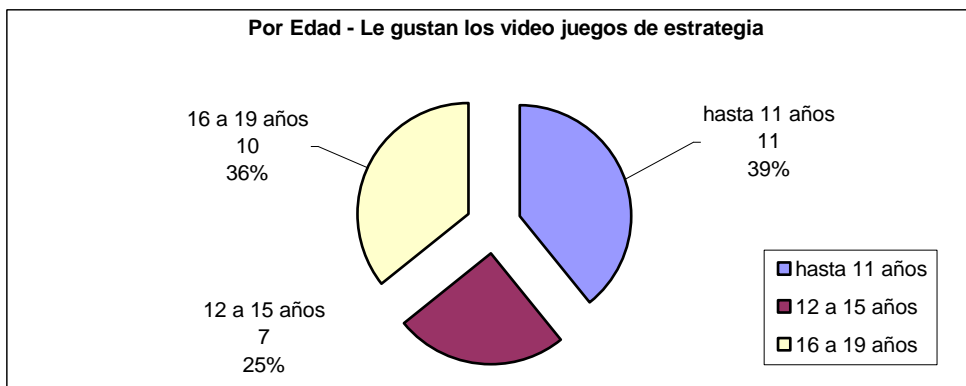
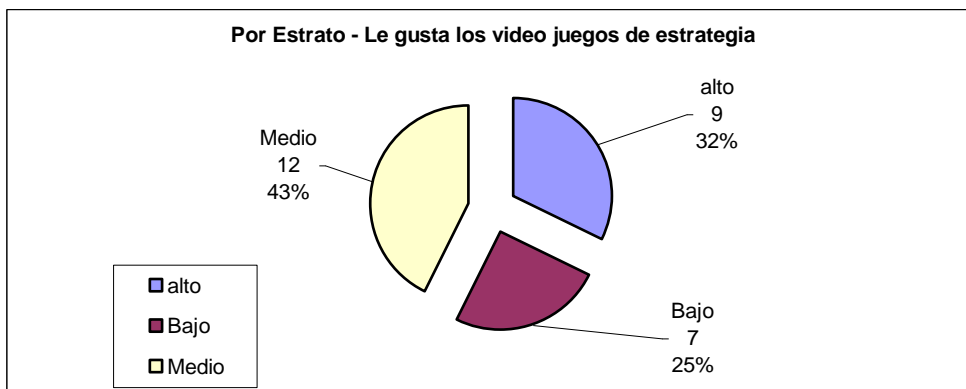
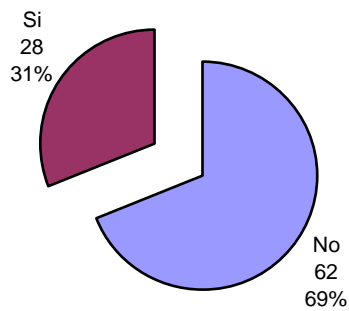
Razones para preferir los videojuegos de combate según Estrato, Edad y Sexo									
		Estrato			Tramo Etéreo			Sexo	
		Alto	Bajo	Medio	Menores de 12 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
me gusta	Cantidad	1			1			1	
	%	25,00%			11,10%			6,70%	
salen monitos animados	Cantidad		1		1				1
	%		14,30%		11,10%				16,70%
me gusta par luchar	Cantidad		1			1		1	
	%		14,30%			20,00%		6,70%	
hay acción	Cantidad		1	2	1	1	1	2	1
	%		14,30%	20,00%	11,10%	20,00%	14,30%	13,30%	16,70%
me siento más	Cantidad		1		1			1	
	%		14,30%		11,10%			6,70%	
son buenos	Cantidad			1		1		1	
	%			10,00%		20,00%		6,70%	
más rapidez	Cantidad			2			2	1	1
	%			20,00%			28,60%	6,70%	16,70%
aprender	Cantidad			1	1				1
	%			10,00%	11,10%				16,70%
me gusta la aventura	Cantidad	1					1	1	
	%	25,00%					14,30%	6,70%	
son entretenidos	Cantidad	1	2	2	2	2	1	4	1
	%	25,00%	28,60%	20,00%	22,20%	40,00%	14,30%	26,70%	16,70%
son bacanes	Cantidad	1			1			1	
	%	25,00%			11,10%			6,70%	
son reales	Cantidad			1			1	1	
	%			10,00%			14,30%	6,70%	
son sangrientos	Cantidad		1	1	1		1	1	1
	%		14,30%	10,00%	11,10%		14,30%	6,70%	16,70%
Total	Cantidad	4	7	10	9	5	7	15	6

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención** **La Violencia y la Emoción** **La Identificación y la Implicación** **y La Imagen**

4.4.2.3 ¿Te gustan los videojuegos de Estrategia?

¿Te gustan los videojuegos de estrategia?



4.4.2.4 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Estrategia? Según Estrato, Edad y Sexo

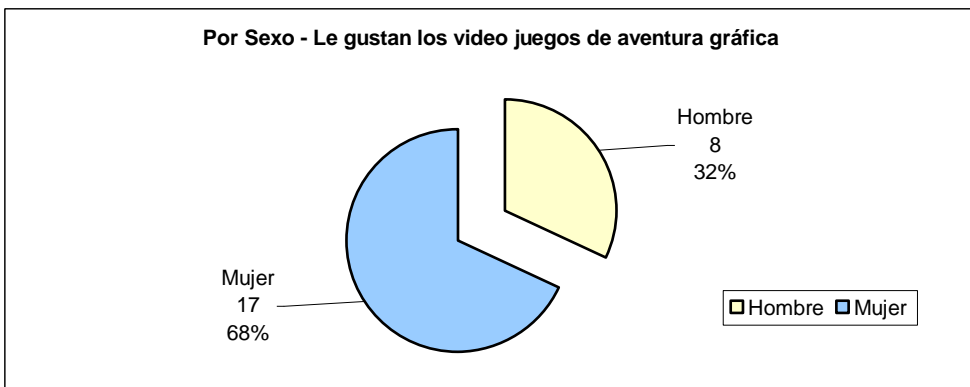
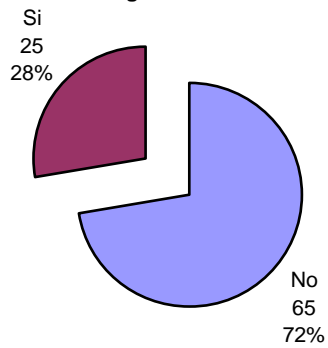
Razones para preferir videojuegos de estrategia según Estrato, Edad y Sexo									
		Estrato			Tramo etéreo			Sexo	
		Alto	Bajo	Medio	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Mientras más juegas te vas metiendo más	Cantidad	1			1				1
	%	12,50%			9,10%				10,00%
son un desafío para mí	Cantidad			1		1		1	
	%			8,30%		14,30%		5,60%	
me ejercita la mente	Cantidad			1		1		1	
	%			8,30%		14,30%		5,60%	
me hacen pensar	Cantidad	3	1	3	3	1	3	6	1
	%	37,50%	12,50%	25,00%	27,30%	14,30%	30,00%	33,30%	10,00%
trasfondo o trama	Cantidad			1		1		1	
	%			8,30%		14,30%		5,60%	
me abre la imaginación	Cantidad		1	1	1		1	1	1
	%		12,50%	8,30%	9,10%		10,00%	5,60%	10,00%
son buenos	Cantidad	1					1	1	
	%	12,50%					10,00%	5,60%	
son divertidos	Cantidad	1	3		3	1		3	1
	%	12,50%	37,50%		27,30%	14,30%		16,70%	10,00%
son entretenidos	Cantidad		1	1		1	1		2
	%		12,50%	8,30%		14,30%	10,00%		20,00%
son bacanes	Cantidad		1		1				1
	%		12,50%		9,10%				10,00%
son de ingenio	Cantidad	1		1	1		1	1	1
	%	12,50%		8,30%	9,10%		10,00%	5,60%	10,00%
son reales	Cantidad			1		1			1
	%			8,30%		14,30%			10,00%
son difíciles	Cantidad		1	1	1		1	2	
	%		12,50%	8,30%	9,10%		10,00%	11,10%	
son interesantes	Cantidad	1		1			2	1	1
	%	12,50%		8,30%			20,00%	5,60%	10,00%
Total	Cantidad	8	8	12	11	7	10	18	10

Pertenece a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretenimiento** **La Violencia y la Emoción** **La Identificación y la Implicación.** **y La Imagen**

4.4.2.5 ¿Te gustan los videojuegos de Aventura Gráfica?

¿Te gustan los videojuegos de aventura gráfica?



4.4.2.6

¿Por qué te gustan los videojuegos de Aventura Gráfica? según Estrato, Edad y Sexo

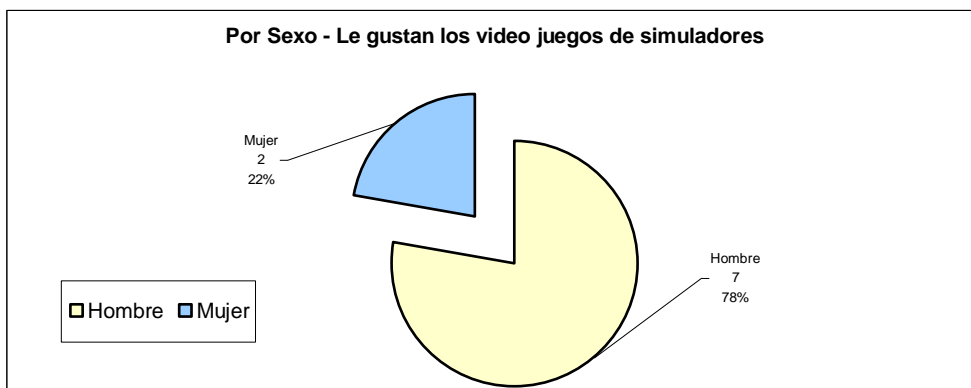
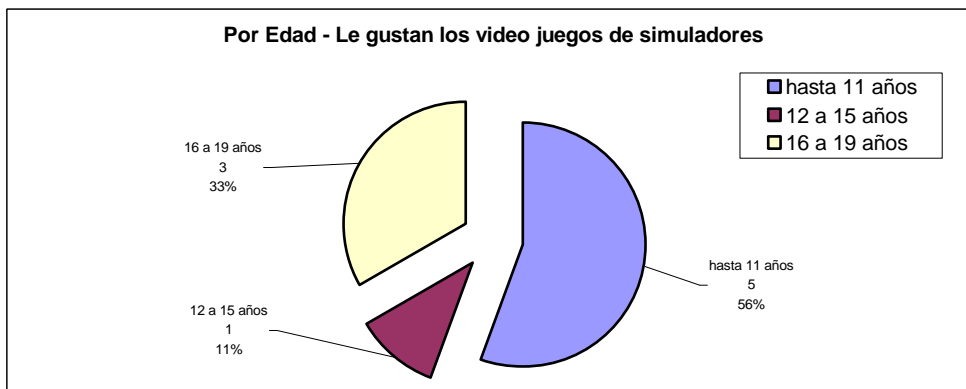
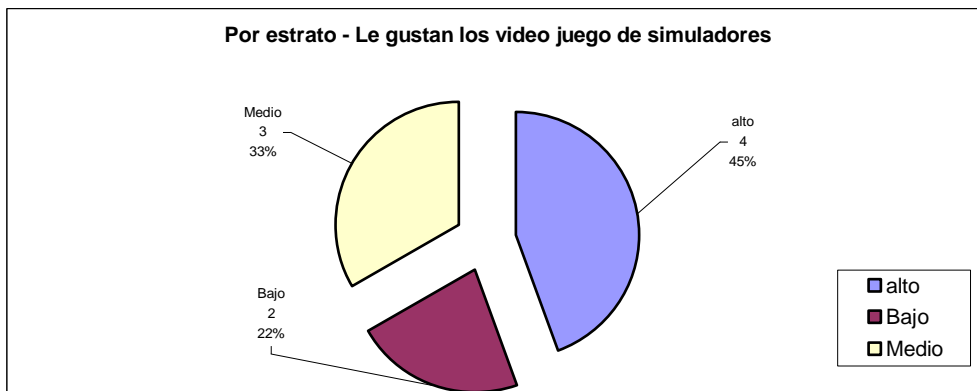
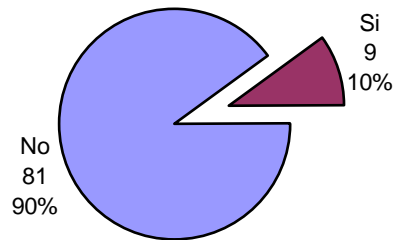
Razones para preferir videojuegos de aventura gráfica según Estrato, Edad y Sexo									
		Estrato			Tramo etéreo			Sexo	
		Alto	Bajo	Medio	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
para pasar el rato	Cantidad	1					1		1
	%	10,00%					20,00%		5,90%
uno gana	Cantidad			1	1			1	
	%			12,50%	7,70%			14,30%	
me trasladan a un lugar desconocido	Cantidad			1			1	1	
	%			12,50%			20,00%	14,30%	
me abre la imaginación	Cantidad		1			1		1	
	%		16,70%			16,70%		14,30%	
Menos violencia	Cantidad	1			1				1
	%	10,00%			7,70%				5,90%
me gusta la aventura	Cantidad		2	1	3				3
	%		33,30%	12,50%	23,10%				17,60%
son fáciles	Cantidad	2				1	1		2
	%	20,00%				16,70%	20,00%		11,80%
son competitivos	Cantidad			1	1			1	
	%			12,50%	7,70%			14,30%	
son divertidos	Cantidad	2		1	1	2		1	2
	%	20,00%		12,50%	7,70%	33,30%		14,30%	11,80%
son entretenidos	Cantidad	3	2	2	4	2	1	1	6
	%	30,00%	33,30%	25,00%	30,80%	33,30%	20,00%	14,30%	35,30%
tienen etapas	Cantidad	1			1				1
	%	10,00%			7,70%				5,90%
son bacanes	Cantidad		1	1	1		1	1	1
	%		16,70%	12,50%	7,70%		20,00%	14,30%	5,90%
Total	Cantidad	10	6	8	13	6	5	7	17

Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención** **La Violencia y la Emoción** **La Identificación y la Implicación** **y La Imagen**

4.4.2.7 ¿Te gustan los videojuegos de Simuladores?

¿Te gustan los videojuegos de simuladores?



4.4.2.8 ¿Por qué te gustan los videojuegos de Simuladores? Según Estrato, Edad y Sexo

Razones para elegir videojuegos de simuladores según Estrato, Edad y Sexo									
		Estrato			Tramo etáreo			Sexo	
		Alto	Bajo	Medio	hasta 11 años	12 a 15 años	16 a 19 años	Hombre	Mujer
Dan ganas de jugar	Cantidad			1	1				1
	%			33,30%	25,00%				50,00%
me gusta	Cantidad	1			1			1	
	%	25,00%			25,00%			16,70%	
me relaja	Cantidad		1		1				1
	%		100,00%		25,00%				50,00%
son entretenidos	Cantidad			1	1			1	
	%			33,30%	25,00%			16,70%	
son reales	Cantidad	2		1			3	3	
	%	50,00%		33,30%			100,00%	50,00%	
son difíciles	Cantidad	1				1		1	
	%	25,00%				100,00%		16,70%	
	Cantidad	4	1	3	4	1	3	6	2

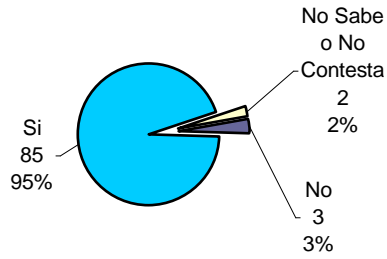
Pertencen a la categoría de:

Lo Intelectivo **La Entretención**, **La Violencia y la Emoción** . **La Identificación y la Implicación**. **y La Imagen**

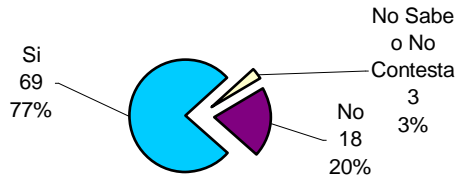
4.4.2.9

¿Te gusta la computación? - ¿Usas las computadoras en tu escuela?

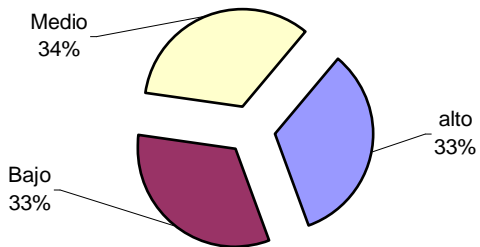
¿Te gusta la computación?



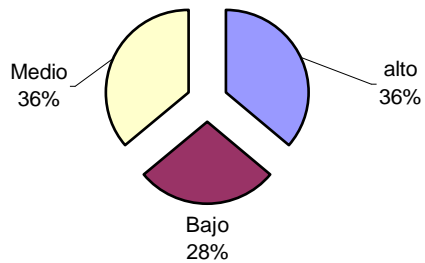
¿Usas las computadoras en tu escuela?



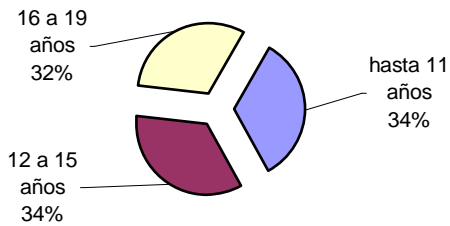
¿Te gusta la computación? según Estrato



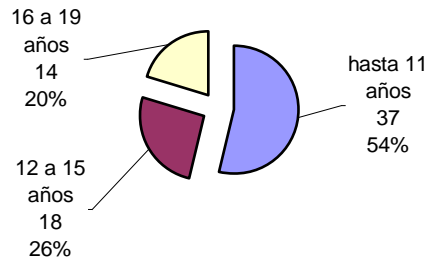
¿Usas las computadoras en tu escuela? según Estrato



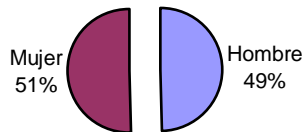
¿Te gusta la computación? según Edad



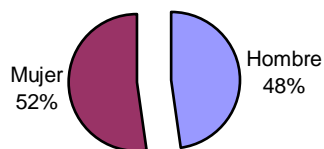
¿Usas las computadoras en tu escuela? según Edad



¿Te gusta la computación? según Sexo

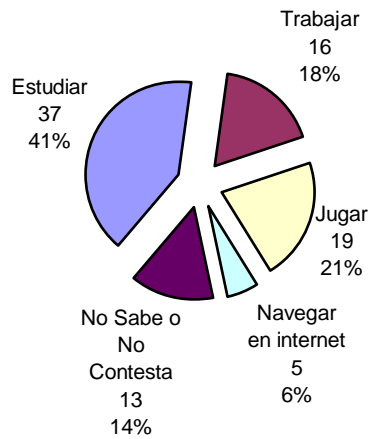


¿Usas las computadoras en tu escuela? según Sexo

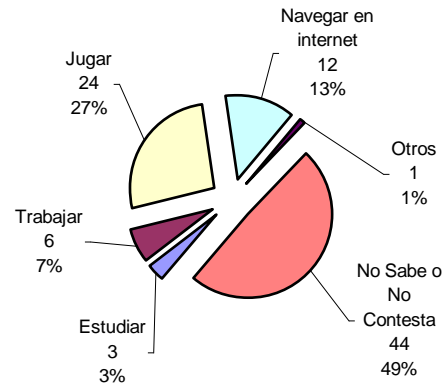


4.4.2.10 ¿Para qué usas más la computación en tu casa?

¿Para que usas más la computación? 1ª mención

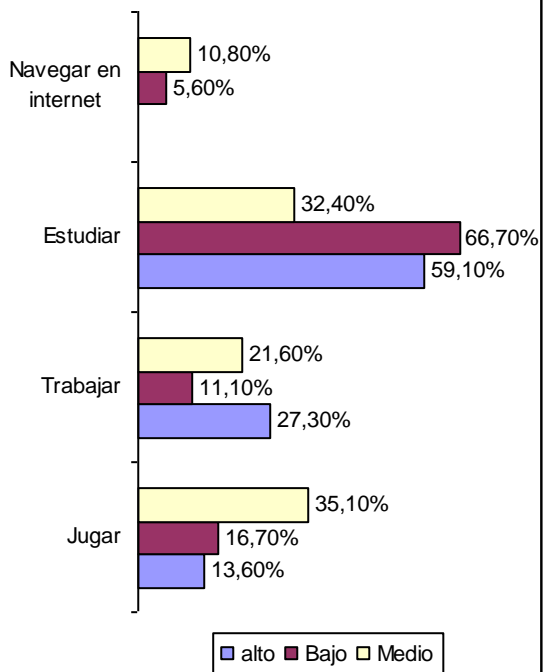


¿Para que usas mas la computación? 2ª mención

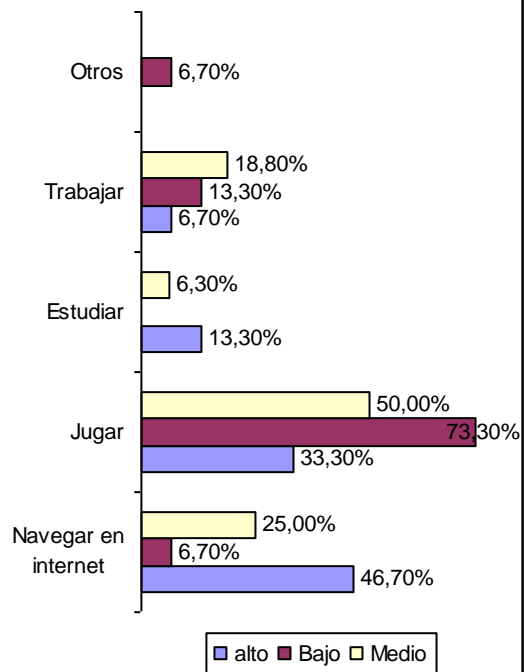


4.4.2.11 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Estrato

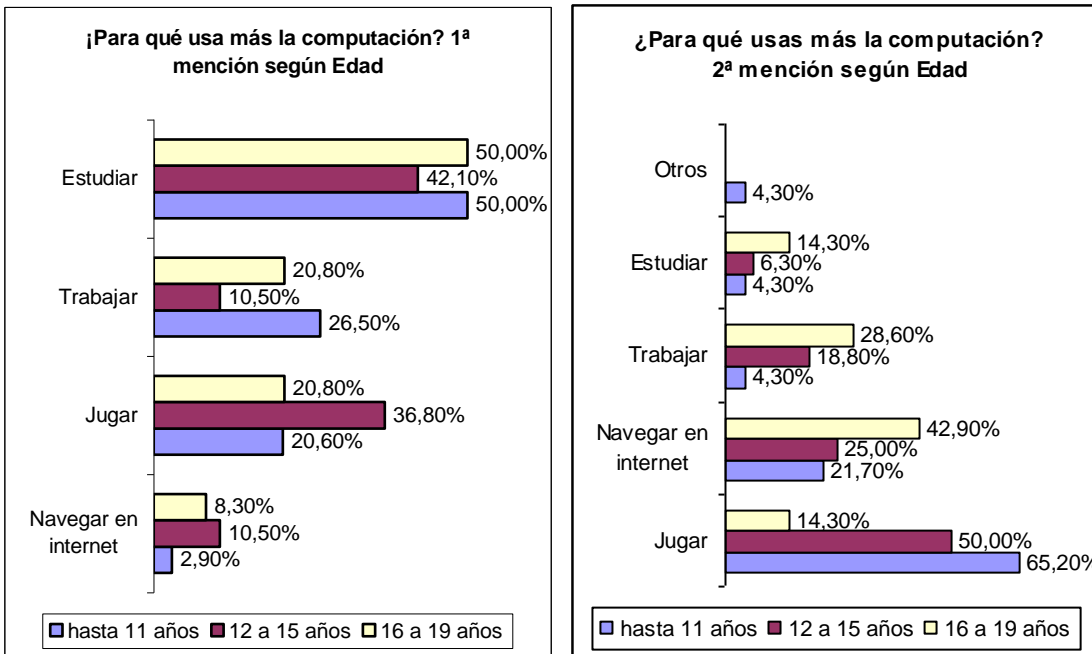
¿Para que usas más la computación? 1ª mención según Estrato



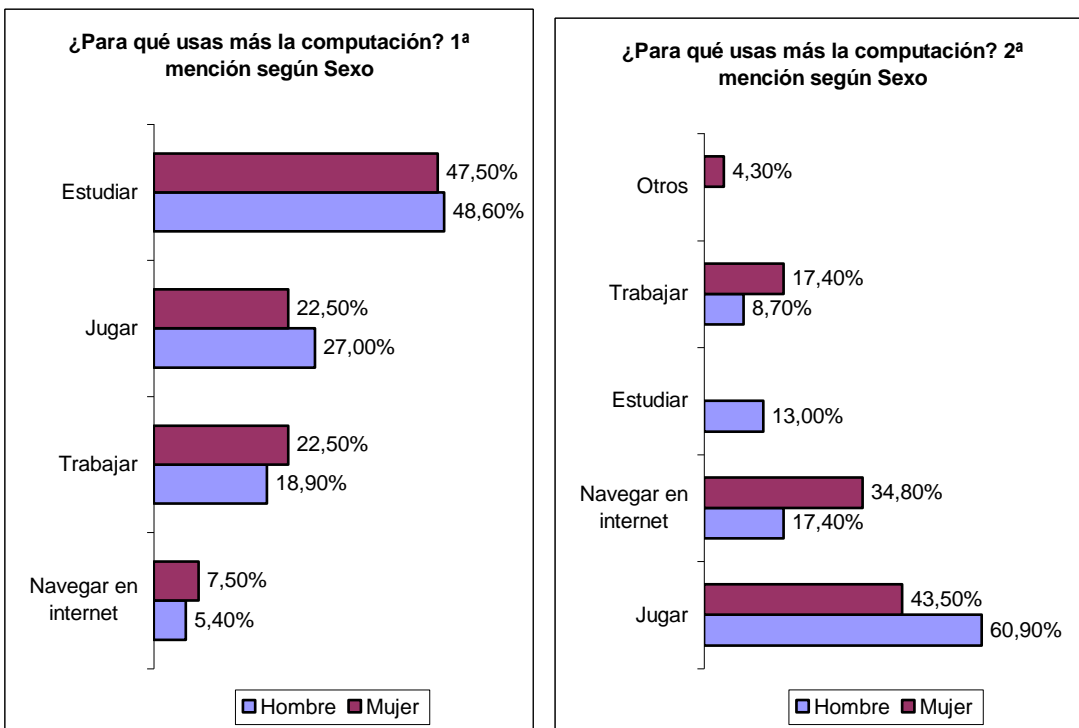
¿Para qué usas más la computación? 2ª mención según Estrato



4.4.2.12 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Edad

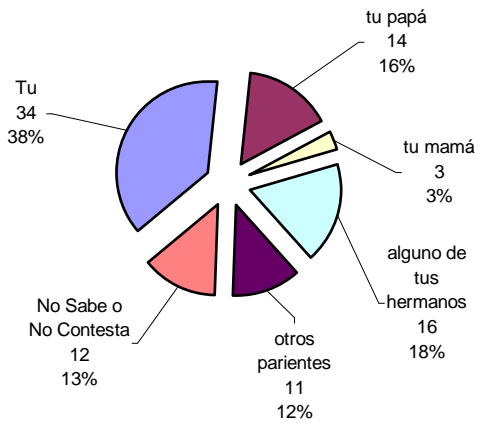


4.4.2.13 ¿Para qué usas más la computación en tu casa? Según Sexo

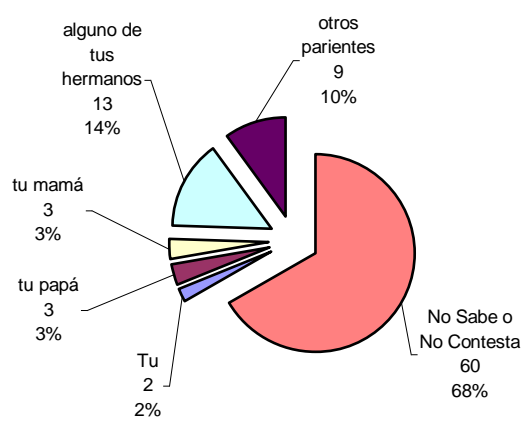


4.4.2.14 ¿Quién sabe más de computación en tu casa?

¿Quién sabe más de computación en tu casa? 1ª mención

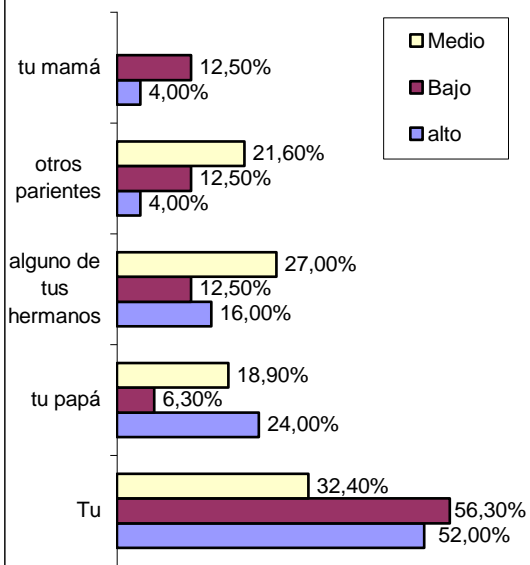


¿Quién sabe más de computación en tu casa? 2ª mención

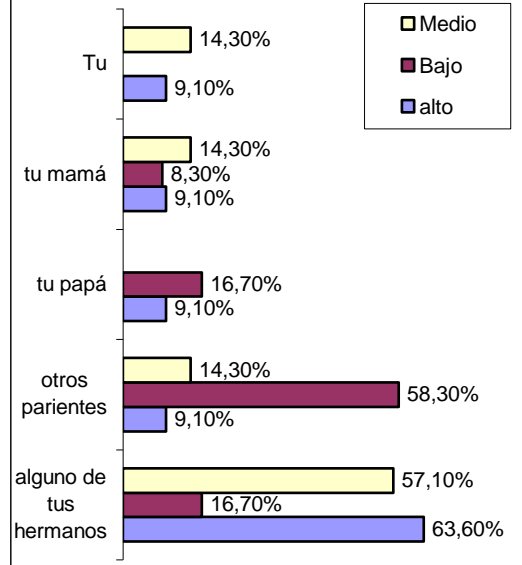


4.4.2.15 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Estrato

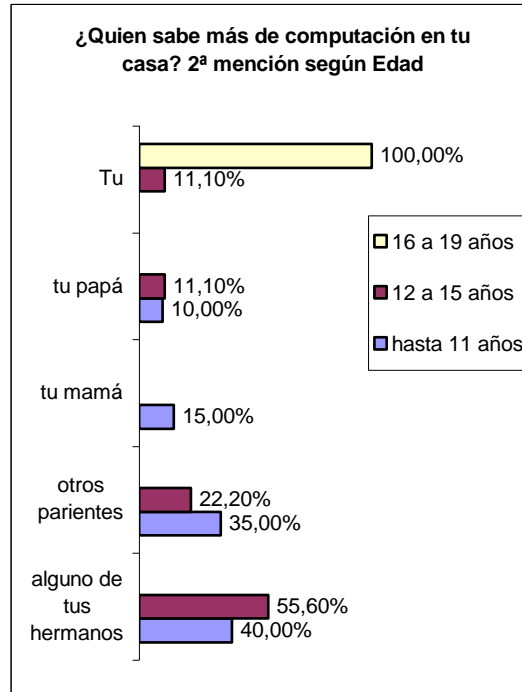
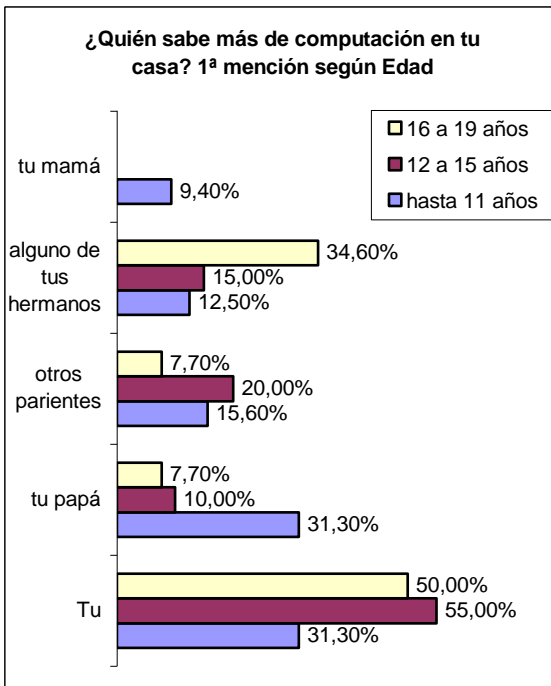
¿Quién sabe más de computación en tu casa? 1ª mención según Estrato



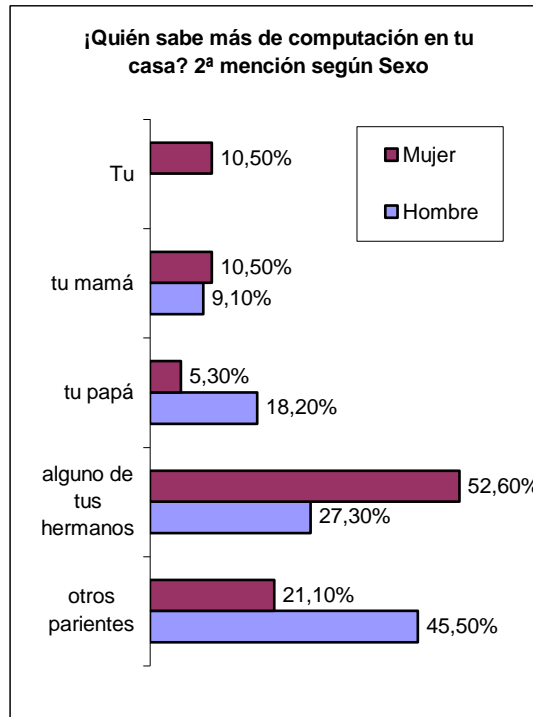
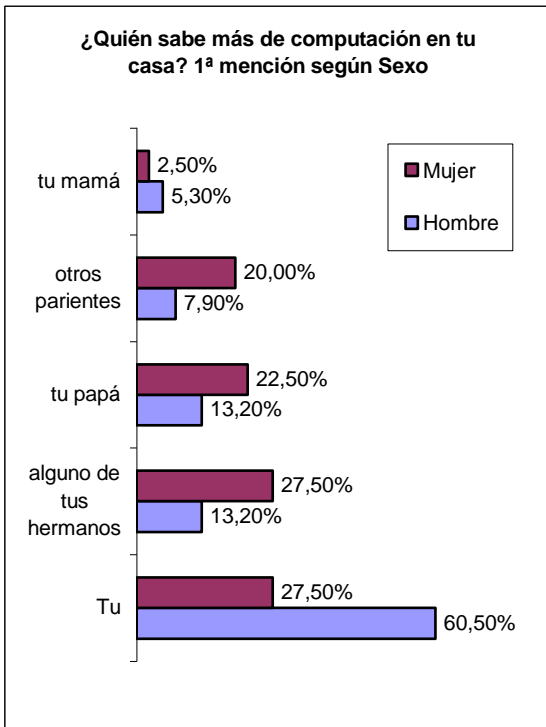
¿Quién sabe más de computación en tu casa? 2ª mención según Estrato



4.4.2.16 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Edad

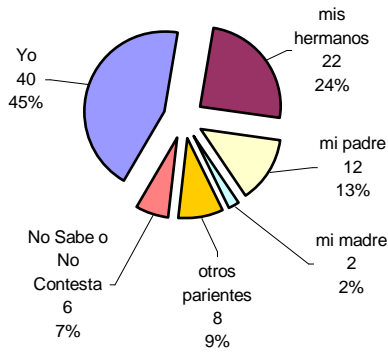


4.4.2.17 ¿Quién sabe más de computación en tu casa? Según Sexo

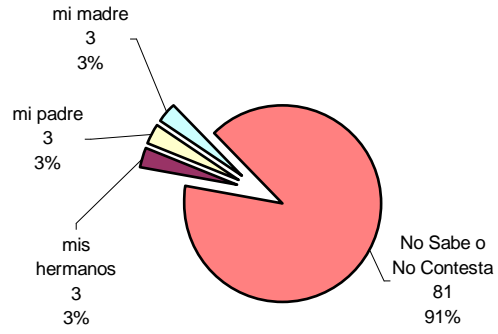


4.4.2.18 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa?

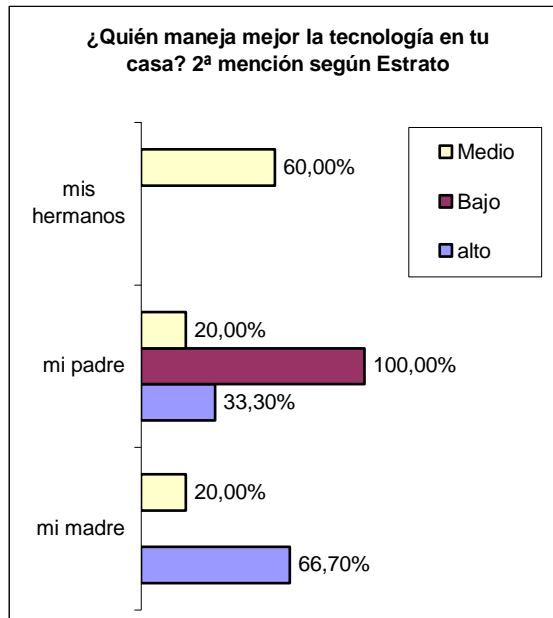
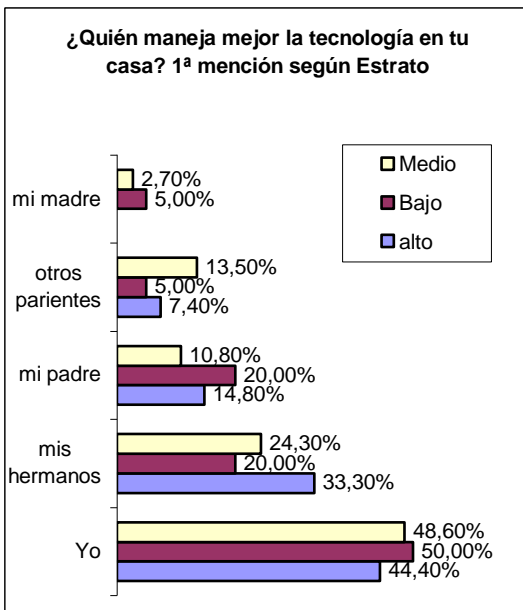
¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? 1ª mención



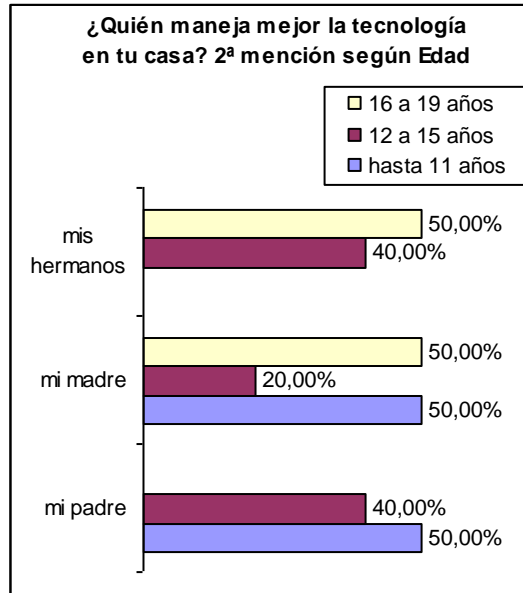
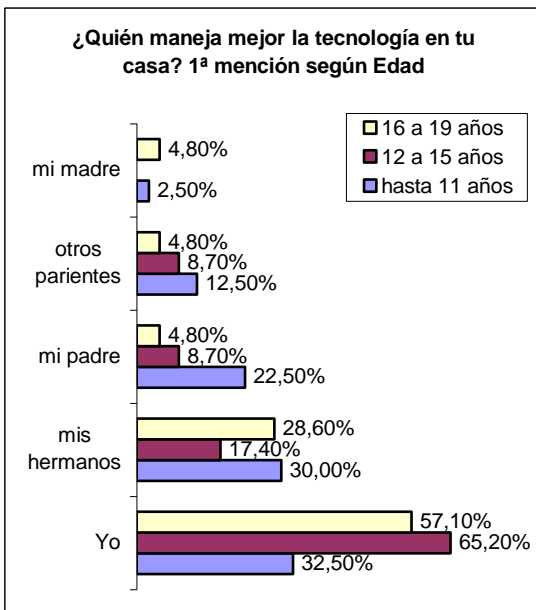
¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? 2ª mención



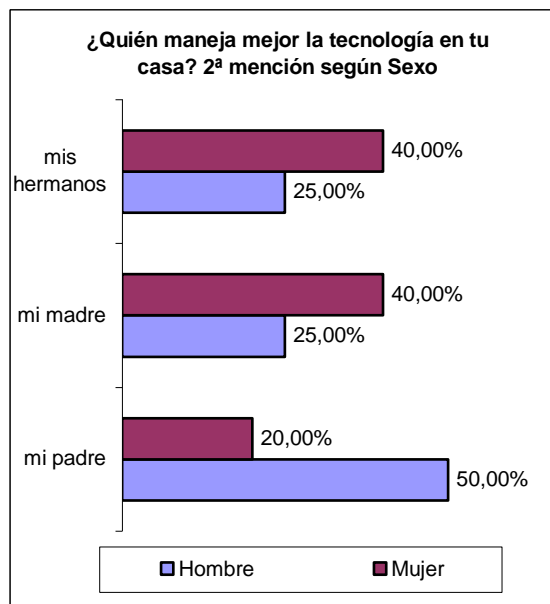
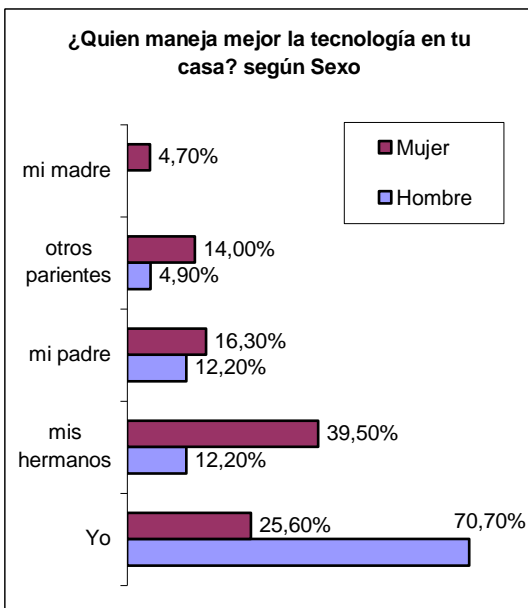
4.4.2.19 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Estrato



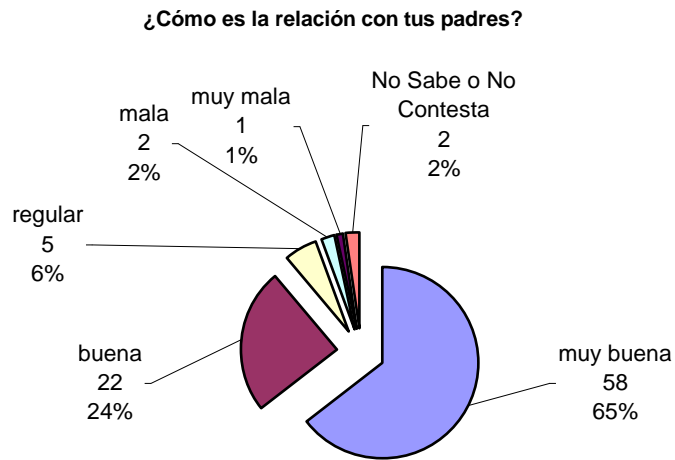
4.4.2.20 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Edad



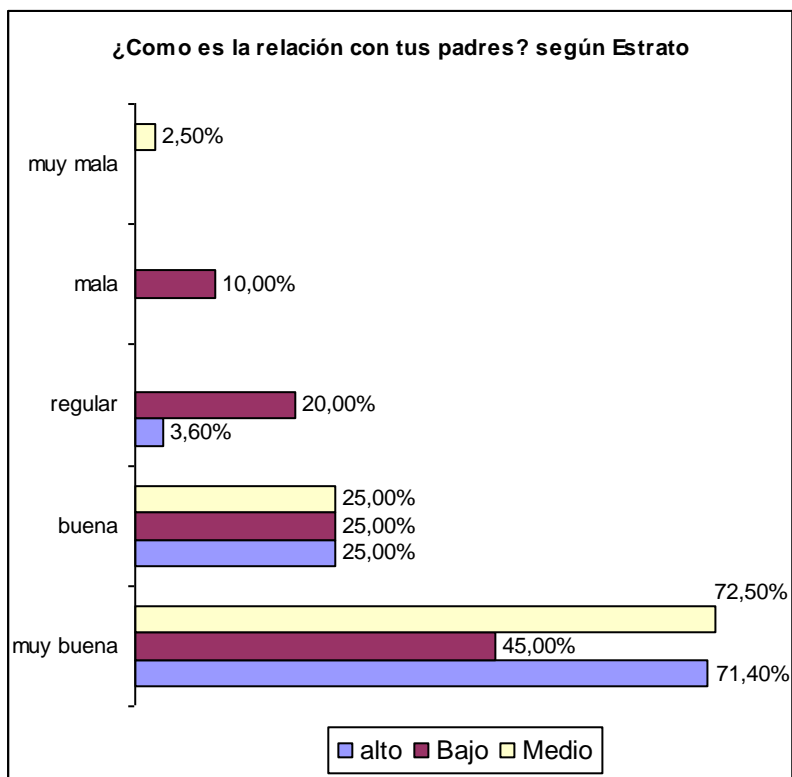
4.4.2.21 ¿Quién maneja mejor la tecnología en tu casa? Según Sexo



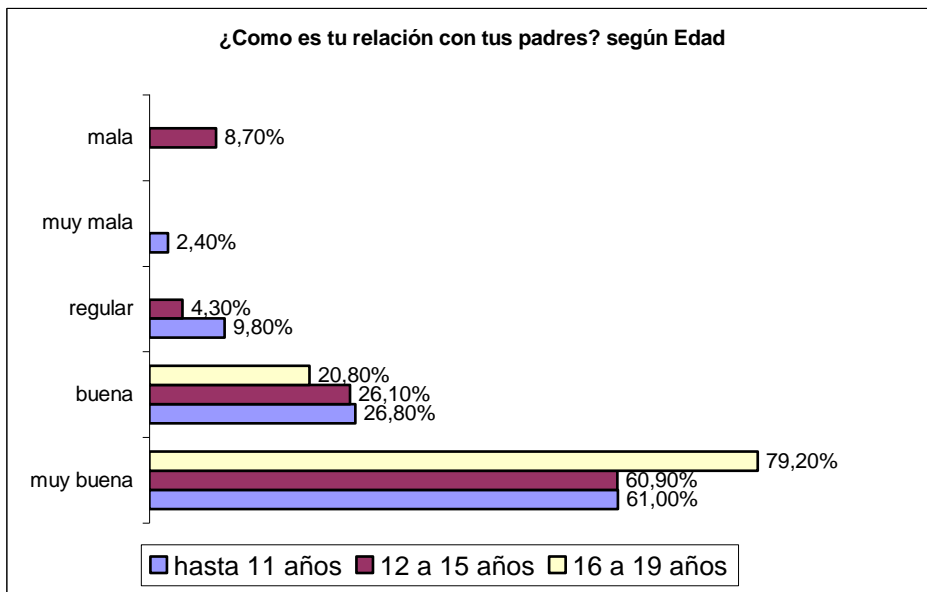
4.4.2.22 ¿Cómo es la relación con tus padres?



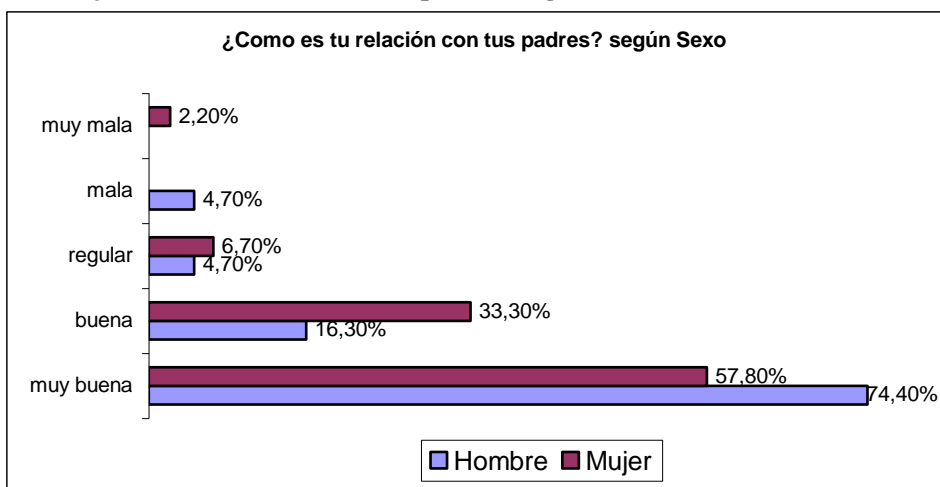
4.4.2.23 ¿Cómo es la relación con tus padres? Según Estrato



4.4.2.24 ¿Cómo es la relación con tus padres? Según Edad

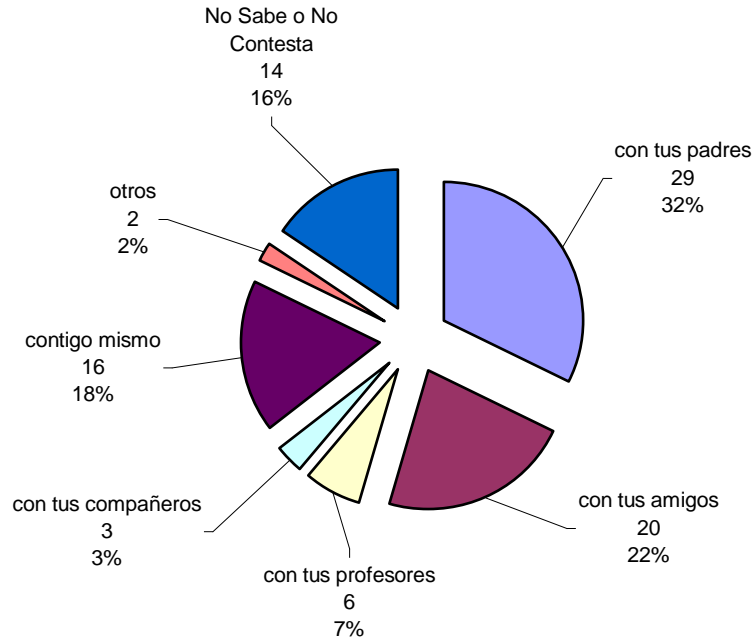


4.4.2.25 ¿Cómo es la relación con tus padres? Según Sexo

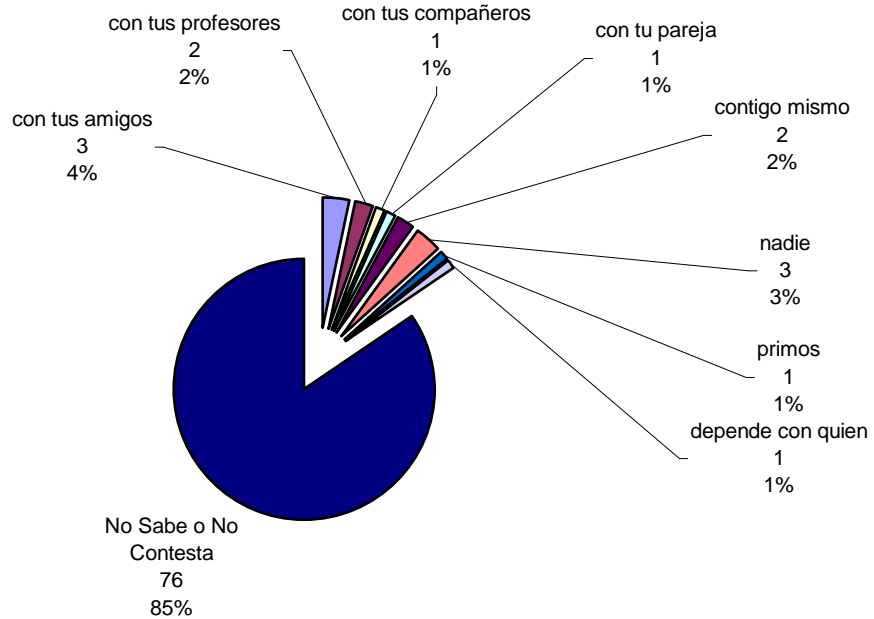


4.4.2.26 ¿Con quién son tus conflictos más graves?

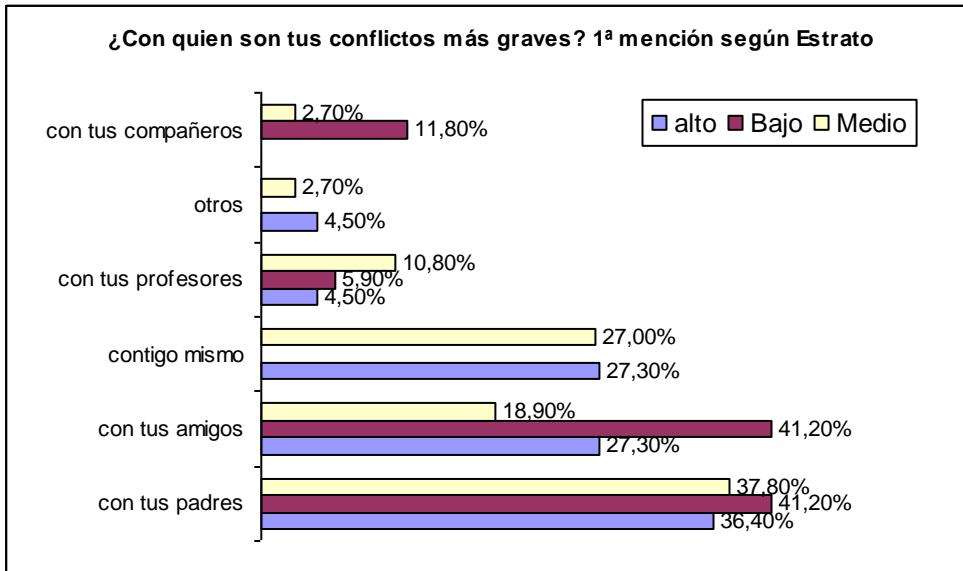
¿Con quien son tus conflictos más graves? 1ª mención



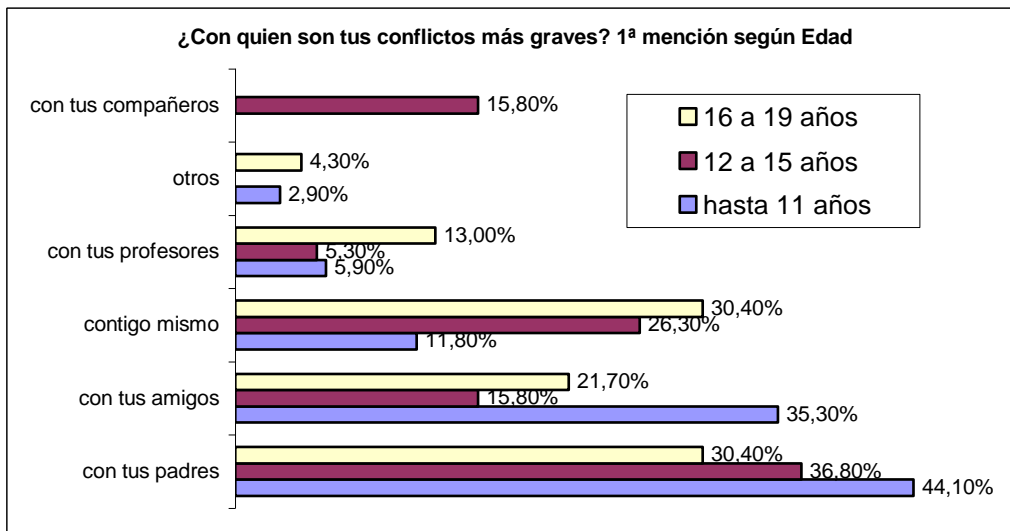
¿Con quien son tus tus conflictos más graves? 2ª mención



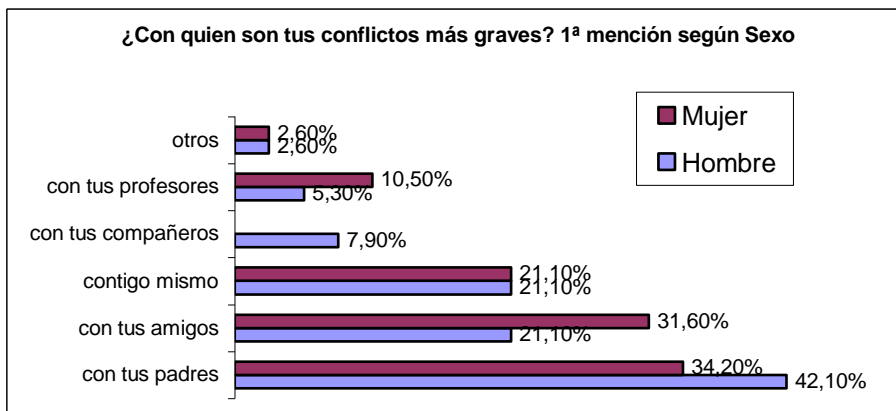
4.4.2.27 ¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Estrato



4.4.2.28 ¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Edad



4.4.2.29 ¿Con quién son tus conflictos más graves? Según Sexo



4.4.2.30 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego?

¿Cuál es el valor educativo del videojuego?		
	Cantidad	%
no tiene	24	26,7
pensar más rápido	2	2,2
enseñar hartas cosas	1	1,1
aprender jugando	2	2,2
te superas y aprendes cosas	1	1,1
tecnología	2	2,2
el valor	1	1,1
amistad	1	1,1
estrategia	1	1,1
la entretención	4	4,4
capacidad intelectual	1	1,1
información	1	1,1
depende	1	1,1
No Sabe o No Contesta	48	53,4

4.4.2.31 ¿Cuál es el valor educativo del videojuego? Según Estrato, Edad y Sexo

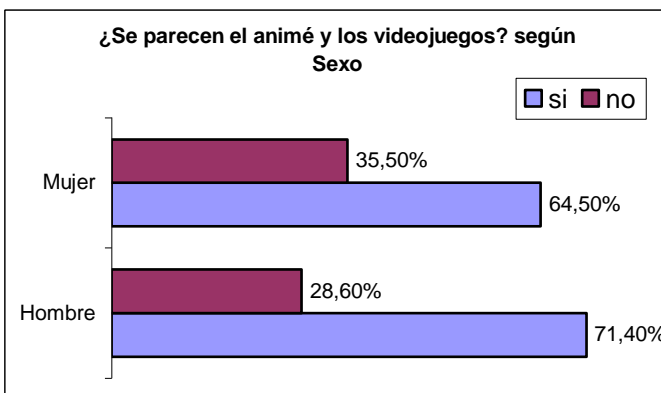
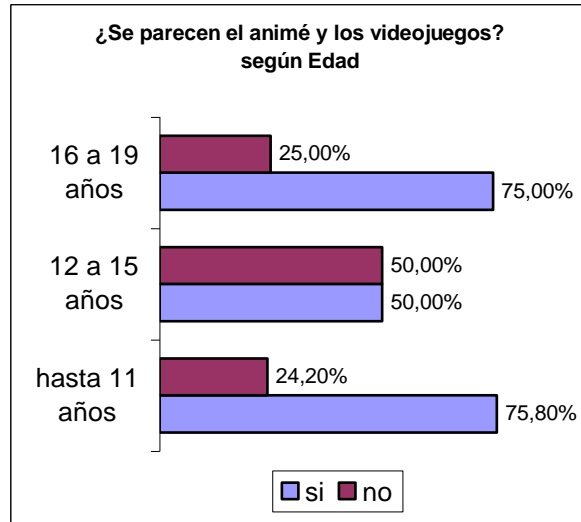
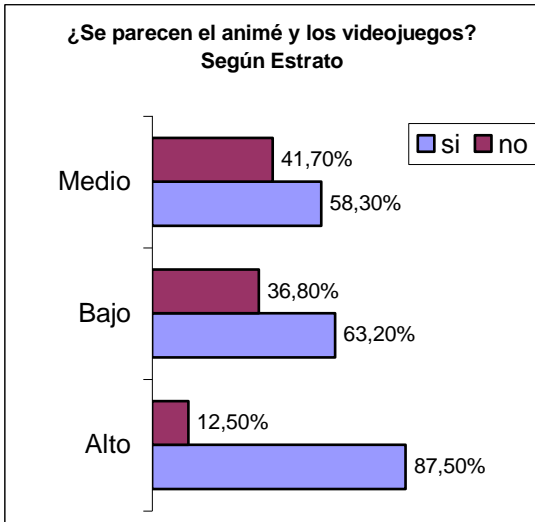
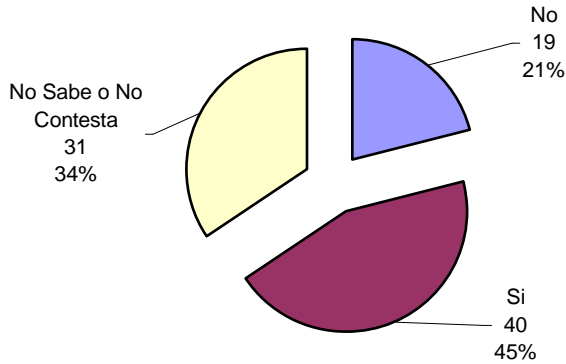
¿Cuál es el valor educativo del videojuego? (según Estrato, Edad y Sexo)																
	Estrato						Sexo				Tramo Etéreo					
	Alto	%	Medio	%	Bajo	%	Hombre	%	Mujer	%	hasta 11 años	%	12 a 15 años	%	16 a 19 años	%
No sabe o No contesta	20	68	8	27	20	67	26	59	22	50	12	41	16	54	16	61
no tiene	4	13	12	41	8	27	9	21	15	34	12	41	8	28	4	15
tecnología	1	3	1	3			2	4					1	3	1	4
aprender jugando	1	3	1	3			1	2	1	2	1	3			1	4
pensar más rápido			2	7			1	2	1	2	1	3	1	3		
estrategia					1	3	1	2			1	3				
información	1	3					1	2							1	4
capacidad intelectual			1	3					1	2			1	3		
te superas y aprendes cosas			1	3					1	2					1	4
enseñar hartas cosas			1	3					1	2			1	3		
el valor					1	3	1	2			1	3				
amistad			1	3					1	2			1	3		
la entretención	2	7	2	7			2	4	2	4	2	7	1	3	1	4
depende	1	3					1	2							1	4

Corresponde al ámbito de:

Lo Intelectivo **La Entretención.** **Las Emociones .** **Los Valores**

4.4.2.32 El animé y el videojuego ¿se parecen?

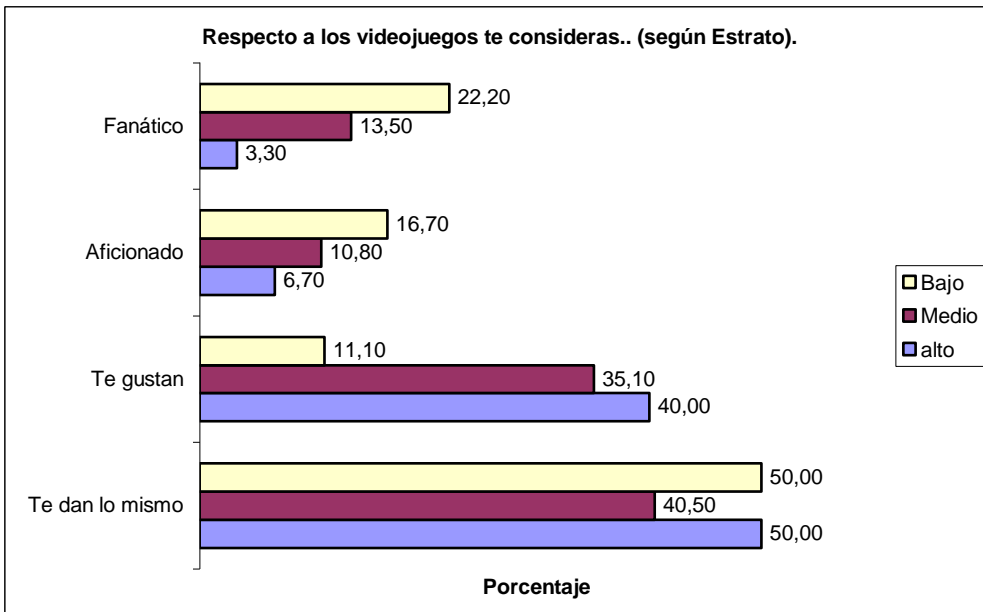
El animé y los videojuegos ¿se parecen?



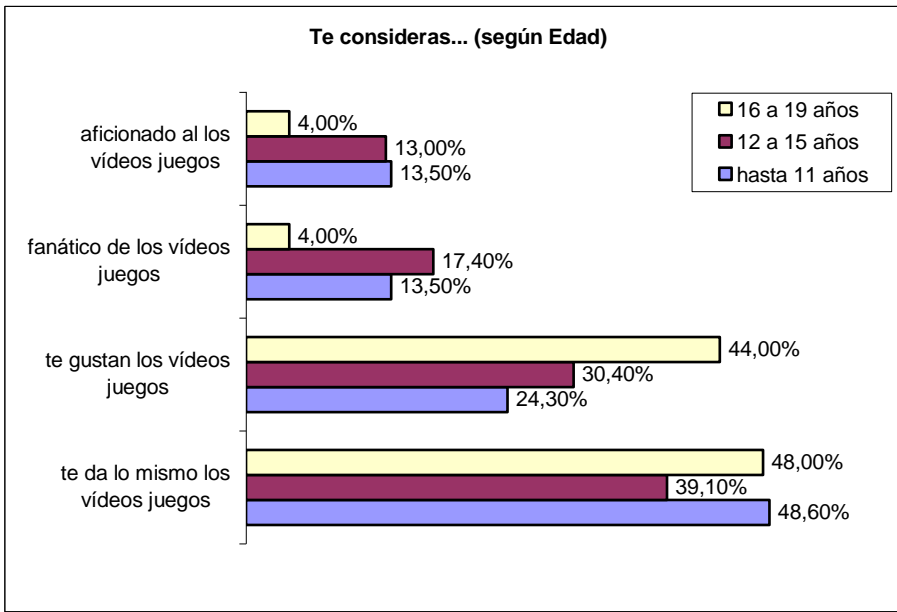
4.4.2.33 Postura respecto de los videojuegos



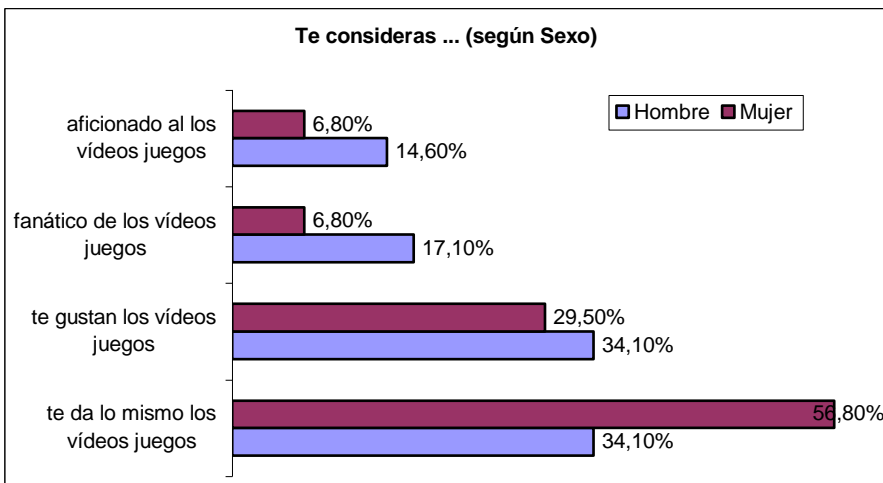
4.4.2.34 Postura respecto de los videojuegos según Estrato



4.4.2.35 Postura respecto de los videojuegos según Edad



4.4.2.36 Postura respecto de los videojuegos según Sexo



4.5 ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD (TEMUCO)

4.5.1 Antecedentes sobre las entrevistas realizadas

El Proyecto Fondecyt N° 1000954, realizó entrevistas en profundidad en cada segmento socioeconómico sobre los mismos temas de la encuesta, aplicada con anterioridad a los entrevistados. En cada segmento se escogieron cuatro hombres y cuatro mujeres, un hombre y una mujer por nivel etéreo (Pre Básico: menores de 9 años; Primer Ciclo Básico: de 9 a 11 años; Segundo Ciclo Básico: de 12 a 15 años; y Enseñanza Media: de 16 a 19 años.) Cada uno de los entrevistados fue escogido como representante de la media estadística constatada en el análisis preliminar efectuado a los resultados de la encuesta.

Para nuestro estudio hemos seleccionado 6 entrevistas realizadas a jóvenes de Temuco. Al seleccionar sólo la ciudad de Temuco buscamos articular el concepto de consumo sobre la base de la estadística entregada por el Consejo Nacional de Televisión respecto de la tenencia de medios de comunicación.

Asimismo, recolectar las opiniones y percepciones de sujetos que comparten un circuito urbano relativamente acotado (Temuco es mucho más pequeño que Santiago pero experimenta un crecimiento bastante acelerado en los últimos 5 años), nos permite acceder a un espacio social donde se manifiestan prácticas de consumo que usualmente sólo se estudian en Santiago.

4.5.2 Análisis semántico pulsional de las entrevistas en profundidad

En las entrevistas se profundizaron aspectos que resultaban agradables para el entrevistado y otros que parecieron constituirse en los más conflictivos, a fin de encontrar los polos que permitieran develar la matriz estructural de sentido de cada entrevistado.

Ahora bien, este análisis semántico se complementa con el análisis pulsional, porque nos remite tanto al significado del discurso como a la expresión del cuerpo a través del significante. Este doble análisis, realizado en cuadrículas paralelas busca detectar la matriz de sentido en su dimensión semántica y pulsional los conflictos pulsionales subyacentes en el discurso.

Para realizar el análisis los registros sonoros análogos fueron traspasados a formato digital, para examinar su espectro de ondas en un programa de audio (Sound Forge). Este software fue particularmente útil para detectar y clasificar las porciones del discurso que mostraban mayor condensación (gráficamente expresadas como ondas constreñidas) y de mayor desplazamiento (gráficamente expresadas como ondas de distribución homogénea).

En la primera etapa del análisis se establecieron lexis (porciones de discurso) semánticas y pulsionales, lexis que daban cuenta de porciones transcritas de la entrevista (aspecto semántico) y reproducciones gráficas de las ondas sonoras asociadas a este (aspecto pulsional).

En la segunda etapa se procedió a identificar las oposiciones estructurales a nivel semántico, reordenando las celdillas en razón de esta oposición, para después verificar si estas oposiciones también tenían una correspondencia a nivel pulsional.













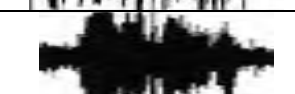



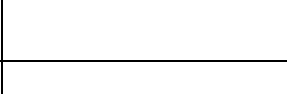
En el caso de encontrar incongruencias entre las oposiciones a nivel de las lexis semánticas y de las lexis pulsionales asociadas, se procedía a buscar el punto K (de caos) que nos indicase donde se situaba la catástrofe en la matriz de sentido del sujeto generador del discurso.



















De esta forma se materializó el análisis semántico y pulsional del discurso de la entrevista en un cuadro comparativo, organizado por temas y por tipos de lexis. Asimismo cada análisis semántico pulsional derivó en un diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad presente en cada entrevistado para identificar matrices semántico pulsionales recurrentes o divergentes entre estratos, edades o géneros.






4.5.2.1

Análisis Semántico Pulsional N° 1

(Mujer / Estrato Bajo / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco)

Lexis Semántica	Lexis Pulsional	Lexis Semántica	Lexis Pulsional
Preferencias Culturales			
(1'38'') Salgo a trotar en las tardes		(1'46'') Me aburro mucho en la casa	
(1'52'') El día Sábado voy con mi papá (al cine)		(11'59'') (¿tu papá trabaja?) Si, en la Vega	
		(2'04'') No lo tengo claro (que voy a ser cuando grande)	
(2'09'') Si, a veces veo (Dibujos animados)		(3'10'') (¿no te gustan las chicas súper poderosas?) Pelean mucho, son muy violentas	
(2'13'') Si, Sakura veo			
(2'15'') Porque es entretenido y me gustan los monos japoneses			
(2.23'') Lo encuentro divertido y Sakura me gusta como trabaja en su casa			
(7'02'') Me gusta escuchar música			
(7'05'') Me gusta la música en inglés			
(13'22'') A mi me gusta Limp Biskit, Eminem		(13'12'') (¿Qué música le gusta a tu madrastra?) le gusta escuchar tangos, música antigua	
(13'35'') (¿y Nirvana?) Si, también me gusta. En mi curso a casi todos les gusta Nirvana			
Animación - Merchandising			
(2'40'') En la Pillán a veces compro (cosas de dibujos animados)		(2'44'') No se, no conozco más (negocios)	

Animación – Familia			
(4'04'') Vivo con mi puro papá y no con mi mamá.		(4'28'') Mi mamá tiene dos hijos aparte	
(4'11'') Hace tiempo ya, dos años (que se separaron)		(4'33'') Si, a veces la veo, cada quince días	
(4'22'') (¿y se llevan bien contigo?) Si, más o menos		(4'39'') (¿y pelean entre ellos por eso?) No	
(4'48'') (¿y te llevas más o menos con tu madrastra?) Si		(4'53'') (¿tienes problemas con ella?) Algunas veces	
		(4'56'') (¿se pone celosa?) Si, algunas veces	
		(5'01'') No la tomo en cuenta no más	
(5'07'') Va a tener un hijo ahora		(5'15'') (¿y estas contenta?) mm Si	
(5'21'') (¿y eres la única hija allí?) Si, soy la única niña, soy la única hija mujer de mi papá		(5'26'') Con mi mamá y mi papá era yo y otro hermano mayor que yo (¿que vive con tu mamá?), no, está con mi abuela.	
		(11'46'') (¿Cuáles son los grandes conflictos que tienes con tu madrastra?) No, es que a veces, parece que le molesta que yo esté con ellos	
Animación – Mundo Interior			
(9'34'') (¿Gracias a los monos te comunicas mejor con tus compañeros?) Si, a veces		(6'03'') (¿Tienes conflictos con tus compañeros?) ... porque a veces me molestan y a mi no me gusta que me molesten	
		(6'10'') Me dicen cualquier cosa que a mi no me gusta	

		(6'17'') (¿Y con tus profesores?) A veces cuando me llaman mucho la atención o cuando me ponen anotaciones.	
(6'38'') No, no las encuentro divertidas (las clases). La únicas clases que me gustan son artística y gimnasia		(6'30'') (¿Y por qué?) Porque me gusta conversar en clases para no aburrirme.	
		(6'47'') es que los profesores son muy lentos	
		(8'45'') (¿Qué te causa miedo cuando ves una película?) Cuando muestran muertos, cuando se levantan, así.	

Polaridades detectadas

Nudos de conflicto

Familia
Compañeros
Consumote animación
Escuela
III
Mundo exterior
III

Yo

III
Mundo interior
III

Manifestaciones del conflicto

Ley parental

- Poder de redefinir relaciones familiares
- Restricciones dentro del hogar
- Discriminación entre hijos
- Normas de conducta escolar

III

Se asocia la animación americana como expresión de la violencia social, presente en la familia

Universo de los niños

- / Sin poder para redefinir relaciones familiares
- / - Libertad fuera del hogar
- / - Ensoñación en su rol de hija
- & - Adhiere a las normas según su conveniencia
- & - Comparte con sus compañeros el saber de la japoanimación

III

Se asocia el manejo del saber oculto de la japoanimación como fuente de poder para redefinir relaciones

Simbología:

/ Conflicto **III** Homología & Transacción

Diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad

La entrevistada señala que sus preferencias culturales están en el deporte, los dibujos animados y la música. Hay varias lexis que señalan cierta ansiedad relacionada a su casa y a lo que le gustaría ser cuando grande.

La mayor parte de sus conflictos, se sitúan en la familia, que presenta una situación irregular por la separación de sus padres y por la mala relación entre ella y su madrastra. Las referencias a este conflicto muestran, a nivel semántico y pulsional, un alto grado de tensión (lexis condensadas), también se manifiesta una conducta de apego al padre.

Es interesante constatar que a partir de la descripción de los gustos musicales de su madrastra (los tangos), ella señala los propios gustos musicales, radicalmente opuestos (Limp Biskit y Eminem, música rock y rap). Estamos por lo tanto ante una oposición pulsional y semántica que se condice con la estructura matriz de su situación familiar.

Asimismo su gusto por Sakura tiene que ver con la integración del personaje en su vida hogareña (lo que ella adolece) mientras que su rechazo frente a las Chicas súper poderosas es por el grado de violencia de las mismas en su vida cotidiana (lo que ella sufre en su mundo interior).

Los conflictos con sus compañeros son porque la molestan y con sus profesores porque la castigan por conversar, en ambas enunciaciones se asocia una pulsión condensada. El mundo del colegio genera en ella un displacer constatable en las lexis semánticas y pulsionales, que encuentra equilibrio sólo cuando relaciona ese mundo con sus gustos: a ella le gusta trotar por las tardes y la única clase que le gusta es la de gimnasia y la de arte, es decir las que le permiten utilizar el cuerpo, talvez como un vehículo para alcanzar la catarsis, también resuelve la conflictividad con sus compañeros a través de un gusto compartido por los dibujos animados.












Ahora bien, considerando las lexis semánticas y pulsionales se podría concluir que la entrevistada no adscribe al modelo parental porque rechaza aspectos constitutivos de su hogar y de la escuela, y encuentra el equilibrio en consumos culturales que no se ajustan a esa norma como la música rock y en el rap y la japoanimación; pero estamos en presencia de un modelo transaccional donde el objeto de deseo, la madre, es forcluído por la entrevistada. Esta situación transaccional se insinúa en la identificación con un personaje que se asemeja al rol tradicional de la madre.
















Su rechazo a la norma parental respecto de la armonía pulsional (no le gusta la música de tango que le gusta a su madrastra ni la calma y lentitud de sus profesores) se relaciona más con su estructura pulsional, altamente condensada que busca la catarsis a través de consumos culturales y actividades productivas que resuelven esa necesidad (las artes, particularmente el dibujo, son una posibilidad de expresión del cuerpo al igual que la gimnasia).












4.5.2.2




Análisis Semántico Pulsional N° 2

(Hombre / Estrato Bajo / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco)

Lexis Semántica	Lexis Pulsional	Lexis Semántica	Lexis Pulsional
Preferencias Culturales – Animación			
(00'13'') (¿Cuánto tiempo pasas viendo TV?) Serán dos horas, una hora a dos horas...		(19'11'') (¿ y las noticias no te gustan?) es que hay noticias buenas y hay cosas del extranjero que a mi no me interesan.	
(00'18'') (¿ También te gusta dormir?) Sí, es lo que mas me gusta			
Animación - Merchandising			
(3'06'') (¿ consigues otras cosas relacionadas con la animación?) revistas, a veces videos para poder verlos		(3'23'') (¿ hay tiendas de animación en Temuco?) Sí, o sea, animación en sí, no, mezclan animación, música, de todo	
(7'32'') (¿ has ido a la tienda de animación (la pillán)?) He ido solo, con mi hermano y con mi cuñada			
(7'40'') Allí he ido a comprar casi todas mis cosas			
Animación – Espacialidad y amigos			
(7'20'') hay un grupito que le gusta la serie, hay un grupito que le gusta otra serie...		(6'58'') es que aquí en el colegio no nos dejan, ve, no nos dejan intercambiar, pero hay algunos que traen cartas, como son chicas las cartas Pokémon cambian aquí.	
(3'13'') me los consigo con amigos (los videos y las revistas)			
Familia			
(4'58'') (¿ tienes hermanos?) sí, uno mayor y otro menor, soy el de al medio			

(7'52'')		(7'56'')	
Con mi hermano... buenas las relaciones		Con mi hermana... ahí no más	
		(5'14'')	
		mi hermana chica, mi hermanita, no juega na mucho, no le gusta la violencia	
(8'18'')		(7'58'')	
mi mamá trabaja y mi papá está cesante ahora		y entre mis papás más o menos malas...	
(8'37'')			
(¿y quien maneja mejor la tecnología en tu casa?) mi hermano			
(8'44'')			
y mi papá			
Animación – Mundo Interior			
(00'31'')		(00'43'')	
Cuando uno lo esta viendo uno está con un sentido de, a ver como le explico, no saber lo que le va a suceder		y también la tecnología que es porque antes eran unos monitos, como se dice, totalmente cavernícolas, eran muy feos...	
(00'54'')		(1'35'')	
las partes que más me gustan de los dibujos animados es cuando los muestran con sombra, cuando detienen la imagen y los muestran con sombra, es la parte más buena...		los otros no, van peleando con distintos villanos, distintas cosas, ve.	
(1'13'')		(1'48'')	
Los que dan todos en televisión: Zoids, Sakura Card Captor, Digimon y los viajes de Tenchi Muyo		igual a veces cae mal porque siempre ganan los buenos y pierden los malos, sería bueno que ganaran alguna vez los malos y perdieran los buenos y así...	
(9'55'')		(1'23'')	
(¿Por qué te gusta Sakura?) es que lo encuentro más entretenido porque se va pillando con cartas y cada día es un capítulo nuevo, no es como las otras series		(¿y las chicas súper poderosas?) No tanto, es que no las encuentro buenas, no ves que siempre llegan a lo mismo, son capítulos distintos pero con los mismos villanos	

(10'10'') todo va basado en las cartas; que las cartas se transforman en demonios y pelean contra Sakura y él las saca para combatirlos		(2'03'') (¿y Dragon Ball?) los veía, ahora ya no porque el Dragon Ball GT cambió desde que murió el creador, así que ya no me sigue gustando	
(10'34'') es que la encuentro entretenida, los dibujos son buenos, en si los dibujos son buenos, y nunca cambian el tipo de dibujos		(10'43'') porque a veces hay animaciones, por ejemplo los caballeros del zodiaco, que a veces un dibujo tiene un ojo más grande y otro más chico o cambiaba un poco la cara	
(11'08'') (¿con que personaje te identificarías?) Con Ramtaro (o Hamstaro?) y Shiru			
(11'16'') los encuentro entretenidos			
(12'25'') los dibujos animados me entretienen y me tiran a ayudar en la vida cotidiana, porque hay algunos dibujos animados que a uno le ayudan a tener paciencia			
(12'45'') por ejemplo Tenchi, cuando tiene que tener paciencia, porque hay dos chicas que lo siguen, y hay que tenerlas lejos y uno más o menos entiende y le enseña (a tener más paciencia)			
Videojuegos			
(3'41'') Si, juegos de combate los encuentro más emocionantes		(4'08'') Es que no le dedico na' mucho tiempo. Juego como una hora y media, dos horas, después estudio, después veo televisión.	
(3'47'') En computador y en Nintendo			

<p>(4'25'')</p> <p>el Killer Instinct, el Street Fighter, el Mortal Kombat... uno de los autitos... como es que se llama...</p>			
<p>Animación – Aprendizaje / Creatividad</p>			
<p>(14'22'')</p> <p>(¿eres más observador que tu mamá?) si `porque mi mamá ve una cosa y dice “si, está bonito”, en cambio yo veo una cosa y trato de pillarle los bordes, siempre alguno cosa intento pillarle el detalle</p>		<p>(00'05'')</p> <p>Todavía no tengo claro lo que voy a ser cuando grande</p>	

Polaridades detectadas

Nudos de conflicto	
Familia Escuela	Entrevistado
III Mundo exterior	III Mundo interior
Manifestaciones del conflicto	
III Ley Parental	III Universo de los niños
- Poder económico pertenece a la madre /	- Intercambio, recolección
- Conflicto entre padres /	- Buena relación con el hermano mayor
- Le da lo mismo que consume japoanimación /	- Sabe bastante de japoanimación
	- Gusta de videojuegos de combate
III	III
Se asocia la ausencia de saber o ignorancia a conflicto y restricción de espacios y tiempos	Se asocia la recolección y el intercambio de información entre pares como autonomía de desplazamiento y uso del tiempo

Diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad













En lo que respecta a consumos culturales este entrevistado destina buena parte de su tiempo a ver televisión y a los videojuegos, de estos últimos prefiere los de combate y entre los dibujos animados tiene una clara preferencia por la animación japonesa. Al igual que la entrevistada anterior menciona conflictos al hablar sobre el futuro. En lo que respecta a la relación con sus padres evidencia displacer al enunciar los eventuales conflictos que existen entre sus padres, creemos que derivados de la cesantía de su papá y a que su madre es la única que trabaja en la casa, aún así sitúa a sus hermanos y a su padre como las personas que mejor manejan la tecnología y esto está asociado a una pulsión desplazada lo que nos indica que para el entrevistado la identificación con modelo parental no está precisamente en los roles de proveedor, puesto que tiende a asociar a su padre con el saber y a su madre con la función proveedora y él se adscribe a la norma parental específica del saber. Demuestra un sentido crítico elaborado respecto a la calidad gráfica de las series de animación, asociada a un consumo un poco más especializado (ve las series en televisión y compra los videos); es cercano a un circuito de consumo de japoanimación donde se mueven su hermano y su cuñada. Las relaciones son buenas con su hermano, pero no con su hermana, tampoco tiene una buena relación con la escuela debido a la prohibición de intercambiar objetos asociados a la japoanimación.












En términos generales podemos observar que la situación pulsional del entrevistado encuentra su equilibrio en el mundo onírico (obsérvese cuando menciona que lo que más le gusta es dormir), en todo aquello que no se relacione directamente con una vigilia que está marcada por una conflictividad latente (las noticias, la cesantía temporal de su padre, etc). Su matriz pulsional está marcada por la catarsis que le otorgan los videojuegos y la intemporalidad de la gráfica de la japoanimación, donde la única variación que se acepta como una posibilidad de cambio es que el orden valórico de la animación se subvierta, que ganen los malos y pierdan los buenos. Al parecer en esto hay un pequeño germen de rechazo al modelo parental a nivel semántico, pero no alcanza a manifestarse totalmente una coherencia entre el plano semántico y el pulsional.














4.5.2.3













Análisis Semántico Pulsional N° 3
















(Hombre / Estrato Medio / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco)
















Lexis Semántica	Lexis Pulsional	Lexis Semántica	Lexis Pulsional
Preferencias Culturales - Animación			
Mas que nada (me gusta ir al cine a ver) películas que van saliendo nuevas de acción. (2'12'')			
Películas de acción pero no de muerte sino más por los efectos especiales (2'25'')		(y ¿ los dibujos animados no son efectos especiales?) No los considero como tal. (2'33'')	
Animación – Otros Soportes			
Veo unos dibujos animados que se llaman Zoids y también Digimon (3'51'')		No tengo ninguna relación con ningún tipo de cartas Magic, Pokémon, todo eso. (8'21'')	
Siempre estoy muy ligado a lo que es la tecnología y siempre tratan de eso esos dibujos animados. (4'05'')		No las he visto las cartas (no sabe si hay relación, sólo ha visto la serie) (8'46'')	
Videojuegos			
En lo que respecta a videojuegos de estrategia más que nada. (4'19'')			
Hay muchos juegos de computación, por ejemplo, Comandos. (4'26'')			
... Age of Empires, que son juegos donde hay que construir imperios. (4'44'')			
... y de esos imperios ir ganando territorio y cosas así. (4'48'')			
Si, uso emuladores para juegos en computadora, que son para jugar mejor en la computadora juegos de Súper			















Nintendo, Sega, etc. (6'14'')			
... Zeta Zenese y Radio Neck (6'24'')		Si uno los ejecuta con un programa un poco más simple la calidad de imagen no es la misma (6'39'')	
... en cambio con emuladores se obtiene mejor sonido y mejor imagen. (6'42'')			
Bajo programas de internet para mantener mejor mi computador. (7'12'')			
... y lo que son juegos bajo demos que no son tan pesados para bajarlos. (7'24'')			
.. Juegos como de careras de autos, fútbol y eso... (7'33'')			
Yo tengo una prima que le gustan los dibujos animados entonces a veces yo le busco información... (7'56'')			
... fotografías, biografías de personajes de la animación y todo eso ... (8'01'')			
.. en los buscadores salen las páginas... (8'09'')			
Animación – Merchandising			
(¿has ido a comprar a las tiendas especializadas en animé?) Yo he ido a comprar juegos de computadores ahí, pero... (14'12'')		No soy muy fanático de comprar cosas o vestirme con los monitos. (9'11'')	












... siempre he visto que venden muchos videos de caricaturas, posters y todo eso... (14'17'')			
... o sea incluyen un poco de computación, animé, todo eso.. (14'25'')			
Animación – Espacialidad			
(¿Dónde se reúnen a jugar?) No en mi casa, en la casa de ellos... (15'38'')		(no intercambian juegos) No, solamente, hablamos, intercambiar algunas técnicas de juego, eso. (15'21'')	
(¿Nunca has ido a un local?) Si, pero cuando voy... voy poco, pero cuando voy compro todo lo que necesito. (15'51'')		No, a jugar no... (¿prefieres hacerlo en tu casa?) Si... (16'00'')	
(¿qué sitios web has visitado sobre animé?) Sitios sobre Pokémon, Dragon Ball... (16'14'')		(¿y que has descubierto ahí?) No, lo mismo que en las series, los personajes, las historias, todo eso. (16'22'')	
Animación - Amigos			
Solamente en mi grupo de amigos tenemos esa pasión mutua entre todos (los emuladores, la computación) (10'15'')			
Son unos nueve o diez más o menos... (10'26'')		(¿y tu círculo son de puros hombres?) No, hay dos o tres mujeres... (16'47'')	
(¿cuál crees es la diferencia entre el aficionado y el fanático?) Que el aficionado posee más información, o sea,		... un fanático solamente lo que le gusta y lo que ve de la serie... (17'26'')	














sabe más del tema que un fanático... (17'21'')			
... un aficionado toma más en cuenta las técnicas que se usan, la trama, todo eso... (17'34'')			
(¿se conoce algo de la cultura japonesa a través de las series?) lo que es indígenas, todo eso, no se conoce nada, solamente lugares. (18'22'')			
Animación - Familia			
No en el sentido de tratar de obedecerles siempre especialmente a mis padres... (21'21'')		Si ellos me dicen que haga una cosa la hago, pero muy pocas veces son las cosas que yo quiero... (21'28'')	
(¿y eso dirías que te produce infelicidad?) No (21'41'')		(¿te produce rabia?) Si, si, a veces... (21'56'')	
		(¿y crees que esta mal negarte a hacer algo que no quieres a veces?) Esta mal... (22'08'')	
Yo creo que va en la forma en que uno dice las cosas. (22'35'')		Si lo hago violentamente y le digo que no porque no quiero no más... (22'43'')	
		... por supuesto que voy a crear un conflicto... (22'50'')	
... pero si yo digo amablemente que no, que me gustaría hacer otras cosas, quizás ahí si... (22'52'')			
(¿y te ha resultado?) Si (23'01'')			














Si incluimos ahí (los videojuegos) yo creo que si, si saben. (23'52'')		(¿en tu familia conocen tu afición por el animé?) No creo que sepan, además yo no soy muy aficionado a los dibujos animados. (23'40'')	
(¿y han jugado alguna vez contigo videojuegos?) Pocas veces (24'10'')		Es que mis papás son muy ocupados. (24'11'')	
Mi papá es empresario de colectivos pero tiene que estar supervisando todos los colectivos que no se salgan de las rutas. (24'16'')			
Mi mamá es supervisora de (nombra una empresa de alimentos) (24'23'')			
Tengo una hermanita chiquitita... (25'10'')			
Animación – Mundo Interior			
(¿ y nunca has tenido conflicto con ellos?) En ese tema no (23'59'')		Yo a veces los he visto muy interesados en lo que yo hago... (25'02'')	
Respeto hay, pero hay veces en que aunque uno quiera hacer las cosas hay que hacerlas. (25'54'')		Entonces por eso creo que no es ni muy buena (la relación con sus padres) pero de que es buena, es. (26'05'')	
.. por esos dibujos animados muy violentos se nos orienta un poco en ese tema. (1'15'')		En este Colegio muchas veces se prohíben las caricaturas muy violentas... (1'10'')	
No es que nos digan si verlos o no verlos, sino que nos orientan en ese		Mis compañeros ya saben lo que no deben hacer. (1'46'')	




sentido. (1'55'')			
Uno nunca sabe lo que puede haber detrás (de los dibujos animados) (2'43'')		(Nos han mostrado videos) donde salen muchos científicos hablando de los mensajes subliminales que traen estos dibujos animados. (2'51'')	
Dragon Ball Z, Pokémon, pero todas esas series ya terminaron... (11'08'')		...yo creo que esas fueron el "peak" de la animación japonesa. (11'13'')	
(Sakura) la he visto como dos o tres veces, pero de casualidad más que nada... (11'56'')			
Creo que la historia (de Sakura) en si es muy interesante, pero... (12'09'')		Las acciones de los personajes dejan mucho que desear... (12'12'')	
... el tema principal es una niña que tiene que ir capturando cartas ... (12'54'')		Vi en uno de los capítulos que ella participaba en algo de barras y eso no me gustó (13'08'')	
(¿y las formas de relacionarse, las ocasiones en las que usan la violencia?) eso es parte de culturas diferentes, ellos pueden considerar que nosotros somos violentos... (18'56'')		(¿Tú encuentras que es malo ser porrista?) No, no, no, pero encuentro que se sale mucho del tema principal...(13'24'')	
... y nosotros que ellos son violentos, yo creo que todo va en la cultura que le da cada sociedad. (19'02'')		(Si) hay mucho de fantasía no (hay que) incluir mucho de realidad, no me gusta que se mezclen las dos cosas. (13'42'')	

Yo respeto mucho las otras formas de ser de las personas. (20'28'')		Cualquier persona no le gusta la forma que tiene uno de ser, y eso no lo encuentro muy bien. (20'07'')	
Creo que soy muy dependiente de los demás en todo lo que es los consejos, todo eso... (20'55'')			
... hago muchas veces lo que los demás quieren y... (21'00'')		... y muy pocas veces lo que yo quiero.. (21'04'')	
No me gusta quedar mal con las personas. (21'13'')		(¿y eso te da lata?) Si (21'08'')	
		(¿te deprime mucho?) No (21'10'')	
Animación – Aprendizaje / Creatividad			
(¿Cuántos juegos tienes?) Alrededor de 58 CD's pero en algunos de los CD's tengo más de algún juego. (14'35'')		¿ y todos relacionados con qué? No, tengo variados pero los que más uso son de estrategia... (14'41'')	
... pero tengo carreras de autos, juegos de aventuras... todo eso. (14'46'')		(¿crees que se parece la tecnología y el animé?) Nunca he comparado muy bien las dos cosas. (26'43'')	
¿ y los que más ocupas son de estrategia? Claro, de estrategia y fútbol (14'53'')			
(O sea, eres un fanático de los videojuegos) Si, podría decirse eso (Eres un otaku..)			

Si (15'03'')			
(Describe un capítulo de Zoids) eran como carreras de velocidad, como competencias. (28'49'')		(¿Cuáles eran los principales personajes?) No, no me acuerdo cuales son. (28'58'')	
(¿Qué te interesó de ese capítulo?) Yo creo que los temas, lo general, lo que pasó en ese capítulo. (29'17'')			
El protagonista, Percibal, pasó a una final de las competencias con su robot. (29'27'')		Y cuando iban a hacer la final lo descalificaron. (29'36'')	
		... habían hecho los otros trampa y habían puesto... (29'41'')	
		... el mecanismo del robot más avanzado que el de ellos y eso no se podía hacer. (29'47'')	
		(y eso te produjo rabia) Si por lo mismo, por que hagan trampa y uno siempre se coloca del lado del protagonista. (30'08'')	
Eso lo tienen todos, aunque a veces haga cosas malas, todos están siempre del lado del protagonista. (30'15'')		(Los dibujos animados) no, no creo que me dejen enseñanza alguna... (30'59'')	
(tu dijiste que te interesa la filosofía que hay detrás de los dibujos animados) Si, el tema, lo que es las imágenes... (30'39'')			

<p>Por ejemplo, como si fuese un cambio de cámaras a veces, y todo eso me gusta... (30'42'')</p>			
		<p>(en la encuesta marcaste que los conflictos más graves que tienes son con tus padres) Si, es que no tengo conflictos, son diferencias por lo que decía antes. (31'40'')</p>	
<p>(¿Qué quieres ser cuando grande?) Ingeniero en computación</p>			
<p>Siempre es bueno conocer otras cosas, pero a mi me gusta la religión (adventista) (32'28'')</p>		<p>(¿no crees que es muy cerrada?) a veces si. (32'28'')</p>	
<p>pero en general lo que enseñan, los valores, mejor no podría ser. (32'42'')</p>			
<p>(¿conocen tus profesores del animé?) Si, por lo mismo es que nos orientan sobre el tema. (33'19'')</p>		<p>En este colegio, muchas veces, no se pueden cambiar láminas, por ejemplo. (33'52'')</p>	
<p>... de los dibujos animados, por ahí yo creo que va el conocimiento que tienen sobre el animé. (33'22'')</p>		<p>Porque acá no se conversa mucho sobre ese tema... (35'46'')</p>	
<p>Si se mira desde otro punto de vista lo que ellos plantean está bien también... (34'20'')</p>		<p>Podrían ser menos estrictos con esto... (35'49'')</p>	
<p>... porque se le debe un poco de respeto a todo esto. (34'24'')</p>			

<p>Todos los conflictos, todos los problemas tienen solución. (35'19'')</p>			
<p>(¿Cómo superarías este conflicto?) Yo creo que mucha conversación por parte de los dos polos. (35'31'')</p>		<p>(no se pone el tema), no porque ninguno se atreve... (36'19'')</p>	
		<p>... es un tema más que nada de vergüenza, porque nadie quiere tomar la iniciativa. (36'30'')</p>	
		<p>Creo que, si por algún motivo no hay apoyo de las personas a las que está representando... (36'54'')</p>	
		<p>... si fuera así yo creo que sería el hazmerreír de todos... (36'59'')</p>	
<p>... quizás cuando uno vaya madurando ya no le va a hacer mucha gracia todo esto... (40'01'')</p>		<p>Yo considero que a veces las noticias es mucho más violento de lo que es un dibujo animado. (40'25'')</p>	
<p>Y hasta ahí no más va a quedar y a nadie le va a interesar si lo prohíben o no. (40'06'')</p>		<p>Creo que mientras más se les prohíben las cosas a las personas es lo que más van a hacer. (41'58'')</p>	
<p>Yo creo que va por el lado de Dragon Ball, pero que yo sepa... (43'59'')</p>		<p>No me arriesgaría a ver si es de verdad lo de los mensajes subliminales (44'07'')</p>	
<p>En general, todos mis compañeros que son adventistas se mantienen dentro de los márgenes (de la religión) (45'51'')</p>			

Muchos de los apoderados de los niños que vienen acá son adventistas. (46'03'')			
Acá tengo a mis compañeros, mis amigos... (46'34'')		Si me cambiara de colegio es como si me cambiara la vida (46'47'')	
		... de hecho me voy a cambiar ahora en primero medio... (46'52'')	
... para buscar una educación mejor, en media. (46'55'')			
(¿ y cual colegio te tinca?) .. el Pablo Neruda... (47'04'')			

Polaridades detectadas

Nudos de conflicto	
Familia Escuela III Mundo exterior	Yo III Mundo interior
Manifestaciones del conflicto	
III Ley Parental	III Universo de los niños
- Prohibición de la Japoanimación	/ - Intercambio clandestino de saber sobre japoanimación
- Autoridad e imposición	& - Diálogo y transacción
- Escuela Proscribe la animación violenta	/ - Distinción entre ficción y realidad
- Padres les da lo mismo	
- No hay saber tecnológico	/ - Saber tecnológico
III	III
Se vincula el conflicto a la ignorancia, el dogmatismo y a la falta de diálogo.	Se asocia el equilibrio a la solución de conflictos a través del diálogo y el uso de la tecnología como mecanismo catarsis

Diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad

En esta entrevista el sujeto encuentra el equilibrio en la transacción. Por tratarse de un consumidor experimentado de videojuegos, computación y japoanimación conflictúa con la escuela en ese sentido, porque sus preferencias culturales no se ajustan con el modelo parental que allí pretenden introyectar. Pero el entrevistado racionaliza el concepto de transacción en un discurso de respeto y tolerancia hacia las culturas distintas y, asumiendo el discurso de la ley parental efectúa la transacción en el ámbito de lo público pero mantiene la transgresión en su ámbito privado.

El conflicto también se relaciona con el proceso de obedecer y acatar conductas que no siempre se ajustan a lo que él desea, pero la pulsión displacentera se relaciona consigo mismo y con el rechazo que le produce su obediencia. Esa pulsión tensa encuentra equilibrio en el placer pulsional que le otorga la búsqueda del saber tecnológico (videojuegos, emuladores, computación, internet), mucho más que a nivel narrativo.














El gusto por la japoanimación está ligada a la coherencia que él percibe en las series, en cuanto a la calidad de su factura, pero no se detiene en los personajes como referentes sino más bien en un proceso de implicación con la trama que se estructura en base a los adelantos tecnológicos que suponen los códigos de organización de la imagen y, en algunos casos, a la relación de los temas de las series con sus gustos por la tecnología informática.

Saber más de computación es el proceso que persigue en busca del poder que se le arebata cuando se somete a la ley parental. Es una matriz pulsional donde el rechazo negativo convive con la aceptación, por lo tanto se produce la necesaria transacción a nivel de discurso, aunque no siempre en la práctica.









4.5.2.4



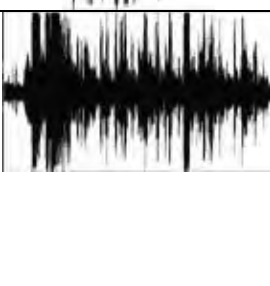
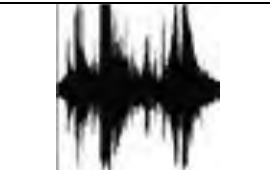
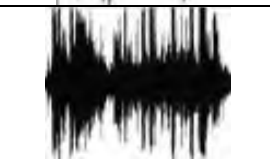

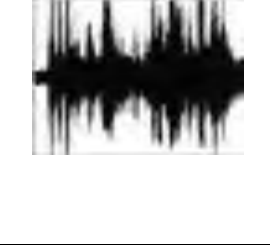


Análisis Semántico Pulsional N° 4

(Mujer / Estrato Medio / 2° Ciclo Básico (12 a 15 años) / Temuco)














Lexis Semánticas	Lexis Pulsionales	Lexis Semánticas	Lexis Pulsionales
Preferencias Culturales - Animación			
(¿Tu practicas jockey?) Si, soy buena de defensa y de mediocampo. (00'10'')		No me gusta mucho ir al cine, mi mamá dice que es peligroso... (00'36'')	
A mí si me gusta leer encuentro interesante la lectura. (00'26'')		Porque dice que asesinan niños en los baños y todo eso... (00'41'')	
Me gustan esas historias como el León, la Bruja y el Ropero. (01'03'')			
Esas historias de suspenso que uno nunca sabe lo que va a pasar. (1'18'')			
(¿y la animación?) si, me parece interesante... (1'28'')			
Puede ser Ranma, las Guerreras Mágicas... (1'48'')		Pero eso de Dragon Ball no me gusta (1'53'')	
Pero igual me gusta ver tele de repente porque uno nunca tiene su espacio para ver televisión... (2'59'')		Y en realidad lo único que quieren es que no vea televisión. (3'09'')	
Yo prendo la tele a veces y todos me dicen que salga y yo no salgo... me pongo a ver tele hasta que son las once de la noche (8'23'')			
No me importa lo que sea con tal de ver tele... Veo música, veo películas... El otro día vi. Cenicienta			

por siempre, linda la película (8'36'')			
Si, sale Drew Barrymore, la de los Ángeles de Charlie. (8'47'')			
(8'54'')			
No es de monitos...			
(9'01'')			
Sale la verdadera versión de la Cenicienta que es súper diferente			
(9'11'')			
Porque la princesa que era una esclava se enamora del príncipe y el príncipe de ella, porque pensaba que era una cortesana, que son las elegantes			
(9'23'')			
Y era sirvienta y ella lo engañaba, y cuando sale esa parte en que se convierte eso no es verdad porque su madre había muerto y le había dejado el vestido de ángel.			
(9'23'')			
... que era blanco, así de novia, para que ella lo usara cuando se casara, que es convivir con el príncipe y sus hermanastras se lo quitaron y ..			
(9'35'')			
... y ella lo escondió y tuvieron que ir las hermanastras con otro vestido y a ella la encerraron y un pintor famoso, parece que era			










Picasso, la sacó... (9'46'')			
... la sacó y se la llevó al palacio y cuando el príncipe la había escogido a ella la madrastra llega y le rompió un ala... (9'56'')			
... y le dice su nombre no es Nicole, es Marylin , entonces ella se fue triste, y la zapatilla de cristal... (10'07'')			
... y la zapatilla de cristal queda allí y es de verdad, porque cuando empieza a llover suena como una campanita. (10'18'')			
Animación – Otros Soportes			
Hay unos que son de comics que le ponen al revés CIMOC. (3'34'')			
Entonces salen Superman, Batman, todo eso. (3'38'')			
Me gustan comúnmente las de Superman porque igual traen suspenso. (3'45'')			
(¿Usas internet para buscar sobre dibujos animados?) No necesariamente, a veces puede ser para buscar el personaje de alguna película (7'37'')			
Me gusta buscar a Lara Croft, David Moragas (7'40'')			









<p>A veces me pongo a investigar sobre Américo Vespucio o Cristóbal Colón (7'45'')</p>			
<p>O a veces puede ser igual de Dragon Ball o Pokémon (7'50'')</p>			
<p>(¿Coleccionas cartas Pokémon?) No, pero mis sobrinitos las tienen y yo les enseño a jugar y lo divertido es que siempre les gano. (8'06'')</p>			
<p>Son para jugar, uno se divierte con ellas... (10'46'')</p>			
<p>(10'49'')</p> <p>Igual uno puede de repente sorprender a su rival con una carta...</p>			
<p>(10'53'')</p> <p>Parece que son bien parecidas en esos términos (las Magic y las Pokémon)</p>			
<p>(11'12'')</p> <p>(¿Por qué contestaste que el Magic tiene un valor artístico?) Lo que pasa es que son cositas como de duendes, dragones...</p>			
<p>(11'16'')</p> <p>Y todas esas cosas en que los niñitos chiquititos creen</p>			
<p>(11'22'')</p> <p>entonces uno puede pensar que hay otras cosas donde viven los sueños, el arco iris y los duendes...</p>			




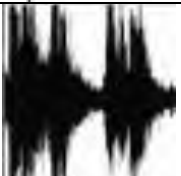




entonces me parece que es muy artístico eso.			
(17'17'') (Tienes revistas de Akira Toriyama?) O sea, yo no las tengo pero mi hermana quiere que se las pase			
Animación - Espacialidad			
(15'46'') Si (se reúnen a ver películas) y le piden prestadas al Diego		(15'38'') (¿se juntan en la casa de tus amigos?) No, yo no, pero mi hermano si, por eso yo lo sé	
(15'56'') le pedía prestadas películas y las llevaba a mi casa, películas de animación japonesa que no son muy conocidas			
(16'39'') (Los lugares donde se reúnen los Otaku) Como que están en el lugar preciso donde deberían estar			
(16'45'') Si estuvieran en otro lugar entonces se fanatizarían por algo que no pueden descubrir			
(17'00'') y si lo tuvieran demasiado entonces ya como que sería el colmo..			
Animación - Amigos			
(17'48'') Con la Natalia, que es una amiga de mi colegio anterior, pero no sabemos mucho japonés, así que con el cuadernito lo vemos y lo hablamos.			










Animación - Familia			
(Mi hermano) Es soltero y tiene hijos... (6'06'')			
O sea, tuvo hijos con la polola (6'10'')			
Casualmente la polola es mi prima (6'17'')		(¿y porqué terminaron?) No sé, es que mi hermano es medio enojón... (6'23'')	
Es Escorpión con Libra (6'35'')			
Yo soy Libra (6'43'')			
Mi hermano mayor es Escorpión (6'51'')			
(6'54'')			
Se va a casar en Febrero			
(14'56'')		(14'52'')	
A dos de mis hermanos y a mi hermana de al medio le gustan		A mi familia no le gusta (el animé)	
(15'08'')		(15'00'')	
Así que somos cuatro contra cuatro...		y mis otros dos hermanos lo detestan y mis papás (también)	
		(19'10'')	
		(¿A tu mamá no le gusta tu afición por el animé?) No, me reta	




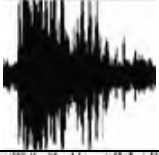



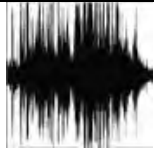
		(19'30'') Es que mi mamá me quema mis álbumes	
		(19'37'') Es que hace tiempo en el colegio le dijeron que yo andaba jugando tazos y láminas y todo eso, entonces desde ahí que me las quema.	
(20'38'') Es que tengo un escondite en mi casa pero no puedo decir donde queda.		(20'24'') Siempre me las quemán, yo las tengo que esconder, le digo a mi mamá no me las quemés que son de un compañero y me las quema igual, no hallo que decir para que no me las queme.	
(32'25'') Mi hermano mayor me ayuda, me defiende de mis papás, porque mi mamá me reta cuando está enojada nomás po		(20'56'') Yo no se por qué, porque yo imito a mi hermana y mi hermana es terrible, me cierra la puerta en la cara y a veces me pongo triste por eso, no hallo que hacer	
(32'31'') y da cualquier excusa que haya pasado antes y ella no me puso atención, entonces mi hermano le dice es que tu la retas cuando te enojas con ella		(21'05'') ... a veces mi hermana me obliga, a que tienes que vestirte así, que así no te ves bien y se fija hasta en el perfume que me pongo, en como se pinta...	
(32'40'') Mi hermano mayor siempre me defiende porque es súper simpático y él tiene sus juegos de computadora de los		(21'13'') Y que me tengo que pintar y todo eso y que me veo gorda... mi hermana la enojona	





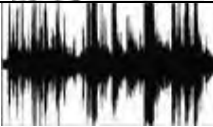


que yo juego siempre			
(¿y donde vide?) En Angol, es Doctor...		(21'24'') (¿y eso te exaspera, te pone violenta?) Si.	
		(21'37'') Si les digo (a mis papás) no me creen	
Animación – Mundo Interior			
Me gustan esos monitos donde las mujeres son las principales. (2'00'')			
Porque ahí está la habilidad que tienen las mujeres en todo porque todos creen que son los hombres los que lo hacen todo y no es así. (2'05'')			
(¿y cual es tu serie favorita?) Las guerreras mágicas. (2'41'')			
(¿te sientes enamorada de esos personajes?) Si a veces cuando yo veo a los Caballeros del Zodíaco. (4'00'')			
(16'02'') Había una que se llamaba Oh my girl, oh mi diosa súper linda la película....			
(16'13'') y estaba también Hi Chang, que era una monita que la sacaban de la tele con un control remoto... y era divertida, era súper linda la película...			

		(22'10'') Mis compañeras creen que yo soy más madura que el resto, y a veces me dicen que soy agrandá, otras que soy aguagá, otras que me aníño, total que nunca se	
		(22'28'') y los del piso de abajo, del 5ºA, hay uno que se llama Rafael y me molesta terriblemente por mi físico.	
		(22'39'') y resulta que gracias a él ahora todo el 5ºA me molesta por eso	
		(22'51'') (¿y eso te molesta?) Si po, me molesta.	
		(23'01'') (¿y no te gusta tu físico?) No po	
		(23'03'') (¿te molesta?) Si po si ojalá yo pudiera ser como las otras niñas de mi edad	
		(23'08'') Porque sino todos me van a molestar por ser diferente...	
		(23'18'') Son pesaos conmigo, mis compañeros igual me molestan	

		(23'26'') Me dicen tetona, pechugona, paradita, la del medio trasero..... Así me molestan	
(23'43'') A veces les digo que me gusta que me molesten porque mi profesora igual es así			
(24'17'') (¿Qué es lo que más te impresiona de la serie Pokémon?) los ataques son raros...			
(24'23'') los nombres son raros: charmander, Charikar...			
(24'38'') claro, a mí me gusta cuando no se sabe lo que va a pasar...			
		(24'44'') y los comerciales son fomes, dan los comerciales en el momento justo y uno no sabe que es lo que va a pasar...	
(25'03'') (¿por qué te gustan los Pokémon de agua?) porque a Misty le gustan los Pokémon de agua y bueno, porque Skuatl es lindo y los otros y no sé, y me impresiona la forma en la que nadan...			
(25'26'') Porque yo se nadar, practico natación, entonces no había forma de que se			

pudiera nadar así, porque uno se ahogaba...			
(26'12'') Togeppy, no ese Pokémon no molesta, es terriblemente fuerte			
(26'25'') (Togeppy) No tiene evolución hasta el momento			
(26'42'') la de Sailor Moon, la de pelo negro			
(26'54'') Bombón es linda		(26'49'') No, es que bellota es muy muy enojona y burbuja es muy agüagüá	
Animación – Aprendizaje / Creatividad			
(en los videojuegos como Mortal Kombat) uno puede apretar distintas teclas al mismo tiempo y así sale un ataque diferente (5'01'')			
Y una va descubriendo los ataques que puede hacer a medida que va jugando... (5'06'')			
Mi hermano siempre me enseña eso... (5'10'')			
Igual el Quake donde sale una pistolita y uno puede ir cambiando el arma y sale un monito y uno tiene que disparar y uno nunca sabe lo que va a pasar			

(5'12'')			
(¿y en el computador que juegos de combate juegas?) Esos mismos porque comúnmente no juego con el Gameboy ni nada... sólo uso computador (5'24'')		(Por qué no usas los emuladores?) Porque mi hermano no me deja (5'42'')	
El (mi hermano) trabaja en la oficina de mi papá en la computación. (5'56'')			
El es el que más sabe de computación en mi casa (6'00'')			
(27'57'')		(27'26'')	
Yo les voy a dar permiso (a mis hijos) igual, porque, pucha, a mi hermana no le dan permiso para ir a sus fiestas y se siente mal y se pone a llorar en la pieza de al lado y yo la escucho y no me deja dormir a veces		Se obsesionan porque no hay que tener animé porque ellos son adultos, pero si tuvieran la mentalidad de un niño entonces ahí lo podrían aceptar...	
		(27'39'')	
		No necesariamente (por la religión), pueden ser católicos, adventistas o cristianos evangélicos, pero igual no más se van a enojar por eso, porque son adultos y nunca van a cambiar así	
		(28'12'')	
		Y a mi tampoco me dejan salir a Halloween y uno lo mejor que quiere es comer dulce	

<p>(30'08'')</p> <p>Estudio por los monitos animados, cada palabra que dicen en japonés yo la anoto</p>			
<p>(30'17'')</p> <p>(¿y escribes en japonés?) Si, pero se pocas letras</p>			
<p>(30'30'')</p> <p>(¿que puede enseñarles el animé a las personas que no lo conocen?) Depende del carácter que tenga la persona, me tienes que definir como es la persona y lo que siente a través de las revistas y los comics</p>			
<p>(30'44'')</p> <p>Porque hay diferentes puntos de vista que uno tiene sobre ellos</p>			
<p>(30'58'')</p> <p>A mi me parece que yo podría estudiar Jiu Jitsu, Karate, no sé, cuestiones así que sea algún deporte...</p>			
<p>(31'05'')</p> <p>O viajar a otros países, por alguna profesión en particular, como la coreografía que es lo que yo quiero ser cuando grande</p>			
<p>(31'15'')</p> <p>Ir a Estados Unidos a enseñarle a los cantantes o ir a Japón igual, me gustan los diferentes países.</p>			

Polaridades detectadas

		Nudos de conflicto	
Familia			Yo
Escuela	/		
Compañeros de colegio			
III			III
Mundo exterior		Manifestaciones del conflicto	Mundo interior
III			III
Ley Parental			Universo de los niños
- Castración	&	- Aceptación de la castración	
- Saber tecnológico	/	- No saber tecnológico	
- Prohibición de la videoanimación y los objetos audiovisuales	/	- Gusto por la videoanimación y los videojuegos de combate	
III			III
Asocia la castración con prescripción de la animación americana		Asocia el gusto por la japoanimación con la búsqueda de un referente estético y su gusto por los videojuegos de combate con la catarsis	

Diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad

Cuando la entrevistada declara su gusto por ver televisión, lo que destaca es el conflicto que genera la prohibición de ver televisión a la que la someten sus padres y que ella rechaza activamente, incluso hay una clara alusión a nivel semántico respecto a que su gusto por ver televisión no se relaciona con los contenidos sino con la transgresión de la norma parental. En ese plano específico hay una clara correspondencia semántico pulsional. No sucede lo mismo con su afición a los videojuegos, pues al parecer este consumo se da en un ámbito que sus padres desconocen y además lo efectúa junto a su hermano, claro que con ciertas restricciones por parte de este. Aún así es llamativo que su punto de equilibrio lo encuentre en el consumo de videojuegos de combate, que se relaciona mucho más con el conflicto que existe en su vida cotidiana, relacionado a su precoz desarrollo físico y a la negación de su cuerpo en proceso de cambio, el que considera demasiado desarrollado para su edad, lo que le han hecho notar sus compañeros varones con sobrenombres que aluden a su cuerpo.

Claramente la pulsión es una energía que busca equilibrarse y al no tener una construcción simbólica prefigurada busca dar salida a esa condensación en el desplazamiento energético proporcionan los deportes (ella practica Hockey) y los videojuegos de combate, que al parecer tiene una estructura pulsional que propicia el desplazamiento para una pulsión altamente condensada por parte de la consumidora.

En el aspecto del consumo de material audiovisual su desplazamiento lo encuentra en la apreciación de patrones estéticos contrapuestos a la imagen que percibe de sí misma, niega su crecimiento corporal a través de la adscripción a una norma parental basada en su tramo etéreo. Ahora bien, su consumo de merchandising y animé es reprimido por su madre, tal vez debido a la castración de que es objeto el tipo de dibujos japoneses, cercano al hentai, por parte de la norma parental occidental, lo que genera en ella una condensación pulsional que encuentra su desplazamiento en el ocultamiento del objeto de deseo pequeño a, lo que a su vez viene a constituirse en un correlato de la castración de su propio cuerpo. La oposición está dada por la presión del medio para que transite de la niñez a la pubertad contra la resistencia de la niña y de la madre a asumir la etapa de pubertad, permitiendo el consumo sólo de modelos más bien infantiles.

Una y otra vez su apreciación sobre ciertos códigos narrativos que contienen en sí mismos el discurso del despertar sexual, como el cuento de la cenicienta agudizan la contraposición del discurso manifiesto y de la pulsionalidad latente, oposición que gira sobre sí misma y produce un punto K en la acumulación de saber sobre la japoanimación y los videojuegos de computador.

Es así como la no aceptación explícita de sí misma, en cuanto cuerpo como expresión de su género, se opone a la adquisición de símbolos que idealizan el género femenino y masculino, y esa adquisición de símbolos es la búsqueda del equilibrio pulsional, que se refuerza en la catarsis que le otorga el videojuego de combate, donde la violencia es expresión de la pulsión que busca su homeostásis.













La matiz de la entrevistada es coherente a nivel semántico y pulsional. Su equilibrio lo encuentra en la transgresión de la norma parental que prohíbe el consumo de japoanimación y de televisión. Además















resuelve el conflicto que tiene respecto del crecimiento de su cuerpo en la identificación semántica y pulsional con modelos femeninos idealizados que forman parte de la japoanimación, y con modelos narrativos a nivel semántico (la cenicienta). Además desarrolla un proceso catártico de su pulsión sexual en el consumo de videojuegos de combate asociados a japoanimación infantil (Pokémon).

4.5.2.5

Análisis Semántico Pulsional N° 5

(Mujer / Estrato Alto / Enseñanza Media (16 a 19 años) / Temuco)

Lexis Semántica	Lexis Pulsional	Lexis Semántica	Lexis Pulsional
Preferencias culturales			
Veo los dibujos animados más antiguos (Tom y Jerry, etc.) (00'31'')		Hay mucha violencia en la animación japonesa (2'44'')	
Me gustan las historias aunque a veces no tengan mucho sentido (1'49'')		La animación ha puesto violentos a los niños (3'04'')	
		Me cargan los Dragon Ball (2'08'')	
		A mis papás no les gusta la violencia de los dibujos animados (3'41'')	
Otros deportes _ Animación			
Igual tengo compañeras que les encanta el Playstation... (18'32'')		Lo de las cartas lo veía cuando éramos más chicos pero ya no (19'04'')	
Si, me gusta (la computación) (5'12'')		Aunque no se mucho de computación (5'17'')	
Familia			
Igual como que me dan hartos permisos (para salir) (8'00'')		(Cuando me dicen vamos al campo) me arruinan todo el panorama. (9'22'')	

Espacialidad			
A mi me gusta mucho más la ciudad (que el campo) (9'34'')		Los espacios son súper chicos en el colegio (15'41'')	
Me gusta ir a la casa de mis amigas, salir en las noches... (6'34'')			
En el día ya no tanto (no hay tanta prohibición) (7'40'')		En las noches es más complicado (salir) (7'38'')	
Amigos			
De repente necesito que vengan mis amigos, poder hablar... (10'05'')		Tengo hartos compañeros que estarían todo el día en el Chat, pero a mi me da lo mismo. (5'23'')	
Mundo Interior			
(Hay profesores que) nos caen demasiado bien y que nos entienden (13'17'')		Conflicto con los profesores "los derechos de nosotros no se escuchan" (10'52'')	
En general nosotros (su curso) tenemos hartas actividades (16'28'')			
Tenemos compañeros que tienen grupos de música (16'31'')		(El alumno ideal para ellos tiene que ser alguien) que no hable en clases... (14'27'')	
... otros que son super deportivos... (16'33'')		... buenas notas...	

propia de la adolescencia, donde el tránsito a la autonomía y a la personalidad adulta está en proceso de formación.

Otro punto de caos se presenta en torno a la valoración de los espacios ordenados (la ciudad) por sobre los espacios abiertos, puesto que en el primero está la socialización con los pares (amigos) y en el segundo la obediencia a la norma parental (paseo de fin de semana al campo de los padres). Ahora bien, observamos que semánticamente hay un rechazo a los espacios cerrados del colegio, pero a su vez existe un rechazo a los espacios abiertos del campo. Lo que entrega una salida a la pulsión es el ejercicio de la socialización en espacios reducidos no regulados por la norma parental (la casa de las amigas o el carrete nocturno). Es por ello que tanto las salidas de día y de noche, ambas reguladas por la norma parental, están asociadas a una pulsión condensada. Lo que modaliza el espacio es la norma parental regulando el tránsito libre de un lugar a otro.

En el caso de los amigos la comunicación bajo condiciones de igualdad genera un deseo que se refleja en la pulsión subyacente a la lexis semántica que la designa. Cuando existe una comunicación modalizada por un saber que la entrevistada no parece manejar muy bien (el chat), está también genera condensación pulsional. De lo anterior podemos concluir que la adscripción a los códigos narrativos mencionados en el primer párrafo se relaciona a la condensación que subyace en el no-saber operar bajo otros códigos, por lo que busca el desplazamiento pulsional en el ejercicio del saber que comparte con los otros y no en el saber que la separa de los otros. En un proceso de construcción de la identidad sexual el contacto con el otro sexo es el desplazamiento que resuelve la condensación del deseo por un objeto incierto.

Si observamos las lexis referidas al mundo interior veremos que la mayor condensación está asociada a lo que los profesores esperan de ella como persona, lo que no coincide con lo que ella desea. El ejercicio sin limitación de su saber, el código narrativo, la música de las palabras no se condice con las expectativas de sus profesores: el ejercicio normado de esa musicalidad. El equilibrio condensación desplazamiento nuevamente lo encuentra en los otros, en el cuerpo social conformado por su pares, sus compañeros de curso, que desarrollan una multiplicidad de saberes códigos (musical, corporal, tecnológicos). Ella exagera su equilibrio semánticamente en el ejercicio desmesurado de su saber (gritar, cantar) en el espacio fuera del colegio, pero en su pulsión esta exageración semántica es el equilibrio entre condensación y desplazamiento. Es el deseo por un objeto no definido: libertad para hacer lo que sabe hacer sin adscribir a la norma parental. Sin embargo la adhesión a la norma parental aquí se demuestra una máscara que oculta la carencia de un saber que permitiría transgredir los espacios por otras vías que no sean el conflicto. Es por ello que la realización del deseo está en el otro, en quien posee el saber.













4.5.2.6











Análisis Semántico Pulsional N° 6




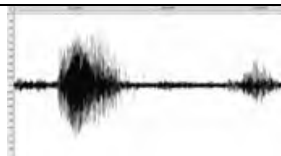









(Mujer / Estrato Alto / 1° Ciclo Básico (Menor de 12 años) / Temuco)

Lexis Semántica	Lexis Pulsional	Lexis Semántica	Lexis Pulsional
PREFERENCIAS CULTURALES ANIMACIÓN			
Hago gimnasia rítmica (2'24'')			
(algunas veces) salgo a andar en Bici (22'42'')			
Veo tele... (22'46'')			
... los monitos ... (22'49'')			
... Tom y Jerry.. (23'00'')			
(¿ves novelas?) Si... (23'07'')			
(¿ves noticias?) algunas veces... (23'13'')			
... cuando mi mamá me dice, mira lo que está pasando... y ahí las veo... (23'15'')			
		(¿ves películas de adultos?) No es que algunas veces me aburro... (23'32'')	
		(¿crees que algunos programas de TV son peligrosos?)	

		... algunos monitos.. (23'56'')	
		Mi hermano cuando era chico veía tanto Gokú que se ponía a pelear como él... (24'04'')	
		Igual (son peligrosas) algunas películas... (24'20'')	
ANIMACIÓN – OTROS SOPORTES			
Me gustó esa película que se llama Shrek (2'32'')		Pokémon es como de pelea (3'24'')	
(la película) Atlantis (2'35'')		No me gusta mucho (Pokémon) (3'30'')	
(Me gustan) las Chicas Súper poderosas (4'14'')			
... el Conejo Bugs Bunny (4'19'')			
... Sakura... (4'24'')			
... Tom y Jerry... (4'29'')			
(Revistas de comics leo) algunas... (5'49'')			
... o sea, Condorito más... (5'50'')			










(Colecciona algunas revistas) como Pokémon (6'49'')			
(tengo) como dos (revistas Pokémon)... (6'53'')		... las otras (revistas) no me acuerdo como se llamaban... (7'05'')	
(también colecciona) las de Condorito... (7'19'')			
... tenía como cuatro (de Condorito) (7'23'')		Se las regalé a mi hermano y el se las llevó a ... (inaudible) porque a ella igual le gustan (7'27'')	
... es que algunos me gustan (había marcado videojuegos de aventura gráfica en la encuesta) (7'57'')		(Me decías que los videojuegos no te gustan) No... (7'36'')	
(juega) Donkey Kong (8'29'')			
..... Racing... (8'32'')			
... el Mario Party ... (8'41'')			
... Nayoto Sui (¿)... (8'51'')			
... ahí tú tienes que ir a salvar a la hermana de Nayoto Sui, o sea, tiene una hermana y se supone que una bruja se la			









llevó y como la niñita es bonita y la bruja es fea se quiere transformar en la niñita y quiere dejar a la niñita fea y a la bruja bonita... (8'55'')			
ANIMACIÓN - MERCHANDISING			
(no adorna su pieza con dibujos animados), pero tengo un cuadro... (19'20'')		(no ha descubierto nuevas series al ir a comprar) ... Salen como los mismos siempre... (19'42'')	
(¿te gusta vestir ropa con dibujos animados?, ¿Cuáles?) ... Sakura... (19'06'')			
ANIMACIÓN - AMIGOS			
(¿tú tienes amigos?) Acá en el colegio, si... (26'01'')		(¿alguna vez te has puesto a conversar con alguien que ha visto Sakura?) No... (25'01'')	
(¿y cerca de tu casa?) Si, pero parece que se cambió de casa... (26'06'')		No hay tantos niños en ese barrio (el suyo), hay bien pocos... (26'15'')	
... igual tengo a mi vecino ... (26'28'')			
... está acá en el colegio... (26'31'')			
... y es amigo mío (26'32'')			
ANIMACIÓN - FAMILIA			










<p>El único que conocen es Garfield. (29'04'')</p>		<p>(en mi familia) no conocen mucho (de dibujos animados) (29'02'')</p>	
		<p>... ese es el que mi Papá más conoce --- (29'07'')</p>	
<p>(¿Cómo es tu relación con tu familia?) Bien... (29'14'')</p>			
<p>(¿No tienes conflictos?) No... (29'18'')</p>			
<p>(Cuando vemos películas) ahí las vemos todos siempre (29'30'')</p>		<p>Pero cuando mis hermanos (mayores) la arriendan , ahí no.. (29'34'')</p>	
<p>¿Les da lo mismo tu afición por el animé?) Si... (30'27'')</p>			
<p>Mi hermano algunas veces ve (dibujos animados) (21'24'')</p>			
<p>... Gokú... (21'27'')</p>			
<p>... Pokémon ... (21'31'')</p>			
<p>Con mi hermana no (tengo conflictos) (37'48'')</p>		<p>(Pero con mi hermano) no me llevo muy bien. (37'50'')</p>	











		Algunas veces peleamos... (37'53'')	
Otras veces me dice "¿quieres jugar?" (38'00'')			
Y yo al tiro voy donde él y le digo que si... (38'03'')			
Si le digo que no, más se enoja (38'06'')		Yo no le digo nada si quiero jugar con él (38'11'')	
		... porque me dice que no... (38'12'')	
		Mi hermano se cree muy grande (51'56'')	
ANIMACIÓN – MUNDO INTERIOR			
(¿te considerarías aficionada o fanática de Sakura?) ... Fanática... (26'45'')			
(y de las Chicas Súper poderosas..) no sé, es que me gustan... (27'19'')			
(hay una de las chicas que se llama) Burbuja... (27'23'')			
... lleva ballenas a la casa... (27'25'')			












... y cuando no la dejan se pone a llorar... (27'28'')			
Y la otra que es Bellota... (27'32'')			
... que es como más pesada... (27'35'')			
... que le dice que cómo va a traer la ballena para la casa... (27'37'')			
... y siempre pelean con Mojo Jojo, por ejemplo... (27'40'')			
		... que es malo... (27'46'')	
(¿Qué es lo que más te impresiona de las Chicas Súper poderosas?) cuando empiezan a pelear con Mojo Jojo... (33'14'')			
		O sea, no pelean pero ... (33'20'')	
... algunas veces Mojo Jojo los convierte a todos en perros... (33'24'')			
Y como eran tan chiquititas las chicas Súper poderosas, convertidas en perritos...			











(33'32'')			
Y el creía que no le iban a hacer nunca nada porque estaba parado arriba de la mesa... (33'37'')			
		Pero llega Bellota por detrás y lo muerde... (33'40'')	
(¿Y que es lo que te gusta más de las Chicas Súper poderosas?) Que son divertidas (33'51'')			
Es todo como más rápido ... (33'58'')			
(¿hay algo que te parezca extraño?) No ... (34'15'')			
(¿hay algo que te desagrade?) No ... (34'19'')			
(Después de ver Sakura) empiezo a decir "libérate" dentro del auto... (36'06'')			
(a veces ve un monito que está enojado con sus papás) y va a hablar con ellos y les pide disculpas. (36'44'')			
Y yo igual hago eso mismo... (36'53'')			

<p>(Por que te identificas con Sakura?) Porque ella tiene una llave y cuando ella dice "libérate" se abre como un palo y ella dice "vuela" y le salen unas alas y ella sale a volar y a mi me gustaría ser eso... (38'37'')</p>			
<p>(¿es fome tu rutina diaria?) No, no es fome... (39'03'')</p>			
<p>Pero igual me gustaría... (39'04'')</p>			
<p>.. ver otras cosas... (39'06'')</p>			
		<p>... no siempre ver las mismas cosas ... (39'08'')</p>	
		<p>(¿qué son las mismas cosas?) Ir al patio y ver siempre los columpios, la piscina... (39'15'')</p>	
<p>(¿y que te gustaría conocer?) ver como es el cielo, arriba, como se ve todo... (39'23'')</p>			
		<p>(Igual pusiste que te gusta mucho Pokémon) ..mmh, algunas veces no más... (39'41'')</p>	

(¿con cual personaje de Pokémon te identificas?) Con Mysty... (39'56'')			
		(¿por qué?)... es cariñosa... (40'03'')	
		Ella se hace amigos con ellos (los Pokémon) (40'26'')	
(¿tus profesoras como son?) Cariñosas.. (41'00'')			
		(me asusté con el señor Yanko que nos vino a buscar) no ves que como es grande... (41'32'')	
ANIMACIÓN – APRENDIZAJE / CREATIVIDAD			
(En computación) aprendo más de matemáticas ... (9'51'')			
...fracciones... (9'54'')			
... multiplicaciones ... (10'00'')			
(usa la computación para jugar) algunas veces, muy pocas... (10'10'')			

<p>(en el computador juega) al Rey León.. (10'16'')</p>			
		<p>(A Internet) una vez me metí pero no me gustó mucho... (10'25'')</p>	
<p>(el que más conoce de computación es tu papi?) ... Si ... (10'34'')</p>			
<p>(¿Quién es más capo en la computación de tus dos hermanos?).. Mi hermano... (10'48'')</p>			
<p>Mi papá es ingeniero (11'19'')</p>			
<p>... hace puentes ... (11'22'')</p>			
<p>(¿Acá les hacen leer bastante, en el colegio?) Si ... (11'51'')</p>			
		<p>(en este colegio) no les interesa nada... (14'26'')</p>	
		<p>... les interesa salir, esas cosas no más... (14'28'')</p>	
		<p>(¿la animación te parece un tema interesante o irrelevante?) ... irrelevante ... (14'52'')</p>	

<p>(ocupó correo electrónico una sola vez) esa vez cuando me metí (a internet) (15'03'')</p>		<p>... pero no lo entendí mucho... (15'06'')</p>	
<p>(mi hermano) todas las noches se mete (a internet) (15'19'')</p>		<p>... es que no lo pueden sacar... (15'20'')</p>	
<p>(cuando te metiste a internet a buscar información de dibujos animados lo hiciste por una dirección que viste en alguna revista) No, es que me dijeron... (15'45'')</p>			
		<p>(Aquí en el colegio) no entienden que es animé... (41'52'')</p>	
		<p>Los monitos como que no los entienden mucho ... (41'57'')</p>	
		<p>El Gokú, que veían antes mis amigos... (42'07'')</p>	
		<p>El profesor los prohibía porque decía que andaban peleando ... (42'10'')</p>	
		<p>(o Pikachu, cuando hace su poder) dicen que le hace mal a los niños.. (42'19'')</p>	
		<p>(dijeron que en no se qué parte un niño) quedó traumatado por mirarlos... (42'24'')</p>	

		Antes mi papá igual me prohibía mirar eso... (42'30'')	
Pero, (en un videojuego) se memoriza mucho más que en las tareas (44'09'')		(Los videojuegos tienen valor educativo?) No, es para jugar no más... (43'35'')	
(¿Cómo podría superar su ignorancia los que no conocen el animé?) Mostrándoles más videos... (44'30'')		(Una vez una profe vio los dibujos animados) y dijo que no le gustaban... (45'21'')	
(Si un amigo mío fuera como Gokú) nos podría defender de cualquier cosa... (47'18'')			
No nos estaría pegando (47'20'')			
(¿Crees que sea tan difícil integrar el animé al colegio?) No, no creo que sea tan difícil... (48'39'')			
... que todos los niños estén de acuerdo para hablar con su profesora ... (48'44'')		(los niños más ricos) creen que lo saben todo y vienen a jugar no más... (54'06'')	

Polaridades detectadas

Nudos de conflicto	
Padres Saber Hermano III Mundo exterior	Yo III Mundo interior
Manifestaciones del conflicto	
III Ley Parental	III Universo de los jóvenes
- Saber tecnológico - No saber respecto a la animación japonesa - Prohibición de la japoanimación - Prohibición de la violencia presente en la animación como influencia negativa para la sociedad.	/ - Ignorancia respecto a lo tecnológico / - Saber respecto de la animación japonesa / - Afición por la japoanimación / - Aceptación de la violencia como poder destinado a la protección.
- Prescripción de contenidos - Compartir cosas entre hermanos - Promoción del aprendizaje	& - Rechazo de la violencia imitada por los niños que consumen japoanimación. / - Gusto por atesorar sus comics & - Afición por el aprendizaje
III	III
Se asocian los contenidos violentos de las noticias a los adultos, a la carencia de diálogo	/ Se asocian los contenidos de la japoanimación y los videojuegos a la adquisición de un saber especial que armoniza el mundo y promueve el aprendizaje & Se reconoce en el saber tecnológico una posibilidad de acrecentar ese conocimiento

Diagnóstico sobre el proceso de construcción de identidad

Respecto de sus preferencias culturales la entrevistada encuentra el equilibrio pulsional en la adscripción a la norma parental, realizando actividad física, mirando televisión, telenovelas, dibujos animados y noticias, aunque esto último genera cierta condensación pulsional. En sus opiniones negativas respecto de la animación subyace cierta condensación pulsional que veremos se resuelve más adelante, en la descripción de sus series de animé preferidas, donde subyace un fuerte desplazamiento pulsional.

Al referirse a otros soportes de la animación observamos que los trazos de desplazamiento se presentan en una gran variedad de soportes: los comics de origen nacional, norteamericano y japonés; encuentra placer en la colección de revistas y cederlas a su hermano mayor le genera cierto displacer. Los videojuegos en general le provocan cierta condensación que se resuelve pulsionalmente en la especificidad de los videojuegos de aventura gráfica, donde existen personajes con atributos que le llaman la atención. Reconoce una identificación con personajes que de alguna manera remiten a su estructura familiar: hay un videojuego donde el protagonista debe salvar a su hermana, con la cual se identifica. En general los videojuegos sólo van acompañados de una pulsión placentera en la especificidad de la trama narrativa, lo que se responderá más adelante.

Respecto del merchandising no demuestra desequilibrios pulsionales notorios. Gusta de vestir ropa con imágenes de Sakura pero no tiene una preferencia marcada por adornar su pieza. En cuanto al conocimiento del mercado, vemos que subyace una cierta condensación debido a que no sabe muy bien si existen productos distintos a los que ya conoce.

La sociabilidad no está modalizada por el mundo del animé ni de los videojuegos, subyace en la descripción de su micromundo de amistades que le provoca placer tener amigos y el displacer está dado por la

escasez de niños en su barrio. La constatación de que es la cercanía de sus amigos lo que le causa placer está en la pulsión asociada a la declaración de que tiene un amigo en el barrio que también estudia en el colegio (Nótese que la pulsión inicial es condensada al acordarse de su amigo y luego la pulsión tiene a equilibrarse en condensación y desplazamiento cuando la realidad de la cercanía es enunciada).

En relación a su familia vemos que el desconocimiento de sus padres respecto del mundo del animé está asociado a una pulsión de desplazamiento y su escaso conocimiento de un dibujo animado que no está entre sus preferidos se asocia a una pulsión condensada. La sola mención de su padre resuelve esta pulsión a través del desplazamiento lo cual ya nos indica el placer asociado a la adscripción de la norma parental, focalizada en la figura paterna, un ingeniero que sabe mucho de computación, cuestión que se verá más adelante. Las relaciones con sus hermanos oscilan entre la condensación que le provoca el conflicto con su hermano, un poco mayor que ella, y el desplazamiento asociado a la buena relación con su hermana mayor. En general la evaluación de sus relaciones familiares está asociada, semántica y pulsionalmente al equilibrio, que en ocasiones contiene conflictos que ella no reconoce semánticamente, pero que aparecen subyacentes en una pulsión condensada asociada a la negación de ese conflicto. Nuevamente encontramos asociada una pulsión placentera a la sociabilidad, de hecho le genera una pulsión condensada el que sus hermanos mayores vean películas sin ella y el que no les interese su afición por el animé. Cuando su hermano más cercano en edad ve dibujos animados, que ella describe, subyace una pulsión placentera, que puede remitirse al placer que encuentra en compartir espacios de saber o espacios físicos con otras personas. Ya antes habíamos observado que la noción de conflicto, de pelea, generaba en la entrevistada una condensación pulsional asociada al displacer, pero ahora observamos claramente que la adscripción al deseo de su hermano por jugar le genera una pulsión desplazada que podríamos asociar no precisamente al hecho de jugar sino a la resolución de un conflicto o al impedimento de un conflicto potencial. El manejo de este saber al parecer le entrega placer, saber que su hermano al parecer no maneja tan bien como ella puesto que al mencionar que su hermano se cree muy grande está subyacente una pulsión displacentera: a pesar de ser grande su hermano no sabe lo que ella.

Cuando observamos las porciones de la entrevista referidas a la animación – mundo interior podemos reafirmar nuestras primeras impresiones: aunque ella no declaraba abiertamente su gusto por ciertas series de animación japonesas o norteamericanas al momento de describirlas subyace una pulsión que muestra equilibrio entre condensación y desplazamiento, constatándose ciclos pulsionales extensos que duran todo el relato, acumulando pulsiones condensadas que finalizan en un desplazamiento al terminar el relato y también al describir las características más apreciadas de los personajes, sobretodo sus poderes y sus actitudes. Otro elemento detectado durante la entrevista se refiere a las pulsiones asociadas al proceso de aprendizaje de la tecnología. En las lexis semánticas es posible observar que la entrevistada declara no saber manejar muy bien la tecnología, lo que va acompañado de una pulsión condensada, que logra su desplazamiento pulsional cuando menciona aquellas cosas que si sabe ocupar de computación y videojuegos, como si el proceso de aprender estuviese asumido como algo placentero. En la mención hecha sobre el padre y el hermano, respecto de su conocimiento de computación, esta pulsión placentera se mantiene a pesar de que tiene conflictos con su hermano. Cuando menciona la eventual apatía que existe entre los alumnos de su colegio subyace una pulsión condensada, lo que viene a reforzar que su placer radica en el aprender y el displacer en la ignorancia propia o de los otros. Tal vez, al no considerar que el animé sea un tema educativo pueda explicarse que genere condensación a nivel pulsional cuando semánticamente expresa que es un tema irrelevante. Otro elemento que le genera displacer es que su hermano encuentre placer en algo que a ella no le gusta o no sabe operar: la internet. Tal vez el no compartir conocimientos sea lo que haya generado esa pulsión, porque al mencionar que alguien le indicó cómo encontrar información de dibujos animados en internet subyace una pulsión desplazada. Todas las veces que menciona las prohibiciones que existen en el mundo de los adultos respecto del animé podemos observar que subyacen pulsiones donde la norma es la condensación y adicionalmente es posible constatar que semánticamente ella expresa que los adultos no saben de ese tema, lo que viene a remitirnos a lo anterior: el displacer que causa en ella la ignorancia. De hecho, cuando menciona la capacidad de memorización que se necesita para jugar a los videojuegos esta condensación acumulada encuentra su desplazamiento, lo mismo sucede cuando sugiere que mostrar videos es una buena solución para quienes no conocen el animé. Algo similar sucede cuando imagina que alguno de sus compañeros pueda tener los poderes de Gokú, pues la pulsión sólo es displacentera cuando menciona que es tonto pensar que ese compañero les fuera a hacer daño. Al plantear que los protegería sucede el desplazamiento pulsional. Su solución para el malentendido es el diálogo, pero la lectura que hace de la tarea concreta necesaria para que

ese diálogo ocurra (acuerdo entre pares para hablar con los profesores) encuentra un obstáculo en la apatía de sus compañeros de colegio, a quienes les atribuye una actitud negativa (creen que lo saben todo), constatación semántica en la que subyace la condensación pulsional.

Por lo tanto, en términos generales podemos concluir que en el diálogo con nuestra entrevistada hemos podido encontrar una matriz de sentido coherente a nivel semántico y pulsional. En esta matriz el saber o aprender = compartir o socializar y socializar o compartir = saber o aprender. Así también las pulsiones se condensan y desplazan en la medida que este nudo se resuelva a nivel real o del imaginario. La identificación con los personajes de sus series favoritas no tienen que ver necesariamente con el género femenino, sino con la actitud de Misty, dispuesta al acercamiento al diálogo cariñoso con los Pokémon para enseñarles, actitud cariñosa que encuentra similitud en el plano de la realidad con las profesoras. Lo mismo sucede con Sakura, que posee un saber que le permite volar, ahora bien, el volar no es en si mismo el objeto de deseo sino lo que ella haría con esa capacidad: ella menciona que le gustaría conocer cosas nuevas, en pocas palabras, saber, conocer, adquirir un nuevo punto de vista del cielo que ella siempre a observado desde abajo. Ahora bien, ese saber es congruente con lo narrativo, con el habla, cuestión que explica su preferencia por las historias narradas en la animación, por las características de los personajes como parte de una trama. Y paralelamente explica que otros códigos (cromáticos o sonoros) estén supeditados al código narrativo; lo que no excluye que el proceso de aprendizaje de nuevos códigos o soportes multicódigos como el videojuego o el multimedia de la computación, le provoquen placer, en la medida que son saberes en proceso de adquisición, es el proceso de aprendizaje que hegemoniza la estructura.

4.5.3 Procesos de construcción de identidad detectada en niños y jóvenes de Temuco

A partir del análisis detectamos que la presencia de matrices transaccionales se constituye en un elemento central en los procesos identificatorios de niños y jóvenes. El cambio que ya habíamos detectado en la encuesta respecto del funcionamiento real producido por el desplazamiento de los depositarios del saber (antes las estructuras parentales tenían el poder económico y el saber, ambos pilares del poder político monolítico) sobretodo respecto al uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, que los sitúa a ellos mismos o a sus hermanos como polos hegemónicos, lo que viene a alterar las bases del poder tradicional, otorgando la base para la instalación de un poder transaccional.

Tal como lo señala el informe Fondecyt 100954, año 2000, se detectaron categorías cognitivas complejas presupuestas en el consumo de videojuegos y series japonesas, por su necesaria inteligibilización hipertextual realizada en diferentes hitos temporales, tratándose de una realidad caleidoscópica asociativa en la que participan numerosas variables y personajes (los Pokémon, 260; los niveles de avance en cada civilización de Age of Empires se complejizan según sea la edad medieval o imperial; los enemigos que se enfrentan en final Fantasy son más de 100 a lo largo del juego y sus habilidades se complejizan en cada etapa). Ahora bien estas categorías cognitivas complejas conviven con otras categorías cognitivas más simples, tales como las de los dibujos animados americanos y los videojuegos de simuladores y los de combate, que a su vez son consumidos por niños y jóvenes en su calidad de dispositivos catárticos frente a situaciones de vida donde la condensación pulsional busca mecanismos de desplazamiento para alcanza el equilibrio entre mundo interior y exterior.

El modelo transaccional detectado transgrede el esquema clásico del asumir/negar el Modelo parental estudiado por Lacan, Kristeva y toda la escuela Neo freudiana, tal como se señala en el marco teórico del Fondecyt 1000954, año 200. Lo que en el contexto de nuestro estudio sobre el consumo de videojuegos es de suma importancia puesto que nos remite a una evidencia clara de que el individuo no necesariamente es sujeto pasivo de las nuevas tecnologías, sino que las coge como un elemento de intercambio en sus procesos de socialización y de construcción identitaria.

Para el consumidor de videojuegos la transacción entre el modelo parental y su mundo interior encuentran su síntesis en las categorías cognitivas complejas necesarias para la utilización de las TIC, donde el computador se transforma en la punta de lanza de un circuito de consumo que es rechazado o ignorado por el mundo adulto, pero que a su vez necesita en la vida cotidiana de ese saber para resolver problemas que a los niños y jóvenes ya no son obstáculo, pues constituyen un capital cultural acumulado y un lenguaje articulado diariamente.

5.- ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL VIDEOJUEGO

5.1.- Algunas palabras previas sobre el modelo de análisis

El modelo de análisis que utilizamos fue propuesto originalmente por Ramiro García y Cecilia Olmedo, ambos estudiantes del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de La Comunicación, y Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile y será publicado en el número 6-7 de la Revista Chilena de Semiótica.

Para efectos de nuestra investigación tomamos el esquema básico, es decir:

- Reseña histórica del videojuego
- Descripción semiótica
- Categorías mentales presupuestas para operar en el videojuego

El antecedente teórico de este modelo es la práctica de análisis semiótico realizada en el contexto de la investigación Fondecyt citada en esta investigación, específicamente por Rafael Del Villar, es decir el modelo de análisis semántico pulsional y el análisis por códigos. Por lo tanto es totalmente coherente con nuestro marco teórico, que es prácticamente el mismo considerado por Olmedo y García.

Para el caso de nuestro análisis nos interesa destacar que la historia de cada videojuego analizado fue recogida de sitios disponibles en Internet, pues se trata de las mismas fuentes de información a las cuales puede recurrir cualquier consumidor de videojuegos que se interese en ello. En cada caso procedimos a reproducir casi textualmente la historia y en algunos casos fue posible encontrar algo que es una práctica habitual entre los fanáticos de los videojuegos: las guías, que son una descripción narrativa de todo el videojuego, que incluye trucos para superar pruebas, descripción de los personajes, fotografías de escenas del videojuego, etc.

Lo anterior fue de suma utilidad para articular la descripción semiótica, puesto que al utilizar la descripción por códigos estas guías nos sirvieron para articular las lexis del código narrativo. Esto fue posible porque, partiendo desde los supuestos de nuestro marco teórico identificamos a las etapas del videojuego como las lexis significantes.

Ahora bien, la consideración de las etapas del videojuego como lexis implica la sistematización de las categorías mentales presupuestas para operar en el videojuego, categorías mentales que son el código que hace operativa la interacción entre la persona y la máquina. Si utilizamos una metáfora podemos decir que las categorías mentales presupuestas son el lenguaje de programación que permite interactuar al usuario con la consola, sobre ese sistema operativo se producen todas las variantes que permiten al usuario jugar cualquier tipo de videojuego. Por lo tanto, consecuentemente, las categorías mentales tienden a mantenerse estables entre los distintos tipos de videojuegos y su complejidad está dada por las variantes efectuadas sobre una plataforma común.

En el PC esta plataforma es el teclado y en las consolas es el control, incluso algunas plataformas experimentales como la alfombra para videojuegos de baile, los volantes o los cascos de realidad virtual operan con códigos comunes. Sin embargo esto lo veremos con mayor detalle en el análisis de cada videojuego.

Ahora bien, hemos elegido tres videojuegos Age of Empires II (videojuego para PC); Final Fantasy IX (videojuego para PSX) y Tomb Raider (Videojuego para PC y PSX). La elección de estos videojuegos se relaciona con las temáticas y las categorías propuestas en la encuesta.

De acuerdo a los resultados de la encuesta los videojuegos de Aventura gráfica y de Estrategia resultaron dentro de las tres primeras preferencias.

Age of Empires II es considerado un videojuego de estrategia desde los presupuestos epistémicos occidentales donde los mecanismos de producción y la guerra están interrelacionados; Final Fantasy IX es un videojuego de origen japonés, considerado un videojuego de rol donde el concepto de estrategia no existe como tal, porque para la matriz de pensamiento oriental la vida debe resolverse a cada momento, con pequeñas decisiones. En ese contexto Tomb Raider es un videojuego de Aventura Gráfica creado en Estados Unidos, que a primera vista se asemeja mucho a Final Fantasy.

En el análisis trataremos de determinar que es lo que define a un videojuego como de Estrategia o de Aventura Gráfica.

5.2 Tomb Raider Chronicles: Videojuego de Aventura Gráfica.

5.2.1 Historia de Tomb Raider



Creado por CORE, Tomb Raider es un juego que marcó época entre los fanáticos de los videojuegos de aventura gráfica y abrió camino para los juegos del género de aventura. El desafío y los diversos escenarios que ofrece, la movilidad y facilidad de control del personaje de Lara, sin mencionar su 'Sex Appeal' poligonal, hicieron de este juego un clásico para la PC y ahora que fue llevado a las consolas, su atractivo no ha disminuido.

Esta versión del juego, la última, consiste en guiar a Lara (una versión femenina de Indiana Jones), a través de 4 Episodios, en cada uno de los cuales se debe recuperar un tesoro o pieza arqueológica. Para ello Lara deberá sortear trampas y oponentes.

Para cumplir su objetivo Lara Croft comienza el juego equipada de un par de pistolas, municiones ilimitadas, botiquín de primeros auxilios y otros elementos que le serán útiles a medida que el juego se desarrolla. Durante su avance por el escenario dispuesto para cada episodio podrá recolectar nuevos elementos que serán de utilidad para superar ciertas pruebas, además de armas, municiones y “estuches de primeros auxilios” que le ayudará a reponer su estado de alud o “nivel de energía”.

El personaje cuenta con ciertas habilidades básicas como caminar, correr, arrastrarse, saltar hacia delante y hacia atrás, realizar piruetas en el aire, equilibrarse sobre una cuerda o una cornisa y otros movimientos parecidos según la circunstancia que enfrente; también puede apuntar, guardar y sacar su arma, disparar, accionar botones, empujar objetos, abrir puertas y otras acciones. El jugador opera desde la perspectiva de un “perseguidor” de Lara lo que le permite asumir su “punto de vista”, implicándose de esta forma en el desarrollo del videojuego, permaneciendo en una posición de protagonista.

El juego ha tenido varias versiones anteriores, de hecho esta versión es algo así como la entrega “póstuma” de la saga Tomb Raider, puesto que en la última entrega Lara Croft murió. De hecho en el inicio del juego se incluye una secuencia de video donde los amigos de Lara lamentan su pérdida, en un día de lluvia frente a su monumento y luego se dirigen a casa de uno de ellos para comentar sobre las aventuras pasadas de Lara.

En ese contexto de remembranzas evocan su paso por Roma en busca de la piedra de mercurio y así se inicia el Episodio 1.



Una vez que el jugador ha terminado el Episodio 1 vuelve a aparecer una pequeña secuencia de video que da paso al siguiente Episodio y así sucede con los dos episodios restantes del juego.


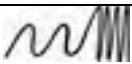



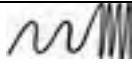

En Tomb Raider Chronicles el topic de cada episodio es distinto, pero la estructura operativa permanece inalterable en rasgos generales: Lara debe recuperar un elemento de manos de los malvados, desplazándose por construcciones más o menos intrincadas que ocultan elementos que le serán útiles, obstáculos y enemigos que deberá enfrentar y aniquilar con sus armas.

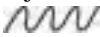




Este juego está disponible para jugar en PC, Play Station y Dreamcast. Su modalidad de juego es individual. En la pantalla casi no hay presencia de indicadores, de hecho los indicadores del nivel de “energía” que tiene Lara Croft y del número de vidas con que cuenta, sólo se despliega cuando el jugador presiona un botón específico.

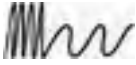

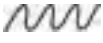
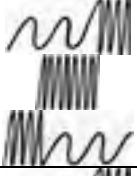


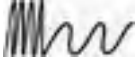

En Play Station existe la posibilidad de grabar la partida a medida que uno avanza, para continuar jugando después y así comenzar desde el punto donde uno quedó la última vez que jugó. No existe un indicador de puntaje, puesto que el juego funciona con “tareas cumplidas” que permiten acceder a nuevos niveles dentro de cada episodio. Cada jugador, al comenzar la partida dispone de una sola vida.





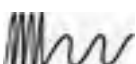


5.2.2.- Análisis Semiótico de Tomb Raider



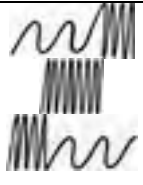




Lexis	Código Organización de la Imagen	Código Narrativo	Código Cromático	Código Sonoro	Código Escriptural
Secuencia introductoria al videojuego					
El homenaje a la desaparecida Lara Croft	CD Plano Medio Horizontal Tres cuartos Paneo CD Primer plano Contrapicado Frontal Zoom back CD Plano americano Zoom in hasta Plano Detalle Horizontal Frontal CD Plano panorámico Picado Tres cuartos Zoom back Disolvencia Plano Detalle Zoom Back hasta Plano americano CD Plano Medio	Los amigos de Lara Croft se reúnen en torno a unas copa a recordarla y lamentar su supuesta muerte	Fondo café y gris / Amarillos, azules, anaranjados y blancos rosáceos		
Primer Nivel: "Calles de Roma"					
Introducción	Plano subjetivo	Lara mira la opera desde un balcón, allí pretende comprar una antigüedad (la piedra de Mercurio) a unos matones, pero estos pretenden llevarse el dinero	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		



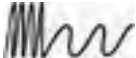

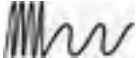


		sin entregar la mercancía. Sin embargo tras una corta pelea Lara se apropia de la piedra y huye espectacularmente.			
Entrenamiento	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. Esto se traduce en una estructura pulsional como la siguiente: 	Lara se encuentra en un callejón que debe recorrer, entrando en puertas y pasillos. La primera puerta hacia la izquierda es un almacén abandonado, que sirve para aprender los movimientos de juego.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Enfrentar al perro	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	De vuelta en el callejón se avanza hasta girar en el primer pasillo que se encuentra hacia la derecha. Aparece un perro que hay que matar	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / Negro con amarillo		Aparece la barra de energía cuando Lara saca las pistolas para dispararle al perro y al final del combate la barra se ha achicado.
Activación del primer bloque	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Luego se continúa por el pasillo y se accede a una plaza donde hay una fuente al centro. Si se avanza por la calle que hay a la derecha del "Antico Café" (el del toldo rojo) se puede encontrar un bloque de piedra con un rostro en relieve, al accionarlo se muestra una escena corta.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Escena corta de la 1ª reja	Corte Directo Primer Plano Frontal	Se abre la reja que impedía el paso al otro bloque con el	Fondo Café, con elementos grises		


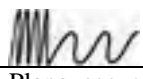







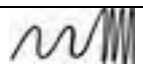
abriéndose	Fijo 	relieve de un rostro.			
Activación del segundo bloque y escape de los murciélagos	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Se vuelve al principio, y se avanza nuevamente hacia el fondo, aunque esta vez se debe avanzar totalmente hasta el fondo y luego a la izquierda hasta encontrar unas escaleras que bajan y llevan hasta otro bloque similar al que se ha pulsado antes. Este bloque se debe accionar. Una vez accionado saldrán volando muchos murciélagos que es necesario evitar porque pueden dañar a Lara.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Activación del segundo bloque y recolección de balas	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Como consecuencia de estas acciones se levantará un bloque justo al frente de las escaleras se acaba de accionar. Al subir en el y escalar hasta la terraza de las columnas, se debe avanzar por el único camino que hay, cruzar la terraza y dejarse caer hasta el pasillo con ventanas de cristalera (son transparentes y es posible romperlas con la pistola). Una vez rotas las ventanas se recogen las balas de la primera	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		



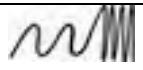

		cristalera, después se avanza y se rompe la cristalera de la izquierda.			
Recolección de la llave	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Una vez rota se debe entrar a través de ella, saltar hacia el otro lado y continuar. (Por tratarse de una habitación a oscuras Lara puede hacer uso de una de las bengalas que lleva consigo). Después se debe entrar en la habitación de la derecha, subir y recoger la llave. Al salir de la habitación se continúa hacia arriba.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco./ amarillo dorado		
Escena de la cerradura para usar la llave.	Corte Directo Plano General Picado Travelling 	Una escena mostrará la cerradura que corresponde a la llave.	Fondo Café, con elementos grises		
Ingreso al patio interno de la cuerda	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Después se debe saltar hacia el toldo, para recoger las bengalas y bajar a la plaza. Una vez allí se debe ir hacia la puerta que apareció en la escena de antes y usar la llave. Aparece un matón y es necesario eliminarlo con las pistolas.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		Aparece la barra de energía cuando Lara saca las pistolas para dispararle al matón y al final del combate la barra se ha achicado.
Recolección de la 1ª estrella de seis puntas	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Se continúa avanzando hacia la bifurcación para después dirigirse hacia la derecha, hacia el sótano. En el sótano se debe escalar la caja y recoger la estrella de 6 puntas.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		

<p>Cruce del patio en equilibrio sobre la cuerda floja</p>	<p>Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva.</p> 	<p>Tras esto hay que dirigirse hacia la bifurcación por la que se atravesó antes (La de la izquierda). Otra vez (si no murió antes) hay que dispararle al matón y cruzar al otro lado de la terraza por la cuerda floja.</p>	<p>Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.</p>		
<p>Apertura de la reja que da a la plaza de la fuente</p>	<p>Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva.</p> 	<p>Tras cruzar la cuerda hay que avanzar y dejarse caer por el hueco de la barandilla. Se debe abrir la reja. Esto permite regresar a la plaza de la fuente.</p>	<p>Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.</p>		
<p>Recolección de balas y nuevo revolver</p>	<p>Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva.</p> 	<p>Una vez allí hay que darse la vuelta y avanzar hacia el lado contrario. En la bifurcación, hay que dirigirse a la izquierda, y en el pasillo oscuro dirigirse a la izquierda en cuanto sea posible. Estando allí se deben recoger las balas y volver al pasillo oscuro, avanzar hacia el final y subir la escalera hasta el descansillo y recoger el revolver. Esta arma aunque mas lenta que las pistolas clásicas tiene una potencia superior.</p>	<p>Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / gris y negro</p>		
<p>Ingreso a la habitación para recolectar mira láser</p>	<p>Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva.</p>	<p>Se suben las escaleras hasta el final, se abren las puertas y se recoge la mira láser en la esquina</p>	<p>Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / negro</p>		

		de la habitación. Esta permitirá aumentar la precisión de los disparos con el revolver (luego se puede separar de la pistola y usarlo en algún arma distinta).			
Recolección de la 2ª estrella de seis puntas.	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	La mira láser sirve para volar el candado que hay en la puerta de la derecha y así recoger otra estrella de seis puntas. (Aparecerán ratas que hay que esquivar).	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / amarillo dorado		Aparece la barra de energía cuando Lara saca las pistolas para dispararle al candado.
Uso de las estrellas como llaves para abrir rejas	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Se vuelve a la última bifurcación (Justo después de haber pulsado el botón que conducía a la plaza de la fuente) y se continúa hacia la derecha. Se avanza hacia el fondo, se entra en el edificio situado a la izquierda, y se usan las llaves del jardín (las estrellas de seis puntas) en los dos huecos que hay para ellas.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco./amarillo dorado		
Entrada al jardín del mausoleo	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Aquí se puede acceder al jardín por la puerta principal (La que había cerrada en la bifurcación) Se entra para dirigirse a la puerta que tiene 3 cabezas de ave y se observa la escena con los dos matones del principio.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		

Escena de los matones en el techo	Corte Directo Plano Americano Picado Fijo 	Se puede observar a los matones discutir. Uno comienza a dispararle a Lara y el otro lo detiene bruscamente, porque considera mejor idea seguirla hasta que encuentre el siguiente tesoro. El texto está en inglés, pero creemos que se debe a una falla de programación de nuestro CD.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco./ amarillo claro		
Disparo a la campana del templo	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	En la pared que hay junto al mausoleo hay dos puertas, una que conduce a una piscina y otra un poco mas escondida junto al mausoleo. Al entrar por esta segunda se avanza hasta ver una especie de catedral con una campana. Se debe usar la mira láser del revolver para disparar a la campana	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / café		
Activación del bloque del templo	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Luego se sube a la parte superior del templo, se camina hacia la izquierda y se sube por la abertura que hay (Se ve al fondo un relieve similar a los que se accionaron al principio).	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Activación del botón del altar	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva.	Hay que saltar el precipicio y usar la hendidura. Se vuelve por donde se vino y se entra por la puerta	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		

		principal del templo. Dentro se encuentra un altar con dos figuras en forma de halcón y dos puertas, una a cada lado. Se entra por la de la izquierda, se avanza hasta el final y se acciona el botón que allí se observa.			
Uso del mecanismo de la paloma	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Esto convierte uno de los halcones en una paloma. Uno se dirige hacia el altar y mueve esa paloma.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Cruce de la habitación con obstáculos.	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Entra ahora en la puerta de la derecha y avanza hasta arriba, teniendo cuidado con el ariete, y dejándose caer amarrada (hay que ponerse de espaldas en el borde, dar un salto hacia atrás y mantenerse), desplazarse hacia el lado por debajo del ariete hasta llegar al otro lado de la habitación.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Activación del botón para convertir al 2º halcón en paloma	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Se acciona el botón que está ahí y el otro halcón se convierte en una paloma.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Activación del botón para convertir al 2º halcón en paloma	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara subjetiva. 	Al bajar se utiliza la paloma y puede verse como el pasaje inferior del templo se abre.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco.		
Recolección del símbolo de	Plano secuencia en Steady Cam o Cámara	Se toma esa dirección para recoger el símbolo	Fondo Café, con elementos grises / Negro,		

saturno		de saturno. Luego se sale, se vuelve abajo y se observa la escena con los matones.	café claro y azul opaco.		
Escena de los matones		Los matones pretenden quitarle a Lara Croft el objeto que ha recolectado.	Fondo Café, con elementos grises / Negro, café claro y azul opaco. / grises y azules		
Fin del Nivel 1 Los demás niveles no presentan mayores diferencias en el análisis semiótico					

5.2.2.1.- Oposiciones a nivel código

5.2.2.1.1.- Código de Organización de la Imagen

Este videojuego se presenta siempre como un gran plano secuencia que constituye el deambular del jugador, pasando de encuadres de plano generales a planos medios y primeros planos, según disponga el videojugador. Asimismo sucede con las angulaciones de las tomas, pero sólo cuando el videojugador está observando en planos medios o primeros planos; en esa instancia puede variar entre dos extremos: picado y contrapicado. La angulación por defecto es la horizontal, que se mantiene siempre y cuando la protagonista no suba o baje de alguna ladera o edificio, en cuyo caso la angulación tiende a variar a picado o contrapicado.

Cada cierto tiempo se insertan escenas o videoclips creados con el fin de indicar el curso de acción a seguir por el videojugador o para ilustrar el relato en el cual está inserto el videojuego. Estos videoclips generalmente son primeros planos o planos medios en ángulo horizontal o con leves picados o contrapicados. Cuando señalan un trayecto se hace uso de tomas subjetivas que rematan en primeros planos del lugar clave.

5.2.2.1.2.- Código Narrativo

Los elementos que estructuran narrativamente el juego son el avance del jugador dentro del “laberinto”, la búsqueda de elementos y la resolución de las intrigas que estructuran el relato-recorrido.

Estas intrigas dependen de los elementos que recolecta el jugador y de la superación eficiente de los obstáculos que se le presentan.

El mecanismo narrativo es recolectar ciertos elementos para acceder a nuevas etapas y superar obstáculos geográficos virtuales o matar enemigos ocasionales.

5.2.2.1.3.- Código Cromático

En este juego la oposición está dada por el color de fondo (café, gris y verde claro, todos en tonos opacos) y el color de los personajes (Lara: negro, café claro y azul opaco; Perros: negro con amarillo; Matones: grises y azules). Esta oposición también se mantiene cada vez que se hace uso de las armas de fuego (Disparos: destellos amarillos anaranjados; Mira láser: rojo intenso) y al encontrar elementos (tesoros y/o llaves: amarillo; municiones: gris brillante; Botiquines: verde claro; bengalas: café oscuro).

5.2.2.1.4.- Código Sonoro

La oposición se da entre el sonido casi imperceptible producido por Lara Croft al caminar y la aparición de música y ruidos ante la cercanía de enemigos. También hay sonidos cuando Lara realiza algún esfuerzo físico (gemido de cansancio) o cuando sufre daño corporal (quejido)

5.2.2.1.4.- Código Escripural

La oposición se da aquí en tres niveles:

- Indicador de energía vital: barra indicadora de energía (extremo superior derecho de la pantalla),
- Equipamiento: lista de elementos disponibles (aparece al presionar SELECT)
- Instrucciones para entrar o salir del juego: aparecen mensajes en el centro de la pantalla (Pausa, Reanudar juego, grabar juego, Salir del Juego, Fin del Juego, etc.)

En el caso del primer elemento la oposición consiste en un rectángulo amarillo cuando Lara está con su salud plena opuesto a un rectángulo amarillo que se achica y cede espacio a un rectángulo negro que crece hacia la izquierda cada vez que disminuye la energía de Lara Croft.

En el segundo elemento la oposición está dada por la presencia/ausencia de equipamiento (Municiones, herramientas, tesoros, llaves y botiquines)

En el tercer elemento la oposición está dada por la presencia/ausencia de los mensajes de aviso que ofrecen al videojugador Iniciar nueva partida/Cargar partida desde el memory card; abandonar/continuar la partida, pausar/reanudar la partida; guardar/cargar una partida, subir/bajar volúmenes de música y efectos, etc.

Se trata entonces de un mecanismo integrado por dos fases: la indicación de carencia y la posibilidad de elección, con lo cual permite operacionalizar de forma concreta la estructura pulsional del código narrativo.

El código escritural es el mecanismo que nos permite saber si el código narrativo tiene condiciones donde y cuando desarrollarse, por lo tanto cumple la función de contexto operativo para el jugador, que interpreta este contexto como la condicionante de su rango operativo dentro del videojuego.

Es la instancia de retroalimentación de información con el videojuego.

5.2.3.- Categorías mentales presupuestas en Tomb Raider

5.2.3.1.- Objetivo general del juego

El objetivo, en el Episodio 1 de “Tomb Raider Chronicles” es recuperar la joya que da nombre al episodio: “La Piedra de Mercurio”.

Lara Croft deberá recolectar la mayor cantidad de objetos posibles, los que ayudarán a superar los obstáculos que se presentan en el camino, evitando que los obstáculos o sus enemigos la maten.

No se juega para lograr un puntaje, sino para alcanzar el objetivo final que en este caso consiste en llegar al final del Episodio 1, pasar al siguiente episodio y seguir completando niveles hasta terminar todo el CD.

5.2.3.2.- Dispositivo Pulsional

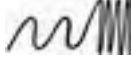
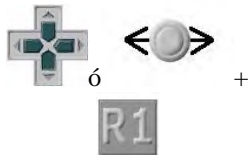

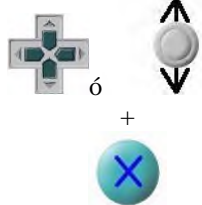


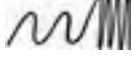

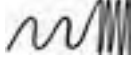

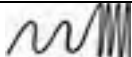











1. Avanzar por territorio desconocido (pasillos, pasadizos, puertas, ventanas, etc.).
2. Interpretar y neutralizar los peligros señalados a nivel de código cromático y sonoro (ver oposiciones anteriores).
3. Resolver mecanismos para entrar o salir desde o hacia un recinto..
4. Interpretar escenas de animación que surgen durante la partida.

Las destrezas necesarias para cumplir con los objetivos de este videojuego consisten en:

- desplazarse rápidamente dentro del laberinto sin perder la orientación,
- utilizar eficazmente las armas y elementos de los que dispone Lara para neutralizar a los oponentes,
- aprender a utilizar eficazmente las habilidades y movimientos de Lara a fin de superar obstáculos,

5.2.3.3.- Operacionalización de las categorías mentales a nivel real

Situación narrativa	Oposiciones de sentido	Código Sonoro Refuerzo Pulsional	Código Escriptural	Equivalencias a nivel real (Control o Teclado) *
Ir al inventario	Saber/No saber		(No hay)	
Seleccionar arma o elemento del inventario	Poder/Impotencia		- Guardar partida - Cagar partida - Usar arma - Usar medipack (botiquín) - Usar bengalas - Usar prismáticos - Combinar mira láser con revolver	
Hacer una pausa durante el juego	Reflexión/Acción		- Reiniciar partida - Abandonar partida - Opciones	
Activar o desactivar efecto de vibración del control	Reforzar el significante/No reforzar el significante			
Correr	Rapidez/Lentitud			ó
Caminar	Lentitud/Rapidez			ó +
Saltar sin dirección	Salto/Estado de Reposo			
Salto con dirección	Alcanzar/Caer			+
Salto con impulso	Alcanzar/caer			y después
Salto del ángel	Alcanzar/caer			ó

Desplazamiento lateral	Precisión/lentitud			
Agarrarse y escalar	Alcanzar/caer			
Mantenerse agarrado	Alcanzar/caer			
Agarrarse mientras se salta	Alcanzar/caer			Mientras se salta con impulso presionar 
Usar o activar objetos o disparar	Poder/No poder			
Sacar/Guardar Armas	Poder/No poder			
Disparar	Vida/Muerte			
Mirar o usar la mira láser	Precisión/Imprecisión			
Acercar la mira láser o los binoculares	Precisión/Imprecisión			Mientras mira pulsar 
Alejar la mira láser o los binoculares	Precisión/Imprecisión			Mientras mira pulsar 
Voltereta (salto hacia delante dándose la vuelta o viceversa)	Orientación/Desorientación			

5.2.3.4.- Conclusiones análisis Tomb Raider Chronicles

Para operar este juego, es necesario tener habilidades sensoriomotrices que permita al sujeto moverse dentro del escenario-laberinto y habilidades intelectivas respecto de los movimientos tácticos que debe hacer Lara para llegar al final del laberinto.

Para lograr eficiencia es necesario la práctica constante del mismo, ya que como se trata de adquirir una habilidad motriz e intelectual, el sujeto llegará a dominar el juego en tanto más lo juegue. Esta idea se refuerza pues, aunque se puede guardar el juego y comenzar otra vez desde donde se grabó, hay un reforzamiento pulsional asociado a resolver el laberinto en un tiempo limitado. Generalmente se opera a través del ensayo y el error, práctica que constituye el dominio del juego.

El refuerzo pulsional es, a nivel narrativo, el misterio respecto de los niveles siguientes que deben superarse, lo que constituye el mecanismo intelectual del videojuego.

Antes de empezar el recorrido de cada nivel, cada jugador debe estar familiarizado con los movimientos básicos de Lara, porque harán falta casi todos durante el juego. Con ese fin se encuentra al principio del juego un espacio virtual de entrenamiento concebido por el creador del videojuego para tales efectos.

La organización de los elementos en la pantalla corre por cuenta del videojugador, puesto que su visión lo implica en el escenario y, si lo desea le muestra una imagen externa levemente objetiva. El sujeto interviene en la organización de la imagen en tanto guía las acciones de Lara Croft, pero esta intervención está redefiniéndose constantemente a causa de la interacción con sus eventuales oponentes. En el desarrollo del juego hay elementos que desaparecen y aparecen (los enemigos), que se mueven independientemente de la determinación del jugador a través del control.

El elemento que modaliza la organización del juego es la perspectiva de la pantalla que implica al sujeto como protagonista. La inserción del sujeto dentro del juego se logra a través de una operación psicomotora (el control es una prolongación de la mano o el brazo y la pantalla una prolongación de la vista), el sujeto se inserta en el juego como un personaje protagónico, participa del mundo Tomb Raider al alterar el comportamiento de la protagonista Lara Croft. Es una intervención casi total, pues al pasar cada nivel la organización del juego mantiene el principio del laberinto, pero las habilidades de Lara Croft se potencian en la medida que se recolectan nuevos elementos. El acceso a cada uno de los niveles está determinado por la recolección de elementos, pero el sentido y el orden de exploración del laberinto está determinado por cada jugador, sobre la base del ensayo y el error. La intervención en el mundo del juego tiene dos sentidos, superar el nivel y practicar las habilidades de Lara Croft que serán útiles en los siguientes niveles. Una vez que esto se logra, el juego se vuelve una referencia que será de utilidad en los siguientes episodios del juego y, eventualmente, en las futuras versiones del juego si la saga continúa comercializándose.

La hipertextualidad del juego es mínima y se reduce a bajar de la Internet algunas guías para jugar este videojuego, confeccionadas por fanáticos de la saga, pero no hay correlato alguno con otros consumos culturales asociados a los comics, la animación o el merchandising.

5.3.- Final Fantasy IX: videojuego de rol (RPG).

5.3.1.- Historia de Final Fantasy IX

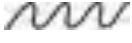
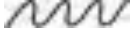
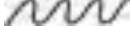
La saga Final Fantasy fue creada por Squaresoft, una empresa japonesa, en 1987. El Final Fantasy I, según los entendidos, fue uno de los videojuegos que dio inicio al género del RPG (Role Player Game o Videojuegos de rol). Desde entonces se han creado 10 videojuegos para esta saga (el último para PS2) que giran en torno al género de RPG, con argumentos y personajes distintos para cada versión, aunque en algunas versiones hay personajes que reaparecen, todos ellos relativos a un mundo donde coexisten seres mitológicos, reyes, reinas y princesas, guerreros, magos, ladrones, aventureros y muchos otros personajes nacidos de la imaginación de los creadores del videojuego. Incluso hay referencias a otras obras audiovisuales (las películas de Spielberg, el cine contemporáneo, etc.)


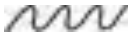

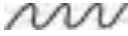
En la saga interviene una gran cantidad de personas que van desde directores de fotografía, dibujantes, diseñador de batallas, programadores, etc. Se trata de una industria igual a la utilizada por el cine moderno, donde el producto final es obra de un colectivo a cargo de un director.



Final Fantasy IX fue la última versión de la saga creada para Play Station 1 y es una de las mejores logradas en términos gráficos y argumentales para este tipo de consolas, a juicio de los fanáticos en videojuegos y vuelve a utilizar ese sistema de juego de los Final Fantasy anteriores a la generación de los 32 bits. Sin embargo, es aún más sencillo que el de algunos de estos juegos. Aquí, los personajes pertenecen a clases o jobs (trabajos), pero al contrario que en anteriores entregas, estas clases no se pueden cambiar o mejorar, sino que cada uno de los personajes tiene la suya propia.




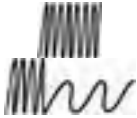
Así tenemos a un ladrón, Yitán, a un mago negro, Vivi, a un caballero, Steiner, a una maga blanca, Garnet, a una maga azul, Quina, a un dragón, Freija, a una invocadora, Eiko, y por último a un monje, Amarant.



5.3.2.- Análisis Semiótico de Final Fantasy IX

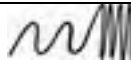


Lexis	Código Organización de la Imagen	Código Narrativo	Código Cromático	Código Sonoro	Código Escriptural
PRELUDIO	PG Fijo Horizontal	Presentación de la empresa creadora del videojuego	Fondo negro / Letras blancas y rojas		SQUARESOFT
Videoclip introductoria N° 1	Panoramica Fijo Contrapicado (Objeto de mueve hacia la cámara) CD Tilt up y down en Fundido	Aparece el barco Prima Vista, donde comienza el relato. Se muestran los paisajes de Gaya, el planeta donde transcurre la acción y mapas que muestran los istintos territorios, con sus nombres.	Fondo anaranjado (atardecer) / Blancos (aves, luces), Café (letras de mapas, barco)		Alexandria, Guzamauluke, etc. (nombres de los lugares donde transcurrirá la trama)
Titulos del videojuego	Primer plano Fijo Horizontal	Se presenta el nombre del videojuego y se invita al videojugador a comenzar una nueva partida o continuar una que tenga	Fondo Azul oscuro / letras azul iluminado y blanco		- Final Fantasy IX - Comenzar - Continuar


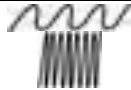


		grabada en su memory card			
Videoclip introductorio N° 2	Plano General Fijo Horizontal CD Primer Plano Fijo Horizontal Frontal CD Plano General Paneo de derecha a izquierda Horizontal Perfil CD Primer Plano Zoom Back hasta Plano Panorámica Picado Frontal	Un barco navega a la deriva en medio de una tormenta, llevando a dos pasajeros cubiertos con capuchas. Se muestra a una niña vestida muy elegante, muy triste en su habitación, que repentinamente se asoma a la ventana y se alegra, la panorámica muestra a un castillo inserto en una ciudad llena de vida y de color.	Fondo Azul / figura café, naranja, blanco y amarillo Fondo amarillo y anaranjado / figura blanca y amarilla	  	Al final de la secuencia un gran título que dice: Final Fantasy IX
Dentro de la nave Prima Vista	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	En medio de la pantalla aparece Yitán, uno de los personajes, situado en medio de una habitación a oscuras, luego enciende un fósforo y el videojugador toma el control del personaje (Si explora la habitación puede encontrar una poción y 47 guiles o leer el cartel donde se describe el barco y después encender una vela que está al medio de la habitación) Después de encender las velas, aparecen	Fondo negro / personaje vestido de celeste y con pelo amarillo Fondo Café y detalles de rojo y tonalidades rojo y café / Personajes de blanco, celeste, grises, rojos y		Iconos de exclamación cuando el personaje está cerca de un objeto (!) y de interrogación cuando está cerca de un cartel (?) Si se elige leer aparece un cuadro gris con bordes amarillo claro y con letras blancas. Allí se describe el barco. Aparecen globos de texto como los utilizados en el



		Cinna, Blank y Marcus, los compañeros de Yitán. Comienzan a dialogar hasta que aparece un personaje enmascarado.	marrones		comic para graficar los diálogos.
La primera batalla	Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal	Comienza la primera batalla. Aquí el videojugador debe elegir entre atacar, robar, intercambiar o elegir un objeto (Si el videojugador escoge el comando robar puede obtener del oponente una Poción, una Manilla y un Matamagos.) Al terminar la pelea se descubre que el oponente es su jefe, Bakú.	Fondo café rodeado de negro / Personajes de blanco, celeste, grises, rojos y marrones. Los ataques son reslatados con destellos blancos, amarillos y en ocasiones celestes son blanco y fosforescentes		Recuadro con opciones (Atacar, robar, uintercambiar y Objeto) en el extremo inferior izquierdo de la pantalla. Recuadro con el nivel de vitalidad (VT), puntos mágicos (PM) y los indicadores de tranesc (barras de color verde y rojo).
La planificación del secuestro	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	Baku expone el plan para secuestrar a la princesa Garnet en Alexandria. Cinna explica los papeles que tendrá cada uno en el plan y en la obra de teatro. Baku le pregunta a Yitán que es lo que deben hacer y el personaje (a cargo del jugador) debe responderle).	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto: contienen los diálogos entre Bakú y su tripulación,



La ciudad de Alexandria	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	El jugador toma el control del siguiente personaje: Vivi. Este deberá recorrer las calles de Alexandria, donde aprenderá a jugar cartas, a usar la Mogu Red, a guardar su juego y, finalmente accederá a la presentación de la compañía de teatro de Tantalus.	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
Secuencia de la obra de teatro	Videoclip	La obra de teatro da comienzo con gran espectacularidad, con fuegos artificiales. La princesa está triste y la reina eufórica con el espectáculo.	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		
La actuación de Yitán	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	El jugador toma el control de Yitán, sostiene una pelea ficticia con Blanck y juntos entran al castillo, se disfrazan, y van en busca de la princesa Garnet, a la que se cruzan en las escaleras.	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
El batallón Pluto	Plano General Fijo Picado /Horizontal Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	El jugador toma el control de Steiner, Comandante del batallón Pluto y comienza a pasar revista a sus soldados, a los que encuentra maniatados en una habitación. Al descubrir que la princesa Garnet corre	Café y gris / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente


		<p>peligro comienza a buscar a los soldados para conseguir una pócima..</p>			
<p>La huida del castillo de Alexandria</p>	<p>Plano General Fijo Picado /Horizontal Paneo en ambos sentidos C. Esfumado</p>	<p>Ahora el jugador toma el control de Yitan. Sigue a la princesa, que le dice cuál es su situación. El soldado sospechoso que se vio en el jardín del castillo ayudara para que Steiner no pueda encontrar a Garnet. En la sala de máquinas Yitán puede girar la válvula a la derecha y a la izquierda para que caigan dos cofres, una cola de Fénix y un ala de Fénix es lo que tienen en el interior.</p>	<p>Café / personajes de blanco, marrón, celeste</p>		<p>Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente</p>
<p>Pelea con Steiner en el barco</p>	<p>Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano</p>	<p>Al salir por la izquierda se enfrentará con Steiner, a quien le podría robar una gorra de cuero y un traje de seda.</p>	<p>Café / personajes de blanco, marrón, celeste / efectos de luz amarilla, blanca y azul en tonos fosforescentes</p>		<p>Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente</p>

	americano en contrapicado frontal				
Yitán vuelve al escenario con Garnet		La acción seguirá, incluso Yitán volverá a tomar parte de la representación hasta llegar a la pelea con Steiner.	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
Pelea con Steiner en el escenario	Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal	Yitán, Blank y Marcus se enfrentan con Steiner	Café / personajes de blanco, marrón, celeste / efectos de luz amarilla, blanca y azul en tonos fosforescentes		Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente
Pelea con Steiner y con Bom	Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en	Yitán, Blank y Marcus se enfrentan con Steiner y Bom	Café / personajes de blanco, marrón, celeste / bola de fuego Bom es naranja y las explosiones amarillas		Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente

	contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal				
El Bosque maldito	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	El barco ha caído en el bosque maldito. La princesa Garnet y Vivi están perdidos en el bosque mientras la compañía Tántalus discute sobre si deben o no ir a buscarla. Yitán decide ir a buscarlos y Steiner va junto con él	Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
Discusión con Bakú y batalla	Plano General Fijo Picado / Horizontal Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	Yitán discute con Bakú y se va a buscar a Garnet al bosque.	Café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
Encuentro con un moguri afuera del barco	Plano General Fijo Picado / Horizontal Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	Yitán interactúa con un Moguri afuera del barco	Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto
Batalla con demonios Fang	Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD)	Yitán se enfrenta varias veces con demonios fang y va subiendo de nivel.	Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste / estallidos de luz amarilla, azul y blanca en tonos fosforescentes		Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente

	<p>Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal</p>				
<p>Batalla con la planta cárcel que aprisiona a Garnet</p>	<p>Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal</p>	<p>Yitán y Steiner encuentran a Vivi en el bosque, que les dice que una planta cárcel tiene atrapada a Garnet. Los tres se enfrentan a la planta, aquí es posible que Garnet muera o en el mejor de los casos la planta se la lleve a otro lugar.</p>	<p>Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste / estallidos de luz amarilla, azul y blanca en tonos fosforescentes</p>		<p>Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente</p>
<p>Batalla con la planta cárcel que aprisiona a Vivi</p>	<p>Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD)</p>	<p>La planta aprisiona a Vivi. Yitán y Steiner encuentran se enfrentan a la planta, aquí la planta deberá soltar a Vivi pero los dejará heridos.</p>	<p>Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste / estallidos de luz amarilla, azul y blanca en tonos fosforescentes</p>		<p>Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente</p>

	<p>Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal</p>				
De vuelta en el Prima Vista	<p>Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado</p>	<p>Los tres vuelven al Prima Vista y dejan a Steiner en una celda para que no insista en seguir buscando a Garnet y se cure de la vista. Vivi es llevado a una habitación donde se le administra una medicina. Mientras tanto Bakú y Yitán siguen discutiendo sobre la prioridad de ir a buscar a Garnet.</p>	<p>Café / personajes de blanco, marrón, celeste</p>		<p>Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente</p>
Batalla con Bakú	<p>Disolvencia - Plano General Travelling envolvente de izquierda a derecha en Picado - Secuencia de ataques (CD Primer Plano Tilt Up en contrapicado CD Primer plano Tilt down en contrapicado CD P General Fijo en Semiperfil) . Plano General</p>	<p>Yitán se enfrenta a Bakú para lograr obtener su aprobación y liberar a Steiner.</p>	<p>Café / personajes de blanco, marrón, celeste / estallidos de luz amarilla, azul y blanca en tonos fosforescentes</p>		<p>Situación de cada personaje (VIT y barra de trance y energía), menú de batalla (cuadro para elegir ataque, robo u otra acción) y el menú, eventualmente</p>

	en picado, zoom in a plano americano en contrapicado frontal				
Yitán, Vivi y Steiner van en busca de Garnet	Plano General Fijo Picado Paneo en ambos sentidos C. Esfumado	Tras liberar a Steiner de su prisión y cura a Vivi de sus heridas parten al bosque en busca de Garnet	Verde grisáceo y café / personajes de blanco, marrón, celeste		Globos de texto; cuadros de información y el menú, eventualmente
El juego continúa alternando exploración y batallas, por lo tanto no procede seguir describiendo. De lo anterior es suficiente para deducir la estructura de los códigos y realizar el análisis semiótico.					

5.3.2.1.- Oposiciones a nivel código

5.3.2.1.1.- Código de Organización de la Imagen

Las lexis predominantes durante el videojuego son aquellas que involucran al videojugador como actor de la trama y en estas la organización de la imagen se da en tres modalidades:

- Escenas de exploración: Planos Generales, Fijos, Angulo picado. Frontal
- Escenas de peleas: Planos generales, con travellings y tomas fijas, en ángulo picado, semi perfil.
- Escenas en tiempo real y videoclips: Planos Generales, Medios y Primeros planos, en distintos ángulos y movimientos de cámara.

En el primer caso se va mostrando mediante escenas en planos generales, de toma fija, en ángulo picado, lo que sucede con otros personajes, paralelamente a lo que le sucede al videojugador.

En el segundo caso se muestra en Planos secuencias o en Cortes Directos a Planos Medios, Primeros planos y Planos generales, con angulación horizontal y en travelling, lo que sucede a nivel argumental “macro”, algo así como una entrega por capítulos de la historia general. El formato al que se asemejan estos cortos es al de la japoanimación y al videoclip, puesto que la música va modalizando la organización de la imagen.

La oposición se da por lo tanto entre las panorámicas generales fijas y las secuencias de batalla con movimientos de cámaras y angulaciones estándar.

Las primeras son intrigas modalizadas por el movimiento hacia nuevos escenarios, decididas por el videojugador y las segundas son intrigas modalizadas por el código escritural que dirige las acciones de los personajes y el despliegue de efectos de cámara y angulaciones estándar.

En el tercer caso no hay incidencia directa del videojugador. Se trata de escenas donde el videojugador va observando el avance de la historia y la evolución del argumento que sustenta al videojuego.

5.3.2.1.2.- Código Narrativo

La exploración se desarrolla para la recolección de elementos y la búsqueda de información que defina caminos posibles en el escenario.

Las batallas se enfrentan equipados de elementos que han sido recogidos, robados o comprados, las habilidades vienen dadas por la clase a la que pertenece el personaje y en las armaduras que viste residen esas habilidades que el videojugador debe potenciar en cada batalla, acumulando puntos de experiencia para subir el nivel de combate de cada guerrero.

Al cumplir ciertas etapas se despliegan las secuencias de animación para dar contexto a la historia sobre la que se construyó el videojuego.

Todo el videojuego consiste en dar curso a un topic a través de la consecución de etapas.

5.3.2.1.3.- Código Cromático

La oposición se da principalmente a través de la estabilidad cromática e los personajes respecto de un fondo que cambia a medida que avanza el videojuego, pero también está presente la variable de refuerzo pulsional a través de despliegues cromáticos y tonalidades destacadas en situaciones de batalla (los trances y los ataques están llenos de destellos y luces). También está presente la variable temporal a través de del uso de la variación tonal y de saturación para distinguir el paso del día a la noche.

En general el uso de los cromas tiende a reproducir las condiciones del mundo real.

5.3.2.1.4.- Código Sonoro

Las oposiciones a nivel sonoro refuerzan la alternancia entre exploración y batallas, e incluso hay distintas melodías y ritmos para los grados de importancia de los oponentes.

Durante la exploración predomina una música melódica suave, constante; mientras que en las batallas se despliega una música rítmica, intensa en volumen. El caso de las secuencias de animación es variable pero la música siempre está al servicio de la narración (música melódica en situaciones de calma y música intensa y más rítmica cuando son animaciones que quieren subrayar el carácter trágico o peligroso de ciertos hitos de la historia.

5.3.2.1.4.- Código Escripural

La información escripural se da en dos modalidades: menú hipertextual y globos (rectángulo para ser más preciso) de texto, si dentro de estos últimos el texto va precedido de un nombre se refiere a un diálogo, si contiene íconos gestuales es para llamar la atención sobre algún elemento mientras que si va precedido de títulos puede tratarse de instrucciones o publicaciones insertas en el escenario.

El código escripural es usado como parte del código narrativo, pero también como guía para el aprendizaje del juego, en el transcurso de su práctica.

También están las opciones usuales para las cuales se ocupa el código escripural: información sobre el estado vital de los personajes durante las batallas, puntajes acumulados y opciones referentes a entrar o salir del videojuego.

5.3.3.- Categorías mentales presupuestas en Final Fantasy IX

5.3.3.1.- Objetivo general del juego

Enfrentarse a todos aquellos peligros que se interpongan en el camino, derrotando a todas las fuerzas del mal para que el equilibrio en Gaia pueda restablecerse.

Cada personaje tendrá sus características y habilidades, que si bien van aprendiéndose y mejorándose, no son intercambiables entre ellos.

5.3.3.2.- Dispositivo Pulsional

a) Desarrollar Habilidades

Las habilidades son el centro del sistema de juego del FFIIX. El videojugador debe comprenderlas para manejar todo lo importante respecto al sistema de juego. Cada personaje del videojuego tiene dos tipos de habilidades: las habilidades de menú y las de apoyo. Las habilidades de menú se pueden ejecutar en batalla manualmente y gastan puntos mágicos y las habilidades de apoyo no se pueden ejecutar, porque se activan automáticamente y no gastan puntos mágicos, sino puntos de habilidad.

Ambos tipos de habilidad son distintas para cada personaje, aunque hay algunas habilidades de apoyo que coinciden entre varios personajes.

Aquí adjuntamos una lista obtenida en el sitio de www.ffmaniacs.com²² sobre las habilidades de los personajes.:

* **Yitán:** Artimañas.

Suelen servir como apoyo, apenas hacen daño físico. A medida que avanza el juego van haciéndose más inútiles.

Destacamos:

- Pirarse: Huye de casi cualquier batalla sin gastar puntos mágicos.
- Activar arma: Que activa la cualidad oculta del arma.
- Truco de caco: Hace más daño cuanto más hayas robado. Puede hacer 9999 puntos de daño.

* **Viví:** Magia negra.

Una de las habilidades más útiles. La magia negra de Viví es bastante poderosa.

Destacan:

- Magias elementales: Muy útiles si se hacen a los enemigos adecuados.
- Aspir: Absorbe puntos mágicos de un enemigo.

²² Remitimos al lector a este sitio para conocer la historia de la saga y obtener un resumen sobre cada una de las versiones, los personajes, trucos para jugar y muchas otras cosas relativas a la saga Final Fantasy

- Meteo: Ataque físico.
- Fulgor: Ataque físico.

*** Garnet:** Invocar/magia blanca.

Debido a la mezcla de magia blanca e invocación, es una luchadora muy importante, puesto que puede tanto curar a todos los aliados, como atacar con daño descomunal.

Importantes:

- Todas las invocaciones: Con ellas harás mucho daño y además, si se hacen adecuadamente, se consigue que todas sean muy útiles.
- Todas las magias de curación: Tendrás al equipo siempre al cien por cien.
- Lazaro: Para revivir.

*** Steiner:** Esgrima/sable mágico.

Este personaje quizá sea el más fuerte físicamente. Hace mucho daño, tiene mucha vida y puede equiparse armaduras pesadas. El sable mágico solo lo puede hacer si Viví está en el equipo.

Destacan:

- Sable eléctrico: Daño por rayo.
- Devastación: Daño a todos los enemigos.
- Shock: Daño descomunal a un enemigo. Hace casi siempre 9999 puntos de daño. Tal vez la habilidad más útil del juego.
- Fulgor: Daño físico con espada de fulgor.

*** Eiko:** Invocar/Magia blanca.

Es aproximadamente como Garnet. También es muy útil, pero solo si Garnet no se encuentra en el equipo. Las habilidades en las que destaca son las mismas que las de Garnet.

*** Quina:** Magia azul.

Útil solo en determinadas situaciones. Bastante difícil de conseguir todas, puesto que debe encontrar a los enemigos que le den. Las mejores son:

- Muerte nivel 5: Mata a todos los enemigos cuyo nivel sea múltiplo de 5.
- Barrera total: Pone escudo y coraza a todo el grupo.
- ¡CROAC!: Daño físico que depende del número de ranas capturadas. Puede hacer 9999 puntos de daño.
- Martillo mágico: Reduce los puntos mágicos de un enemigo.

*** Freija:** Dragón.

Su fuerza se basa en el ataque Salto. Las habilidades de dragón son poco útiles. Solo merecen la pena:

- Aliento de Reis: Pone estado regenerar a todo el grupo.
- Ira del dragón: Daño físico según el número de dragones que hayas matado. Puede hacer 9999 puntos de daño.

*** Amaran:** Arcano.

Hace bastante daño físico, pero sus habilidades no son excepcionalmente útiles.

Destacan:

- Chakra: Restablece hp y mp de un personaje.
- Aura: Auto Lázaros y regenerar en un personaje.

b) Manejar las Habilidades de apoyo:

Estas son menos importantes que las de menú porque no siempre se percibe cuando actúan, simplemente están ahí siempre. Además, son muy difíciles de controlar porque es necesario elegir, en cada momento, cuales se quieren usar. Sin embargo, son vitales para conseguir determinadas victorias. Se deben usar los puntos de habilidad que se tengan para ponerle al personaje las habilidades debidas. No todas las habilidades cuestan los mismos puntos. Hay algunas que cuestan más y otras menos. Como las habilidades de apoyo son comunes, pondremos las más importantes.

- Autorevitalia: Pone estado revitalia permanentemente.
- Conjuro: Pone auto vida a un personaje.

- Vit +20%: Pone un 20% más de puntos de vida.
- Contraataque: Contra ataca.
- Nivel ^: Permite subir de nivel más rápidamente.
- Autoprisa: Pone estado prisa permanentemente en un personaje.
- Consume 1/2 MP: Permite gastar la mitad de puntos mágicos al usar magia.
- Autopoción: Permite tomar pociones al hacerte daño.
- Influjos lunares: Permite entrar en trance más rápidamente.

c) Conseguir y manejar Armas y Armaduras

En Final Fantasy IX son muy importantes las armas y las armaduras. No solo por su labor en sí mismas durante las batallas, sino porque permiten aprender las habilidades. Cada habilidad necesita una cantidad determinada de puntos para aprenderla, puntos que se reciben al terminar cada batalla y con esos puntos se logra aprender la habilidad, pero si ya se tiene un arma, armadura o accesorio con esa habilidad, no es necesario aprenderla para poder usarla. Esa es la mayor utilidad de las armas.

Cada personaje, tiene lugar para el arma, posee varias partes de armadura (casco, guanteletes y coraza) y un accesorio.

Cada parte se rellena por separado y entrega al jugador las habilidades que tengan asociadas. Hay una opción que permite tener el equipo óptimo en cada momento (Auto), pero también es posible que no sea del todo útil esa opción, ya que se tiene una habilidad a medio aprender.

Es necesario ser cuidadoso al equiparse con las armas y armaduras, en cada momento. Se debe poner especial atención al accesorio, ya que este solo destaca por la habilidad, y no permite ni defensa ni ataque. Con el accesorio nunca se puede usar la opción óptimo, ya que no serviría de nada.

d) Manejar estados de Trance

Los personajes tienen una barra (código escriptural) que se va rellendo si reciben golpes del enemigo. Si esa barra se llena completamente, el personaje entra en un estado llamado Trance que le permite pegar más fuerte y tener más habilidades especial, aunque solo durará un poco de tiempo hay que aprovecharlo todo el tiempo que se pueda.

Si es posible hay que intentar reservar los trances para monstruos importantes, pero si no se puede, también es bueno aprovecharlos ya que, usándolos o no, de todas formas se perderán para la siguiente batalla.

Cada personaje tiene sus trances especiales y todos son útiles en el transcurso del videojuego.

e) Recolección y uso de Objetos

Los objetos guardan muchas cosas. Desde objetos que recuperan vida y estados raros en batalla, hasta armas y armaduras, pasando por verduras para chocobos y otros objetos que se encuentran a lo largo del juego.

Es importante cuidar los objetos, porque son lo más importante para poder avanzar el juego. Además, se pueden intercambiar por otros objetos o por dinero.

Aparte de los objetos generales, hay otros objetos llamados importantes, que son objetos que no se pueden usar, pero que se necesitan para determinados sitios o para conseguir determinados objetos especiales.

f) Ganar Batallas:

Las batallas se desarrollan por tiempo. La barra de tiempo se va llenando hasta que llegue al final, en ese momento se debe atacar.

Se pueden hacer varias cosas:

- atacar con arma,
- utilizar un objeto,
- utilizar una habilidad de menú o
- utilizar el comando especial de batalla de cada personaje, tal como robar de Yitán, Salto de Freija o acumular de Vivi.

Para vencer en la batalla se deben dejar los puntos de vida del enemigo en cero. Si los puntos de vida nuestros, por el contrario, llegan a cero, estamos muertos.

Las estrategias de batalla dependen de cada batalla y cada jugador, pero en definitiva se resumen en “haz mas daño que el rival y no dejes que te maten”.

Aunque las batallas del FFIIX no suelen ser difíciles, algunas cuestan varios intentos.

f) Interactuar con los Moguris

Estos animalitos son muy útiles a lo largo del juego. Sirven para guardar la partida, utilizar tiendas de lona y recuperar vida y además, sirven para participar en la Mogu Red, un sistema de comunicación por cartas que hará que la historia se haga menos pesada.

g) Comerciar en tiendas y Orfebrerías:

En el FFIIX hay tiendas, como en todos los demás FFs, donde se cambia dinero por armas, armaduras u objetos. Pero además, hay otro tipo de tiendas especiales llamadas orfebrería, donde se cambian dos objetos y dinero por otro objeto especial. Es muy útil, ya que aquí se consiguen las mejores armas que hay durante el juego. Pero también se corre el riesgo de perder otros objetos importantes en cada transacción.

Aquí hay una lista de los sitios donde se encuentran las orfebrerías y de las armas armaduras y accesorios que se pueden comerciar en ellas:

Armas

Arma	Precio	Lugar	Ítems necesarios
Sable Mariposa	300	Lindblum	Dos Dagas + Matamagos
Organix	700	Lindblum	2 Matamagos
Exploder	1000	Lindblum CD2	Matamagos + Dagas Mitrilo
Sable Rúnico	2000	Aldea Magos	2 Dagas de Mitrilo
Aliento de Angel	9000	Alexandria CD3	Dagas de Mitrilo + Gladius
Monoplátana	12000	Daguerreo	Gladius + Kukri
Masamune	16000	Aldea Magos CD4	Kukri + Orichalcum
Garra de Duelo	16000	Aldea Magos CD4	Garra Dragón + Garra Tigre
Pala de Monje	11000	Aldea Magos CD4	Pala de Aire + Pinza
Viva la Reina	50000	Hades	Jabalina + Duelistas

Armaduras











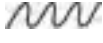



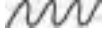

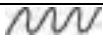



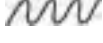

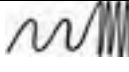

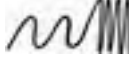

Armadura	Precio	Lugar	Ítems necesarios
Capa Algodón	1000	Lindblum	Manilla + Sombrero
Túnica de Seda	2000	Lindblum CD2	Traje de Seda + Bandana
Túnica de Mago	3000	Alexandria CD3	Bastón Mago + Traje Mago
Capa de Glotón	6000	Daguerreo	Tenedor Mitrilo + Capa Algodón
Túnica Blanca	8000	Daguerreo	Manto de Tierra + Brazal Jade
Túnica Negra	8000	Daguerreo	Manto de Tierra + Brazal N´kai
Pulsera de Caco	50000	Daguerreo	Brazal Mitrilo + Monoplatana
Túnica de Poder	30000	Hades	Túnica Blanca + Tunica Negra
Coraza de Latón	50000	Hades	Martillo + Gema en Bruto
Brazaletes	24000	Aldea Magos CD4	Botas Lucha + Venecianos
Guanteletes	8000	Aldea Magos CD4	Guantes Mitrilo + Manilla Dragón
Máscara de Oro	15000	Aldea Magos CD4	Casco Oro + Coletero Oro
Tiara Mágica	20000	Aldea Magos CD4	Corona Juno + Anillo Roseta
Gran Casco	20000	Aldea Magos CD4	Casco Tela + Cinto Poder
Traje de Goma	20000	Aldea Magos CD4	Toga Minerva + Brazal Egoísta



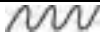











Traje de Héroe	26000	Aldea Magos CD4	Chaleco Mitrilo + Vara Mitrilo
Capa Reluciente	20000	Aldea Magos CD4	Túnica Mago + Brazal Cristal
Gran Coraza	45000	Aldea Magos CD4	Sable Mitrilo + Coraza Mitrilo










Accesorios

Accesorio	Precio	Lugar	Ítems necesarios
Botas de Caza	300	Lindblum	Gorra de Cuero + Traje de Cuero
Bufanda Amarilla	400	Lindblum	Gorra con Pluma + Sombrero
Hebilla Cristal	500	Lindblum	Brazal Cristal + Manilla Cuero
Pinza	1000	Treno	Tres pico + Casco Goma
Anillo Coral	1200	Treno	Bastón Rayo + Vara
Gargantilla	1300	Treno	Coraza Lino + Aguja Oro
Botas de Mago	1500	Lindblum CD2	Botas Titán + Manilla Hueso
Horquilla	1800	Lindblum CD2	Tenedor Aguja + Barbuta
Cinto Poder	2000	Lindblum CD2	Hebilla Cristal + Cota Malla
Anillo de Madain	3000	Aldea Magos	Manilla Hueso + Vara Estrellada
Aretes de Hada	3200	Aldea Magos	Brazal Mágico + Aguja Oro
Pasador	3500	Aldea Magos	Tiara Lamia + Pala Martina
Anillo Espejado	7000	Aldea Magos	Ajorca + Anillo Madain
Ajorca	4000	Alexandria CD3	Gargantilla + Olivino
Botas de Plumas	4000	Alexandria CD3	Botas Mago + Ala Fenix
Cinturón Negro	4000	Alexandria CD3	Pañuelo + Chaleco Safari
Barra de Labios	5000	Alexandria CD3	Piedra Lunar + Elixir
Anillo Prometido	6000	Daguerreo	Brazal Quimera + Rubi
Botas de Lucha	6500	Daguerreo	Botas Plumas + Aro Alado
Anillo Vida	6000	Daguerreo	Diamante + Ajorca
Aretes de Angel	8000	Daguerreo	Aretes Hada + Horquilla
Granate	350	Daguerreo	Gema en Bruto + Panacea
Amatista	200	Daguerreo	Gema en Bruto + Antimolestia
Olivino	100	Daguerreo	Gema en Bruto + Aguja Oro
Opalo	100	Daguerreo	Gema en Bruto + Poción
Zafiro	200	Daguerreo	Gema en Bruto + Antidoto
Topacio	100	Daguerreo	Gema en Bruto + Colirio
Anillo Protector	40000	Hades	2 Grava Volatil
Piedra Volatil	50000	Hades	2 Grava Volatil
Grava Volatil	25000	Hades	Martillo + Piedra Volatil
Eter	500	Hades	Hierba Eco + Vacuna


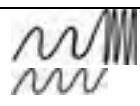



5.3.3.3.- Operacionalización de las categorías mentales a nivel real

Situación narrativa	Oposiciones de sentido	Código Escripural	Código Sonoro Refuerzo Pulsional	Equivalencias a nivel real (Control o Teclado) *
Aceptar, hablar o examinar	Hacer / No hacer			
Cancelar una acción o correr	Retroceder / Permanecer			
Mostrar Menú	Mostrar / Ocultar	Menú es descrito más abajo		
Jugar a las cartas y llamar a los Moguris cuando se está en campo abierto				
Girar la cámara a la derecha				
Girar la cámara hacia la izquierda				
Fija la cámara				
Cambia el angulo de vision de horizontal a picado en 90° y viceversa				
Reubicarse en la pantalla, Activa la Ayuda emergente en el menú y en las batallas				
Pausa				
Alternar entre el mando de palanca y los botones de dirección				
Ir al menú de habilidades, objetos, equipo, condición del personaje, cartas de rol, adecuar la posición en las batallas	Saber/No saber Elegir/Descartar	-Nombre del personaje -Objetos -Habilidad -Equipo -Condición -Reubicar -Cartas -Adaptar		
Objetos: aquí se opta por - Usar (selecciona el objeto y surge la		-Usar -Ordenar -Importantes		 = moverse

<p>lista de personajes, si lo necesita aparece un sonido distinto</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ordenar (están los objetos que se necesitan en esa etpa del juego y los ordena por importancia) - Importantes (los destaca y entrega informaión) 				 = elegir  = retroceder o cancelar
<p>-Habilidad: Indicador sobre los personajes se desplaza hasta el que se dea elegir, luego se abre otra ventana donde se puede optar por Usar o Activar</p>		<p>-Lista de habilidades adquiridas (con o sin activar)</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar
<p>-Equipo: al igual que en Habilidad primero se selecciona al personaje y hecho esto se despliega de un menú donde aparecen las armas con las que se puede equipar al personaje. Hay cinco lugares del cuerpo del personaje para colocar equipo: manos, cabeza, muñecas, torso y los pies.</p>		<p>-Elegir: muestra el arma en uso y la habilidad a la que se asocia. Al elegir un arma se abren otros menús que detallan las posibles armas de recambio.</p> <p>-Auto: se escoge automáticamente el mejor equipo de acuerdo al nivel del personaje y la etapa el juego</p> <p>-Quitar: es la mismo que elegir, pero sirve para quitar objeos al personaje</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar
<p>-Condición: entrega un resumen sobre el nivel del personaje,</p>		<p>Puntos mágicos (PM) Vitalidad (VIT). Rapidez, Fuerza Magia Espíritu Ataque de Fuerza Defensa de Fuerza Evasión de Fuerza Defensa Mágica Evasión Mágica</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar

		<p>Posibles acciones a las que se optaría en una batalla: Atacar Robar, etc.</p> <p>En otro recuadro: Experiencia acumulada (EXP), Nivel alcanzado (Nivel) Indicador de Trance (barra que se degrada de Rojo a Amarillo) y finalmente un recuadro con el equipamiento que el personaje tiene en ese momento.</p>		
-Reubicar: permite cambiar el orden y la posición del personaje en las batallas, para ello se desplazan los personajes desde la vanguardia a la retaguardia o viceversa		<p>Imagen del personaje Nombre EXP VIT Indicador de trance</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar
-Cartas: muestra las cartas que están en poder del personaje y permite reubicarlas en una rejilla.		<p>Nombre de las cartas, cantidad Rejilla donde se ordenan las cartas</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar
-Adaptar: permite adaptar ciertos		<p>-Sonido estéreo o mono; -Configuración de mando normal o personal -Posición del cursor Fija o Memoria -Tiempo de batalla Continuo o pausado -Cámara de batalla Automática o Fija -Control Normal o Personal -Desplazamiento Andar o Correr -Velocidad de</p>		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar

		<p>Batalla</p> <ul style="list-style-type: none"> -Velocidad aparición de los mensajes -Icono de ubicación disponible u omitido -Color de ventanas normal o clásico -Ventana Blancos automática o siempre -Vibración del control activa o desactivada 		
<p>Interacción con los moguris: es necesario llamarlos o dirigirse a ellos cuando aparecen en escena</p>		<ul style="list-style-type: none"> -Guardar -Tienda de Lona -Mogured -Mogutienda (en algunas ocasiones) 		<ul style="list-style-type: none"> para llamarlos cuando se está en campo abierto = moverse = elegir = retroceder o cancelar
<p>-Guardar: permite guardar la partida hasta ese momento en una memory card</p>		<p>Desea guarda? Si o No</p>		<ul style="list-style-type: none"> = moverse = elegir = retroceder o cancelar
<p>-Tienda de Lona: permite que el personaje descanse, junto a su equipo a finde recuperar las VIT y los PM perdidos en las batallas anteriores</p>		<p>Quiers descansar en una tienda de Lona? (Tienes ...x tiendas) Si o No</p>		<ul style="list-style-type: none"> = moverse = elegir = retroceder o cancelar
<p>Mogured: te permite leer las cartas recibidas o entregar cartas dirigidas al Moguri con el que interactúas, en ese</p>		<p>Nombre del Moguri: ¿Qué quieres hacer KUPÓ? _ Leer las cartas _ Me has traído carta?</p>		<ul style="list-style-type: none"> = moverse = elegir

caso el Moguri entrega Nueces de Kupó en agradecimiento		_ Nada		 = retroceder o cancelar
Mogutienda: permite comprar objetos, previo regalo de nueces de Kupó (protocolo)		Previo a las opciones el Moguri pregunta ¿Tendrás Nueces de Kupó? -Comprar -Vender -Nada		 = moverse  = elegir  = retroceder o cancelar

5.3.3.4.- Conclusiones análisis Final Fantasy IX

Para jugar Final Fantasy IX es necesario tener ciertas habilidades intelectivas y sensorio motrices para hacer frente a los desafíos que implica. El manejo del control exige una conducta dinámica para responder adecuadamente a las instrucciones que el videojuego entrega cada cierto tiempo, que en ocasiones utiliza los botones del control para diferentes cosas, aun cuando hay acciones asociadas a cada botón y movimiento de la palanca. Esta última puede utilizarse para “navegar por los menús” pero principalmente se ocupa para que el sujeto desplace al personaje por los escenarios, por lo tanto la pantalla se organiza insertando al sujeto como un titiritero pero con un gradote implicación mayor gracias al código de organización de la imagen, de todas formas para mover al personaje a la izquierda de la pantalla el videojugador debe mover la palanca hacia la izquierda, si quiere moverlo hacia la derecha debe mover la palanca hacia la derecha y así según sea la dirección que quiere darse al personaje en 360° en el sentido de la brújula.

También es necesario adquirir progresivamente el conocimiento sobre el juego pero, a diferencia de otros juegos donde el código narrativo está menos desarrollado, existe un argumento tan complejo que muchos fanáticos intercambian esta información en Internet y a nivel de la escuela o los amigos, generando de esta manera verdaderas comunidades del saber respecto a la saga y las categorías mentales presupuestas.

Pero, si el videojugador puede acceder a este tipo de ayuda que le indica el desarrollo de la trama, ¿Dónde reside el placer semiótico?. Creemos que este se sitúa en el grado de implicación pulsional que existe durante la experiencia, que va más allá de poseer el saber sobre los aspectos narrativos. Ese grado de implicación personal es intransferible en la medida que el videojugador accede a una experiencia de “participar en una película” desde una posición interactiva única, donde sus errores, sus ritmos de juego, sus prioridades en el recorrido de este laberinto, forman parte de un acoplamiento estructural pulsional que está en la base de los procesos identificatorios de cada individuo. La experiencia del videojugador no parte de un modelo de jugador establecido, sino que es una construcción que se realiza en la experiencia, donde cada cual ve lo que desea tomar del saber colectivo, que es lo que le sirve o lo que le agrada y a partir de ahí contribuye a construir una historia particular, circunscrita a ciertos parámetros y caminos predeterminados, que se leen como posibilidades. Algunos de estos caminos conducen al fracaso y otros al acierto, pero es el videojugador quien debe decidir sus estrategias de juego y sus tácticas de batalla, que son la culminación de todo el proceso de recolección que ha efectuado en el recorrido de los otros escenarios.

El orden establecido de las etapas es siempre el mismo, pero existen caminos y secuencias paralelas que el jugador elige transitar o ignorar, con todas las consecuencias positivas y negativas que ello implica, puesto que al no existir un límite de tiempo la ensoñación del videojugador puede tomar caminos de exploración exhaustiva o de ininterrumpida consecución de etapas.

La intervención en el mundo del videojuego no solamente tiene como cometido pasar etapas. También existe una serie de códigos muy desarrollados, el narrativo y el escriptural especialmente, que enriquecen el cometido del jugador más allá del objeto en si mismo, puesto que le entregan un saber que acumula junto a la experiencia física del videojuego, interconectándose con los circuitos de consumo cultural de la videoanimación.

5.4.- Age of Empires II: videojuego de estrategia.

5.4.1.- Historia de Age of Empires II, The Age of Kings



Age of Empires II: The Age of Kings es la secuela del videojuego Age of Empires creado por Microsoft y Ensemble Studios, considerado como el mejor videojuego de estrategia en tiempo real.

Esta nueva versión comprende mil años de historia, desde la caída de Roma hasta la Edad Media en los cuales los jugadores pueden liderar a una de las 13 civilizaciones y llevarlas a la grandeza. Mantiene el carácter épico de su predecesor, pero presenta una evolución en las características económicas y de combate.

Los jugadores comandan una de las 13 civilizaciones más poderosas. Estas incluyen: los Francos, Japoneses, Bizantinos, Vikingos, Mongoles y Celtas. Cada civilización tiene atributos únicos, construcciones y tecnologías también, así como una unidad de combate basada en su contraparte histórica (los japoneses tienen al samurai, los teutones al caballero teutón, etc.).

La campaña de aprendizaje de William Wallace facilita increíblemente el inicio a los nuevos jugadores. La nueva interface de dos capas permite a los jugadores seleccionar el nivel de los botones de comando mostrados según sus necesidades. Además, el juego incluye colas de producción, puntos de reunión, sistema de claves personalizables así como ayuda desplegable.

Además, de todas las características originales de la primera versión, esta nueva entrega mejora el juego en las siguientes áreas:

- Los jugadores pueden usar tropas y formaciones militares que añaden opciones tácticas interesantes.
- Las unidades son más inteligentes con nueva inteligencia artificial (AI) opciones como Guardia, Patrulla y Seguimiento así como múltiples niveles de agresión.

En contraste al juego lineal encontrado en otros juegos de tiempo real, Age of Empires II permite a los jugadores seleccionar una de varias opciones para dominar el mundo y obtener la victoria:

- Dominación de las civilizaciones enemigas.
- Victoria económica a través de la acumulación de la riqueza.
- Construyendo y defendiendo las maravillas del mundo.





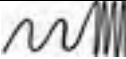
Age of Empires II permite a los jugadores escoger de entre numerosos caminos tecnológicos para ayudar a liderar una civilización desde la temprana edad media hasta la edad imperial ya sea privilegiando estrategias económicas a través de la agricultura y la mano de obra o estrategias militares de bloqueo y ofensiva naval y terrestre. El juego viene con un "árbol de la tecnología" con más de 100 nodos, más grande del que un jugador pueda completar en un solo juego.



Se pueden jugar partidas basadas en campañas militares enfocadas en figuras históricas y sus luchas como William Wallace, Juana de Arco, Genghis Khan, Barbarroja y Saladino, que llevan al jugador a un nivel de juego más profundo al competir con el héroe por la victoria.

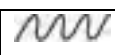
Un jugador nuevo, guiado por el sistema experto con inteligencia artificial proporciona un oponente solitario que parece humano. Los mapas son grandes lo cual añade un sentido de exploración y permite más opciones para extender el juego, especialmente el de jugadores múltiples, porque también es posible jugar en línea con otras personas (vía Internet utilizando el MSN Messenger, a través de una red local o conectado directamente con cableado entre computadores).

Existe además un generador de mapas al azar que proporciona repetición del juego sin límites tanto para jugadores solos como múltiples. Además de la opción de juego a muerte, existe un nuevo modo de juego: el Regicidio, donde los jugadores tienen que proteger a su Reina o Rey mientras tienen que asesinar a su enemigo número uno.

5.4.2.- Análisis Semiótico de Age of Empires II

Lexis	Código Organización de la Imagen	Código Narrativo	Código Cromático	Código Sonoro	Código Escriptural
Introducción al videojuego					
			Fondo Café, elementos negros, grises 		
Créditos iniciales	CD Plano General Fijo Horizontal	Está el nombre del Videojuego y una imagen de fondo conformada por un castillo medieval y la figura de un Rey sobre su caballo en el lado izquierdo de la pantalla. En el extremo inferior derecho están los logros de Ensamble y de Microsoft, las compañías creadoras del videojuego En el centro se presentan cinco opciones al videojugador: Jugar, Reinstalar, Conexión Web, Desinstalar y Salir del Videojuego	Naranja/ Amarillo, Café, Rojo, Negro y Azul		AGE OF EMPIRES II THE AGE OF KINGS Jugar Reinstalar Conexión Web Desinstalar Salir ENSEMBLE STUDIOS MICROSOFT © & (p) 1997 – 1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos. Este programa está protegido por leyes de derecho de autor como se describen en Acerca De.
Créditos iniciales de los productores	C Esfumado Plano General Travelling Picado°	En el espacio exterior un planeta se convierte en el logo de la empresa creadora del videojuego: Ensemble	Fondo negro azulado, se opone a Figuras cafés, amarillas y blancas		ENSEMBLE STUDIOS

		Studios			
Videoclip Introdutori o	CD Fijo Plano General Semi perfil CD Fijo Primer Plano Semiperfil Contrapicado CD Fijo PPP	Dos reyes se enfrentan en una partida de ajedrez que se convierte, paralelamente, en enfrentamiento real en un campo de batalla, donde cada pieza del tablero tiene una equivalencia a nivel real, incluso, el rey, que al perder la partida cae de las manos del jugador y, se supone muerto.	Naranja/ Amarillo, Café, Rojo, Negro y Azul		Al final del Video clip : Age of Empires II The Age of Kings
Menú principal	CD PG Fijo Horizontal	Sobre la imagen de un callejón de un pueblo medieval se disponen las opciones que el jugador debe elegir para empezar el Juego: Aprender a jugar, elegir una partida de un jugador o de múltiples jugadores; revisar la historia de las civilizaciones, Editar algún mapa para jugar, Jugar en línea con otras personas a través del servicio MSN Zone, Cambiar las opciones predeterminadas para el videojuego o salir del Videojuego	Café y gris/ Amarillo, Café, Rojo, Negro y Azul		- Aprender a jugar - Un Jugador - Multijugadores - Historia - Editar mapa - MSN Zone - Opciones - Salir

Lexis	Código Organización de la Imagen	Código Narrativo	Código Cromático	Código Sonoro	Código Escriptural
Aprender a jugar					
Menú de campaña de aprendizaje		El videojugador debe elegir una de las etapas. Se le sugiere que siga el orden establecido para aprender a usar el videojuego y, en caso de conocer la versión anterior se le sugiere que comience por la etapa N° 6.	Naranja y café claro/ Amarillo, Café, Rojo, Negro y Azul		William Wallace: Campaña de Aprendizaje Primera etapa: marchar y luchar Segunda etapa: Alimentar al ejército. Tercera etapa: Entrenar las tropas. Cuarta etapa: Desarrollo y tecnología Quinta etapa: La batalla de Stirling Sexta etapa: Forjar una alianza Séptima etapa: La batalla de Falkirk

Menú de recursos

Árbol de Tecnologías Tributos
Objetivos de la partida Diálogos Opciones



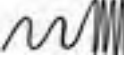
Menú de construcción


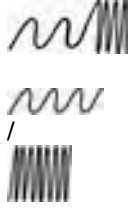

Ventana de información


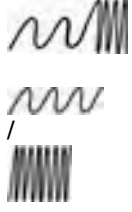
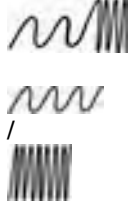
Mapa y botones

Puntajes comparados entre jugadores



Primera etapa: Marchar y luchar	CD PG Fijo Picado Frontal Paneo	En esta etapa el jugador aprenderá a marchar con sus tropas y a atacar a sus enemigos	Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco		<p>En el extremo superior de la pantalla:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menú de recursos -Edad en que se desarrolla la partida -Objetivos de la partida -Árbol de tecnologías -Diálogos -Tributos -Opciones <p>En el extremo inferior:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menu de construcción. -Ventana de información. -Mapa y botones. <p>En el extremo inferior derecho:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Puntajes <p>En el extremo superior izquierdo:</p>
---------------------------------	--	---	--	---	--

					<p>-Reloj en el extremo inferior izquierdo: -Emerge periódicamente un texto de ayuda. Extremo superior izquierdo: -Emerge periódicamente un texto de aviso, sobre ataques y transiciones a nuevas edades o construcciones</p>
<p>Segunda etapa: Alimentar al ejército</p>	<p>CD PG Fijo Picado Frontal Paneo</p>	<p>En esta etapa el jugador aprenderá a distribuir tareas entre sus aldeanos, los edificios y las unidades militares.</p>	<p>Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco</p>		<p>Idem</p>
<p>Tercera etapa: Entrenar las tropas</p>	<p>CD PG Fijo Picado Frontal Paneo</p>	<p>En esta etapa el jugador aprenderá a formar sus tropas, crear nuevas unidades, máquinas de guerra y otras cosas relacionadas con su ejército</p>	<p>Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco</p>		<p>Idem.</p>
<p>Cuarta etapa: Desarrollo y tecnología</p>	<p>CD PG Fijo Picado Frontal Paneo</p>	<p>Aquí aprenderá a desarrollar nuevas tecnologías que le permitirán pasar a nuevas edades con su civilización</p>	<p>Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco</p>		<p>Idem.</p>

Quinta etapa: La batalla de Sirling	CD PG Fijo Picado Frontal Paneo	Aquí emprenderá una batalla con sus enemigos	Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco		Idem
Sexta etapa: Forjar una alianza	CD PG Fijo Picado Frontal Paneo	Aquí aprenderá a forjar una alianza con otra civilización y los mecanismos de intercambio y apoyo que ello implica.	Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco		Idem
Séptima etapa: La batalla de Falkirk	CD PG Fijo Picado Frontal Paneo	En esta etapa pondrá a prueba todos sus conocimientos y se enfrentará con el enemigo en una batalla definitiva.	Verde, amarillo, gris y celeste/ Azul, Rojo, Amarillo, Gris, Blanco		Idem
Las demás campañas son prácticamente idénticas en su estructura cédiga, por lo tanto dejamos este modelo como el representativo de AOE2					

5.4.2.1.- Oposiciones a nivel código

5.4.2.1.1.- Código de Organización de la Imagen

La oposición se da entre un plano panorámico del mapa (ángulo picado, con travelling horizontal, vertical y oblicuo) y un plano general (frontal, fijo) que marca el término de una etapa y el paso a la siguiente (intermedios de la campaña de aprendizaje y en el menú)

5.4.2.1.2.- Código Narrativo

Las oposiciones que estructuran narrativamente el juego son dos: la manutención de una civilización a través de los mecanismos entregados por el videojuego y la obtención de un tipo de victoria particular que se ha definido al comenzar el juego.

El primer elemento que estructura la narración es condición necesaria para lograr el segundo, pero no es condición suficiente. Precisamente ahí radica la oposición, en el equilibrio que debe lograrse en el plano económico y militar durante la partida.

5.4.2.1.3.- Código Cromático

En este videojuego el color de fondo siempre está determinado por las condiciones geográficas del mapa elegido. Por lo tanto cuando se trata de territorios desérticos el color es más amarillo y cuando se trata de bosques el color es más verdes, lo mismo sucede si se eligen mapas donde hay mucha presencia de agua, el color predominante es el azul claro.

Es así como los personajes tienden a ser de colores que contrastan con estos fondos, pero también es necesario que los colores de los personajes de cada civilización sean distintos a los de las otras puesto que los aldeanos y las unidades militares son prácticamente iguales en todas las civilizaciones.

Hay eventos que presentan variaciones cromáticas singulares, para recalcar su carácter extraordinario. Un ejemplo de ello son los ataques militares, que va acompañados de llamas de incendio en los edificios atacados o las nubes de humo generadas por los disparos de los artefactos militares sobre construcciones o unidades militares.

Este código funciona como un refuerzo pulsional circunscrito a estados de alerta y de tranquilidad, similares a los de la vigilia y el sueño, pues se refieren a la identificación de oportunidades y amenazas. Funciona así una oposición de figura y fondo donde el fondo se va expandiendo a medida que se explora y la aparición de los otros jugadores se detecta por su color distintivo, opuesto al del contrincante. Los mapas también estructuran sus oposiciones en base a este código en lo referente a los espacios que no es posible abarcar en el encuadre general inmediato del videojugador..

5.4.2.1.4.- Código Sonoro

Este es uno de los códigos más importantes puesto que a través de él se articulan dos tipos de discurso que tiene especial incidencia en el desarrollo del discurso global del videojuego.

Un tipo de discurso es el de apoyo al código narrativo, a través de la voz de un narrador-guía que va entregando información respecto del desarrollo de los eventos y a la vez entrega sugerencias respecto de las acciones que sería recomendable emprender para llevar el juego a buen término.

El otro discurso sonoro son las onomatopeyas y alarmas de juego que avisan al videojugador sobre eventos particulares de importancia a nivel táctico y estratégico

El código sonoro es, entonces, un refuerzo pulsional al servicio del código escritural y funciona con la misma estructura de vigilia y ensueño con el que lo hace el código cromático, pero está mucho más orientado todas las acciones realizadas en mapa, pues no se reduce solamente a la pantalla que visualiza el videojugador.

5.4.2.1.4.- Código Escritural

Los mensajes que se despliegan en la pantalla son de dos tipos: lingüísticos e icónicos. Los lingüísticos señalan las actuaciones de los enemigos y de los aliados y los consejos que entrega el narrador a lo largo de la partida. También se indica el puntaje y el cronómetro de la partida. Los mensajes icónicos son en su mayoría botones que sirven para accionar menús y tareas para los aldeanos, las unidades militares y los edificios que el videojugador ha construido

5.4.3.- Categorías mentales presupuestas en Age of Empires II

5.4.3.1.- Objetivo general del juego

Para mantener y construir una civilización el jugador deberá estar atento a la producción de las materias primas, tales como el alimento, la madera, el oro, las rocas y otros recursos que irán apareciendo a su disponibilidad a medida que avanza su grado de desarrollo socio-histórico. En el transcurso del juego un narrador le irá avisando (por mensajes escritos y/o hablados) sobre la situación actual de su desempeño en este plano. Paralelamente sus aliados y enemigos estarán sujetos a estas mismas circunstancias y finalmente obtendrá ventajas sobre el otro el que logre administrar de mejor manera la producción y utilización de estos recursos.

La consecución exitosa del objetivo estratégico que se haya propuesto el videojugador dependerá en gran medida de la viabilidad de la civilización que construya, criterio que depende del elemento estructural descrito anteriormente, pero principalmente por su poder y destreza en el plano militar. La cantidad y calidad de su ejército está sujeta a la viabilidad de su civilización, en el plano económico, pero las acciones de este ejército dependen del criterio del videojugador, es decir a las tácticas que implemente durante el desarrollo del juego. Estas tácticas pueden referirse a la elección en la construcción de una u otra unidad militar, pero también al uso que otorgue a las unidades en el territorio.

Cuando hablamos de territorio nos referimos exactamente a eso pues una de las variables que el jugador puede elegir es el tipo de territorio en el que desea jugar, pudiendo escoger entre los diseños predeterminados por los diseñadores del videojuego o avocándose a la tarea de diseñar un escenario según su propio criterio.

5.4.3.2.- Dispositivo Pulsional

El dispositivo pulsional dado es:

- Desarrollar económica y militarmente una civilización otorgándole viabilidad en. Tiempo

- Considerar el contexto sociohistórico y geográfico de cada civilización y de cada partida, poniendo especial énfasis en sus Fortalezas militares y productivas así como en sus oportunidades tácticas.
- Superar a las otras civilizaciones económica y militarmente
- Neutralizar las amenazas externas y las debilidades internas

5.4.3.3.- Operacionalización de las categorías mentales a nivel real

5.4.3.3.1.- Elegir tipo de partidas

Se debe elegir entre 4 tipos de partidas:

5.4.3.3.1.1.- Partida de mapa aleatorio

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de mapa aleatorio)

Donde siempre se juega una partida diferente, pues el mapa nunca es el mismo. Se pueden usar la configuración estándar del juego o elegir una propia, incluidos el número de jugadores, civilizaciones, tipo y tamaño del mapa, límite de población, cantidad de recursos iniciales, edad en la que se comienza y la condición de victoria.

5.4.3.3.1.2.- Partida regicida

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida regicida)

Es una partida donde el rey debe ser el último sobreviviente. Si matan al rey, se termina la partida. Todos los jugadores comienzan a jugar con un rey, un centro urbano, un castillo y varios aldeanos. El rey tiene pocos puntos de resistencia y no ataca, por lo que se debe mantenerlo bien protegido. Sólo un rey sólo está disponible en una partida regicida y no se puede crear otro. En este tipo de partida, la tecnología de espionaje (en el castillo) se llama traición y trabaja en una única dirección. Cada vez que se desarrolla la traición en una partida regicida, una señal indica dónde está el rey enemigo y se escucha un sonido que lo notifica. La ubicación se revela temporalmente, por lo que para hacer un seguimiento de la ubicación de un rey se hace necesario desarrollar la traición múltiples veces. En una partida regicida, hay costos de tecnología cada vez que se desarrolla la traición.

5.4.3.3.1.3.- Partida de combate total

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de combate total)

En este tipo de partida todos los jugadores comienzan la partida con grandes reservas de madera, comida, oro y piedra; y, entonces, luchan a muerte.

5.4.3.3.1.4.- Escenario o campaña personalizada

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Escenario o campaña personalizada)

Un escenario o campaña personalizado es una partida o una serie de partidas relacionadas creadas por los jugadores. En todos los tipos de partida se debe elegir una civilización, un mapa y un tipo de victoria.

5.4.3.3.2.- Elegir una civilización

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>(tipo de partida)>Elegir civilización)

Al jugar una partida de mapa aleatorio, regicida o combate total, se puede seleccionar una de las 13 civilizaciones medievales que se desea conducir.

Cada civilización tiene habilidades particulares:

- una unidad militar única que puede crearse al comenzar la Edad de los Castillos,
- una bonificación especial que se aplica durante las partidas de equipo y
- acceso a ciertas unidades y tecnologías.

Se puede elegir la propia civilización y las civilizaciones de los oponentes controlados por el sistema. AI (Artificial Intelligence= Inteligencia Artificial).

También se puede elegir una civilización aleatoria, para dejar al sistema elegir la civilización del jugador y las civilizaciones de todos los demás jugadores.

La misma civilización puede ser elegida por más de un jugador. En una partida cooperativa de varios jugadores, dos o más de ellos pueden elegir el mismo número de jugador y compartir el control de una sola civilización.

Las bonificaciones de equipo se aplican a todos los miembros del equipo y se calculan después de que comience la partida.

Si un miembro de un equipo cambia de equipo o le eliminan de la partida, las bonificaciones de equipo del comienzo de la partida siguen teniendo efecto.

5.4.3.3.3.- Elegir un mapa

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio, regicida o combate total)> Elegir un mapa.

Antes de comenzar una partida de mapa aleatorio, regicida o combate total, se puede seleccionar el tipo de mapa que se va a usar. Algunas civilizaciones tienen ventajas al combatir en ciertos tipos de mapa. Por ejemplo, los vikingos destacan en las guerras navales y tienen ventaja en mapas con grandes extensiones de agua. Si el tipo de mapa se establece aleatoriamente, el tipo de mapa lo elegirá el sistema (se exceptúan el lago de cráter, la fiebre del oro, la selva negra o la fortaleza).

Existen 15 mapas para elegir, aunque también está la posibilidad de crear un mapa o cargar desde internet alguno creado)

- **Arabia** — desierto árido con elevaciones y precipicios estratégicos, aunque con escasa vegetación y agua.
- **Archipiélago** — un grupo de islas grandes. Es posible que no seas el único habitante.
- **Báltico** — un océano con penínsulas y bahías resguardadas.
- **Selva negra** — islas de hierba en un mar de árboles. Sigue los caminos a través del bosque para encontrar a tus aliados y enemigos.
- **Costa** — donde la tierra se encuentra con el océano hay gran cantidad de agua y tierra para batallas por tierra o por mar.
- **Continental** — un gran cuerpo de tierra rodeado por el mar; los ríos pueden separar a los jugadores y a los equipos.
- **Lago de cráter** — (sólo para partidas de varios jugadores). Una isla en la que abunda el oro en centro de un lago. Las abruptas elevaciones y la falta de árboles dificultan la construcción.
- **Fortaleza** — una ciudad amurallada con puertas y todos los edificios que necesitas construir para aumentar tus fuerzas rápidamente.
- **Fiebre del oro** — todo un montón de oro y unos cuantos lobos en medio de un desierto.
- **Tierras altas** — lejos del océano y muy arboladas, pero con muchos espacios abiertos para maniobras.
- **Islas** — cada jugador comienza solo en una isla; las islas deshabitadas pueden ser ricas en recursos, luego debes estar preparado para dominar el mar.
- **Mediterráneo** — un mar interior rodeado por tierra; suena engañosamente pacífico.
- **Migración** — (sólo en partidas para varios jugadores) En una pequeña isla no puedes mantenerte más tiempo, por lo que debes ir al continente, donde la lucha es feroz.
- **Ríos** — tierras bajas y pantanosas llenas de bajíos; los ríos separan a los jugadores.
- **Islas de equipo** — una isla habitada por ti y tus aliados, mientras otra está habitada por tus enemigos. Las islas no están conectadas por bajíos, por tanto, ten cuidado con los barcos de transporte enemigos.

5.4.3.3.4.- Elegir el Tipo de Victoria

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio o combate total)> Tipo de victoria

Ganar una partida depende de las condiciones de victoria. Al jugar una partida de mapa aleatorio o de combate a muerte, se puede elegir la condición de victoria antes de comenzar la partida. Al jugar cualquier otro tipo de partida, se logrará ganar si se alcanza el objetivo o los objetivos mostrados al comienzo de la misma, que también pueden incluir la condición o condiciones de victoria requeridas para ganar la partida.

5.4.3.3.4.1.- Condiciones de Victoria estándar

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio o combate total)> Tipo de victoria>Estándar)

Se puede ganar cualquier partida de mapa aleatorio o combate total si el(los) jugador(es) logra convertirse en el primer jugador o equipo que derrota a sus enemigos en conquista militar, controla todas las reliquias o construye una maravilla. El jugador y sus oponentes nos necesariamente tienen que perseguir la misma condición de victoria. Por ejemplo, se puede intentar ganar por conquista, mientras que los oponentes intentan construir una maravilla para ganar.

5.4.3.3.4.1.1.- Por conquista

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio o combate total)> Tipo de victoria>Conquista)

El primer jugador (o equipo) que derrote a todos los oponentes gana. Para derrotar a un jugador, se deben destruir todas sus unidades y edificios salvo los siguientes: torres, murallas, puertas, reliquias, pesqueros, trampas para peces, barcos de transporte, urcas mercantes, carretas de mercancías, granjas y ovejas.

5.4.3.3.4.1.2.- Por construir una maravilla

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio o combate total)> Tipo de victoria>Construir maravilla)

Gana el primer jugador que construya una maravilla que se mantenga durante el periodo de tiempo requerido. Para poder construir una maravilla, es necesario avanzar a la Edad Imperial y reunir muchos recursos. Cuando una civilización comienza a construir una maravilla, se le comunica a las otras civilizaciones y se muestra su ubicación en el minimapa situado en la esquina inferior derecha de la pantalla. Cuando se completa la maravilla, se le notifica a todas las civilizaciones y aparece un reloj de cuenta atrás en la esquina superior derecha de la pantalla. El color del reloj indica a qué civilización pertenece la maravilla. Si una maravilla se destruye antes del periodo de tiempo requerido, la cuenta atrás termina. El tamaño del mapa determina cuánto tiempo debe mantenerse en pie una maravilla para ganar la partida.

5.4.3.3.4.1.3.- Por controlar las reliquias

(Hace clic en Menú principal> Uno o dos jugadores>Partida de (mapa aleatorio o combate total)> Tipo de victoria>Controlar reliquia)

Gana el primer jugador o equipo que controle todas las reliquias durante el periodo de tiempo requerido. Las reliquias son objetos especiales (parecidos a trofeos) que están situados aleatoriamente en el mapa. Hay múltiples reliquias en un mapa. Sólo las puede trasladar un monje y deben estar defendidas dentro de un monasterio para que sean controladas por la civilización que se conduce. Las reliquias no se pueden destruir. Por ejemplo, si un barco de transporte se hunde y uno de los monjes a bordo lleva una reliquia, ésta aparecerá en una orilla cercana. Cuando una civilización tiene todas las reliquias, se le notifica a todas las civilizaciones y aparecerá un reloj de cuenta atrás en la esquina superior derecha de la pantalla. El color del reloj indica qué civilización controla las reliquias. La primera civilización que controle todas las reliquias durante el periodo de tiempo requerido (hasta que el reloj alcance el cero), gana la partida. Si cualquier reliquia cambia de propietario antes de que pase el periodo de tiempo requerido, la cuenta atrás termina. El tamaño del mapa determina cuanto tiempo debes controlar las reliquias para ganar la partida.

Otras condiciones de victoria

Si no se desea jugar según las condiciones de victoria estándar es posible elegir una de las siguientes condiciones de victoria alternativas antes de comenzar una partida.

5.4.3.3.4.2.- Condición de victoria por tiempo

Gana el jugador o el equipo que tiene más puntos cuando expira el tiempo del cronómetro. También se puede ganar por conquista militar, con independencia del tiempo restante. Cuando se selecciona esta condición de victoria, el videojugador elige el límite de tiempo.

Aparecerá un reloj de cuenta atrás en la esquina superior derecha de la pantalla y cuando el reloj alcanza el cero, la partida termina y gana el jugador (o equipo) con la mayor puntuación.

La puntuación de un equipo es el promedio de las puntuaciones de todos los miembros del equipo.

5.4.3.3.4.3.- Condición de victoria por puntuación

Gana el primer jugador o equipo que consigue los puntos requeridos. Los jugadores ganan puntos por diferentes logros, como se explica abajo en los cálculos de puntuación. También se puede ganar por conquista militar con independencia de la puntuación. Cuando se selecciona esta condición de victoria, uno elige la puntuación.

La puntuación de un equipo es el promedio de las puntuaciones de todos los miembros del equipo. La puntuación se calcula como sigue.

La pantalla **Logros**, que aparece después de la partida, proporciona los detalles de lo que se ha conseguido durante la partida.

- Recursos en reserva = 1/10 puntos por unidad — por ejemplo, cada vez que un aldeano deposita 10 unidades de alimento en tus reservas, recibe 1 punto. La recepción de un tributo de 500 unidades de oro vale 50 puntos, etc. El jugador que envía el tributo pierde el valor en puntos de esos recursos.

- Construir edificios, crear unidades y desarrollar tecnologías duplica el valor de los puntos de los recursos — Por ejemplo, recoger 30 unidades de madera proporciona 3 puntos, pero construir una casa (que cuesta 30 unidades de madera) proporciona 6 puntos. Así, desarrollar una tecnología que cuesta 50 unidades de alimento y 10 de oro proporciona 12 puntos. Los recursos que se usan para construir o desarrollar se restan de tu puntuación, por tanto los 12 puntos del ejemplo sólo producen un aumento neto de 6 puntos en la puntuación.
- El valor de cualquier unidad matada o convertida se agrega a la puntuación del jugador que la mata y se resta de la puntuación del jugador al que pertenece dicha unidad — Por ejemplo, si crear una unidad cuesta 50 unidades de comida (5 puntos), vale 10 puntos después de crearla. Si matas o conviertes una unidad, se suman 10 puntos a tu puntuación y se restan 10 puntos de la puntuación de tu oponente.
- Cada 1 % explorado del mapa equivale a 10 puntos.

5.4.3.4.- Conclusiones del análisis Age Of Empires II

Para jugar AOE es necesario tener habilidades intelectivas orientadas al procesamiento de variables complejas paralelas y en tiempo real, tal vez las mismas necesarias para jugar ajedrez. Al videojugador se le ofrecen distintas opciones para jugar y debe elegir sus condiciones de juego, los escenarios, los grados de dificultad y otras variables que durante el juego incidirán en su desempeño y el de los demás jugadores. Al enfrentarse a la computadora o a jugadores reales deberá evaluar constantemente estas variables, es por ello que estos juegos se denominan de estrategia, porque la consecución de las victorias implican la conjunción de múltiples variables sobre un resultado final.

El manejo del juego puede realizarse exclusivamente a través del teclado, sólo con el mouse o combinando ambos, pero a través del código escriptural el videojugador es constantemente reforzado a nivel pulsional que lo empujan a tomar decisiones de carácter táctico y estratégico.

El conocimiento sobre el juego se adquiere gradualmente a través del manual del juego, incorporado en el CD-ROM, del ensayo y error monitoreado a través de las partidas guardadas en el computador que permiten al videojugador revisar sus aciertos y errores tácticos y estratégicos durante la partida.

El rol que juega el mundo exterior en este videojuego se circunscribe a la interacción en línea con otros jugadores a través de internet, redes de área local o conexión directa con otros ordenadores. Esta variable de juego en línea en espacios reales comunes ha dado origen a eventos masivos denominados “tarreos”, donde los videojugadores se asientan en un espacio físico bajo condiciones de convivencia alteradas respecto de la vida cotidiana, transgrediendo las normas parentales en lo que se refiere a la separación de día y noche como la oposición de vigilia/ensueño. Para el videojugador estas categorías están supereditadas a la consecución de un logro final y definitivo, tal como sucede con los torneos de ajedrez, donde las pausas están inscritas dentro del devenir temporal interno de la estructura narrativa del videojuego.

El placer semiótico reside entonces en la implicación intelectual en un mundo paralelo al mundo cotidiano, con reglas de tiempo y espacio similares, reproducidas virtualmente y bajo reglas pre establecidas por el mismo videojugador. Este mundo paralelo está moralizado por la tecnología y los grados de implicación tienen directa relación con el grado de desarrollo de las tecnologías informáticas. Claramente este videojuego no sería posible si no existieran avances significativos en el área de las ciencias cognitivas que han derivado en desarrollos tales como la Inteligencia Artificial, que permiten simular estructuras cognitivas complejas de orden conexionista. Asimismo los avances en el plano de la generación de modelos gráficos en tres dimensiones permiten dotar a la experiencia del videojuego de un realismo mayor que el presentado por los videojuegos de guerra simulada donde la visualización del simulacro se asemejaba mucho más a la observación de un mapa que a la perspectiva cinematográfica que hoy poseen estos videojuegos de estrategia.

En este tipo de videojuegos las etapas no tienen directa relación con la consecución de tareas específicas sino con la construcción de condiciones de materiales específicas que son la infraestructura sobre la cual se salta a etapas superiores de desarrollo. Si pudiéramos realizar un análisis de contenido en detalle, tomando como corpus las partidas grabadas de distintos videojugadores, tal vez podríamos deducir que los criterios que llevan a la victoria o el fracaso del videojugador obedecen a un texto cultural preestablecido por el motor de Inteligencia Artificial sobre el cual funciona este videojuego. Veríamos que el papel de los sujetos está siempre sujeto a un rol preestablecido en la sociedad y por tanto, el videojuego funciona como un discurso que reproduce la norma parental.

6.- CONCLUSIONES

6.1.- La práctica investigativa del consumo de videojuegos, reflexiones y propuestas metodológicas.

Al concluir esta investigación detectamos tres evidencias fundamentales:

1) Los circuitos de circulación de videojuegos se corresponden con los circuitos de circulación de la videoanimación identificados por Rafael Del Villar en el contexto de la investigación Fondecyt sobre Sintaxis, circulación y recepción de dibujos animados en Chile. La localización geográfica de este circuito fue claramente identificada en Santiago, Antofagasta y Temuco como puntos de encuentro de los consumidores, donde se adquieren los videojuegos, se intercambia información y se conforman grupos de interés alrededor de estos. Se trata de nichos ecológicos, que conforman el circuito de consumo. Este contexto sociocultural es una de las variables del proceso de consumo de los videojuegos.

2) Existe una población o masa crítica que accede al proceso de consumo en la cotidianeidad. Este consumo entrelaza tiempo de ocio y productivo, espacio de ocio (hogar y calle) y espacio productivo (la escuela) a través de los computadores, presentes transversalmente en ambos espacios y tiempos. La socialización de los protocolos perceptivos presupuestos por el videojuego, en tanto texto multimedia, se da en ese ámbito. Todo el saber acumulado respecto a los protocolos perceptivos presupuestos por la tecnología y la videoanimación constituyen el archivo semántico pulsional sobre el cual se ejercitan los dispositivos de lectura del videojuego, la segunda variable implicada en el proceso de consumo de estos. Los antecedentes entregados por la encuesta del CNTV y por la información estadística y de campo aportada por la investigación sobre Dibujos animados realizada por Del Villar, nos permiten verificar la presencia de la computación y de la videoanimación en la cotidianeidad de niños y jóvenes.

3) El análisis de los videojuegos distinguió un nivel sintáctico a través de su estructura código (códigos de organización de la imagen, narrativo, cromático, sonoro y escriptural) y de las categorías epistémicas presupuestas en su lectura (relación entre las categorías de acción y reacción y la interfase entre el humano y la máquina). A partir de ese análisis se cuestiona la categorización de los videojuegos en base a un criterio “narrativo” que los agrupa en categorías como combate, estrategia, simulación o aventura gráfica.

Las diferencias detectadas en el análisis de los videojuegos a nivel de códigos, nos señala que esta categorización previa corresponde a la predominancia cultural que posee el código narrativo en la cultura letrada del alfabeto fonético, aún predominante en una sociedad que transita a la cultura electrónica y a un procedimiento analítico que considera los procesos de diseño por sobre los procesos de recepción.

Pero esta categorización no se ajusta a los dispositivos de lectura implicados en cada videojuego. No puede afirmarse a priori que todos los videojuegos cuyo código narrativo esté centrado en un argumento de “combate” se caractericen por dispositivos de lectura uniformes y constantes. Durante nuestro análisis detectamos que existen videojuegos de “combate” que pueden suponer categorías epistémicas relativas al sentido del tiempo y del espacio, a partir del código de organización de la imagen, donde se opera desde una mirada implicada en la acción; pero también puede darse el caso de videojuegos de combate que supongan categorías epistémicas de tiempo y espacio diferentes donde el consumidor opere desde una mirada externa no implicada en la acción, desde la perspectiva del código de organización de la imagen.

Una mirada implicada o externa obedece al ámbito del código de organización de la imagen y no al código narrativo, y en el circuito de consumo de los videojuegos podemos encontrar argumentos relativos a la estrategia, el deporte, los simuladores de vuelo o de automovilismo o aventura gráfica. Todos ellos utilizan en el ámbito de la organización de la imagen, distintos grados de implicación.

A partir de nuestro análisis observamos que los videojuegos contemporáneos presentan una evolución similar a la detectada por Metz en cuanto al cine clásico y al cine clásico contemporáneo. En el caso de los videojuegos clásicos el código de organización de la imagen está supeditado a otros códigos como el sonoro y el escriptural, en cambio el videojuego contemporáneo tiende a tomar prestada la forma de funcionamiento propia de la videoanimación, es decir del discurso audiovisual.

Esta creciente complejidad en la estructura código del videojuego permite que una multiplicidad de códigos, exija procedimientos de lectura donde el lector escoge una cantidad limitada de elementos, que lleva a su memoria semántico pulsional de corto plazo, a partir de la cual establece una vía interpretativa posible, que se construye a medida que el relato avanza, hipótesis de lectura que debe aceptar o rechazar a partir de la verificación con sus archivos de memoria semántico pulsional de largo plazo. Estos procedimientos de lectura, propios de la imagen en movimiento están avalados por las investigaciones realizadas por las ciencias

cognitivas y han sido desarrolladas en términos más extensos por Del Villar, por lo tanto remitimos a ese marco teórico.

Por lo tanto estaríamos en presencia de un texto conformado por una multiplicidad códiga a la cual el lector debe entregar la coherencia, en un proceso de ensayo y error que constituye en si mismo el placer semiótico del videojuego

Ahora bien, en todos los videojuegos existen categorías epistémicas presupuestas compartidas relativas a la interfase tecnológica, que usualmente refieren a la interpretación de la pantalla de televisión o del monitor del computador como un plano cartográfico. Es decir, el lector, enfrentado a un espacio bidimensional debe reinterpretar la pantalla como un mapa a través del cual deberá desplazarse, tal como si se tratara de un espacio tridimensional.

El refuerzo de esta ilusión se lleva a cabo por la utilización de instrumentos que operan sobre el texto del videojuego en función de ese presupuestos epistémico común. Es el caso de los controles de videojuego en sus distintas modalidades (teclado, control análogo, alfombra, casco de realidad virtual, etc.) En nuestro análisis sobre los videojuegos designamos a esta variable como categorías mentales presupuestas puesto que constituyen la expresión operativa de la sintaxis del videojuego a nivel real.

Para efectos descriptivos de esta variable es necesario remitir al lector de esta tesis al análisis efectuado sobre tres videojuegos y a los registros audiovisuales de las sesiones exploratorias de cada uno de ellos, especialmente sobre los videojuegos Tomb Raider y Final Fantasy.

Sin embargo el principal punto que nos interesa destacar es que es a través del control

Ciertamente existen consumidores más especializados que otros, pero ese mayor grado de implicación, de acuerdo a lo detectado en la observación etnográfica suele manifestarse por dos vías:

1) La adopción con menor o mayor frecuencia, por parte de los consumidores, de accesorios especializados que no son habituales (cascos de realidad virtual, alfombras para baile, volantes y pedales para automovilismo, adaptadores para múltiples jugadores, etc.) Se trata de la profundización del proceso de consumo a través de una experiencia de implicación sensorial en el objeto, utilizando para ello la mejor tecnología disponible. Este tipo de implicación se da en todos los videojuegos, pero con más frecuencia en aquellos que requieren un mayor grado de habilidad sensorial y motriz para ser operados.

2) La concurrencia periódica a los circuitos de consumo cultural asociados al videojuego (tiendas de japoanimación, de videojuegos, recolección de información en internet, revistas especializadas, grupos de juego en línea o tarreos, etc.) Se trata de la profundización del proceso de consumo a través de una experiencia de implicación social cotidiana, dirigida a retroalimentarse del saber adquirido por otros, integrándose a comunidades o grupos de interés donde se realiza el intercambio simbólico que enriquecerá su desempeño en el videojuego y en la vida, como parte de un proceso de construcción y afirmación de la propia identidad. Este tipo de implicación está presente en todos los videojuegos, pero con mayor frecuencia entre aquellos videojuegos que requieren un saber externo, sobretodo en el caso de las “sagas” de videojuego.

El proceso de consumo contempla ambas vías de implicación y remite a las estructuras pulsionales de cada consumidor, verificables a través de la investigación etnográfica por vía de entrevistas en profundidad o historias de vida, que permitan la recolección de una evidencia semántico pulsional empírica.

Es por ello que para conocer cuál es el rol del consumo de videojuegos en el proceso de construcción de identidades se hace imprescindible considerar las tres variables que conforman el consumo:

- el contexto social donde tiene lugar,
- los dispositivos de lectura implicados y
- el proceso de recepción.

Fue precisamente para analizar esta última variable que recurrimos al análisis semántico pulsional de un grupo de entrevistas en profundidad realizada en Temuco a niños y jóvenes representativos de diversos estratos sociales, etéreos y de distinto sexo. Cada entrevista logró entregarnos la doble información (semántica y pulsional) necesaria para construir una matriz pulsional de sentido que nos permitiría conocer el rol del videojuego en la construcción de identidades.

6.2.- El consumo de videojuegos: procesos de construcción de identidad en niños y jóvenes de Temuco.

Temuco es la capital política y económica de la Novena Región, vive principalmente de la explotación forestal y de la agricultura. Tiene clima frío y está rodeada de frondosos bosques y de comunidades indígenas.

Estas condiciones son determinantes para el desarrollo de un contexto familiar específico en el caso de Temuco. Pese a que la ciudad presenta como primera actividad productiva la explotación forestal, la mayoría de sus habitantes se desempeñan en el área de servicios y en la industria silvoagropecuaria.

Si algún factor relativo a su emplazamiento geográfico pudiera influir en el consumo y valoración de la videoanimación y de los videojuegos este sería el entorno natural de bosques y ríos, los cuales se presentan como una alternativa para los habitantes de la ciudad en cuanto a la ocupación de los tiempos de ocio, una competencia significativa hacia el consumo de los objetos culturales ya mencionados. Recordemos que pese a tratarse de una ciudad de unos ochocientos mil habitantes es bastante pequeña desde el punto de vista geográfico, pues sólo abarca treinta y dos kilómetros cuadrados, por lo que se puede llegar caminando desde el centro de la ciudad hasta una reserva natural que queda a un costado de la misma.

Tanto en Temuco como a nivel nacional el consumo de videojuegos, tal como lo entendemos en esta investigación, cruza a todos los segmentos socioeconómicos.

En el caso de los estratos socioeconómicos bajos los consumos culturales se articulan principalmente alrededor de la videoanimación japonesa y los videojuegos., al igual que en los estratos medios.

En el estrato socioeconómico alto la situación de consumo se desplaza hacia el deporte, la música y las actividades artísticas, entre otros eventos, lo que señala una mayor variedad respecto de los demás estratos, pero también cierta diversificación en el acceso a otros objetos de consumo. Podemos presuponer que su condición económica favorece el acceso a fuentes de entretenimiento distintas a la televisión abierta o los videojuegos.

Ahora bien, la encuesta y la entrevista aplicada a la muestra en Temuco nos han dejado en evidencia la ausencia relativa de los padres en los espacios de ocio de niños y jóvenes, pese a la importancia asignada a la relación con sus padres por parte de los niños y jóvenes consultados. Se mencionó lejanía entre adultos y jóvenes en el plano del ocio y también en lo relativo al saber tecnológico.

Al someter las entrevistas al análisis semiótico tomamos en cuenta dos tipos de información: una perteneciente al orden de lo simbólico proveniente de la transcripción de dichas entrevistas, que corresponde al análisis de contenido que usualmente se aplica en este tipo de metodología etnográfica. A partir de allí pudimos detectar que existe un saber adquirido en el grupo de pares, un saber que representa una vía de construcción de identidad alternativa a la familia, la que no necesariamente se constituye en una ruptura con el modelo parental, sino más bien un complemento a este sobretodo en aquellos aspectos como el saber tecnológico donde los adultos no se constituyen con la referencia autorizada. Los niños y jóvenes, básicamente, se enfrentan en este caso a un desequilibrio de conocimiento sobre el mundo de la japoanimación y los videojuegos, que en muchas ocasiones los prohíbe por diversas razones, mayoritariamente por los contenidos de estos últimos. Hay entre los adultos una predisposición negativa hacia videoanimación y videojuegos en tanto los consideran portadores de contenidos violentos, que no se ajustan con la norma parental.

En el caso de la tecnología, específicamente la computación, existe aceptación del computador en tanto instrumento de producción social. Pero ¿Qué sucede cuando ese computador es al mismo tiempo el espacio de socialización de los protocolos perceptivos presupuestos por el videojuego? Pues bien, los padres no siempre entienden lo que hacen sus hijos con el computador o con los videojuegos y en ocasiones tienden a establecer tiempos y espacios destinados al juego y otros al trabajo-estudio.

Los entrevistados, conscientes de esa prohibición, optan por negar el gusto o afición por ese tipo de consumo cultural frente a los adultos, a pesar de que demuestran un amplio conocimiento sobre los mismos, ya sea por propia experiencia o por información atribuida a terceros de su misma edad o un poco mayores (hermanos, primos, etc.) lo que en el ámbito de la información imaginaria es contradictorio.

Para detectar esa contradicción es que recurrimos al análisis pulsional del espectro sonoro de las entrevistas. Pues si bien la entrevista a nivel semántico nos entrega un saber empírico sobre el mundo interior del entrevistado, estamos sujetos al mundo del significado, a la construcción simbólica que puede

corresponder o no con la estructura pulsional, el mundo del imaginario, que hasta ahora no era considerado como parte del análisis de contenido en investigaciones anteriores sobre consumo de videojuegos.

Tenemos entonces una información simbólica que nos habla de la aceptación de la Ley simbólica de la sociedad por parte de niños y jóvenes, en cuanto a rechazar los contenidos violentos, tanto de la japoanimación como de algunos videojuegos. Pero a nivel pulsional encontramos un grado creciente de aceptación a esos mismos objetos culturales en tanto forman parte de una red de relaciones sociales que dan forma a la identidad de cada uno de los sujetos entrevistados. No necesariamente esa aceptación pasa por el consumo directo de los videojuegos, en algunos casos el placer se relaciona con estar al tanto de los mecanismos de funcionamiento o simplemente con la observación o cercanía a grupos de pares que lo practican con bastante destreza.

Este desequilibrio, presente en la mayoría de los entrevistados nos entrega ciertas evidencias respecto a la existencia de identidades fragmentarias: una identidad que es funcional entre su grupo de pares y al mismo tiempo funcional entre padres y profesores. A este tipo de construcción identitaria que no se define ni por la aceptación ni por el rechazo total de la norma, lo denominamos modelo transaccional (Del Villar, 2002).

El modelo transaccional implica que los sujetos introyectan los principios de funcionamiento propios de la Ley Parental (rechazo a contenidos violentos) a nivel simbólico, pero a su vez realizan una lectura de la videoanimación y los videojuegos en tanto significantes que expresa flujos de energía a través de cromas, sonidos, formas, movimientos, de organización de la imagen. Además de eso se detectó una evidente manifestación pulsional dirigida a evidenciar el placer que encuentran algunos entrevistados en formar parte de grupos de conocimiento que no pertenecen a lo aceptado por los adultos, sobretodo en el ámbito del saber tecnológico.

En algunos casos estamos en presencia de identidades que están en un punto caótico que no fluyen precisamente hacia las ramas de comportamiento previstas: la aceptación del modelo parental (A) o el rechazo de la misma (B). Se trata de una rama de comportamiento no prevista (C) a la que denominamos como modelo transaccional.

Esta rama de comportamiento no prevista, en el caso de sujetos enfrentados a la tecnología con un saber a nivel de protocolos perceptivos, bastante superior al de los adultos, debería ser estudiado con mayor acuciosidad en las futuras investigaciones sobre videojuegos, a través de las entrevistas en profundidad.

Como ya hemos planteado en la introducción de esta investigación, la incorporación de nuevas tecnologías en la cotidianeidad de la sociedad contemporánea plantea numerosos desafíos, entre los cuales está la tarea de comprender los cambios en los procesos identificatorios y en los protocolos de lectura que asumen las nuevas generaciones. Este tipo de cambios, que ya no sigue el camino del traspaso del conocimiento de generación a generación, generan impactos en la sociedad que no logran cuantificarse con claridad desde las ciencias sociales, particularmente en nuestro país. Durante esta investigación hemos detectado claramente que el consumo de videojuegos constituye un camino de entrada a este fenómeno, puesto que implica el estudio de dispositivos de lectura no previstos por la sociedad parental.

Ya para nadie es un secreto que estos cambios permiten el desarrollo de profundas transformaciones en la idiosincrasia de los pueblos, sobre todo cuando las innovaciones se suceden, como hoy, un día tras otro.

La cultura digital es más que la simple adquisición de mercancías tecnológicas, pero el saber parental, que quiere verlo desde esa perspectiva relativa al tiempo productivo y tiempo ocioso sitúa al videojuego en este último espacio, porque al no poseer el saber prefiere forcluir al objeto de su ámbito de poder. Al situarnos en el concepto de consumo apelamos a un estudio transdisciplinario de la relación entre estos objetos y sus usuarios, es a esa relación a la que denominamos consumo, relación donde la construcción de la identidad en la vida cotidiana es el eje que nos permite acceder a las categorías cognitivas complejas que involucra el consumo del videojuego.

Al finalizar la investigación el punto más significativo por resolver se refiere a que la identidad transaccional se asemeja bastante a la noción oriental de la subjetividad, la cual, recordemos lo dicho por Varela y otros, se construye en la relación que se sostiene con el otro, es decir, el sujeto se constituye dependiendo de la situación en la cual se encuentra, de ahí que en oriente no existe una separación entre lo que llamamos mundo interior y mundo exterior.

Este punto nos permite reformular algunas preguntas recurrentes al hablar de la influencia de la tecnología en la vida cotidiana:

- ¿Son estas categorías epistémicas ajenas a occidente las que permiten la masificación de mercancías simbólicas orientales en nuestra sociedad, como es el caso de los videojuegos de rol?;

- ¿o bien la matriz de pensamiento budista concuerda con los procesos cognitivos, como lo plantea Varela y por ello la apropiación simbólica es tan eficiente?;
- ¿existirán diferencias significativas en los procesos de aprendizaje de las nuevas tecnologías de información y comunicación entre niños y jóvenes consumidores de videojuegos y los que no lo son?.

Pues bien, evidentemente la televisión opera en nuestra sociedad como un agente socializador de dispositivos de lectura específicos, compartido por grupos sociales y etéreos lo que la refuerza como un corpus de conocimiento compartido, como consumo cultural, pero también podemos pensar que algunos contenidos como la japoanimación presuponen protocolos de lectura que no siempre forman parte del saber común compartido por el espectador occidental y, por lo tanto, los contenidos de las series japonesas son reinterpretados por los niños y jóvenes, muchas veces desde otros códigos que satisfacen más a su estructura pulsional.

Ciertos códigos, como el narrativo, no siempre alcanzan a ser leídos en todo su significado original, recordemos que las referencias históricas, sociales, cotidianas, las bromas y todo aquello que el autor presupone como el contexto previo del lector, generalmente no es compartido por los niños chilenos

Pero en el caso del código de organización de la imagen, el sonoro y el cromático, pertenecen mucho más al dominio del significante como transmisor de información pulsional, con las emociones y las fluctuaciones del relato en el proceso de la búsqueda de equilibrio energético que realiza el espectador al enfrentarse a cualquier texto.

Lo mismo sucede con los videojuegos, puesto que el proceso identificatorio no necesariamente se relaciona con los personajes o con las instancias narrativas, sino más bien con la complementariedad que tendría lugar en la interacción corporal entre ser humano y máquina, en una constante adaptación a los códigos interconectados por la pulsión de las etapas superadas.

Como parte del contexto sociocultural del videojuego, está la relación de intercambio de saberes con los grupos de referencia, que en este caso casi siempre son los pares, pero rara vez son los padres. La ciudad, entonces, pasa a convertirse en un espacio de intercambio para un saber tecnológico y lúdico que convive con las reglas paternas, expresadas en la escuela, el hogar y el mercado.

La diversidad de categorías empíricas interpretativas del videojuego puede entenderse como parte de un saber que no sólo reside en el objeto material, sino también en su contexto de consumo, que es muy diferente del contexto histórico que los estudiosos de la literatura validan como la llave para acceder al texto literario. Y si bien podemos considerar la pertinencia de analizar un videojuego desde esa perspectiva, estamos claros de que ya no sería un estudio sobre el consumo, sino un estudio semiótico sobre la producción de textos multimediales americanos y japoneses de fines de siglo. Es por ello que afirmamos la pertinencia de este modelo investigativo en cuanto centra su análisis en los procesos de circulación y recepción.

Ahora bien, la manifestación de conflictos no resueltos en la familia o el grupo de amigos genera estructuras pulsionales determinadas por la condensación energética. De allí que el estudio de las trazas pulsionales, detectables en las entrevistas a los jóvenes, se constituyeron en el instrumento empírico para la detección de matrices pulsionales coherentes con la semántica de sus discursos íntimos y cotidianos y/o de estructuras caóticas que evidenciaban conflicto resuelto a través de la adopción de modelos transaccionales.

La construcción de identidad entre niños y jóvenes se nos presenta entonces como una adaptación a los continuos cambios que acontecen en la vida actual, como si la ecuación fuera 'identidad adaptable para un mundo que cambia'. Y en ese entendido el videojuego cumple la función de dispositivo catártico o de entrada a un circuito de sociabilidad donde el saber prestigia y distingue a quien lo posee.

Dentro del circuito de consumo del videojuego o en torno a él siempre está presente el uso de las tecnologías informáticas (el computador) como un espacio de productividad validado por la escuela y por la familia, es por ello que la descalificación del videojuego es mucho más acentuada por parte del mundo adulto cuando el videojuego tiene lugar en un soporte autónomo (las consolas) que cuando es utilizado el mismo soporte para labores productivas y para el videojuego.

Respecto de las categorías de implicación sensorial o de implicación vía intertextualidad vale la pena retomar lo dicho por Benjamin en el sentido de que la convivencia de disipación y crítica en el consumo del videojuego tienen relación con estas doble vía de aproximación.

En el caso de la implicación sensorial nos enfrentamos a un consumidor que busca experiencias de videojuego que agoten todas las posibilidades que brinda el desarrollo tecnológico, la búsqueda del placer se sitúa en el saber tecnológico, en conformar experiencias sensoriales mediatizadas que se semejen lo más posible a la realidad, de allí que la noción realidad virtual también pueda llevarse como la búsqueda de

realidades alternas a través de la tecnología, algo así como una evasión conciente que siempre está sometiendo a juicio la calidad estética que la máquina pueda proporcionar a través de interfaces digitales como los visores de realidad virtual. El consumidor se transforma así en experto capaz de emitir juicios críticos sobre la calidad del objeto de consumo en cuestión.

En el caso de la implicación por vía de la intertextualidad el consumidor de videojuegos radica su disipación en la recolección del saber a través de diversas instancias o fuentes de información, algo así como el erudito que transita por la gran biblioteca. Todo conocimiento anexo del videojuego, de su historia, de las implicancias del relato contenido en el videojuego lo transforman en un lector-personaje que forma parte de una estructura narrativa que se nutre del afuera. El saber se consigue mediante el intercambio con los otros consumidores y se verifica constantemente en la práctica informada del videojuego. Nacen entonces prácticas conexas como la creación y el consumo de medios (páginas web, revistas, objetos de colección, etc.), la agrupación en clanes o grupos de interés, el tránsito por lugares de reunión y el consumo de objetos relativos al videojuego o a las temáticas que se desarrollan en este. Consumir videojuegos es una entrada a una red mucho más amplia, y toca aspectos muy disímiles en apariencia, como la literatura, la historia, la psicología del comportamiento, la estrategia militar, la mecánica automotriz, la mitología, las artes marciales, la música, la estética del comic y del animé, las culturas orientales y extranjeras en general, la aviación, etc.

Sin embargo es imposible separar una vía de otra puesto que una reenvía a la otra y viceversa. Es la expresión de lo planteado por Del Villar cuando señala el funcionamiento de los dispositivos de lectura de la imagen audiovisual. El sujeto debe recurrir a su archivo semántico pulsional cada vez que necesita validar su hipótesis de lectura.

En Temuco se detectó cierta escasez de puntos de apoyo a la red a nivel urbano, puesto que el circuito de consumo en el comercio local, es bastante más pequeño que en Santiago, sin embargo existen otras formas de acceder a esa información: una vía posible es la Internet.

La implicación del consumidor vía intertextualidad es una cuestión bastante importante si se considera que en Santiago los dueños de tiendas especializadas son, generalmente, los interlocutores válidos de los fanáticos, cuando estos buscan información que les permita hacer una lectura mucho más profunda del videojuego.

Consideramos que ambos tipos de implicación son determinadas por variables económicas, pero no precisamente en el sentido de adquirir el objeto videojuego, puesto que la adquisición de tecnología para videojuegos es bastante posible en una ciudad que cuenta con grandes tiendas que permiten la adquisición de mercancías a través del crédito directo.

Nos referimos más bien a la conformación de nichos ecológicos similares a los establecidos en Santiago. Tal vez esta carencia en el circuito geográfico del consumo de videojuegos tiene alguna relación con el gusto tan mayoritario por la Internet y el TV Cable (según los datos del CNTV), que se constituyen en las vías que posibilitan el acceso a interlocutores válidos en el consumo de videojuegos, animé y cartas de rol.

Consideramos que el estudio de los consumos culturales abre a nuevas perspectivas a la investigación científica de los procesos de construcción de identidad.

En el texto de Walter Benjamin "Sobre la obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica" hallamos ideas germinales para investigaciones sobre la cultura, desde la apropiación del objeto como la posibilidad de transformarse en un experto, a través del consumo. Vale la pena seguir explorando los alcances de Benjamin en la cultura, entrar a esta visión de un hombre con más dimensiones que las asignadas por una escuela de Frankfurt "oficial", demasiado influyente hasta nuestros días en el ámbito de las ciencias humanas y sociales.

Cuando citamos a McLuhan estamos entregando una evidencia empírica de sus dichos, en cuanto a que los medios moldean las formas de percepción humana en cuanto presuponen dispositivos de lectura. Para leer a McLuhan proponemos concebirlo hipertextualmente. En el medio "libro" la multiplicidad de citas explícitas e implícitas a la literatura inglesa, a la antropología y a la historia occidental nublan la coherencia de un texto que en los años de su creación no poseía el soporte material del hipertexto multimedia. Hoy es posible "navegar" por el escrito macluhiano en busca de las citas y es posible "descargar" en un ordenador toda una red de referencias críticas.

Tal vez este nuevo medio (el hipertexto) lograría traer del exilio que relegó a McLuhan a la galería de los pseudo profetas de la historia. Para nosotros esta investigación ha dejado en evidencia que el videojuego, entendido como un medio de comunicación utilizado por ciertos sectores de nuestra sociedad, es en sí mismo un mensaje, un contenido, una cultura. Esta nueva cultura ha logrado hacer suyas ciertas categorías epistémicas que implican la extensión sensorial y motriz del hombre por la vía de *interfases*, que le permiten operar en textos de lenguaje binario, desde una práctica cognitiva *enactiva*.

Finalmente subrayamos la necesidad de difundir los estudios culturales que se realizan en las universidades, sobretodo en los profesores de enseñanza básica y media a través de medios electrónicos que permitan una apropiación paulatina de los protocolos perceptivos de los textos multimedia. Es de capital importancia revertir los desequilibrios del saber referentes a las tecnologías de la información y del conocimiento, desequilibrios que si bien no creemos posible superar en corto tiempo, constituyen el talón de Aquiles del sistema de difusión científico en nuestro país. Sabemos que la reforma educacional contempla en teoría una nueva forma de educar, haciendo uso de estos medios, pero esa nueva forma no tiene el impacto esperado en la práctica, pues tal como afirma McLuhan los docentes “entran al futuro con la vista puesta en el espejo retrovisor”, es decir, siguen operando su didáctica desde los protocolos de lectura presupuestos por el alfabeto fonético y no sobre los dispositivos de lectura del texto multimedia.

Ese es el desafío en el que se asienta esta investigación, desafío que si bien no forma parte de los objetivos explícitos desde un comienzo, si constituye su fundamento.

Sugerencias metodológicas

Antes de analizar el rol del videojuego en la construcción de identidades entre niños y jóvenes dejamos constancia sobre ciertas inquietudes metodológicas que se relacionan con el análisis de la entrevista desde la semiótica del relato oral (Del Villar), lo que nos plantea un doble desafío metodológico que deberá concretarse en futuras investigaciones sobre consumo de videojuegos.

1) A fin de enriquecer la entrevista en profundidad podría incorporarse el registro en video de una o dos sesiones de práctica de videojuego, efectuadas por los entrevistados, a fin de analizar el desempeño práctico del videojugador a través del registro de la pulsionalidad asociada a la operación del videojuego.

2) Establecer condiciones tecnológicas estándar (un monitor, un videograbador, una consola, surtido de videojuegos, tarjetas de memoria para videojuegos, etc.) y protocolos operativos específicos que regulen y faciliten el registro de las sesiones de videojuego efectuadas sobre grupos de control en periodos de tiempo determinados.

3) La especificidad de las temáticas de algunas sagas, sobretodo en el caso de los videojuegos de rol, plantea la necesidad de recurrir a las mismas fuentes utilizadas por los fanáticos de este tipo de videojuegos: la internet, las revistas especializadas, los programas de televisión, etc.; ese es el contexto de este objeto de análisis, tal como en el caso de la literatura tomamos como referencia las entrevistas a los autores y sus historias de vida. El investigador debe mantener un archivo actualizado sobre las plataformas de videojuego, de las interfases disponibles en el mercado y de los antecedentes históricos del videojuego, a fin de incorporarlos como parte del análisis del contexto social del consumo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. y HORKHEIMER, M.** (1994) “Dialéctica de la Ilustración”. Editorial Trotta, Madrid.-
- BENJAMIN, W.** (1989) “Discursos Interrumpidos”. Editorial Taurus, Buenos Aires.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN.** Departamento de Estudios. (1999) Estudios de Audiencia y Consumo Televisivo. Principales resultados de la Encuesta Nacional de Televisión. www.cntv.cl.-
- DEL VILLAR, R.; FAJNZYBER, V** (2000) “Dibujos Animados en Chile: Sintaxis, Circulación y Recepción. Investigación Fondecyt N° 1000954, (1ª etapa) año 2000-2001”.- CD disponible en la Biblioteca del Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, y Escuela de Periodismo).
- DEL VILLAR, R.** (1997) Trayectos en Semiótica Fílmico Televisiva. Editorial Dolmen, Santiago de Chile.-
- ___ (1999) Nueva Cultura Audiovisual y Protocolos Interpretativos, en la Pantalla Delirante, Editado por Carlos Ossa. Editorial LOM, Santiago de Chile.-
- ___ (2002) “La materialidad a través del cual se transmite la información en el texto audiovisual o la problemática de los códigos”. <http://www.periodismo.uchile.cl/dibujosanimados/codigos.htm>
- DOUGLAS, M.** (1979) “El Mundo de los Bienes. Hacia una Antropología del Consumo”. Editorial Grijalbo, 1979.-
- GARCIA CANCLINI, N.** () “Consumidores y Ciudadanos”. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.-
- GUBERN, R.** (1996) “Del Bisonte a la Realidad Virtual. La Escena y el Laberinto”. Editorial Anagrama, Barcelona.-
- Mc LUHAN, M.** (1971) “De la Comprensión de los medios como extensiones del hombre”. Editorial Diana, México.-
- Mc LUHAN, R. y ZINGRONE, F. (Compiladores).** (1998) “Mc Luhan: Escritos esenciales”. Editorial Paidós, Barcelona, 1998.-
- VARELA, F.; THOMPSON, E. y ROSCA, E.** (1992) “De Cuerpo Presnte. Las Ciencias Cognitivas y la Experiencia Humana”. Editorial Gedisa, Barcelona.-