



Diciembre 2006 -
Enero 2007

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Libros](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Gundalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza,
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Hábitos de Consumo de Juegos en Red en Zonas Periurbanas. Estudio de caso en el Área Metropolitana de Buenos Aires

Número Actual

Por [Roxana Cabello y Renzo Moyano](#)
Número 54

Introducción

Los juegos en red son programas digitales de entretenimiento que se instalan en la computadora y que, a través de una conexión de banda ancha, se conectan con un servidor que abre paso para que los jugadores cuyas computadoras tienen instalado ese programa, puedan jugar el mismo juego simultáneamente. Las redes que se constituyen para jugar pueden desarrollarse dentro del local o fuera del mismo, pudiendo incluso atravesar fronteras internacionales. Sin dudas los juegos en red se ubican en la tradición que inauguran los videojuegos, pero a diferencia de estos últimos, el jugador no compete contra la máquina sino que compete contra otros jugadores a través de una tecnología que posibilita asociarse o enfrentar a otros situados del otro lado del mundo.

En Argentina y otros países de América Latina, principalmente Perú, se ha desarrollado una importante oferta de servicios mediados por computadoras personales en locales de acceso público¹. Esa oferta permite que se produzca un efecto de expansión transversal de los usos de las tecnologías digitales, de modo que poco a poco adolescentes de diferentes sectores socioculturales toman contacto con Internet, las posibilidades del correo electrónico o el *chat*². Una de las vías más frecuentes de acceso a estas tecnologías ha sido la de los videojuegos y se continúa actualmente con el consumo de juegos en red. Según la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de la Argentina, en la actualidad unos 300 mil usuarios de juegos en red asisten a más de 20mil cafés de este país³.

A partir de alrededor del año 2001 comenzó a generarse y a expandirse aceleradamente esta tendencia que reúne a los jóvenes en este tipo de locales, en donde buscan entretenimiento en compañía de sus pares y desarrollan prácticas mediadas por tecnologías informáticas. En ese contexto el consumo de juegos en red se ha constituido en uno de los ejes vertebradores de esas prácticas y, por tanto, en un fenómeno que merece ser atendido desde el punto de vista de los estudios sobre consumos culturales y mediáticos.

Este artículo presenta algunos de los resultados obtenidos a partir de una investigación realizada en el área de Comunicación de la Universidad Nacional de General Sarmiento⁴, ubicada en la provincia de Buenos Aires, en Argentina; y a partir del trabajo de análisis que forma parte de la tesis doctoral denominada "Los videojuegos en red: Caracterización de sus usos y análisis de su relación con la producción de nuevas modalidades de sociabilidad"⁵.

Se trata del estudio de un caso: el Partido de San Miguel, en el Área Metropolitana de Buenos Aires. Entre sus objetivos cuenta aquel que busca caracterizar los usos de los juegos en red y los hábitos de consumo de este tipo de propuesta de entretenimiento. Con el propósito de producir esa caracterización se ha diseñado un abordaje que combina de manera complementaria la realización de una encuesta con la implementación de técnicas cualitativas (observación, entrevistas exploratorias y entrevistas en profundidad). El trabajo de campo se desarrolló durante 2004 (encuesta), 2005 y principios de 2006 (entrevistas)⁶. Los resultados que arroja el estudio cuantitativo han sido ratificados a través de las entrevistas en profundidad y de los resultados de otros estudios realizados por consultoras en el ámbito nacional argentino (al menos en relación con algunas de las variables exploradas), que operan como referencia contextual⁷. Al mismo tiempo, el trabajo que se produce a partir de las entrevistas cuenta con el estudio cuantitativo como marco de interpretación.

Las dimensiones analíticas en torno de las cuales se articula el proyecto y se diseñan los instrumentos de recolección y las estrategias de análisis se relacionan con el modo como se conciben tanto los usos cuanto los *hábitos de consumo* de los juegos en red.

En un trabajo anterior (Cabello, 2006) habíamos establecido que cuando se trata de tecnologías informáticas la noción de uso se torna más compleja que cuando se refiere a los medios masivos de comunicación ya que no solamente se juegan aspectos vinculados con contenidos sino que se agregan las múltiples posibilidades que se desprenden de la interactividad como rasgo diferencial de esas tecnologías.

Desde esa perspectiva y en un sentido amplio afirmamos en esa oportunidad que los usos de estas tecnologías implican una

praxis operativa (Renaud, A., 1990) a partir de la cual los usuarios pueden *efectivamente* reelaborar contenidos conforme a su experiencia cultural (esto es, incluso, más allá de su actividad simbólica). Pero pueden también realizar otro tipo de *operaciones* que viabilizan el establecimiento de relaciones de intercambio entre diferentes agentes y, con ellas, la actualización de diversos tipos de prácticas comunicativas. Así, desde el punto de vista de la *praxis operativa*, los usos de las tecnologías informáticas incluyen también todas aquellas operaciones que refuerzan el lugar de *mediación* de la tecnología respecto del establecimiento de vínculos sociales y de la producción colectiva de conocimiento. Esta perspectiva permite, en primer lugar, enfocar los usos no solamente en recepción sino también en producción. Y, en segundo lugar, entender a las TIC como dispositivo tecnológico-social que media positivamente prácticas de conectividad y de producción de conocimiento.

De modo que una vez que hubimos establecido esa definición, propusimos la conveniencia de considerar a los usos de las tecnologías informáticas en relación con diferentes aspectos vinculados no solamente con la selección, jerarquización y utilización de la información, sino también con la producción de sitios y páginas Web; la producción de prácticas de conectividad intra y a través de la red y la evaluación de los cambios que se producen tanto en Internet como en diferentes tipos de propuestas informáticas y sus consecuencias.

Si se adopta una línea similar, un análisis de los *usos de los juegos en red* implica considerar los aspectos que hacen a la selección y recepción de los contenidos de los juegos (en este caso enfocados a través de la identificación de juegos favoritos, juegos más jugados, géneros favoritos y motivaciones de esas preferencias) pero también aspectos vinculados con el establecimiento de relaciones a través del dispositivo de los juegos en red.

Sin embargo el abordaje que aquí se propone complementa esas dimensiones de análisis con aquellas otras que se relacionan con otro concepto que ha estado asociado al de *usos de los medios*: el de *consumo*. En 1990 Oscar Landi dirigía un estudio sobre *consumos culturales* y para enmarcar ese trabajo decía:

La noción de consumo cultural que utilizamos presenta cierta ambigüedad. Por una parte remite estrictamente a un momento del circuito de producción industrial de bienes culturales pero, por otra, es usada en un sentido algo más metafórico para describir ciertas prácticas de la gente. La especificidad del bien cultural supone un vínculo de coproducción de significado entre el autor y su público que no se agota en la reproducción física de este último ni aniquila necesariamente la obra en su conjunto. Es más, ciertas manifestaciones culturales perviven en el tiempo en un permanente proceso de recreación histórica y de nuevos tipos de usos y disfrutes de las mismas. El carácter abierto y reactuado de este proceso las sitúa completamente por fuera de la significación estrictamente económica de la palabra consumo, aunque efectivamente circulen dentro de un dispositivo industrial o comercial

Este modo de entender el *consumo* se ha tornado frecuente en planteamientos de autores latinoamericanos como N. García Canclini (1992) y M. Mata (1993), que asumen la noción y sus implicancias desde una perspectiva crítica. Así y todo es la misma concepción que orienta los denominados estudios de consumos culturales que tienden en general a identificar comportamientos y expectativas de los ciudadanos en lo que concierne a las actividades genéricamente denominadas “culturales”; y los estudios de consumo de medios que monitorean los hábitos y la actitud de la gente hacia los medios, lo cuales van cambiando con el tiempo.

Desde este punto de vista se ha incluido en el análisis de los usos de los juegos en red la caracterización de los hábitos de consumo, atendiendo especialmente a frecuencia de concurrencia al local; determinación de la distribución en el tiempo (tiempo libre, cantidad de tiempo dedicado, momentos privilegiados); selección de los ámbitos de juego; situaciones de consumo; consumos asociados, entre otros factores.

En los parágrafos siguientes presentamos observaciones producidas sobre algunos de los aspectos señalados. El interés consiste en describir algunas de las pautas que asume la tendencia de consumo de juegos en red en locales públicos ubicados en localidades y barrios que se encuentran en un área periurbana⁹, en el entendido de que la descripción de los usos y de los *hábitos de consumo* permite configurar una primera aproximación a la relación que los sujetos establecen con los juegos en red¹⁰.

Descripción de usos y hábitos de consumo de juegos en red en el Partido de San Miguel

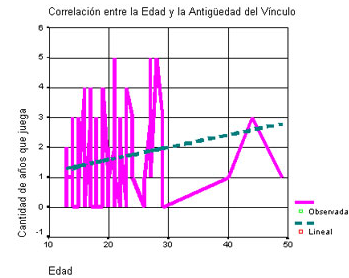
Antigüedad del vínculo, hábitos de concurrencia y usos más habituales

Como primera aproximación al análisis del vínculo que la población de usuarios de la zona, jugadores mayores de 12 años y ambos sexos, establece con la práctica habitual de jugar juegos en red en locales públicos, se estima que dicha práctica se hace frecuente desde aproximadamente 2002. Esta cifra da cuenta de la cantidad de años que transcurrieron desde el primer contacto

con la actividad en el local de video juegos en red; dato que debe ser leído como un promedio que alcanza a la totalidad de la población observada o *población objetivo* (independientemente del sexo, la edad u otra característica sociodemográfica que se considere relevante).

En el Gráfico I, se presenta la representación del modo en que se correlacionan la edad y la antigüedad del vínculo con los juegos en red. Se advierte, por ejemplo, cómo los datos *observados* en la población estudiada, se dispersan alrededor de los datos teóricos que muestra la línea de puntos – que representa la *distribución esperada* sobre la base de una hipótesis de perfecta correlación lineal entre las variables –.

GRÁFICO I

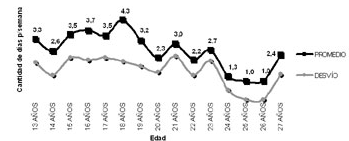


Lo que se observa es que no se produce una variación proporcional concomitante, o una variación que indique que a una determinada oscilación de la edad de los usuarios la antigüedad del vínculo crezca en la misma medida. En cambio, se advierte que para los jugadores actuales que tienen el límite inferior de la edad de la muestra (13 años), la edad media de inicio son los 12 años; lo que se podría conceptualizar como el punto de partida del ciclo de consumo. Los que actualmente tienen 14 años se iniciaron a los 13, los de 15 comenzaron a los 14 y sólo a partir de los 19 años se incrementan los valores de antigüedad, promediando los 2 años.

Por otra parte, aunque por lo general la conducta media de visita al local ronda las 3 veces por semana (o día por medio, incluyendo sábados y domingos), puede afirmarse que los usuarios más jóvenes – fundamentalmente la población adolescente, desde los 15 años hasta los 18 años, tal como se muestra en el Gráfico II –son quienes acostumbran a visitar el locutorio o cybercafé con mayor frecuencia o de manera más reiterada, superando en ciertos casos el régimen de concurrencia promedio. Este comportamiento no se repite en la población femenina de la zona.

Quiénes típicamente adscriben a la condición de visitantes habituales al local de video juegos en red son jóvenes/adolescentes y jóvenes/adultos de sexo masculino, el 60% de los cuales habitualmente juega otros juegos electrónicos, desde las consolas conectadas a un televisor hasta las computadoras personales, pasando por los portátiles. En cambio, las comparativamente pocas usuarias que se suelen encontrar en los locales y que mayoritariamente también suelen ser jugadoras de otros juegos electrónicos, además de los juegos en red, acreditan su condición de jugadoras con una antigüedad promedio de 1 año – o menor –, y por lo general visitan el establecimiento un máximo de 2 días por semana – que suelen ser sábados y domingos –.

GRÁFICO II



La permanencia en el salón varía según el sexo de los jugadores. Las jugadoras acostumbran a permanecer en el establecimiento aproximadamente 2 horas cuando concurren un día de semana (lunes a viernes), y se quedan media hora más los sábados y los domingos; los hombres, en cambio, permanecen unas 3 horas los días de semana y entre 3 horas y media y 4 horas los fines de semana.

Durante esos lapsos de permanencia en el locutorio o cybercafé, 9 de cada 10 usuarios ejecutan otras prácticas informáticas de conectividad, además del juego en red; actividades tales como las siguientes, y en este orden: 1) chatear (sobre todo las usuarias más jóvenes (hasta 19 años), 2) navegar por Internet (principalmente los usuarios varones), 3) correo electrónico y 4) jugar con la PC a juegos de Internet.

El examen cuantitativo de los hábitos de concurrencia y permanencia en el local permite prefigurar una suerte de patrón en el ciclo de consumo.

De los datos iniciales del estudio se infería que el inicio del vínculo con la actividad, para la población correspondiente al límite etéreo inferior, comenzaría alrededor de los 12 años. Para los usuarios que se inician a esa edad, el ciclo se extendería hasta los 18 años (madurez), etapa en la que se alcanza un considerable punto de inflexión, y la curva de intensidad de uso se haría asintótica. Durante el transcurso de esa evolución, existen grandes probabilidades de que paulatinamente aumenten tanto las ocasiones de concurrencia como el tiempo de permanencia en el salón.

El Gráfico III permite obtener una estimación del tiempo real que los usuarios de diferentes edades dedican a la actividad durante una semana típica. Analizada en términos de cantidad de horas semanales, la dedicación de los jugadores más jóvenes rondaría una media aritmética de 24 horas.

El comportamiento de los usuarios puede especificarse aún más cuando se introducen en el análisis otras variables estructurales. En términos de dedicación semanal, las mujeres invierten en la actividad sólo dos tercios del tiempo que dedican los varones; en cambio, el tiempo de dedicación semanal no varía entre quienes poseen PC en sus casas y quines no, ni tampoco se advierten diferencias significativas según el nivel de escolaridad alcanzado por los padres, variable que es dable considerar como indicador de status.

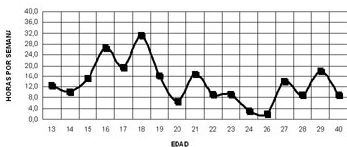
Los datos revelan que existe una correlación baja entre la distancia media desde el lugar de residencia hasta el local, y la intensidad de consumo. La intensidad de consumo no entraría en una relación directa con la proximidad domiciliaria de los jugadores, aunque sí con su *condición de actividad*.

La distancia desde el domicilio al local es un factor que sólo afecta los hábitos de aquellos jugadores que trabajan durante el día e igualmente concurren con frecuencia al local de juegos en red, pero permanecen en el mismo durante lapsos bastante más cortos. En términos de disposición y administración de los espacios dedicados al entretenimiento durante el tiempo libre, hay un dato que resulta paradójico: la intensidad de la práctica – medida en cantidad de horas semanales – dentro del grupo de jugadores que trabajan, supera en 40% el tiempo que invierten en jugar video juegos en red quienes no trabajan.

En materia de preferencias sobre tipos específicos de juegos en red, no se advierten diferencias de considerable significación entre los usuarios y las usuarias de los distintos tramos etéreos: mayoritariamente prefieren el Counter Strike. Sin embargo, entre quienes tienen otros juegos como su alternativa favorita, los varones suelen optar por los juegos bélicos o de lucha y las mujeres por los juegos de competencia deportiva. Ahora bien, en lo que concierne a la elección concreta que se ejecuta en el salón recreativo, el Counter Strike es el juego que más frecuentemente juegan el 54% de los varones y el 40% de las mujeres.

En relación con la intensidad del hábito de jugar juegos en red en locutorios o cybercafés, pueden identificarse tres grupos poblacionales claramente diferenciados (ver Gráfico IV) a partir del conjunto de variables que objetivan los comportamientos habituales de uso: los "usuarios altos" o más intensos, que acostumbran a acercarse todos los días al local y a permanecer varias horas en el mismo (conforman el 25% de la población total de usuarios de locales de la zona); los jugadores que suelen concurrir casi todos los días pero permanecen sólo un rato – 1 hora promedio – y representan el 22% de la población: "usuarios medios"; los que concurren sólo algunas veces durante la semana y permanecen poco tiempo, a quienes denominamos "usuarios bajos" y constituyen el 53% de la población.

GRÁFICO III



El promedio de edad de los "usuarios altos" ronda los 16 años; 18 años los "usuarios medios" y 19 años los "usuarios bajos"; mientras que las diferencias que entre unos y otros existen de acuerdo al sexo no constituyen variaciones significativas. Sí, en cambio, es marcada la influencia del factor "posesión de PC en el hogar", ya que pocos son los usuarios intensos, "altos" o "medios", que no tienen una computadora en sus casas.

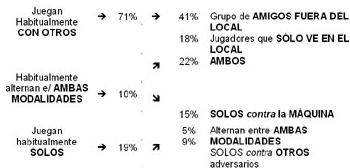
Modalidades de juego y formas de sociabilidad
9 de cada 10 usuarios suele adoptar en el salón la modalidad de jugar a través de una *red local o interna*, pero en la medida que desciende la edad de los jugadores se fortalece la conducta de jugar por Internet, fundamentalmente entre los usuarios varones.

Tal como se aprecia en el Cuadro I, el 71% de los jugadores juega habitualmente con otros; los jugadores que suelen jugar

solos constituyen un 19% de la población y el 10% restante normalmente alterna entre ambas modalidades de juego.

En el segmento femenino crece, en cambio, la proporción de jugadoras que acostumbran a jugar solas: son un 30%. En este contexto, el hábito de jugar – por lo general conectado a una red – bajo el modo tradicional de competencia individual (solo) *contra la máquina*, aunque es poco significativo en la población total de jugadores de la zona, tiende a profundizarse en el segmento más joven (13 a 16 años), y se convierte en la conducta lúdica más típica que, dentro del local, articulan las usuarias que juegan individualmente.

CUADRO I



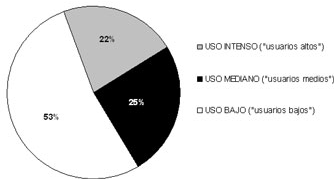
La conducta más usual es concurrir al locutorio o cybercafé acompañado por personas que integran el grupo de amigos fuera del establecimiento. Pocos usuarios están habituados a interactuar con jugadores que son contactados exclusivamente en el establecimiento; incluso, alrededor de la mitad de aquellos que habitualmente juegan individualmente, es decir, no juegan con otros, suelen, en cambio, jugar contra otros adversarios, que normalmente también pertenecen al grupo de amistades más allá del local.

Otro dato que se subraya es que la mayoría de los usuarios reconoce que por lo menos hay una persona integrante de su grupo de amistades con las que realiza actividades en la actualidad – fundamentalmente hacer deportes y salir a bailar en el caso de los varones, e ir al cine, a bailar o a fiestas, en el caso de las mujeres –, fue conocida a partir de jugar juegos en red en locales públicos.

Competencias Tecnológicas consideradas necesarias para la práctica

En relación con el modo en que los jugadores tienden a significar su relación con los juegos en red, se advierten tres grandes vías de argumentación sobre el significado de *ser hábil*.

GRÁFICO IV



Por un lado, madura la concepción de que la habilidad no se estructura a partir de un conocimiento *a priori* sino que las competencias adquiridas en materia de video juegos son una consecuencia –*ex post*– de la práctica intensa. Esta perspectiva está arraigada en el 34% de la población y se profundiza en el segmento masculino.

Por otro lado, otra concepción de la habilidad necesaria para la práctica de jugar a video juegos en red, tiende a otorgarle importancia a las facultades motrices de los jugadores: puntería, agilidad, habilidad con las manos y reflejos. Tal como se observa en el Gráfico V, este posicionamiento alcanza a un 33% de la población y se reforzaría entre las usuarias más jóvenes.

GRÁFICO V



Finalmente, existe otro grupo de usuarios, fundamentalmente conformado por los jugadores varones más antiguos – o mayores de 18 años –, cuyos integrantes consideran que el factor capacidad de concentración/inteligencia sería la condición inicial, el punto de partida, para la apropiación del dispositivo. La magnitud de este segmento llega también al 33% de la población observada.

Conclusiones preliminares

Si bien los aspectos presentados en este artículo corresponden solamente a algunas de las dimensiones indagadas en los estudios referidos, es posible establecer a partir de los mismos

una descripción del usuario típico de video juegos en red en locutorios y cybercafés del Partido de San Miguel. Se trata de "jóvenes/adolescentes y jóvenes/adultos de sexo masculino, que habitualmente juegan a otros juegos electrónicos y cuyo vínculo con la actividad se establece con mayor fuerza entre los 12 años y los 18 años, período durante el cual aumentan las ocasiones de concurrencia y el tiempo de permanencia en el salón". Esta descripción puede ser considerada como parámetro para establecer comparaciones con otros ámbitos, también periurbanos o típicamente urbanos, y realizar de ese modo análisis de tendencias.

Según las declaraciones de los entrevistados y a pesar de las imágenes más instaladas socialmente (las cuales, por otra parte pueden influir en esas declaraciones), la mitad de los jugadores se clasificaría dentro del segmento que denominamos "usuarios bajos" (53%). Se trata de jugadores que concurren a los locales sólo algunas veces durante la semana y permanecen en ellos poco tiempo. Su promedio de edad es de 19 años. La otra mitad se distribuye de manera bastante pareja entre los que llamamos "usuarios altos" (25%), que acostumbra a acercarse todos los días al local y a permanecer varias horas en el mismo, y los "usuarios medios" (22%), que son los jugadores que suelen concurrir casi todos los días pero permanecen sólo 1 hora promedio. El promedio de edad de los "usuarios altos" ronda los 16 años y 18 años el de los "usuarios medios" .

Existe una línea de análisis que se ha dedicado al problema de los videojuegos (y más recientemente y de manera incipiente, a los juegos en red), que enfoca desde una perspectiva de género tanto los contenidos de esos juegos como las prácticas con las que se asocian. En general se afirma que los videojuegos pertenecen a un universo masculino, al cual reafirman y reproducen permanentemente. Se trata de juegos diseñados por hombres y para hombres según sus propios intereses y que, por consiguiente, ponen a disposición imágenes sobre los sexos y los roles correspondientes a ese particular punto de vista. En lo que respecta a la práctica de juegos en red, el predominio masculino en este tipo de locales de acceso público se verifica no exclusivamente en relación con la proporción en que cada sexo se hace presente en esos lugares sino también en el tiempo que se dedica a la permanencia y la práctica de juegos en red. Las jugadoras acostumbra a permanecer en el establecimiento aproximadamente 2 horas cuando concurren un día de semana (lunes a viernes), y se quedan media hora más los sábados y los domingos; los hombres, en cambio, permanecen unas 3 horas los días de semana y entre 3 horas y media y 4 horas los fines de semana.

Es interesante destacar que si bien la práctica de juegos en red es convocante y se convierte en actividad principal no solamente por su carácter de entretenimiento sino por su carácter social, durante la permanencia en el salón recreativo la gran mayoría de los usuarios ejecutan otras prácticas informáticas de conectividad: chatear (sobre todo las usuarias más jóvenes), navegar por Internet (principalmente los usuarios varones), el correo electrónico y jugar con la PC a juegos de Internet.

Pero en lo que respecta a los juegos en red y, en particular, a las preferencias sobre estos juegos, está claro que las mismas están condicionadas, entre otros factores, por las ofertas disponibles. En ese sentido es posible que los cortes transversales no permitan apreciar la evolución que se produce en una oferta tan dinámica y cambiante como la de los productos de la tecnología digital en general y de los juegos en red en particular. Sin embargo a lo largo de los casi tres años en que estamos desarrollando este estudio el Counter Strike ha sido el juego que se ha mantenido en el primer lugar indiscutido de preferencias en esta zona en particular; y, entre quienes tienen otros juegos como su alternativa favorita, los varones suelen optar por los juegos bélicos o de lucha y las mujeres por los juegos de competencia deportiva.

Otro factor que condiciona las preferencias (y que explica la opción por el Counter Strike) es la posibilidad de jugar con otros. Eligen el Counter, entre otras cosas, porque es el más elegido y eso permite sumarse al juego con otros, tener compañeros y adversarios. A diferencia del combate a solas contra la máquina que propone el videojuego, el juego en red estimula un comportamiento más gregario y es elegido por quienes prefieren estar con otros. De hecho hemos constatado que el 71% de los jugadores juega habitualmente con otros y la conducta más usual es concurrir al locutorio o cybercafé acompañado por personas que integran el grupo de amigos fuera del establecimiento. Además, la mayoría de los usuarios reconoce que por lo menos hay una persona integrante de su grupo de amistades del local con las que realiza otras actividades, fuera del local. Esta constatación resulta concordante con otra que se está realizando actualmente en los centros urbanos como la ciudad de Buenos Aires, en donde se está desarrollando el fenómeno de las "quedadas" a partir del cual las personas que comparten juegos en red desde diferentes locales combinan, acuerdan, "quedan" en encontrarse fuera del local para realizar otro tipo de actividades como almorzar o ir a fiestas.

Finalmente abordamos también aquí otro tema que nos interesa especialmente y que hemos estado indagando a partir de trabajos anteriores: el de las *competencias tecnológicas* (Cabello y Moyano, 2005 y 2006). En este caso nos preocupó explorar cuáles son las vías de argumentación sobre el significado de *ser hábil* cuando esa habilidad se relaciona con la práctica de los juegos en red y se mide en función de los resultados obtenidos

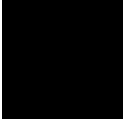
en el juego. En ese sentido constatamos que, al igual que suceden ente otros públicos con los cuales hemos trabajado (como el de los maestros, por ejemplo) y en relación con otros usos de las tecnologías informáticas, se desarrolla la concepción de que la habilidad se estructura a partir de la práctica intensa. Por otra parte un tercio de los jugadores sostiene la idea de que jugar a video juegos en red implica poner en juego facultades tales como puntería, agilidad, habilidad con las manos y reflejos; mientras que otro tercio asume la perspectiva que pondera que el factor capacidad de *concentración/inteligencia* sería la condición inicial, el punto de partida, para la apropiación del dispositivo. Al igual que los aspectos descriptos en párrafos anteriores, se trata de temas que seguiremos analizando en el marco de estas investigaciones y de otras que están ya diseñadas para iniciar el año próximo.

Notas:

- ¹ En este estudio se han considerado tres tipos de locales, que son los que aparecen con más frecuencia en la zona en estudio y aparecen en los registros del Municipio. Por un lado están los denominados "locutorios": se trata de locales que ofrecen principalmente servicios de telefonía (cabinas telefónicas para llamadas locales, nacionales e internacionales) y poco a poco fueron incorporando computadoras para acceso a Internet y otros usos. Otros locales son los denominados "cibercafé" o "cybercafé", que se proponen como bares temáticos en donde se puede acceder a computadoras para distintos usos y, finalmente, están los locales que se reconocen por la oferta de "juegos en red", en donde se dispone una gran cantidad de computadoras que se destinan principalmente a esos juegos, aunque puede hacerse también una variedad de usos.
- ² *Chatear* es un anglicismo (de to chat, charlar, conversar) usado entre hispanohablantes en Internet, refiriéndose a conversaciones bien sea utilizando un cliente de IRC, o bien sea usando programa de mensajería instantánea.
- ³ Diario Clarín, 12.09.06, pp.28.
- ⁴ "Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en el ámbito del entretenimiento.: Los usos de los juegos en red", dirección: Roxana Cabello
- ⁵ Tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social, producida por Roxana Cabello con dirección del Dr. Federico Rey Lennon, USAU, Argentina.
- ⁶ De conformidad con la estrategia cuantitativa de elaboración, registro y tratamiento de los datos, se realizaron 143 entrevistas coincidentales, con usuarios de ambos sexos de video juegos en red de los locales públicos del Partido de San Miguel. Este diseño metodológico supone un corte transversal en la definición del universo que, entre otras variables, circunscribe la medición a la población de jugadores al segmento de los mayores de 12 años y más edad. Ello configura una opción que, desde el punto de vista de la inferencia, hace que la validez y la confianza de los resultados recaiga sobre el segmento considerado primordial en relación con el problema de investigación –circunstancia que demanda la elaboración de instrumentos específicos–; a la vez que reconoce la homogeneidad intrínseca y la heterogeneidad extrínseca de los grupos poblacionales delimitados por el corte (menores de 13 y mayores de 12). El diseño de muestreo fue probabilístico/polietápico –estratificado por conglomerados y sistemático–. Comportó, por un lado, la selección de una muestra aleatoria de los locales públicos del Partido de San Miguel en los que se explota el servicio –locutorios y cybercafé–, destinada a obtener una participación conveniente de los grupos poblacionales con aptitud de segmentar la información; y, por otro lado, el muestreo coincidental de los usuarios que debieron responder a la encuesta. El tamaño muestral permitió satisfacer el requisito de una cantidad mínima en el interior de cada uno de los estratos, a partir del correspondiente ajuste por cuotas de edad y, fundamentalmente, sexo: habida cuenta de la necesidad de controlar el factor índice de masculinidad de la población de usuarios habituales de juegos en red de la zona. Se realizó además un total de 30 entrevistas cualitativas. Los entrevistados se seleccionaron en función de los resultados del estudio cuantitativo.
- ⁷ Véase el estudio de Prince & Cooke de diciembre de 2005 y el estudio Sistema Nacional de Consumos Culturales encargado por la Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación.
- ⁸ Landi, O. et. Al. (1990), Públicos y consumos culturales de Buenos Aires, Buenos Aires, CEDES, pp. 4.
- ⁹ Explica A. Barsky (2005) que el periurbano supone un complejo territorial que expresa una situación de interfase entre dos tipos geográficos aparentemente bien diferenciados: el campo y la ciudad. Con el paso del tiempo, el periurbano "se extiende", "se recalifica", "se corre de lugar". Según el autor, "se trata de un territorio en consolidación, bastante inestable en cuanto a la constitución de redes sociales, de una gran heterogeneidad en los usos del suelo. Aclara que ha recibido diversas denominaciones: la periferia urbana, el run-urbano, la "ciudad difusa", la frontera campo-ciudad, la "ciudad dispersa", territorios de borde, borde urbano/periurbano, el contorno de la ciudad, extrarradio, exurbia, etc. Barsky concluye diciendo que el periurbano es un espacio que se define por la indefinición: no es campo, ni es ciudad.
- ¹⁰ Se asume aquí que describir supone ordenar, clasificar, jerarquizar, es decir, imponer una disciplina al texto. (Hamon, P.:1991) Pero supone también una dimensión interpretativa ineludible que atañe al significado construido en esos discursos y, dado que las orientaciones cualitativas enfatizan la dependencia contextual del significado, se considera el desarrollo global de la entrevista y la propia situación de entrevista como elementos contextuales inmediatos de las posiciones que se manifiestan respecto del problema puntual de los usos y hábitos de consumo de los juegos en red.

Referencias:

- Barsky, Andrés, 2005: "El Periurbano Productivo, un espacio en constante transformación/Introducción al Estado del Debate, con referencias al caso de Buenos Aires", en *Scripta Nova*, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, vol. IX, núm. 194 (36), 1 de agosto de 2005, disponible en (<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-36.htm>), consultada el 9 de marzo de 2006.
- Bettetini, Gianfranco y Colombo, Fausto, 1995: *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.
- Cabello, Roxana (coord.), 2006a: "Yo con la computadora no tengo nada que ver. ¿/ Un estudio sobre la relación entre los docentes y las tecnologías informáticas, Buenos Aires, UNGS y Prometeo.
- 2004: "Videojuegos y Juegos en Red. Notas para explorar la continuidad", en *Revista Comunicación y Pedagogía*, Barcelona, Nro.199, pp.59-64.
- 2002: "Cultura De Fichin. Sobre Consumo De Videojuegos En Locales Públicos", en Filc, J. (comp), *Territorios, itinerarios, fronteras. La cuestión cultural en la región metropolitana de Buenos Aires*, San Miguel, UNGS y Ed. Al Margen.
- y Moyano, Renzo, 2006b: "TIC y Educación: la cuestión de las competencias tecnológicas de los docentes de EGB", en AAVV (Borello, J., Robert, V. y Yoguei, G. comps), *La informática en Argentina*, Buenos Aires, UNGS y Prometeo, pp. 263-276.
- y Moyano, Renzo, 2005: "TIC y educación: Competencias Tecnológicas y capacitación para la apropiación de las tecnologías", en *Razón y Palabra*, Revista Electrónica Especializada en Comunicación, TEC de Monterrey, México, disponible en (<http://www.razonypalabra.org.mx>).
- García Candelini, Néstor, 1992: "Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores", en *Dialógos de la comunicación*, Nº 32, Lima.
- Hamon, Philippe, 1991: *Introducción al análisis de lo descriptivo*, Buenos Aires, Edicial.
- Landi, Oscar et. Al., 1990: *Públicos y consumos culturales de Buenos Aires*, Buenos Aires, CEDES.
- Levis, Diego, 2002: "Videojuegos: cambios y permanencias", en *Revista Comunicación y Pedagogía*, Nro.184, Barcelona.
- Mata, Ma. Cristina, 1993: "El consumo desde una perspectiva crítica", en *Revista Comunicación*, Est. Venezolanos de Comunicación, 1er. cuatrimestro.
- Renaud, Alain, 1990: "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginario", en A.A.V.V. *Videoculturas de Fin de Siglo*, Madrid, Cátedra.



Lic. Roxana Cabello
Investigadora-docente de la Universidad Nacional de General Sarmiento,
Argentina.

Lic. Renzo Moyano
Investigador-docente de la Universidad Nacional de General Sarmiento,
Argentina.