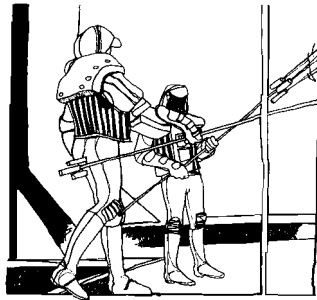


julio -septiembre/87 N° 23

El Comité Editorial Ejecutivo de Chasqui invitó a los profesores Antonio de Jesús da Moura (Brasil), Mario Razetto (Perú), Carlos Cortés (Colombia), Adolfo Herrera (Venezuela), Raúl Fuentes (México), Mario Zeledón (Costa Rica), Federico Iglesias (Puerto Rico), Valerio Fuenzalida (Santiago de Chile), Jaime Reyes (Bolivia), Onofre de la Rosa (República Dominicana), Jorge Valdés (Holanda), Adolfo Negrotto (Argentina), a integrar el cuerpo de corresponsales de la revista en sus respectivos países. Para coordinar estas actividades de corresponsalía y ponerse de acuerdo en cuestiones de estilo y forma, Chasqui, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert, ha organizado en Quito un seminario durante la primera semana de noviembre de 1987. Lo dirigirá el doctor Antonio Rodríguez, argentino. Agradecemos a nuestros nuevos corresponsales y les damos la bienvenida.

Intercom, Revista Brasileña de Comunicación, cumple diez años en este otoño de 1987. La revista que circuló inicialmente como periódico bimestral con el título de Boletín Intercom es hoy una de las pocas publicaciones brasileñas en el campo de la comunicación y de la cultura. Su mérito está en su originalidad en el área de las investigaciones. Vaya nuestra felicitación a la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, editora de Intercom y vayan nuestros deseos de que la revista se consolide definitivamente. Los índices de Chasqui 1981-1986 (materias, onomástico y toponímico) están en circulación. Solicítelos a Chasqui.

Simón Espinosa



16 Auge y caída de los videojuegos

Carlos Eduardo Colina

Las tecnologías digitales cambian aceleradamente. Cada cambio impacta en el entorno de la sociedad y la cultura. ¿Cómo adaptarse a estos retos cotidianos? ¿Cómo controlarlos?

54 Avances psicológicos de la publicidad

Rafael Arias / William Meyers

Madison Avenue dio un salto gigantesco cuando investigó sicosocialmente la cultura consumista de los Estados Unidos. Un resumen de los más notables resultados.

AVANCES
SICOLOGICOS
DE LA
PUBLICIDAD



Radio boletín informativo para niños



34 Radioboletín informativo para niños

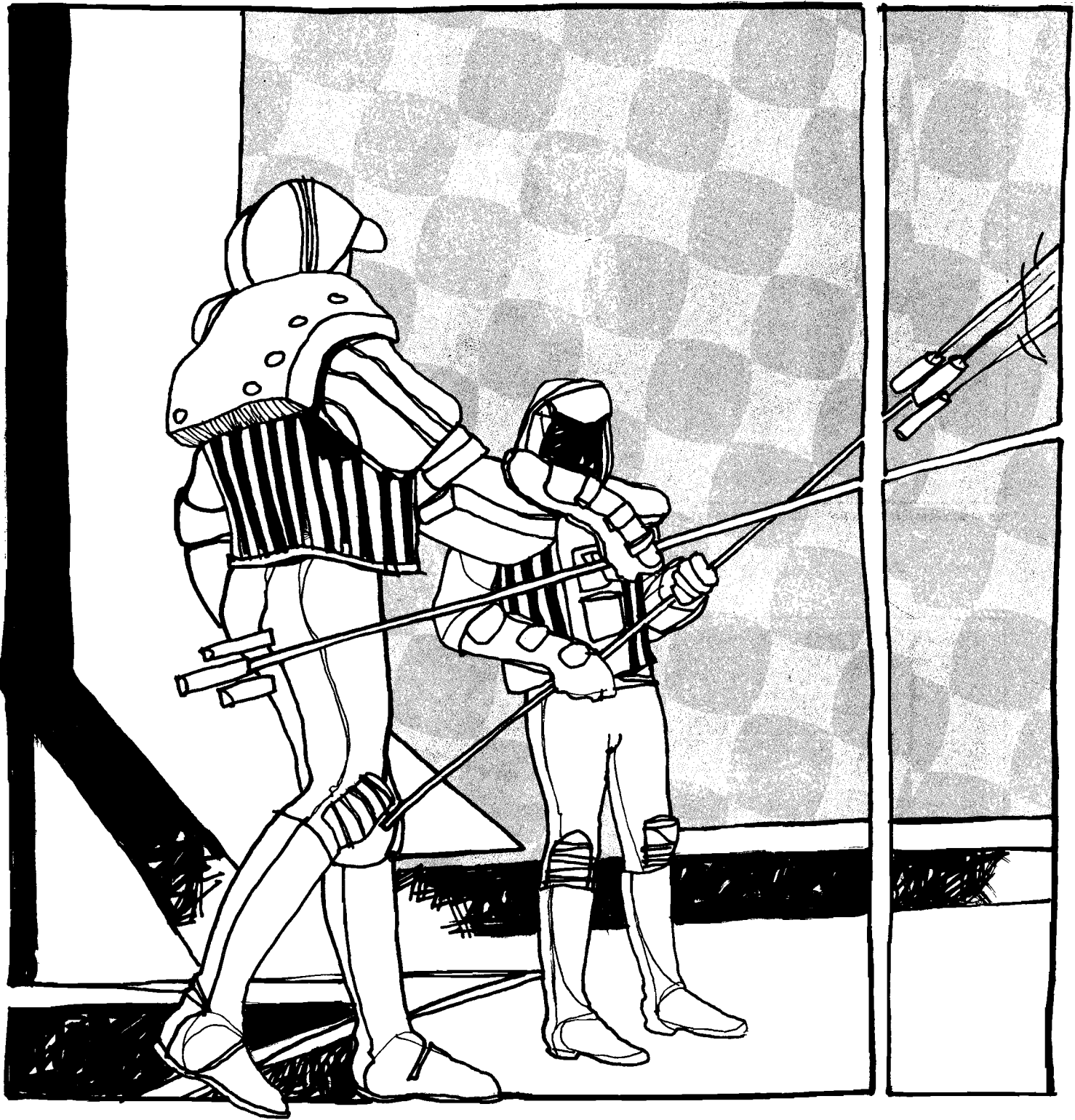
Jorge Valdés

¿Qué se requiere de un speaker y comunicador para niños? Un análisis del decálogo del comunicador infantil. Los niños valen y sobre todo exigen.

Noticias	2	
Lenguaje publicitario, una poética del consumo	6	<i>Eulalio Ferrer</i>
Entrevista a José Hoing	12	
La declaración del NOIIC	24	<i>Howard Frederick</i>
Machismo en los medios	29	<i>Rosa María Alfaro</i>
Diseño gráfico e industrial de América Latina	32	
Abya Yala: una editorial para los indios	39	<i>José F. Juncosa</i>
UNESCO: Protección de las expresiones folclóricas	45	
Brasil: un arte popular mal comunicado	48	<i>Dilma de Melo Silva</i>
Reseñas	61	
Nuevas tecnologías	63	

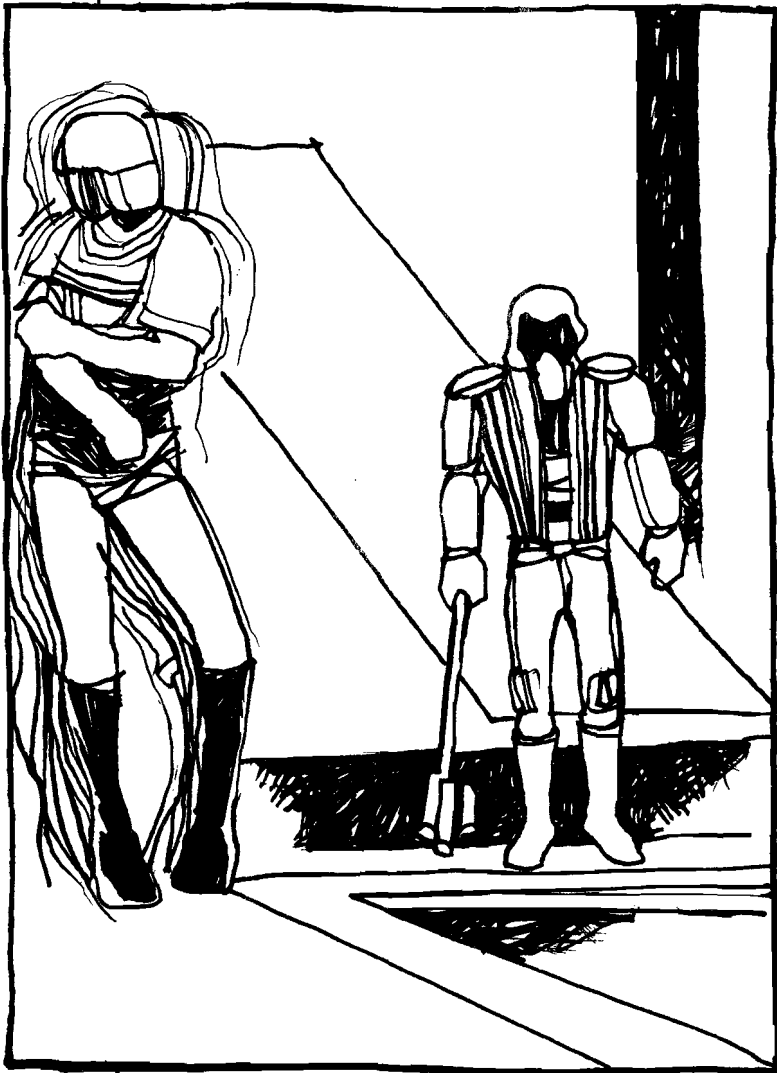
DIRECTOR: Luis E. Proaño. EDITOR: Simón Espinosa. DIRECTOR DE PUBLICACIONES: Jorge Mantilla Jarrín. CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL: Luis Ramiro Beltrán (Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Antonio Rodríguez (Argentina); Gian Calvi (Brasil); Daniel Prieto Castillo (Argentina). COMITE EDITORIAL EJECUTIVO: Asdrúbal de la Torre,

Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria de Vela, Andrés León. ASISTENTES DE EDICION: Wilman Sánchez y Martha Rodríguez. DISEÑO: Marcelo Chamorro. Portada: Jaime Pozo. Impreso en Editora Voluntad. CHASQUI es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert y del Banco Central del Ecuador. Quito, Apdo. 584 Telf.: 540-881



DEFECTOS Y VIRTUDES DE LOS VIDEOJUEGOS

Carlos Eduardo Colina



*Inventarán maquinarias
todavía más maravillosas.
Sus pulidos oficios brillarán
bajo el sol
aún más que los celos del Moro.
Ningún astro ha de ser lejanísimo.
Pero nunca llegarán al crepúsculo.*
Juan Gonzalo Rose

El perfeccionamiento de los sistemas de videocasetes domésticos y profesionales, la complicación real de los modernos departamentos de postproducción en video-tape, los videoteléfonos, videoconferencias, videotextos, videodiscos, videoclips, **videojuegos**, son los principales desarrollos tecnológicos que reflejan la imbricación del video con la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones. En algunos casos, el entrecruzamiento tecnológico está acompañado con la integración de diversas industrias culturales, lo que conlleva a una suerte de sinergia comunicacional.

Las nuevas tecnologías de la comunicación e información nos plantean nuevos retos y el estar

alertas contra los viejos resabios de la investigación social. El fantasma del positivismo no debe alejarnos de los necesarios controles metodológicos y epistemológicos. Existe una clara disyuntiva: producir ideas que solo difieran en contenido de los planteamientos apologeticos de las obras de divulgación tecnológica, o elaborar estudios sistemáticos que nos separen realmente de esa perspectiva profética y especulativa del devenir humano. No basta contraponer mitologías apocalípticas a las interpretaciones que recubren el orden sociotécnico. En todo caso, habría que ubicar el lugar de la reflexión.

Las tecnologías digitales forman parte de un sector sometido a un proceso de cambio constante y acelerado. La sucesión de generaciones, marcas y modelos de computadores y demás adminículos, producen la perentoria necesidad de una actualización permanente en la práctica investigativa. Seguramente, los efectos socioculturales de los diferentes artilugios no son ni serán idénticos.

LA INFORMATIZACION DE LA ACTIVIDAD LUDICA

En los Estados Unidos, como resultado del empuje de la microelectrónica, con sus chips o circuitos integrados, surgen los videojuegos. En el año de 1976, la Warner Communications¹ compra la firma **Atari** al ingeniero norteamericano que "inventó" los telejuegos, Nolan Bushnell (1971). La compañía **Atari** se transformará en la transnacional número uno del videogame. Poco tiempo después de la aparición del modelo que distribuye inicialmente: "Atari, Video Computer System", Mattel Electronics de Hawthorne, California, sacará su equivalente, el "Intellivision". Otras industrias se dedicarán también a producir variantes del exitoso artefacto.

El fructífero negocio de los videojuegos ha operado sobre dos flancos: la venta de los aparatos monederos dirigidos a los salones de juegos y la comercialización de los equipos domésticos destinados a ser utilizados en la pantalla del televisor privado. En las transacciones comerciales, tanto fabricantes como distribuidores se han beneficiado con ingentes ganancias. Mientras tanto, debido a la difusión mundial de estos artefactos, jóvenes y especialmente niños de distintas culturas se ven influidos en una actividad que ocupa gran parte de su tiempo y que es indudablemente importante para sus desarrollos personales.

El juego se realiza con figuras, objetos, en suma, con juguetes que tienen el papel de inspiradores, de accesorios, o que son, simplemente, productos de la propia actividad lúdica. Ellos están sometidos a las influencias del medio socioeconómico, lo cual explica sus mutaciones. El juguete es significativo de una época y supone un modo de vida. La bagatela electrónica o computarizada no es una excepción.

La revolución científico-técnica nos invadió con juguetes automáticos, con lo que se comenzó a plantear el problema de la creatividad y la participación en este tipo de actividad humana. En las sociedades modernas el juguete tecno-industrial se ha convertido en el compañero inseparable del juego. El juguete elaborado por el propio individuo o el producido por el artesano, son modalidades que coexisten con el juguete industrial, pero tienden a ocupar un lugar secundario.

En repetidas oportunidades, el juego ha sido definido como una ocupación que no tiene otra finalidad que ella misma, carente de objetivo económico, es decir, ha sido conceptualizada como una actividad autónoma². Empero, esta definición no abarca todas sus categorías. Además, la sociedad tecnológica heterodetermina en gran medida la actividad lúdica. La publicidad de los mass media y la moda impuesta por ella, son elementos contribuyentes de ese proceso. El juguete promovido es el producido en ese momento por el sistema sociotécnico.

No obstante, la integración social del juego no ha sido completa, por lo que continúan existiendo categorías y espacios claramente autónomos. **Ahora bien, la informática viene a catalizar los ímpetus de infiltración y heterodeterminación de la tecnología moderna en la esfera lúdica**, reduciendo aún más esos escasos espacios de indeterminación, autonomía y libertad, presentes en el mundo lúdico.

En los países industriales avanzados, el desarrollo de la tecnología microelectrónica va aparejado con la proliferación de nuevos artilugios electrónicos, tecnologías comunicacionales, informacionales e informáticas. Se ha producido un proceso de maquinización e informatización de las actividades del tiempo de ocio.

En una sociedad caracterizada por la subordinación de todas las actividades a la economía (pneconomismo), la industrialización, por medio de programas informáticos consumibles a domicilio, tiene por racionalidad la rentabilización capitalista de las actividades aún abandonadas a la fantasía individual. "Esta socialización informática de la esfera de las actividades autónomas... sometería a las actividades constitutivas de esta esfera a los criterios productivistas de rendimiento, celeridad y conformidad con la norma (Gorz, *Adiós al*, p. 90). Es así como la comercialización y la programación se extenderían a los últimos restos de la vida autogestionada y autodeterminada.

Pero, dentro del proceso de informatización de diversas actividades, ¿qué significación tendrían los videojuegos?:

El sistema sociotécnico requiere partícipes humanos precisos, intensivos, en suma, productivos. El videojuego tiende a estimular esas características, si no como habilidades adquiridas, al menos como parámetros de conducta. En el juego se procura un conocimiento exacto de su gra-

do de dificultad, de su duración en minutos y segundos, de los aciertos y fallos (que tienen que ver con el tiempo empleado), contabilizándose estos últimos con puntajes diferenciales según el juego practicado y el tipo de dificultad enfrentada.

El videogame estimula los reflejos del videojugador, su rapidez, acoplándolo de esa forma al modo de vida de la sociedad tecnológica.³

Cabe anotar que las tendencias explicitadas anteriormente, sobre todo atraviesan las sociedades de alto desarrollo industrial y tecnológico, pero tienen también un influjo creciente en los países subdesarrollados preponderantemente o exclusivamente importadores de tecnologías foráneas.

LOS VIDEOJUEGOS DE USO DOMESTICO

La transferencia e importación de tecnología a Venezuela ha permitido que, de toda la nueva panoplia de comunicaciones, estén presentes en el mercado local los últimos adelantos en el video, el sonido estéreo y digital, la alta fidelidad, la microcomputación, los minicomponentes, y que se hayan adelantado significativos procesos de informatización en el sector servicios, particularmente en la banca.

La economía petrolera y la favorable coyuntura de los primeros años de la década de los setenta dada por el alza de los precios de los hidrocarburos, permitieron la configuración de sectores socioeconómicos medios con un poder adquisitivo elevado y una actitud consumista. En primer lugar, algunos venezolanos en su viaje de regreso de los Estados Unidos traerán los novedosos juegos. Luego, serán compañías distribuidoras las encargadas de colocarlos en el mercado nativo. Durante los años 1982, 1983, Atari de Venezuela C.A. (Atari, Video Computer System), Agencia Panamericana C.A. (Intellivision), Industrias Venezolanas Philips S.A. (Dyssey) y Video Futuro C.A. (Intelligentgame), serán las principales empresas del ramo. Según las informaciones suministradas por los representantes de las distribuidoras mencionadas, **los juegos de video eran, para el segundo semestre del año 1982, más populares en Venezuela que en cualquier otro país de América Latina e inclusive del Tercer Mundo.** Para fines de 1982, las estimaciones comerciales hablaban de 138.000 equipos distribuidos por las empresas especializadas. Atari de Venezuela C.A. era la compañía que tenía controlado el 70 por ciento, aproximadamente, del mercado⁴.

Los telejuegos de uso doméstico adquirieron un auge inusitado. El bajo costo de los equipos fue un factor que influyó en su amplia difusión. Por ejemplo, los aparatos "Atari, V.C.S." tenían en el mes de agosto de 1982 un precio promedio de venta al público de 858 bolívares, (1 dólar: 4.30 bolívares). El precio actual de los equipos se ubica en 1534 bolívares como promedio, es decir, casi duplica el monto de hace cinco años.

Durante los años del boom de los videojuegos de uso doméstico (1981, 1982), un considerable número de escolares caraqueños tuvo acceso a estos artefactos. Ello produjo una serie de consecuencias so-

bre la práctica lúdica de esos niños, a las cuales intentó aproximarse mi tesis de grado. Una sinopsis de sus conclusiones se presenta en el siguiente recuadro:

EL USO DEL VIDEO JUEGO POR EL ESCOLAR CARAQUEÑO

1983

CONCLUSIONES GENERALES

a.— El "videogame" ofrece la posibilidad técnica de jugar de dos formas: a.1.) Individualmente, en un enfrentamiento solitario con las dificultades presentadas por el programa, y a.2.) En una competencia en donde las habilidades y agilidades de los videojugadores se enfrentan de tú a tú. Se establece una comunicación interpersonal diádica mediatizada por el aparato y las instrucciones grabadas en el programa de juego.

b.— En cierto sentido, el videojuego es un artificio rígido para el cual no tiene cabida ni factibilidad técnica el denominado "otro uso". De hecho, impone una serie de condicionamientos sobre el juego. El paquete preestablece las reglas de los juegos a desarrollarse. Al imposibilitar así la discusión o intercambio colectivo sobre la manera y oportunidad de aplicar cierta norma (léase regla de juego), se está obstruyendo a su vez la manifestación de la subjetividad y creatividad de los videojugadores. La participación en el juego se ve menoscabada mediante el uso de un medio autoritario.

Al impedir el juego en equipos y producirse el exclusivo enfrentamiento de destrezas individuales: la habilidad de un videojugador contra la de su oponente, se está estimulando el individualismo.

c.— El computador personal le abre la posibilidad al videojugador de crear e inventar sus propios juegos, camino truncado en los equipos exclusivos para el juego.

d.— No hay que sobrevalorar las habilidades o destrezas desarrolladas por los videojuegos, ya que ellas están muy condicionadas por el tipo (marca) de equipo utilizado. La "técnica" aprendida para el manejo certero de un aparato no es garantía de que se podrá utilizar otro modelo con igual éxito.

e.— La lógica y contenido de muchos de los casetes de juegos gira en torno a la agresión, la destrucción y la guerra. Ello podría contribuir a la aceptación acrítica del armamentismo de los Estados modernos.

CONCLUSIONES ESPECIFICAS

a.— La mayoría de los escolares caraqueños juega y prefiere jugar en grupo, es decir, el novedoso artificio se está usando como un juego preponderantemente agonal o competitivo. No obstante, la presencia de ludus es notoria en el mismo, ya que para los videojugadores es crucial y satisfactoria la superación en sí misma de los obstáculos de cada uno de los casetes.

b.— El mayor porcentaje de usuarios de videojugadores está constituido por niños varones.

c.— Las dos terceras partes de los niños tienen un tiempo promedio de uso del videojuego durante toda la semana que oscila entre media, una y dos horas, lo que representa una cuota temporal significativa.

d.— No se puede decir que los juegos colectivos hayan sido desplazados por los juegos de video. En este sentido, lo que se observa es el desplazamiento de los juegos colectivos tradicionales, debido a una multiplicidad causal, y la relevancia que han adquirido los deportes y los juegos deportivos.

e.— La mayor parte de los niños (más del 50o/o) no ha alterado su hábito de observación de T.V. como consecuencia de la utilización de los videojuegos.

f.— Podemos decir que el uso del nuevo artefacto electrónico, conjuntamente con otras tecnologías comunicacionales, estaría estimulando un ocio sedentario.

g.— En lo que respecta a los hábitos de uso de los equipos y casetes de juegos podemos acotar que aproximadamente el 50o/o de los niños utiliza el equipo de videojuego de forma cuasi-continua ("casi todos los días"). Alrededor del 38o/o de los niños lo hacen de manera intermitente ("pocas veces al mes"). Los niños que han dejado de ser usuarios conforman un grupo muy minoritario.

h.— Para la mayoría de los niños (más del 60o/o) el hacerse diestros en un casete de juego hace que la frecuencia de su uso aumente, siguiéndole el grupo de niños para los cuales el dominio del juego no incide en su actividad lúdica.

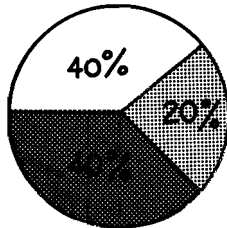
i.— La mayoría de los niños (alrededor del 60o/o) acepta totalmente el software de juegos de los equipos. Un grueso importante de niños (aproximadamente el 40o/o), acepta con objeciones el haber de cartuchos existentes.

j.— Los juegos más populares son los estrictamente recreativos: los juegos de acción, los juegos deportivos, los juegos espaciales y navales.



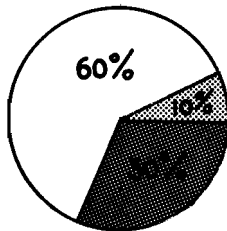
**PEDIDO TIPOICO DE CASETES DE JUEGOS POR PARTE DE UN
CLIENTE DE LAS DISTRIBUIDORAS
AÑO 1982
(Cifras relativas estimadas)**

ATARI DE VENEZUELA C.A.



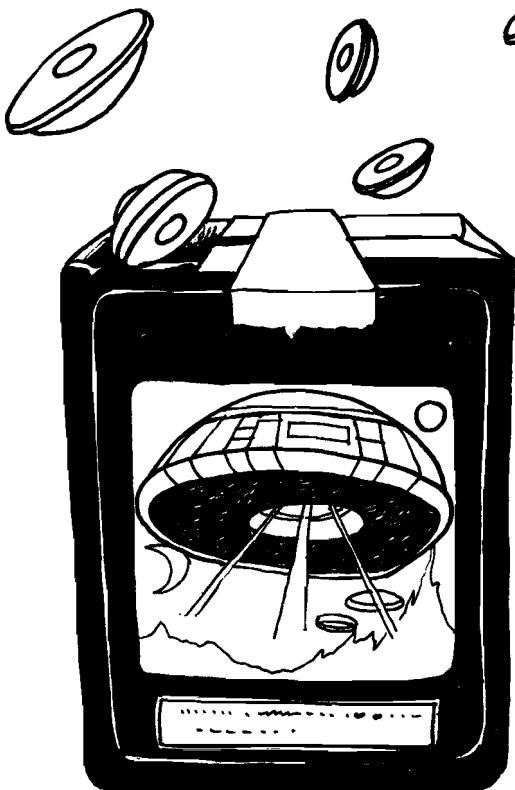
- Batallas Navales y Espaciales
 - Deportivos
 - ◐ Educativos, de Inteligencia o Estrategia
- (Distribuidora de los Equipos y Casetes de Juegos de ATARI).

VIDEO FUTURO C.A.



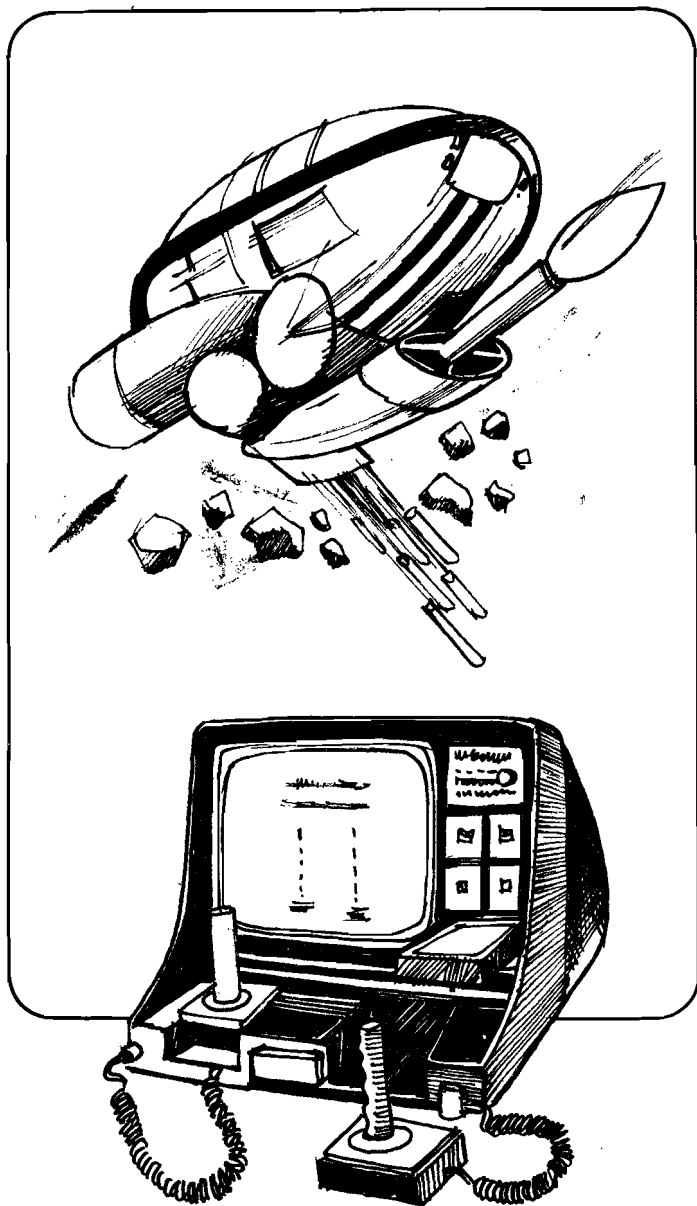
- Espaciales
 - Deportivos
 - ◐ "El Resto"
- (Distribuidora de los Equipos y Casetes de Juegos INTELLIGENTGAME).

FUENTE: Entrevistas realizadas para la tesis de grado: *La informatización de la actividad lúdica infantil.*, Carlos Colina, mimeo, F.A.C.E.S U.C.V., 1983



La economía venezolana manifiesta una crisis muy aguda a partir de 1.982. Esa nueva situación, que había comenzado a mostrar sus fatídicos signos en el año 1978, golpeó a las compañías importadoras, entre ellas, algunas distribuidoras de videojuegos que parecían en proceso de asentamiento hasta fines del primer año mencionado. Las llamadas "Nuevas Medidas Cambiarias" del denominado "viernes negro" (18-02-83), las diferentes disposiciones sobre la importación y las fluctuaciones en la paridad entre el bolívar y el dólar, fueron factores que produjeron vaivenes en la actividad comercial de los equipos y casetes de juegos. Desde el año 1983 para acá, las ventas han sido irregulares, porque se depende de importadores irregulares, supeditadas a la situación del dólar.

Actualmente, a pesar de la brusca disminución del poder adquisitivo del venezolano, podríamos hablar de una recuperación del negocio. Hace año y medio llegó a Venezuela un nuevo modelo de videojuego, el Atari 5200, más sofisticado y complejo que el Atari 2600, pero que tiene como desventaja la escasez de títulos. El Atari 2600 es, en su estructura interna básica, idéntico al Atari V.C.S. (Video Computer System), pero exteriormente es más "moderno" y espacialmente más compacto.



LOS SALONES DE JUEGOS

A nivel mundial, los salones de juegos son los que le han dado popularidad a estos nuevos artefactos. En Venezuela, hasta el año 1983 no existían los mencionados establecimientos porque el negocio se dirigió exclusivamente a la venta de aparatos domésticos.

De pronto, simultáneamente con el declive de las ventas de los equipos de uso privado (1983-1985), comienza a aparecer este tipo de salones. Según los datos estimados por la Dirección General de Espectáculos Públicos de la Gobernación del Distrito Federal, actualmente existen veinticuatro salones de juegos en la Capital. Nosotros, teniendo como conjetura que esos establecimientos se distribuían preferentemente en los Centros Comerciales, realizamos un estudio cuantitativo y descriptivo en veintisiete de los mismos, esparcidos estos en toda el Área Metropolitana de Caracas (véase el Cuadro de Datos I).

Ese trabajo de campo, efectuado especialmente para esta publicación, seleccionó sus conglomerados (C.C.: Centros Comerciales) por medio de un muestreo no probabilístico que tuvo como criterio básico la dispersión geográfica de sus unidades. Los datos muestrales arrojaron los siguientes resultados:

a.— De los 27 Centros Comerciales observados únicamente 5 alojan en su interior locales para el juego de video público.

b.— Los Centros Comerciales que tienen por lo menos un salón de juego son: C.C. Catia, C.C. Propatria, C.C. Molinos, C.C. San Martín y C.C. Palo Verde Plaza.

c.— Los Centros Comerciales Propatria y Palo Verde Plaza tienen tres salones de juegos cada uno. Los demás centros —indicados en el punto b— poseen un salón, con lo que el total asciende a nueve.

d.— Todos los salones de juegos están ubicados en Centros Comerciales localizados en zonas correspondientes a sectores populares.

e.— Solo una zona de sector popular (Caricuao) no incluye en sus Centros Comerciales ("Principal Caricuao" y "Caricuao") los mencionados establecimientos públicos.

f.— En los Centros Comerciales pertenecientes al otro tipo de zonas ("no populares"), estos salones no existieron nunca, dejaron de existir (C.C. Uslar) o se encuentran clausurados momentáneamente. Este último caso es el de el "Centro de Entretenimiento Video Flash" (C.C. Ciudad Tamanaco), sometido a un estudio de factibilidad y mercadeo.

En un recorrido por dos boulevares de la Capital pudimos observar que en uno de ellos, el Boulevard de la Av. España, Catia, había dos salones, mientras que en el otro, el Boulevard de Sabana Grande, no existía ninguno. El primer boulevard corresponde a un sector popular.

Del pequeño estudio empírico anterior, podemos extraer las siguientes hipótesis de trabajo:

1.— En el Área Metropolitana de Caracas, los salones de juegos de video constituyen una vía para el acceso a esta tecnología por parte de algunos niños y jóvenes de los sectores menos favorecidos.

2.— Estos salones de juegos son una solución de recambio comercial adaptada a la situación socio-económica de los sectores menos favorecidos.

3.— El estudio de los efectos socioculturales de los aparatos domésticos sigue siendo lo más relevante por su cobertura y alcance estadístico, lo que se traduce en un uso social mucho más extenso. (Compárese el estimado del sector oficial sobre el número de salones ubicados actualmente en la capital con la cifra total de aparatos domésticos vendidos por las compañías especializadas hasta fines del año 1982. En términos cuantitativos la diferencia es abrumadora. Cabe aclarar que la mayoría de esos videojuegos de uso privado se distribuyeron en el Área Metropolitana de Caracas, siguiendo la pauta comercial de ese tipo de equipos).

CUADRO DE DATOS I

**SALONES DE JUEGOS EN
CENTROS COMERCIALES
DEL AREA METROPOLITANA DE CARACAS
(Cifras absolutas)**

CENTRO COMERCIAL	ZONA	SALONES
ANAUCO	San Bernardino	
CARICUAO	Caricuao	
CATIA	Nueva Caracas	1
CAURIMARE	Caurimare	
CHACAITO	Chacafto	
CONCRESA	Prados del Este	
CIUDAD TAMANACO	Chuao	
EUBA	Montalbán	
EL CAFETAL	El Cafetal	
EL MARQUES	El Marqués	
HUMBOLDT	Prados del Este	
LOS CHAGUARAMOS	Los Chaguaramos	
LOS JARDINES	La Urbina	
LOS RUICES	Los Ruices	
LA VILLA	Montalbán	
MOLINOS	San Martín	1
PLAZA (CENTRO)	Altamira	
PALO VERDE PLAZA	Palo Verde	3
PARSARMON	Santa Mónica	
PROPATRIA	Propatria	3
PRINCIPAL CARICUAO	Caricuao	
PLAZA LAS AMERICAS	El Cafetal	
SANTA MONICA	Santa Mónica	
SAN MARTIN	San Martín	1
UNICENTRO EL MARQUES	El Marqués	
UNICO	Chacafto	
USLAR	Montalbán	
TOTALES	18	9

FUENTE: DATOS DEL ESTUDIO. Caracas, febrero 1987.

NOTA: Los centros comerciales: Caricuao, Catia, Principal Caricuao, Propatria, San Martín, Molinos y Palo Verde Plaza, se encuentran ubicados en sectores que podríamos denominar "populares". Los demás centros comerciales se hallan localizados en zonas correspondientes a lo que podríamos llamar empírica y gruesamente como "no populares".

CUADRO DE DATOS II

**CANTIDAD DE MAQUINAS EN DISTINTOS
SALONES DE JUEGOS DE VIDEO (- /)
(Cifras absolutas)**

SALONES DE JUEGOS	Número total de máquinas por salón de juego	Número de máquinas funcionando
VIDEO SONIDO GALACTICO 2000 (C.C. San Martín)	15	13
VIDEOS PACHECO (C.C. MOLINOS)	20	20
COMPUTER GAME MARCEC (C.C. Palo Verde Plaza)	10	10
MACH (C.C. Palo Verde Plaza)	18	9
ATRACCIONES VIDEOS PACHECO (C.C. Palo Verde Plaza)	25	23
VIDEO CREAM ENTRETENIMIENTO (C.C. PROPATRIA)	24	21
TIP TOP (C.C. Propatria)	24	23
SHOCK (C.C. Propatria)	22	22
ELECTRIC MACHINE (C.C. Catia)	19	19
TOTALES	177	160

FUENTE: DATOS DEL ESTUDIO. Caracas, febrero 1987

(-/) Algunas de las máquinas de los salones de juegos se encuentran averiadas.

Las siglas C.C. son las abreviaturas de Centro Comercial.

CUADRO DE DATOS III

PROMEDIO DE MAQUINAS POR SALON DE JUEGO DE VIDEO (No.) (cifras relativas)

PROMEDIO DEL TOTAL DE MAQUINAS (-/)	PROMEDIO DEL TOTAL DE MAQUINAS EN FUNCIONAMIENTO
20	18

FUENTE: DATOS DEL ESTUDIO. Caracas, febrero 1987

(No.) Los datos que están en la base de este promedio provienen de la observación de una muestra de nueve salones ubicados en el Area Metropolitana de Caracas.

(-/) Algunas de las máquinas de los salones de juegos están averiadas.

La legalidad de los salones fue objeto de debate público en el primer cuatrimestre del año pasado. Los que la impugnaban, argüían que esos establecimientos violan el decreto presidencial 1.704, de fecha 3 de agosto de 1.976, "por el cual se prohíbe la importación, fabricación, instalación, venta o arrendamiento de las máquinas denominadas traganíqueles o tragamonedas, así como su uso y explotación en todo el territorio nacional"⁵ El grupo comercial interesado aducía, en cambio, que los videojuegos incorporados en los salones no eran máquinas traganíqueles y por lo tanto, su funcionamiento era completamente legal. Al parecer, en algunos casos, esa argumentación no era sostenida únicamente por ese grupo:

...según el Inspector General de Espectáculos Públicos (Julio García), lo que está prohibido son las máquinas

traganíqueles y los videocasetes son operados a través de tableros electrónicos, que es algo muy diferente.

- ¿No son éstas máquinas traganíqueles disfrazadas?

- Exacto. Pero la ley es específica, y en ella no se regulan los videocasetes /el agregado es nuestro⁶

En el mes de abril del año pasado, es decir, dos meses después de producirse la declaración anterior, el Cabildo de Caracas aprueba el informe rendido por una Comisión Especial encargada de estudiar el caso. En el se expresa que el uso de las máquinas traganíqueles y videogame constituye una violación al Decreto Presidencial 1.704. Los miembros de la comisión ... "estuvieron de acuerdo en sostener su opinión unánime, en cuanto a los efectos nocivos que las máquinas en referencia causan a la población joven". Se giraron instrucciones a la Gobernación capitalina tendientes a lograr la suspensión de los permisos concedidos a los negocios a través de la Dirección de Espectáculos Públicos.

Actualmente, se encuentra paralizado el otorgamiento de permisos por parte de esa Dirección, hasta que el Concejo Municipal decida nuevamente.⁸

A pesar de la existencia del Decreto 1.704, la "Ordenanza sobre Patentes de Industria y Comercio" (Gaceta Municipal del Distrito Federal del 16-06-84. Extra 614) incluye a los "Aparatos o máquinas de juegos o diversión accionados por medio de monedas o fichas" (código 01004) entre las "Actividades con Patente Fija y Las No Bien Especificadas". ¿La existencia de esta codificación legal revela una contradicción jurídica?

De hecho, con triquiñuelas o no, legal o ilegalmente, los salones de juegos continúan operando entre nosotros, y mientras tanto, las prácticas y las disposiciones normativas estatales parecen traslucir incoherencias, vacíos y caducidad ante esta nueva tecnología.

NOTAS

1. Un conglomerado como la Warner Communications es al mismo tiempo, productora cinematográfica y fabricante de videojuegos. Ello le ha permitido multiplicar sus ganancias al hacer circular películas y cassetes de juegos con títulos idénticos. Este hecho constituye un ejemplo conspicuo de la integración de la industria del videojuego con la industria del cine. La reedición de los mismos contenidos nos hace preguntarnos sobre la fuerza adquirida por esos mensajes.
2. Aquí se parte de una concepción de la sociedad capitalista según la cual, esta estaría conformada por dos esferas (autónoma y heterónoma), caracterizadas cada una por un tipo de actividad específica, respectivamente homónima. Las actividades heterónomas están definidas por las "necesidades exteriores" y no por los objetivos que los individuos se fijan por sí mismos. Son actividades, funciones o trabajos que se determinan en función de las exigencias práctico-inertes de la sociedad en tanto sistema material o aparato.

- Andre Gorz, *Adiós al Proletariado*, París, Ediciones 2.001, S.A., El Viejo Topo, 1.982. - Landong Winner: *Tecnología Autóno-*

ma, Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A., 1.979.

3. Carlos Eduardo Colina "La informatización de la actividad lúdica infantil", *Boletín COMUNICACION* (Estudios Venezolanos de Comunicación), Caracas, 1985, No. 49-50 (abril), p. 83.
4. Carlos Eduardo Colina, *La informatización de la actividad lúdica infantil. El uso del videojuego por el escolar caraqueño*, Caracas, Mimeo, 1983.
5. GACETA OFICIAL de La República de Venezuela. Caracas, martes 3 de agosto de 1.976. Año CIII - Mes X. Número 31.037. Decreto 1.704.
6. "Ninguna Ley Regula Los Juegos de Video" ("La gobernación se lava las manos"). Iris Castellanos (periodista entrevistadora). *Diario El Nacional*, Caracas 28-02-86, Cuerpo C., p. 1.
7. "Las Máquinas de Videojuegos son Nocivas para los Jóvenes" ("El Concejo aprobó informe de la Comisión Especial"). G.B. *Diario El Nacional*, Caracas 18-04-86, cuerpo C. p. 2.
8. Omar González: Dirección de Espectáculos Públicos de la Gobernación del Distrito Federal, Entrevista III.

Carlos Eduardo Colina Salazar, caraqueño. Ha trabajado en varios proyectos de investigación en comunicación. Entre otros estudios ha publicado: *La mitología del ordenador, El uso del video-juego por el escolar caraqueño*.