



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 5º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - **Universidad de La Laguna** 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Comunicación y nuevas tecnologías: una lectura que demanda acción

Lic. Elena del Carmen Pérez Martínez ©

Profesora de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Uno de los factores que caracterizará, probablemente, en el futuro, a estos años en que cruzamos de un siglo a otro es la explosión de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación y la consecuente reinención de lo cotidiano a partir de su inserción en todas las esferas del quehacer humano. Paralelamente, aunque no simultáneamente, al acontecimiento –fenomenológico, en cuanto sucede en el mundo físico– se va conformando un campo teórico–crítico que da cuenta de su existencia en el campo discursivo; los lenguajes mediatizados por las Nuevas Tecnologías de la Información y su incidencia en el modus vivendi, comienzan a ser analizados desde distintas disciplinas.

Como todo lenguaje^[1], el de la informática genera prácticas sociales en las que sus actores se involucran con diferentes finalidades: difundir y adquirir saberes (enciclopedias electrónicas), informar e informarse al instante (medios de comunicación en la red), trabajar, comunicarse (chatear, usar el correo electrónico), crear (computer graphics), y también entretenerse (videojuegos).

Cada una de estas esferas de actividad va ampliando el campo de lo que ha dado en llamarse “infocultura”. En él, hipertextos, textos interactivos y multimediáticos comienzan a acechar la hegemonía de la letra impresa e inauguran nuevos procedimientos de escritura, otras formas de circulación de lo escrito y nuevos procedimientos de lectura. A la organización lineal del libro impreso y clausurado, se opone la de textos informáticos en los que los recorridos de abordaje están a disposición del lector, sin antes ni después, disgregados en una estructura soportada por nodos y enlaces entre los que se puede navegar. Se trata no sólo de nuevas mercancías sino de nuevas maneras de acceder al conocimiento o al entretenimiento, en las que nuestro cerebro comienza a ejercitarse. Así como la imprenta cambió la relación del hombre con la escritura, creemos que el uso de estas nuevas tecnologías determinará nuevos hábitos lectores; otros comportamientos en los que comprometemos no sólo cierto grado de alfabetización sino también pericia en el manejo de estos nuevos artefactos electrónicos.

Entre estos textos digitales, creemos que el videojuego constituye un texto narrativo de ficción, un relato mediado por el soporte tecnológico que propone una estrategia de lectura en la que las operaciones del lector/usuario se complejizan por la permanente demanda de interacción, generando un espacio comunicativo particular.

Nuestra intención es reflexionar sobre algunas características que establece su ritual de lectura/juego, y preguntarnos, más allá de su estructura, qué nuevas subjetividades instituyen entre sus lectores/usuarios.

A diferencia de otros textos sobre papel, la lectura del videojuego demanda conocer-manipular una red de convenciones, prácticas y códigos de orden cultural, genéricos y técnicos fuertemente implicados en la eficacia y el éxito comunicativo. Como todo acto de lectura demanda operaciones mentales, competencias, saberes, conocimientos de mundo, pero también destreza y pericia en las acciones físicas. Sin la permanente intervención de un lector-usuario calificado, la narratividad se suspende y el juego se cierra. Pero sobre esto volveremos más tarde.

EL RITUAL COMUNICATIVO DEL VIDEOJUEGO

Como práctica comunicativa, el ritual comunicativo del VJ está sostenido por una intención o proyecto comunicativo que puede ser aprehendido por el destinatario del mensaje.

Al igual que en otros actos de comunicación verbal, los sujetos intervinientes participan de un contrato de lectura con notorias particularidades: 2 el lenguaje sincrético con el que se construye el sentido

- • la configuración del mensaje por un emisor múltiple (gigantes empresas)
- • la previsión de un receptor altamente calificado
- • la incidencia del canal

- la relación asimétrica de los sujetos intervinientes.

1. La apuesta comunicativa

El juego ha sido y es actividad de todas las culturas; como aprendizaje e imitación del mundo de los adultos; como evasión o compensación de los aspectos inarmónicos de la existencia, el juego instala un universo de ficción en el que es posible, como en otros discursos, visualizar ideologías.

Como todo juego, supone una serie de convenciones compartidas por los sujetos intervinientes.

En primer lugar, como simulación de situaciones reales en las que acuerdan incluirse emisor y receptor. Los elementos que construyen el mundo de simulación (agentes, objetos, procesos, acontecimientos, etc.) son interpretados como deícticos de sus respectivos análogos en la realidad. En este sentido, los videojuegos son expresión de un espacio cultural globalizado, sin marcas regionales.

En segundo lugar, como en todo juego, los participantes suscriben pactos, reglas, prohibiciones, habilitaciones, etc; precisamente “aprender” esas reglas (y respetarlas) hace posible participar del juego. En este sentido, los videojuegos no disponen de “un reglamento” (como ocurre en los juegos de mesa y similares) sino que se expresan a través de un acotado menú de opciones entre las que el jugador debe “elegir”; más allá de esas opciones no es posible el juego. La máquina pauta rígidamente el accionar del usuario: le concede su permanencia en él o cierra el juego inexorablemente. ³

En tercer lugar, por tratarse de un juego de marca, implica el enfrentamiento de un sujeto a uno o un grupo de oponentes ⁴. En este enfrentamiento “simulado” los jugadores asumen como propios los roles que el juego ofrece y cualquier enunciado deberá ser interpretado en ese contexto de simulación. Ej. “Puedes ser un héroe mundialmente aclamado y conseguir magníficos regalos, pero recuerda el mayor de ellos es tu propia supervivencia!!” (Super Smash, Nintendo) El no asumir este comportamiento implicaría una violación con un acuerdo social tácito que haría imposible la instancia de juego.

En cuarto lugar, el objetivo de un juego de marcas es “ganar” lo cual implica el reconocimiento de un obstáculo que debe ser superado (jugar); tal superación dará fin al juego. El triunfo sobre el adversario (muerte, prisión) se propone como un objeto de valor perseguido por el jugador cuyo logro le permitirá alcanzar no sólo el éxito (valor consecuente) sino el reconocimiento social, que en muchas oportunidades se materializa a través de diversos modos de ascenso en la escala social (boda con la princesa, acceso a cargos jerárquicos, fama, etc.).

Vemos cómo la instancia comunicativa del juego provee a los enunciados explícitos de un “valor agregado”: enunciados implícitos que determinan la apuesta del emisor y que como tales deben ser interpretados por el receptor. Simulación de mundo y roles, reglas y acuerdos tácitos configuran la “plataforma” de acuerdo sobre la que es posible entablar una comunicación efectiva.

• 2. El contrato comunicativo

A diferencia de la comunicación establecida por otros tipos de textos, la mediación tecnológica (PC) singulariza el contrato de lectura marcado por la interactividad.

La interactividad de un sistema puede ser considerada desde dos perspectivas; la que fija su atención en las posibilidades de intervención del usuario para el desarrollo del mensaje y la que se refiere al volumen de información del sistema con que se opera. Desde este punto de vista y según lo establecido por J.P. Lanfrance, ⁵ el VJ ofrece un alto grado de interactividad en el cual la computadora administra el feedback pero requiere la permanente intervención del usuario.

En todos los casos, el software demanda una permanente puesta en ejecución de estos códigos, un saber hacer por el usuario cuyos “momentos” más importantes son: interpretación (de lo leído), selección (de opciones propuestas) y (en consecuencia con ello) acción.

A diferencia de un texto verbal, en el videojuego el hacer interpretativo implica, además de la comprensión, la toma de decisiones y la intervención del sujeto operador ya que éste:

- no sólo se limita a la formulación de hipótesis sobre actuaciones de los personajes que intervienen en el relato, sino que ejecuta estas hipótesis, es decir, manipula a los protagonistas para que realicen tales acciones y compromete en ello, la consecución de la lectura.
- las anticipaciones desempeñan un rol de vital importancia en este proceso de lectura, ya que en virtud de ellas el jugador toma decisiones, planea estrategias, es decir, orienta la trama del relato.

Frente al relato verbal en el que el lector compartía las acciones de un héroe con un destino fijado por el texto en un mundo construido y clausurado, en el videojuego el lector es el héroe, tiene en sus manos (con las que opera el teclado) el destino feliz o desdichado del protagonista

Como vemos, el juego demanda la intervención del lector para su consecución, con lo cual éste tiene la ilusión de convertirse en un co-autor del relato. Esto es así porque el software prevé múltiples combinaciones y excluye otras; el lector actualiza algunas de las virtualidades contenidas en el programa y al actualizarlas cuenta una historia; y la cuenta ejecutando ciertas operaciones establecidas con antelación.

Mientras mayor sea su pericia en el manejo de los códigos enumerados (técnicos, particulares, textuales, etc.) tendrá mayores posibilidades de ir progresando de una secuencia a otra (lo cual es conocido en la jerga de los usuarios como pasar de nivel) y de ir sumando significados a la historia. El significado global dependerá del comportamiento de la totalidad de peripecias planificadas en la instancia de producción original.

Al artificio lúdico se suma una narrativa elemental que simula un desarrollo abierto que se resuelve según las opciones del operador que ingresa como personaje.

2.1. La práctica lectora

Hemos dicho que el videojuego supone conocer-manipular una red de competencias, convenciones y códigos de orden cultural, textual y técnico fuertemente implicados en la eficacia y en el éxito comunicativo del videojuego.

- **A. Competencias:**

- **Ø culturales generales:**

- el conocimiento de un código ético de validez universal;
- la consideración del delito como acto que quebranta el orden (legal, ético); y su contrapartida, la valoración positiva del estado de derecho; "Baldour, el demoníaco príncipe, comienza a salir de su letargo. Alisia Dragoon tendrá que aniquilarlo para salvar la tierra y vengar a su familia, destruida en el anterior ataque del monstruo." (Alisha Dragoon. El rayo de la venganza, Sega) "Cientos de delincuentes de la peor calaña se empeñarán en llenar de acero el ya de por sí metálico cuerpo robótico de nuestro policía, cuya coraza se encargará de amortiguar los daños" (Robocop. La ley del más fuerte, Ocean);
- la muerte como un antiválido (el fin de las posibilidades) es una convención de fuerte presencia en el videojuego: la falta de pericia del jugador para enfrentarse con sus adversarios -e inclusive no poder hacerlo en un tiempo acotado por la máquina- determina, en gran número de juegos, la muerte del protagonista manipulado por el jugador y con esto, el juego se "cierra";
- el otro como adversario o enemigo. Este concepto es prioritario en los que hemos llamado juegos de tiro y también en los juegos de lucha, deportivos, algunos de estrategia bélica y de aventura gráfica. En los juegos de rol se acentúa el concepto de cooperación frente a la devaluación del oponente, ya que el triunfo de la misión sólo se consigue en equipo.
- la pericia en el uso de determinadas armas; por poca experiencia que se tenga en ellas, se reconoce la oportunidad en que es más adecuado usarlas, la mayor eficacia de unas sobre otras, etc.
- el reconocimiento de jerarquías según la época (reyes para la Edad Media, mandatarios políticos en la época actual) y de roles y estados sociales (detective, mago, esclavo); [6](#)

- **Ø técnico-textuales**

Una de las características más notables del videojuego es que se trata de un texto cuya consecución está permanentemente "intervenida" por operaciones manuales (excluimos los juegos de realidad virtual que exigen movimientos de otras partes del cuerpo): los dedos del jugador que a través del teclado (verdadera prótesis intrusivas que prologa el movimiento de sus manos dentro de la pantalla) manipulan personajes (algunos o todos, según la modalidad del juego), seleccionan escenarios, "actúan" como respuesta a mensajes verbales escritos o icónicos que le propone la máquina a través de un menú. De modo que, en el VJ, la interpretación del texto visual o verbal no es sólo un proceso psíquico (comprender) sino que se traduce en acciones físicas del lector. Estas competencias técnico-textuales se vinculan con el manejo e interpretación de códigos técnico-textuales (ver más adelante) y de ellas depende la respuesta del jugador a las instrucciones de la máquina, las cuales no se explicitan como tales sino como posibilidades de acción. (Curiosamente, el jugador tiene la sensación de estar dando órdenes a la máquina y de algún modo lo hace, sólo que limitado a las opciones que se le proponen).

Es posible inferir, en consecuencia, que el lector/usuario está "afectado" por el "estatus de poder" de su interlocutor.

- **B. Códigos: técnico-textuales [7](#)**

Una vez "abierto el juego" lo que sigue es un permanente diálogo, un feedback de opciones y elecciones, propuestas y respuestas entre la máquina y el jugador sujetas al manejo de código técnicos.

Podríamos hacer una somera distinción entre:

- Códigos técnicos generales. Son los requeridos para operar una computadora; por ejemplo: cómo abrir el juego, elegir sólo una opción de las que propone el menú, saber con qué acción se selecciona. Incluyen el conocimiento de una "jerga técnica" donde "abrir" significa "comenzar"; "guardar": archivar en la memoria de la máquina lo que hasta allí se ha jugado/leído; etc.
- Códigos técnicos particulares: son los requeridos para jugar videojuego. Por ejemplo: conocer las teclas con las que pueden desplazarse o realizar determinados movimientos los jugadores.
- Códigos técnicos singulares: son los requeridos según el formato del videojuego. Se trata de conocimientos necesarios para operar distintos tipos; los simuladores requieren destrezas diferentes de los de estrategia bélica o los de tiro al blanco.
- Códigos del género: son los requeridos para diferenciar, por ejemplo: los juegos de guerra intergaláctica de los de administración de sistemas urbanos. En este punto, podemos establecer una analogía con la literatura, ya que también en ella, los códigos de géneros como el de "cuento maravilloso" están fuertemente estabilizados y su conocimiento actúa como pauta de orientación para la lectura (vg. la madrastra mala, la princesa bella, etc.)

- Códigos textuales propios de un videojuego; pueden ser captados a través del mensaje y del contexto. Como se trata de nuevos códigos, mientras los anteriores conducen a una estandarización, estos últimos aumentan la originalidad y ambigüedad [9](#). A su vez están más próximos a las convenciones culturales naturalizadas y a otros aprendizajes fruto de otras experiencias de lectura.

El manejo experto de todos estos códigos hace posible la eficacia comunicativa.

3. La complejización del referente

Desde el legendario Pong que consistía sólo en pegarle a la pelota, los videojuegos han recorrido un largo camino en la complejización temática. A los juegos como el Pac-Man se sumaron simuladores de vuelo, juegos de mesa, de aventura gráfica, adaptaciones de películas famosas o de obras de la literatura universal. A partir de obras famosas del cine y la literatura, progresaron en la complejización de los procedimientos de textualización, de tal modo que podríamos hablar -al menos en los llamados de aventura gráfica- de una base narrativa en la que las secuencias se identifican con los llamados niveles del juego.

En cada uno de estos niveles es posible reconocer el modelo triádico propuesto por Bremond (1972), según el cual el relato está integrado por una cadena de unidades menores: microrrelatos, correspondientes en el VJ a niveles. En cada una de estas unidades, el jugador "realiza"(como jugador y como personaje) la función de apertura (amenaza, daño, fechoría), de desarrollo (restitución del bien) y de cierre (objetivo logrado en ese nivel).

La complejización de los niveles en la consecución del objetivo se plantea como uno de los principales retos o desafíos a las estrategias que debe aplicar el lector /usuario.

4. El enunciador [10](#)

El enunciador, como entidad textual, en los juegos de aventuras, no presenta grandes diferencias con respecto a otros textos de ficción. Puede estar a cargo de un personaje de la historia o de un "narrador autorial" externo que se expresa como "voz en off" o a través de textos escritos que subtítulan la pantalla o en recuadros de texto. La presencia de este narrador autorial se refuerza con prólogos o epílogos.

Así como el espectador de televisión asiste al horror del noticiero o de la serie televisiva, desde el ámbito "protegido" de la familiaridad de su espacio doméstico, el jugador sabe que las acciones que realiza a través de su personaje no tienen consecuencias en el mundo real. De este modo, la pantalla se propone como un espacio donde es posible infringir las reglas sin consecuencias; y a la vez, un lugar donde canalizar la carga de agresividad, rebeldía y violencia. Un (no) lugar social donde es posible pulverizar al adversario: el anhelado lugar de la utopía.

II. MÁS ALLÁ DE LA ESTRUCTURA: VIDEOJUEGO/VIDEOHABITUS

Más allá de la particular situación comunicativa generada por este "extraño objeto textual llamado videojuego", creemos que como todo discurso, establece nuevas subjetividades. (Entendiendo éstas no como algo inherente al individuo sino como formas de conceptualizar las relaciones texto/lector y las posiciones que éste último asume frente al universo textual que le rodea). Como producto de las nuevas tecnologías refuerza algunas matrices simbólicas de la modernidad:

- manifiesta una alta valoración por el progreso, técnico en este caso.
- refuerza la verticalidad de los mensajes acentuando la relación asimétrica entre destinatario y destinatario. El control en esta instancia "interactiva" es ejercido plenamente desde el territorio hegemónico de las compañías productoras. No hay lugar para las huellas del usuario. En la lucha por los espacios donde hacer evidentes las voces marginadas, el VJ es la expresión del triunfo de un poder central (izado)
- da lugar a la mayor concentración de poder que ha visto la historia, en manos de unas pocas empresas productoras. [11](#)
- refuerza las distinciones sociales entre actores y establece posiciones de poder: los que saben y pueden versus los que no saben ni pueden.
- establece un circuito comercial donde el usuario ocupa el extremo que alimenta la cadena del capital.
- implica la fascinación de protagonizar las grandes causas de la humanidad "salvar a una princesa prisionera y vencer al traidor del reino", "destruir las fuerzas alienígenas que amenazan la humanidad", etc.
- en todos los casos, auspicia la utopía. El VJ es la escenificación del "poder". El VJ es el espacio utópico donde las acciones tienen consecuencias pero pueden ser burladas, o, en último término y en el peor de los casos, siempre se puede recomenzar con una nueva vida.

Los lugares de hostilidad y el peligro se inmaterializan. La confrontación y la muerte se desvanecen. Queda la posibilidad de ganar aunque haya que intentarlo varias veces.

En la luminosidad de la pantalla: la afirmación del triunfo. En el espacio social, la afirmación de un orden asimétrico: entre países, entre empresas y consumidores; entre los propios consumidores según sus posibilidades.

- Como contrapartida, se acentúa el aislamiento de los individuos, proponen una práctica solitaria, de uno frente a la máquina; y aunque algunos videojuegos permiten la acción de dos o más jugadores, lo más frecuente es que el sujeto juegue solo.

- Inciden en las formas de utilización del tiempo libre
- Establecen nuevos tipos de recepción y apropiación propios del entorno informático; demandan saberes y competencias, estrategias discursivas antes no ensayadas.
- debilitan las tradiciones locales y el concepto de comunidad. Se borran las marcas regionales, ya que las historias, los personajes, los sucesos son extraídos de un imaginario “universal” de seguro reconocimiento en todas las latitudes.
- Son efímeros y proponen relaciones efímeras. Se usan, se agotan y se descartan rápidamente.

INTERROGANTES FINALES

Como en todo texto de ficción, la propuesta es de un total simulacro. Los VJ no proponen más acciones reales que las que se realizan con el teclado, el ratón o el mando, se trata de pura “actuación”, de roles asumidos en la gratificante ficción de la pantalla donde el fracaso, el dolor y hasta la muerte son instancias simuladas, meros traspiés que sólo cuestan volver a empezar hasta encontrar el “final feliz”.

Si la circulación de bienes simbólicos tiene que ver con las diferentes fuerzas de poder que interactúan en una sociedad, ¿qué línea está representando la producción, circulación y consumo de VJ? O, dicho de otro modo, ¿quién fija las reglas del juego? ¿Con qué visión de mundo? ¿Cuáles son los efectos perlocutivos de estos textos consumidos con tanta fruición? ¿Qué nuevos deleites agregan a la lectura tradicional? ¿Qué modos de evasión? ¿Qué modos de compromiso?

Notas

1. Utilizamos “lenguaje” en el sentido en que lo emplea Lotman, J. (1973) La estructura del texto artístico. Paris, Gallimard

2. Estas nociones han sido desarrolladas en publicaciones anteriores. “Un espacio de ficción: el videojuego” en Revista ETC. N° 6, Año 4, Córdoba, 1996; también: “El videojuego: un nuevo relato para adolescentes” en Actas del II Coloquio Internacional de Literatura Comparada. Octubre, Buenos Aires, 1995

3. Algunas revistas especializadas, incluyen artículos para “violar” estas reglas; en algunas oportunidades como parte de la promoción del juego y en otras en las columnas de lectores que han descubierto “trucos” que permiten burlas algunas normas. Ejemplo: “Coge la vida y presiona start y select a la vez para abandonar el nivel. Vuelve a la misma pantalla y de nuevo coge otra vida, así todas las veces que quieras. Este truco para conseguir un Mario invisible, parece buenísimo, ¿no?.” (OK Consolas, Año I, No 6, Madrid). La estrategia fue utilizada por primera vez por Nintendo quien distribuía gratuitamente Fun Club entre los compradores de sus consolas. La revista, además de promocionar los productos de su marca en el mercado y de anticipar los próximos, incluía trucos para sortear obstáculos y avanzar más rápida y fácilmente en los juegos.

4. El primer oponente para el jugador de videos es la máquina; ya que el primer desafío que debe vencer es el de reunir una serie de competencias (¿tecnológicas?) que permitan acceder al juego a través del manejo adecuado del programa. Además de este “adversario impersonal, técnico” el videojuego con trama narrativa o de aventuras (según es denominado en la jerga) implica un reto a luchar contra “los malos” personificados en delincuentes, impostores, etc.

5. Jean Paul Lafrance propone una distinción de grados de interactividad:

Grado 0: el desarrollo de la acción no permite la actuación del usuario. Ej. la acción televisiva.

Grado 1: el usuario manipula la acción levemente (la pausa, la repite, la acelera). Ej. la videocasetera.

Grado 2: el usuario interviene a través de un escaso número de variantes que le ofrece un menú predeterminado. Ej. las consolas tradicionales conectadas al televisor.

Grado3: la computadora administra la retroalimentación entre el usuario y el compacto indisociable de imágenes y sonido de un programa. Ej. Los simuladores de vuelo.

Grado 4: el usuario tiene la ilusión de ingresar en el mundo de imágenes y sonidos del programa y participar de él. Ej. realidad virtual. (Cifr. Levis, 1997, pág..37-38).

Hasta 1994, los ingresos por Mortal Kombatt superaban los 210 millones de dólares con una inversión de sólo 2 millones. Mientras que ‘Mentiras arriesgadas’ apenas había alcanzado 130 millones con una inversión inicial de 80 millones. (El subrayado es nuestro); en *Ibidem*, pág. 29

6. Aunque sobre esto volveremos más tarde, es interesante observar el grado de desregionalización que opera en estas convenciones culturales, ya que se trata de textos destinados a usuarios de todo el mundo.

7. Marinis, Marco de (pág. 74 en Fernando de Toro, 1987) sostiene que “Códigos técnicos que a diferencia de los códigos culturales naturalizados necesitan de un aprendizaje y de una decodificación consciente”

8. Aquí nos enfrentamos con diferentes códigos usados por el emisor y el receptor. Con respecto a los primeros, sabemos que las instancias de producción y circulación de un videojuego implican el uso de complejos sistemas tecnológicos y comerciales. Dejamos de lado la consideración del programa (que opera sobre la base de un sistema numérico binario al que se han agregado sonido, imágenes “escaneadas” y digitalizadas) y la red global de distribución, por cuanto su descripción excede el

alcance de este trabajo.

9. La consideración de cada uno de ellos merece un tratamiento que excede este lugar.

10. La emisión del mensaje (enunciador real) está en manos de gigantescas empresas multinacionales norteamericanas o japonesas (Nintendo, Sega, West Wood, Akclaim, Lucas Art) que invaden los mercados de todo el mundo compitiendo por un público cada vez más numeroso. La rentabilidad de las empresas productoras es -en ocasiones- más alta que la de la industria cinematográfica

Además, originan un merchandising -paralelo a la fabricación de los juegos -revistas PC juegos, OK Games, Supergame (por nombrar sólo los de mayor difusión) y programas televisivos de igual éxito que el vídeo.

11. En la última década (después del derrumbe de Atari en el '87 cuando la industria del VJ parecía haber tocado fin) dos empresas japonesas, Sega y Nintendo, y una norteamericana, Lucas Art, concentran la producción mundial (caso paralelo al de Microsoft en software para PC) y embolsan ganancias siderales (sólo para Mario Bross se recaudaron en los cinco primeros años 200 millones de dólares con una inversión de 2 millones). Se consolida el modelo planetario que privilegia la posición de países desarrollados y acentúa la desigualdad frente a los de escaso desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

Bremond, C. (1970) "La lógica de los posibles narrativos" en Análisis estructural del relato, AAVV, Bs. As. Tiempo Contemporáneo.

Charaudeau, P. (1982) Langage et discours. Elements de semiolinguistique. Paris, Hachette. Traducción de la Cátedra de Semiótica de la Escuela de Ciencias de la Información (FDCE)UNC.

De Toro, F. (1989) Semiótica de la representación teatral. Bs. As. Galerna.

Levis, D. (1997): Los videojuegos, un fenómeno de masas. Barcelona, Paidós.

Lotman, J. (1973) La estructura del texto artístico. París, Gallimard

Mattelart, Armand (1998) La mundialización de la comunicación. Barcelona, Paidós.

Medrano Basanta, G. (1998) Nuevas tecnologías en la formación. Madrid, Eudema

Reparaz, ch., Sobrino, A. y Mir, J.I. (2000) Integración curricular de las nuevas tecnologías. Barcelona, Ariel

Sevillano, M. L. Coord. (1998) Nuevas tecnologías, comunicación y educación. Madrid, Editorial CCS.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Pérez Martínez, Elena del Carmen (2002): Comunicación y nuevas tecnologías: una lectura que demanda acción. Revista Latina de Comunicación Social, 52. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002elenaoctubre5203.htm>