

# La presencia de las nuevas tecnologías de comunicación e información

en el ambiente doméstico de Colima

Ana Isabel Zermeño Flores\*

El presente trabajo trata sobre las modalidades de relación de los medios de comunicación e información y los usuarios. Específicamente las tecnologías domésticas de transmisión vía pantalla como la televisión, el video, el videojuego, la computadora y los servicios *on line* (Internet y correo electrónico). El objetivo es conocer a nivel descriptivo, las formas de relación que los miembros de las familias de Colima establecen con estas tecnologías.

*This work is about the new forms of interaction between new communication and information technology and its users. Specifically domestic technology like television, video, video games, computer, and on line services (Internet and e-mail). The objective is to know on a descriptive basis, the ways that family members of Colima relate to this technologies.*

\* Mexicana. Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona. Coordinadora Académica del Doctorado en Ciencias Sociales, Programa Cultura y Directora del Centro Universitario de Investigación Social de la Universidad de Colima. [anaz@cgcic.ucol.mx](mailto:anaz@cgcic.ucol.mx)

## Introducción

Las últimas dos décadas de la historia mundial, registran un crecimiento exponencial de las ofertas en comunicación tecnológica. La aparición, superación y desaparición de los soportes, servicios y productos comunicacionales, impusieron ritmos acelerados a la vida social y trajeron consigo un *vértigo tecnológico colectivo*. Este fenómeno es consecuencia de una lógica de interconexión multidimensional entre los elementos del sistema, elementos que al moverse o recibir a otro nuevo pueden alterar el paisaje no sólo a nivel superficial, sino transversal. De aquí la importancia de conocer el *ecosistema tecnológico comunicacional* y los encuentros que las personas tejen cotidianamente con él. No basta con detectar el aumento de *novedades tecnológicas*<sup>1</sup> sino la modificación de las formas de relación y significación.

Los últimos estudios en el campo de la comunicación se enfocan a fenómenos como la diversidad de la oferta televisiva y a la introducción de nuevos medios de base interactiva (Internet, teletexto, cd-rom), estas observaciones suponen la transformación de la recepción; más aún, predicen la transformación de las mentalidades<sup>2</sup>. Pero estas conclusiones aún son incipientes ya que los cambios anunciados en la reestructuración del pensamiento se dan en procesos de larga duración y no hace mucho tiempo que estas tecnologías entraron al ecosistema social cotidiano.

---

<sup>1</sup> Para cada lugar el concepto de novedad tecnológica varía según su cercanía con los polos que las generan o distribuyen, e.g. para EUA, los teléfonos celulares no constituyen una novedad porque es uno de los primeros países que domesticaron esta tecnología. En cambio, para países "menos desarrollados" el teléfono celular todavía tiene connotaciones de *status*.

<sup>2</sup> Para mayor información sobre los cambios posibles a propósito de las nuevas tecnologías de comunicación e información, puede consultar a Piscitelli (1995) y Negroponete (1996).

---

Para los estudiosos de estos fenómenos es clara la presencia de cambios que cruzan todos los niveles sociales pero aún cuando no se puede establecer con determinación las claves del pasado, ni hacer inferencias sobre futuros comportamientos relacionados con las tecnologías, la huida de información con que contamos enciende la alarma de posibles cambios en la relación entre el hombre y la realidad. Por lo mismo, el actual contexto tecnológico reclama un tipo de investigación que haga visibles los nuevos estilos de relación con los nuevos medios y el tipo de textos y objetos que forman parte del diccionario de referencias para actuar en el mundo.

## I. Los por qué **del estudio.**

El sentido de la investigación se debe principalmente a dos factores, el primero se refiere al plano personal-profesional y el segundo tiene que ver con los cambios que se le vienen a Colima en tecnología comunicacional. Creo sinceramente que un investigador no debe trabajar con supuestos que lo llevan a colocar modelos únicos a cualquier realidad. A principios de 1997 llegué de Barcelona con el propósito de trabajar académicamente en la Universidad de Colima. Al plantearme qué hacer en términos de investigación surgió la necesidad prioritaria de conocer al colimense en su cotidianidad: prácticas, hábitos, costumbres, tradiciones, sueños, andares, percepciones, desilusiones, temores, querencias; además de relacionarme con las lógicas de interacción de sus habitantes con los medios de comunicación e información audiovisual. Me surgieron dudas como ¿qué hace el colimense cuando ve televisión? ¿con qué tecnología, además de la televisión, tiene relación? ¿cuáles son sus preferencias de programación? de existir ¿cuáles son los patrones de comportamiento de las audiencias?

La introducción de nuevas ofertas y/o de viejas ofertas pero a través de nuevos soportes tecnológicos, constituyen para la realidad colimense

procesos latentes de transición que deben observarse con detenimiento y método. Con la llegada de la televisión por cable y por satélite se registra un salto cuántico e hipotéticamente cualitativo de la oferta televisiva; con el aumento de tecnología como beeper, teléfonos celulares, teléfonos digitales con funciones sofisticadas (memoria, identificación de llamadas, despertadores, etc.) se diversifica la *interacción*<sup>3</sup> a distancia y la *interactividad* llega con los videojuegos, Internet, cd-rom y la próxima instalación del proyecto *Ciudad Cableada*.

Desde el 24 de noviembre de 1998 la Universidad de Colima, El Gobierno del estado y la empresa *MAS Comunicación Telecable de Colima*, desarrollan el proyecto *Ciudad Cableada*. El proyecto consiste en cablear con fibra óptica<sup>4</sup>, en un tiempo de dos años, a todo el Estado, ya están conectados cinco municipios y varias dependencias gubernamentales. Actualmente están en período de pruebas porque la intención es ofrecer un concepto que integre audio, video y datos. Esto permitirá la cristalización de los proyectos *Biblioteca en casa* y *Universidad virtual* además de todos los procesos de modernización de la gestión pública y la mayor cobertura de la oferta programática televisiva<sup>5</sup>.

Esta coyuntura posiciona a Colima como un delicioso caldo de cultivo. Estamos en el *inter* preciso para tomar el pulso antes de que el nuevo

---

<sup>3</sup> Gianfranco Bettetini (1995), diferencia entre la tecnología que permite la interacción y la interactividad. La primera es aquella que se establece entre sujetos aunque medie una tecnología (por ejemplo el teléfono) y la segunda es la que un sujeto establece con una máquina (como Internet).

<sup>4</sup> Que la conexión se realice a través de cable coaxial significa un notable aumento en la amplitud de banda que eleva la potencia en el cupo de información y en la velocidad de operación.

<sup>5</sup> Cfr. <<http://www.ucol.mx/acerca/coordinaciones/CGSTI/digeset/cdcable/index.html>>

---

sistema de comunicación e información entre a su etapa de total funcionamiento. La idea es sacar una radiografía cuando las percepciones y prácticas no sufren cambios todavía, y después de un tiempo propicio, volver a *oprimir el obturador* para anotar las diferencias y coincidencias entre los dos momentos a fin de conocer los *cómos* y *por qué* de movimientos o estancamientos de esquemas cognitivos sociales.

## 2. Antecedentes del tema en el campo académico **de la comunicación en México**

El interés por conocer a los receptores viene con la aparición de los medios de comunicación electrónica, pero con la incursión de nuevas tecnologías de información y comunicación en el hogar, el análisis de las audiencias adquiere un papel relevante en el campo de la comunicación. En México, el bagaje de estudios que asuman a la familia o al hogar como lugar de encuentros y resemantizaciones de los medios, no es amplio. A mediados de los 80's, investigadores del Programa Cultura se aproximan a las familias colimenses para observarlas en el acto de ver telenovelas pero sobre todo para entender las apropiaciones y usos diferenciales que efectúan<sup>6</sup>. Este estudio se basa en los planteamientos teórico-metodológicos de *Frentes Culturales* de Jorge González<sup>7</sup>. Más recientemente, en la UAEM, Luis Alfonso Guadarrama se decanta por el binomio Familia-televisión pero a partir de un enfoque sistémico y central de la familia<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Karla Covarrubias, *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*.

<sup>7</sup> Jorge Alejandro González Sánchez, "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro"

<sup>8</sup> Luis Alfonso Guadarrama Rico, *Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistémico*.

Entre los pendientes del campo académico de la comunicación, está la investigación sobre el equipamiento tecnológico comunicacional. En este renglón, una experiencia significativa la realizó el Programa Cultura en 1993. Se trata de una investigación nacional que busca construir una gran base de información sobre la Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos en México (FOCYP). Uno de los campos de estudio se refiere al equipamiento tecnológico en el hogar porque asumen que “la posesión de un equipo adecuado y un saber específico sobre la tecnología que se puede adquirir en el hogar permite o impide el acceso a diferentes productos y creaciones culturales que vienen en imágenes y sonidos”<sup>9</sup>. Por otro lado, Nestor García Canclini, a partir de su mirada sobre una teoría del consumo sociocultural que desarrolla a través de una investigación sobre el consumo cultural en la ciudad de México<sup>10</sup>, amortigua el estigma de las audiencias pasivas porque entiende que a través del consumo también se conoce, se estimula el pensamiento y se asimilan o rechazan sentidos prefabricados por los medios. En esta línea, el consumo mediático se entiende como el conjunto de procesos socioculturales en el que se realizan la apropiación y los usos de los productos y diferencia así, consumo de consumismo.

Guillermo Orozco es el investigador que más experiencia tiene sobre recepción televisiva en México. Sus trabajos los organiza a partir de la mirada de las mediaciones de Jesús Martín Barbero y cree que las audiencias tienen niveles de intervención, que no son totalmente pasivas ni recipientes vacíos en el momento del consumo; es decir, cuentan con un bagaje de experiencias para dar sentido a lo que reciben. Las audiencias no están sujetas a una única interpretación, evolucionan socialmente. Entiende que el consumo televisivo no comienza ni termina en el limitado

---

<sup>9</sup> Jorge Alejandro González Sánchez, *La cultura en México. Cifras Clave*.

<sup>10</sup> Nestor García Canclini, *Consumo cultural en México*.

---

momento de ver televisión, que el acto trasciende sobre otras actividades cotidianas y que otras también lo tocan.

Aún cuando siguen produciéndose investigaciones centradas en el proceso lineal tipo *Laswelliano*, un avance para el campo de la comunicación en México es la preocupación por explorar posibilidades de interpretación de las audiencias como procesadoras de cultura, de sentidos. Audiencias situadas en contextos sociales, políticos, económicos y tecnológicos que no las determinan pero que cooperan en su construcción.

### 3. Una metodología para el estudio de las actuales audiencias

El artículo se construye con información cuantitativa y cualitativa, la primera se obtiene a través de una encuesta estadísticamente representativa en la Ciudad de Colima y en la zona conurbada Villa de Álvarez del estado de Colima<sup>11</sup>, la segunda es producto de entrevistas temáticas en profundidad a individuos de diez hogares. Esta tecnología de investigación es parte de la investigación *Análisis de las nuevas formas de relación con la audiencia de la televisión y con los nuevos soportes de información tecnológica mediados por pantalla*<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Según INEGI, entre Colima y Villa de Álvarez hay 43 690 viviendas habitadas, de las cuales encuestamos 223.

<sup>12</sup> Proyecto Inicial de investigación con registro de CONACYT I27013-S, de la convocatoria 1998.

### 3.1. La encuesta

Esta técnica sirvió para conocer el equipamiento tecnológico doméstico y saber a qué oferta comunicacional acceden los colimenses desde sus hogares. Para lograrlo se diseñó un cuestionario en función de los siguientes objetivos particulares:

*Situar a la comunidad estudiada en términos sociodemográficos.* En esta investigación el *hogar* es la unidad de análisis, y en Colima generalmente los hogares están constituidos por familias. Por lo mismo, se determinó a las familias (los integrantes de los hogares) según el tipo de parentalidad, extensión, tiempo de radicar en Colima, lugar de procedencia y nivel socio-económico. Y en cuanto a los individuos constituyentes del hogar se especificó el género, edad, rol en el hogar, nivel de estudios, ocupación y permanencia en la casa. Todo esto resulta de interés porque si bien es cierto que la socialización se da en el seno del grupo familiar, también sucede que el entorno social participa en la configuración de dispositivos de competencia especializada. Esta distinción pone en tela de juicio la homogeneidad de comportamientos y percepciones de la sociedad. Es decir, asume de entrada y entre otras cosas, que las miradas de los que provienen del medio rural difieren de los que son formados en la ciudad; por ejemplo los norteños, que por su historia y entorno geopolítico difieren de los del centro y sur del país.

Dar cuenta del *Equipamiento tecnológico electrodoméstico*<sup>13</sup> y

---

<sup>13</sup> Entiéndase como electrodomésticos al tipo de aparatos eléctricos de uso práctico y común en el hogar como la licuadora, batidora, picadora, extractor de jugos, microondas, refrigerador, lavatrastes, etc.



*comunicacional*<sup>14</sup> en el hogar. Lo que para Silverstone es el *sistema socio-tecnológico doméstico*<sup>15</sup>. El autor afirma que el estudio de las audiencias televisivas debe verse en correlación al uso de otro tipo de tecnologías que cohabitan en el hogar. En la medida que los sujetos se relacionan con la tecnología, adquieren competencias que facilitan la relación con otras tecnologías. Cuando se quitan el miedo a encender la televisión, la radio, la licuadora, a programar el microondas o la video, toman confianza en el dominio de otro tipo de aparatos más sofisticados. Por eso es importante para este estudio tener información sobre la tecnología instalada en los hogares colimenses.

Además es importante saber cuál es la *oferta a la que acceden las familias y los individuos* y cuáles son las *modalidades de relación con la tecnología*. Para esto se determinó el acceso a los servicios *on line*, al tipo de televisión, a las preferencias de programación, espacios y tiempos de uso, tomas de decisión, actividades paralelas e interacciones.

---

<sup>14</sup> El *sistema tecnológico comunicacional* es la interrelación de las diferentes tecnologías y servicios de comunicación e información que conviven en el ámbito doméstico como la televisión, la video, el radio, el walkman, el cd-rom, la computadora, el fax, el modem, el teléfono, el beeper, el Internet, el correo electrónico, la impresora, la grabadora de audio, de video, cámaras fotográficas, de cine, modem, etc. De esta suerte, el hogar se entiende como una espesa malla de interrelaciones no sólo entre las personas sino entre los medios que allí están distribuidos, donde se generan objetos y sentidos.

<sup>15</sup> Roger Silverstone, "From Audiences to Consumers: the Household and the Consumption of Communication and Information Technologies

## 3.2. Las entrevistas

La información obtenida con la encuesta fue básica para la selección de 10 hogares. Esto tuvo como fin estudiar más a fondo las formas de relación de los sujetos con el sistema tecnológico comunicacional. Los hogares elegidos fueron de clase media y pudimos obtener información sobre conductas de niños, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la 3ra. edad. Interesó la clase media porque según los datos de la encuesta, es la franja de población más versátil en cuanto a equipamiento y relación con las tecnologías comunicacionales.

La observación más detallada se hizo a través de entrevistas temáticas en profundidad a cada una de las personas que habitan en los hogares. Con la información discursiva de los sujetos se buscó distinguir elencos de situaciones, repertorio de preferencias y contenidos, pautas de lectura y relación con la tecnología (modos de selección, estilos de relación, actividades simultáneas al uso, mecanismos de toma de decisión). El protocolo de la entrevista se encaminó a obtener información cualitativa sobre las formas de relación entre las personas y la tecnología atendiendo principalmente al esquema *quién hace qué, cuándo, cómo y dónde*.

## 4. El hogar como espacio para estudiar a las audiencias

Según Silverstone<sup>16</sup> el estudio de las audiencias televisivas, debe hacerse en el ámbito doméstico porque es ahí donde se realiza el contacto con el medio, donde se construyen y deconstruyen significados. En la tarea de definir lo doméstico y sus actores, Henry Selby hace una distinción entre *familia*, a la que entiende como una categoría cultural, y *unidad*

---

<sup>16</sup> *Ibidem.*

*doméstica*, a la que ve como categoría de análisis<sup>17</sup>. Por su parte, Lluís Flaquer acepta que la familia puede ser una categoría cultural pero también biológica<sup>18</sup>. Considero, apoyándome en los estudios culturales etnográficos sobre las audiencias<sup>19</sup>, que el concepto de *hogar* satisface a esta investigación, ya que contempla, además del factor de la economía doméstica y de los vínculos consanguíneos del grupo, la producción, reproducción y modificación de significados. Permite, sin ruido epistémico, la presencia de relaciones afectivas y jerárquicas y de la toma de decisiones. En esta lógica, *el hogar es un sistema cultural complejo, alta y multi estimulante, diversamente articulado, es el espacio donde los sujetos sociales se constituyen en audiencias y usuarios del sistema tecnológico comunicacional*.

Los hogares en Colima se organizan con patrones similares a los de la familia occidental moderna, ya que se sostienen en una estructura patriarcal, son mayoritariamente nucleares y biparentales. Además de esos indicadores occidentales generales, los colimenses son de poca movilidad, es decir, construyen hogares donde la norma es que sus miembros residen de forma permanente en la casa paterna hasta que

---

<sup>17</sup> Henry Selby (1994) distingue entre familia y unidad doméstica. De la primera dice que es un concepto cultural que puede llegar a constituir a la unidad doméstica pero que no la determina. Mientras que la segunda es una categoría analítica y se refiere al grupo que comparte una residencia, el consumo y el gasto a fin de asegurar su reproducción material.

<sup>18</sup> La familia, además de ser un concepto cultural, puede ser un concepto biológico porque las relaciones entre los miembros se dan a través de lazos de consanguinidad. Ser el padre o la madre de la prole implica el previo proceso de apareamiento del que nacen los hijos *cfr.* Lluís Flaquer, *El destino de la familia*

<sup>19</sup> Me refiero sobre todo a los trabajos que vienen realizando David Morley, Roger Silverstone, James Lull, Ien Ang

salen a formar sus propios hogares (cfr. Gráficos 1, 2 y 3). Los hogares colimenses diseñan, realizan y evalúan estrategias de sobrevivencia y desarrollo; y se constituyen en formas de gobiernos para decidir la adquisición o el rechazo de objetos, prácticas e ideas culturales. En los hogares se establece la censura a ciertos programas o productos mediáticos y la organización de los horarios para ver televisión, la compra de aparatos como la computadora o la renta del servicio de televisión restringida.

## 5. Ecosistema tecnológico **comunicacional**

Gracias a los resultados de la encuesta, determinamos que el ambiente privado en Colima está equipado con diferente tecnología que en principio se adquiere o se usa con la idea de que *hará la vida más fácil o amena*. Con esta mentalidad el hogar se conforma gradual y relativamente en un escenario cada vez más tecnologizado donde se sustituye el molcajete por la licuadora o el molinillo de madera por la chocomilera. El hogar se vuelve un espacio de contacto cotidiano con botones, cordones eléctricos, imágenes, sonidos, tiempos de respuesta y formas de operar que intervienen en las miradas y en las construcciones de sentidos.

Cuando imaginamos una residencia urbana habitada, casi por *default* entran los elementos que consideramos sustanciales a este concepto: camas, mesas, sillas, estufas y algunos aparatos eléctricos que se han vuelto casi indispensables. Según nuestros hallazgos, la televisión está presente en la ecología doméstica un 98.2% (cfr. Cuadro A) y compite con aparatos utilitarios y de gran estima para el hogar como la plancha (99.5%), la licuadora (97.3%), el refrigerador (93.7%), (cfr. Cuadro B). Y si hablamos de tecnología doméstica para el ocio, la televisión no compite, ella es el centro del sistema de ocio doméstico.

---

En 1995 la presencia de televisores en los hogares mexicanos era, según datos de FOCYP<sup>20</sup> de 87% a color y 54 % en blanco y negro. Actualmente en Colima casi todos los hogares tienen televisión; aún los estratos sociales económicamente menos favorecidos de la zona estudiada tienen al menos una (cfr. Gráfico núm. 4). La fuerza que tiene la televisión, tan sólo con su presencia, la coloca en el orden de la infraestructura sustancial del hogar. La televisión se ha vuelto un elemento cotidiano, casi *natural* al paisaje doméstico urbano; tanto, que no tenerlo, parece ilógico y sorprende. “Yo pienso que una casa sin televisión pues como que no. A lo mejor también hace falta, porque llegar y no haber nada qué ver, nomás estar solo. Como cuando vas a de viaje, llegas al hotel y lo primero que preguntas es si tienen tv, porque si voy yo solo ¿con quién voy a platicar? ¿con las paredes? Te sirve de compañía” (cfr. Cuadro D, sujeto B1)<sup>21</sup>

Si enfocamos sobre los aparatos que tienen una estrecha relación con la comunicación audiovisual en los hogares urbanos modernos (televisión, video, videojuegos y computadora), tenemos que en Colima la configuración de *ecosistemas domésticos tecnologizados* es baja (cfr. Gráfico núm. 8). Entiéndase a estos ambientes como la interrelación o apropiación de valores, hábitos, competencias y significados culturales de los individuos y del grupo familiar respecto al equipamiento tecnológico en el hogar.

La electricidad trajo consigo la revolución doméstica. La mayoría de los grandes inventos eléctricos para el hogar se producen para facilitar las

---

<sup>20</sup> Cfr. Jorge González, *La cultura en México I, Op cit.*

<sup>21</sup> De aquí en adelante y a efectos prácticos, hago referencia a los informantes a través de la clave que les otorgué. En el Cuadro D, el lector puede revisar las características de estos sujetos respecto a edad, género, rol en la familia, estudios, ocupación, etc.

labores del ama de casa. Son los sirvientes modernos que permiten a la mujer dirigir una *orquesta robotizada* para que pique, licúe, hiele, caliente, tueste, mezcle, abra latas, planche, lave, seque la ropa, etc. Sin duda los utensilios para las tareas domésticas reflejan el nivel socioeconómico de la familia, una señal de esto es que en cuanto se puede, se compran artefactos que simplifiquen ese trabajo. Y por lo regular el proceso de equipamiento va en el orden de lo indispensable a lo más sofisticado. Cuando en un hogar se adquiere tecnología como cuchillos y cepillos eléctricos o lavatrastes, entre otros, indica no sólo capacidad económica familiar sino también una tendencia hacia lo novedoso, hacia la moda. Si entre las inquietudes tecnológicas familiares se contempla además equipo de computo, fax, celular, beeper, etc. esa tendencia se refuerza.

La configuración del *sistema tecnológico doméstico* representa un estilo de vida y llama la atención que según los hallazgos de la investigación, en los hogares colimenses el equipamiento es mayoritariamente del tipo utilitario y menos sofisticado; lo que significa, hasta este momento, un ambiente no propicio por sí mismo en la configuración de competencias en las nuevas tecnologías comunicacionales. Pero esto no quiere decir que los colimenses no tengan competencias tecnológicas, lo que afirmamos es que las competencias que ha adquirido las obtuvo de otros espacios, principalmente la escuela o el trabajo.

## 6. Contactos/Uso/ **interacción/interactividad.**

Dar cuenta de las modalidades de relación entre el colimense y los medios domésticos de transmisión por pantalla es una tarea extensa. Cada medio bifurca las posibilidades de explicación y entendimiento que no alcanzan a tratarse con profundidad en un texto con las dimensiones de éste. La intención es explorar sobre las formas de

---

convivencia, por lo mismo, presento un *colash* con algunos resultados de la investigación.

## 6.1. La televisión

Ver televisión en los hogares de Colima es una práctica que tiene que ver con varios factores:

*La Oferta.* Colima tiene acceso a servicios de televisión abierta o restringida. La primera opción la constituyen 5 canales nacionales<sup>22</sup> y 2 locales<sup>23</sup>. El servicio restringido o de paga lo forman tres empresas y el acceso al número y tipo de canales depende del contrato que establezcan: *MAS COMUNICACION Telecable de Colima* con varias concesionarias en el Estado, *SKY* y *MVS*, estas dos últimas operan desde la ciudad de México. En este momento, la oferta fuerte de televisión restringida en Colima es *Telecable*. (cfr. Gráfico núm. 5). Sin embargo, gran parte de la población no accede al servicio y sus posibilidades de elección quedan reducidas a los 7 canales de transmisión por aire. Y eso cuando bien les va porque hay colonias donde la señal de TV-Azteca llega con mucho ruido y es imposible sintonizar con calidad. Por lo tanto, hablar de multiplicidad de oferta es hablar todavía de un porcentaje bajo de población con posibilidad de acceso (cfr. Gráfico núm. 6).

*Libertad de las audiencias.* La posibilidad de los sujetos de diseñar su propio menú programático es relativa. Construir el menú *ad hoc* va más allá de contar con un abanico variado y abundante de posibilidades, va más allá de la libertad de prender, cambiar o apagar

---

<sup>22</sup> XEW-2, XHDF-13, TV-7, XEQ-9 y XEHGC-5, este último comparte su sintonía con el canal 5 local.

<sup>23</sup> Canal 5 y Canal 11 de Colima.

a través del control a distancia. La libertad creativa de la audiencia no es absoluta, está mediada por los límites que pone *la agenda* propuesta por las empresas televisivas. La elección consiste en escoger sobre la propuesta hecha no en crear posibilidades. Como dice Aristany “si no tengo cable entonces tengo que ver sólo la programación del canal 2 o la de Tv Azteca” (cfr. Cuadro D, sujeto P3).

*Gustos y preferencias.* En general, los resultados de la encuesta y de las entrevistas muestran que los gustos de los colimenses encuadran con la clasificación de las caricaturas para los niños, las series y musicales para los jovencitos, los adultos con las noticias, los hombres con los deportes y las mujeres con las telenovelas. Pero esta gran clasificación se relaciona con el acceso mayoritario del servicio de televisión abierta, que a su vez ofrece una programación que se basa precisamente en los géneros mencionados como preferentes.

*Disponibilidad de tiempo.* Si bien la *calidad del consumo* está más relacionada a la oferta y a los gustos y preferencias, la *cantidad de consumo* está muy relacionada a la disponibilidad de tiempo. En el Colima actual, sigue habiendo un ritmo de trabajo distribuido a lo largo del día que se suspende en el horario de la comida. A esta hora la gran mayoría de oficinas y comercios se cierran y se reúne la familia para comer, paralelamente a esa actividad, suelen ver la televisión y específicamente las noticias. El tiempo libre de que dispone la familia determina en mucho la formación de grupos y preferencias. Por la mañana la madre puede ver los programas que realmente le gustan, por la tarde llegan los niños y son ellos quienes realmente se adueñan del espacio de la televisión para ver sobre todo caricaturas. En este tiempo los que llegan se anexas al grupo y ven lo mismo a menos que decidan y tengan poder para cambiar de canal.



*Localización espacial del servicio.* Si la televisión está en la sala y se trata de una familia numerosa, este espacio se convierte en el lugar de contacto y socialización hacia dentro y fuera del grupo, lo que satura de energía y deja poco espacio para la intimidad. En cambio, cuando la televisión está en un lugar de acceso o uso restringido como son las habitaciones, el uso de la televisión depende de el/los sujeto/s dueño/s de ese espacio. “Mira, hubo un tiempo en que (la televisión) estuvo en la recámara de mi mamá, pero ya ves que en el cuarto no te puedes meter o no puedes estar mucho tiempo viendo el programa. Ya sea que quieran una cosa u otra. Si quieren descansar entonces tienes forzosamente que apagar la televisión” (cfr. Cuadro D, sujeto B4).

El uso prescrito del espacio queda traslapado por la tecnología y su propia dinámica de uso. Por ejemplo, que la televisión esté en la recámara hace que el hecho de descansar se condicione o modifique. Que se vean en común algunos programas o que se dejen de ver otros. “A veces veo cosas que no me gustan porque ya estoy allí, como la televisión está en la recámara yo me voy a recostar y está prendida” (cfr. Cuadro D, sujeto VI). Estos programas se ven porque se comparte el espacio, no necesariamente porque agrada el programa. Por otra parte, ser usuario principal del espacio también se relaciona con el acto de decidir qué ver.

*Relaciones de poder.* El poder se manifiesta de diferentes maneras, lo ejercen y lo sufren diferentes actores y suelen estar determinadas no sólo por la posición jerárquica del sujeto al interior de la familia, sino por la situación concreta de que se trate. El interés por ver un programa influye mucho en la presión que el interesado ejerza para disuadir al grupo “Yo dejo de contar allí pues no quiero yo decir cuál (...) no discuto a menos que me quiera dormir” (cfr. Cuadro D, sujeto VI). En cambio, quien sí tiene interés por ver algún programa, manifiesta más preocupación e interés por sus programas favoritos

y por ello ejerce más presión para verlos. Aparte del interés y de ser dueño del televisor o del espacio hay otras formas de negociación sobre el *qué ver*; entre ellas está la *decisión democrática*, que la ilustra bien la siguiente imagen que se presentó recurrente en los resultados de esta investigación: “el que llegue primero decide”. Por otra parte está la manifestación de las relaciones de poder relacionadas a la *constitución de la familia*, se basa en las etapas de vida de los sujetos miembros de la familia<sup>24</sup>, e.g. es frecuente que cuando hay niños en casa los mayores son más tolerantes y aceptan las decisiones sobre la programación de los menores para evitar *berrinches* y/o controlarlos dentro de casa.

## 6.2 La videgrabadora

Buena parte de la población Colimense tiene videgrabadora (cfr. Gráfico núm. 8) y la gran mayoría la usa sólo para reproducir películas que alquilan en los video club (ver Gráfico núm. 9). En Colima ciudad, no se tiene que recorrer grandes distancias para llegar al video club del barrio y rentar en versión original o *pirata* las películas más actuales del cine de Estados Unidos. Las cintas llegan a tener las marcas donde se les cubre el logotipo del canal del que se grabaron, pero eso ya lo sabe el cliente y no suele importarle mientras la grabación esté en buenas condiciones. Para el colimense, afecto a ver películas, una forma de traer el cine a casa, es a través de la video. Tanto en la encuesta como en las entrevistas la gente dice que normalmente lo que suelen rentar son películas y lo que más graban son novelas “Grabábamos sobre todo las novelas para mi esposa que no se quería perder ni un capítulo” (cfr. Cuadro D, sujeto P1).

---

<sup>24</sup> Para mayor información sobre el proceso evolutivo de la familia ver a Luis Flaquer, *Op cit.*

La video se convierte, igual que el control remoto, en un dispositivo que permite seleccionar en parte lo que se quiere ver. El uso doméstico de la videgrabadora puede entenderse a partir de dos grandes categorías, como *potenciador* o como *controlador* de la oferta audiovisual. Funciona como potenciador cuando la programación de la televisión no satisface enteramente las necesidades estéticas demandadas. Ya sea por una raquítica tabla de canales o porque aún cuando haya suficiente número de canales, los contenidos no son del todo satisfactorios. Para Olivia, la video fue la opción ante la escasa oferta televisiva del Colima de los ochenta. “Cuando recién llegamos aquí, hace como 12 años, me la pasaba viendo televisión. Mis hijos estaban chicos y veíamos muchas películas, iba mucho a la video” (cfr. Cuadro D, sujeto I2). En cambio, cuando la video funciona como controlador, se debe a motivos opuestos a los anteriores. En este caso, la oferta es tan buena que hay más de un programa que se desea ver; o porque hay otras actividades que interfieren con el horario del programa deseado. En cualquier caso, la video posibilita la grabación en un tiempo y el visionado en otro. “Una película o algo que me interesaba, sobre todo cuando teníamos telecable sí los grabábamos porque había mucho que ver. O cuando de alguna manera estaban al mismo tiempo dos programas que interesaban. Entonces en una se estaba grabando el programa y en la otra estábamos viendo” (cfr. Cuadro D, sujeto P1). “Simplemente si hay oportunidad se graba. Y ahora con los adelantos tecnológicos pues ya las videos vienen programadas para que uno pueda escuchar con calma y a la hora que sea necesario ese programa que por equis motivo no se pudo apreciar” (cfr. Cuadro D, sujeto M2).

La posibilidad de controlar el qué y el cuándo del proceso de recepción reduce la angustia de no estar en el momento de la transmisión original<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Con transmisión original no me refiero al tipo de transmisión en vivo que se diferencia de la diferida, sino al tiempo en que la cadena programa la emisión de un determinado programa. Este tiempo es diferente al momento en que el sujeto visiona la grabación de ese programa.

Quienes normalmente manifiestan grabar más, son los adolescentes y los jóvenes. Esto es interesante porque también son quienes tienen más vida social y aún cuando les gusta mucho un programa prefieren grabarlo y salir con sus amigos “Pues como tenemos afortunadamente la video para grabar, dejamos grabando y ya se me quita el pendiente porque se que lo voy a ver después” (cfr. Cuadro D, sujeto D4). En este sentido, la tecnología facilita una vida pública sin tener que privarse del ocio en el espacio privado. “Si yo sé que no voy a regresar de la escuela y van a pasar una serie que me gusta mucho y que la sigo semanalmente y no la voy a poder ver, desde antes de irme la dejo programada en la video. Dejo una cinta para que no me la apaguen porque ya está programada” (cfr. Cuadro D, sujeto M4).

Pero no todos los jóvenes y adolescentes son iguales, para otros, el video también reduce las actividades de ocio al espacio doméstico. Hay tanto qué ver que no tiene caso salir. “Ya casi no salimos (...) por eso, ahora podemos grabar. Lili me graba a mi lo que vamos a ver y Magali también entró a nuestro club y ella también graba o le grabamos lo que vamos a ver, generalmente es la novela o si hay algo especial. Ahora existe esa comodidad y al mismo tiempo monotonía de que sabemos que hacemos lo mismo. Mi papá acostumbra sentarse en la puerta a platicar allá afuera, de hecho nuestras relaciones a nivel de cuadra, de aquí del barrio han disminuido, antes jugábamos mucho en la calle, de niños, todos los días eran juegos, a correr, a platicar con las amigas y ahora ya no” (cfr. Cuadro D, sujeto D4) .

La videograbadora además permite tener su propia videoteca doméstica. Como en la fábula de la hormiguita y la cigarra, con la video se registra hoy la buena programación para verla después en tiempos de escasez o aburrimiento. “Hay un programa que me gusta mucho que pasan los viernes y entonces ese programa aunque lo veo, lo grabo porque me gusta tenerlo ahí archivado para un día que no haya nada bueno ponerlos” (cfr. Cuadro D, sujeto M3).

Algo que llama la atención respecto a la idea de la videoteca doméstica, es la baja frecuencia de videos grabados por los sujetos. Si cruzamos esta información con la también baja frecuencia de los hogares que suelen tener cámara de video (cfr. Cuadro A) notamos que no hay cultura de la auto producción del recuerdo a través del audiovisual. Cuando hay quinceañeras, bodas, bautizos, graduaciones o eventos muy significativos para la familia, se contrata el servicio de video y foto; así como tampoco es común llevar al viaje una cámara de video. A diferencia de nuestros vecinos estadounidenses que han domesticado más esa tecnología<sup>26</sup>. Cuando las videograbadoras se ofrecieron en el mercado doméstico, muchos creyeron que esta era la posibilidad para el ciudadano/a común de construir sus propios discursos, de escoger las imágenes, el orden y el movimiento deseado. Ahora existía la posibilidad de captar lo cotidiano en formato extraordinario, *cuasi* televisivo. Pero a Colima no le interesa mucho jugar a la televisión, sólo el 3.5% tiene una cámara de vídeo, a diferencia de la cámara de fotos que ya es tecnología domesticada (49.3%), (cfr. Cuadro A).

La tecnología parece a veces dominar la voluntad de las audiencias con el canto de la sirena que adormece los sentidos. Entonces parece difícil escapar de la pantalla y pasas horas sin hacer nada importante. “Rentábamos muchas películas y veíamos mucha televisión. Pero precisamente porque rentaba a veces hasta 5 películas decía “Hay no” y por eso hace un tiempo que la desconectamos y me desconecté totalmente de hacer ese tipo de grabaciones” (cfr. Cuadro D, sujeto P2). Pero si el poder de las audiencias no alcanza a determinar el *qué*, si existe la posibilidad de cambiar de canal, apagar el televisor, desconectar la video, retirar la conexión al cable o bien, alternar con otro tipo de actividades de ocio que involucren más el espacio social.

---

<sup>26</sup> Las cámaras de video se han hecho más pequeñas y con un amigable y poco complicado sistema para hacerlas funcionar. Te puedes sentir como profesional pero sin las complicaciones técnicas ni físicas.

### 6.3. La computadora

La presencia de computadoras en los hogares es escasa y quienes llegan a utilizarlas en la escuela o el trabajo, las usan mayoritariamente como procesador de texto. Aún así, perciben las posibilidades de la computadora como herramienta para organizar el trabajo. “Cuando trabajaba en Telesecundaria me tocó la comisión de la Dirección y había que hacer algunos oficios que siempre se repiten cada dos o tres meses. Entonces yo nada más hacía el formato, nada más cambiaba fechas y alguna novedad u observación y ya. Es más práctico que estar haciendo cada documento. Nada más para eso la utilizaba” (cfr. Cuadro D, sujeto VI).

También entienden que como cualquier otra herramienta, se requieren habilidades que se obtienen sólo con la práctica. “La tenemos prestada porque llovió y se mojaba (...) estaba pensando traerla porque a veces tengo que hacer algunos documentos y siempre tengo que ir con el vale aquel (el sobrino a la quien se la prestó) a que me saque información y dejo de practicar y pierdo capacidad de sacar información” (cfr. Cuadro D, sujeto VI).

Para muchos la tecnología de cómputo sigue siendo un misterio. Aún cuando cotidianamente usan la computadora, no hay reflexión sobre la lógica de operación de las máquinas. “Pusieron un programa para hacer las cartas de presentación y ahí las hago, pero se llevaron a reparar mi máquina y borraron esa hoja, entonces el ingeniero tiene en su computadora el formato y yo quería hacer un informe final y (...) viene junto a todo el manual de procedimiento del servicio social. Entonces según yo le di la orden a la computadora para que me sacara sólo la hoja del informe final y me imprimió todo el manual (...) yo la quería parar y le ponía ahí donde decía cancelar porque la mía tiene cómo cancelar la impresión y esa no tenía, entonces siguió saque y saque hojas (y) como la sacó media chueca, le di otra vez la orden, volvió

sacarlo todo y de plano la apagué. Al otro día el ingeniero fue en la mañana a trabajar y la computadora se agarró imprimiendo. Dice que 6 veces le salió el formato, “miren, vean, vean como tengo el bote de la basura”, decía. En otra ocasión ya me ha pasado (...) también le di supuestamente la orden y como 10 veces me imprimió la misma cosa” (cfr. Cuadro D, sujeto V2).

Quienes más resistencia demuestran al uso de las computadoras son las personas mayores, sobre todo las amas de casa “Yo estoy muy atrasada en eso, creo que el día que mis hijas tengan yo sólo las voy a ver de lejos porque como te digo, no les sé” (cfr. Cuadro D, sujeto A2). Se saben fuera de un universo posible para sus hijos, de entrada, los consideran expertos y facilitadores de su posible entrada al mundo informático. “Mis hijos me han platicado pero yo ni la manejo ni la sé utilizar. Mi escolaridad es baja, estudié la primaria y no la terminé. Entonces yo nunca he entrado a esos programas. No tengo ni idea de cómo se manejan” (cfr. Cuadro D, sujeto T1). La ignorancia las aleja. “Mas bien mi temor es que le vaya a pasar algo, que la vaya a descomponer pues no he tenido la oportunidad de que él me diga primero cómo le mueva, pero sí me gustaría usarla (cfr. Cuadro D, sujeto E2). El temor de esta informante por descomponer la computadora lo comparten también jóvenes y adolescentes. No es un temor privativo de la adultez. La mayoría de los entrevistados que tienen computadora en casa y que no la usan dicen que es por temor a descomponerla y que entonces le piden auxilio al experto del hogar para que los ayude.

En el contacto con la tecnología, confluyen sentimientos a veces encontrados, normalmente el que trabaja con la tecnología de cómputo delega paulatinamente su confianza y cuando lo hace avanza a grandes pasos en la producción y en la construcción de competencias, pero también en su dependencia. “Cuando te fallan te derrumbas, se te cierra el mundo. Te acostumbras a tener esa herramienta y a contar con ella y a que todo es muy fácil, entonces no prevés que la máquina te pueda

fallar” (cfr. Cuadro D, sujeto T4). A diferencia de quienes no la usan y desconfían desde el principio porque no pueden ver dónde está el material de su trabajo o porque representa un enemigo por su naturaleza no humana “A veces a eso le tengo miedo, es un robot aquí en casa, me da miedo que un día vaya a bajar y me vaya a agarrar y se vaya a apoderar de mí o se me vaya a meter en la cabeza tanta cosa como las máquinas” (cfr. Cuadro D, sujeto E2).

Curiosamente aún los que no la usan o la usan como máquina de escribir, opinan que es una tecnología necesaria que abre puertas a mundos posibles pero no dejan de tenerle reservas. “Nos han ayudado bastante para que el hombre día con día se desarrolle y busque nuevas expectativas de cambio se supone que para hacer un país desarrollado como se quiere lograr, aunque lo veo muy lejano (...) necesitas estar cambiando e innovando pero a la vez hay mucho desplazamiento de la fuerza humana, por lo mismo que son máquinas no tienen la misma capacidad que el hombre” (cfr. Cuadro D, sujeto I3). Las reservas pueden deberse a que su poca interacción con las máquinas no les permite entender hasta dónde siguen siendo máquinas y hasta dónde queda resguardado el reino del hombre; o bien, porque de entrada las suponen artefactos enemigos y evitan la interacción.

## 6.4. Los videojuegos

Los hogares colimenses no son actualmente espacios donde se realizan procesos de interactividad. Los videojuegos, Internet y el correo electrónico no son tan populares como la computadora, la videograbadora ni mucho menos la televisión. Quienes suelen usar más los videojuegos lo hacen en establecimientos públicos, de preferencia los del barrio, y por lo regular son niños o adolescentes y de género masculino.



Entre los resultados encontramos que los padres sienten preocupación por el uso de los videojuegos por parte de sus hijos. Se quejan de que olvidan hacer sus deberes en el hogar y en la escuela. “Una vez quiso y le dijimos que no era bueno que los niños usaran el Nintendo porque luego quieren estar todo el tiempo ahí y se olvidan de hacer la tarea y se olvidan de sus cosas y ya después quieren estar en las maquinitas gaste y gaste todo el dinero de sus ahorros y que a veces no tienen dinero para ir y le agarran dinero a sus papás (...) y que entonces era malo” (cfr. Cuadro D, sujeto V2)

El temor no corresponde necesariamente a la experiencia propia sino a la información que fluye en la sociedad del uso y abuso de los videojuegos, principalmente la que proviene de la televisión. “No quiero que mi hijo juegue a eso porque estaba viendo un programa de televisión donde decían muchas cosas sobre esos lugares en la ciudad de México, que buscan a los niños y les dan droga” (cfr. Cuadro D, sujeto V2). “Estaba yo viendo en la tele que los programas antes eran de pelea y que ahorita hay unos (...) que salen mujeres y que el chiquillo empieza a quitarle la ropa, entonces el chiquillo está métele y métele monedas (...) es una manera de ver pornografía” (cfr. Cuadro D, sujeto V1). Pero no para todos los padres tienen el mismo significado. Hay quienes lo usan como método para incentivar la eficiencia escolar de sus hijos, consideran que el uso de los videojuegos “es bueno (...) porque los niños utilizan mucho su mente” (cfr. Cuadro D, sujeto E1).

La gratificación de interactuar con los videoguegos está relacionada con las habilidades para manejarlos. “En alguna ocasión llegué a jugar pero me enfada, no soy muy hábil, como no gano a nadie mejor no juego” (cfr. Cuadro D, sujeto T3). Se distingue el siguiente silogismo: a mayor práctica, mayor habilidad y mayor satisfacción por el reconocimiento de *experto*. E.g. Oswaldo, que tiene jugando desde los 8 años varias horas al día y se sabe de memoria los juegos que tiene en su casa, para él, esta actividad forma parte de su cotidianidad y de su cartera

de gastos. “Más bien lo usamos cada que rentamos cassette, es que el que tenemos ya nos aburrió, y cuando rentamos cada dos meses jugamos todos los días muchísimas horas, soy muy bueno” (cfr. Cuadro D, sujeto T6).

## 6.5. Internet y correo electrónico

Los datos cuantitativos muestran que el ámbito doméstico colimense no se caracteriza por una alta conexión *on line*. El hogar constituye apenas el 5% de los espacios donde el colimense suele acceder a Internet. El ámbito más importante en término de frecuencia de uso, lo constituye la escuela seguida del trabajo y al final están las bibliotecas (cfr. Gráfico núm. 10). Esta tendencia es muy similar a la del correo electrónico; sin embargo, la interacción por Internet es 7% mayor al uso del correo.

Es importante definir que la naturaleza de cada servicio condiciona el uso y gratificación correspondiente. En una perspectiva simple, para Internet sólo necesitas estar conectado; en cambio, para ser usuario regular del correo electrónico, además de la conexión tecnológica, requieres a un sujeto con quién comunicarte. Esto influye también en los usos más frecuentes que se les da a cada medio. El correo electrónico lo usan mayoritariamente para comunicarse por razones de trabajo o afectivas de forma rápida y económica. “El correo más que nada para estar en contacto con mis amigos aunque sean de aquí (...) Hay veces que no los encuentro y yo se que llueve o truene van a llegar a revisar su cuenta por Internet (...) entonces, si es super urgente o es muy noche y ya no les puedo hablar por teléfono les dejo recado por correo” (cfr. Cuadro D, sujeto M3).

Los sujetos entrevistados coinciden en que principalmente usan Internet y el correo electrónico para resolver un problema específico y que por la misma razón se inician. “Cuando nos dejan alguna investigación de

algún tema especial, voy con unos amigos porque no sé manejarlo bien y ellos sí saben y me van diciendo cómo y buscamos el tema porque hay una gran diversidad de información” (cfr. Cuadro D, sujeto T3).

La clase media colimense es el rango socioeconómico más versátil y móvil respecto a estas nuevas tecnologías. Tiene el mayor índice de acceso *on line*, así como más equilibrio y variedad en los lugares para acceder. Es el único sector social que registra alguna cercanía con bibliotecas electrónicas. El estrato socioeconómico que le sigue en variedad y equilibrio es el alto (cfr. Gráficos núms. 11 y 12).

En una comparación diacrónica simple entre el uso de Internet y el correo electrónico, es notorio el desfase de la clase económicamente menos favorecida. Los lugares en los que normalmente acceden, se circunscriben a las posibilidades públicas (escuela y trabajo) y no al ámbito doméstico. Esta situación se debe a una cadena de circunstancias históricas, económicas y culturales. El equipo de cómputo, aún cuando ha bajado su costo en el mercado, sigue siendo inaccesible para un buen sector de la población colimense. Las prioridades de este grupo son todavía la supervivencia antes que la inversión en estrategias de desarrollo. Si el medio que rodea cotidianamente al individuo no demanda competencias especializadas, difícilmente él las incorporará; a su vez, la deficiencia en competencias limitará el acceso a un mejor trabajo; lo que genera un bucle recursivo<sup>27</sup> que no es fácil romper.

En la medida que crecen los sujetos, por lo regular también crecen las obligaciones y responsabilidades. Esto condiciona la forma de uso de

---

<sup>27</sup> En términos de Edgar Morin, cuando se refiere a los procesos y elementos que vuelven sobre sí mismos. Es decir, el efecto retroactúa en la causa y la modifica creando un bucle o espiral.

Internet. Los mayores acceden con objetivos concretos mientras que los más jóvenes son menos rígidos y se permiten el placer de interactuar. Para algunos jóvenes entrevistados navegar está guiado por una pregunta previa “Entro cuando tengo necesidad de buscar información específica que sirve para mi negocio, algunas soluciones a problemas pero nunca con fines de perder el tiempo” (cfr. Cuadro D, sujeto T3) porque “de por sí es algo lento y perder el tiempo” (cfr. Cuadro D, sujeto T4). En cambio para los adolescentes, navegar también puede ser un hobby no necesariamente calificado como *pérdida de tiempo*. Es como ir de tiendas, el objetivo no es comprar sino disfrutar mirando aparadores para cuando se te ofrezca. Internet no sólo sirve para buscar información, explorar o pasar el rato, también es un buen pretexto para la socialización “Me dicen mis amigos que me meta a una página porque hay una cosa padre, unas fotos o algo así de una modelo, si me meto y me gusta la foto la pongo en un papel tapiz” (cfr. Cuadro D, sujeto E3).

Hay una postura laxa sobre los derechos de autor de la información que aparece por Internet. Al ser un espacio abierto se accede libremente y con el mismo ánimo se toma lo que se necesite sin dar crédito al autor: “Ahí mismo bajo la información le hago los encabezados y nomás la copio tal cual o agarro un documento, le borro (...) y dejo lo de matemáticas, le pongo fechas y ya tengo una carpeta para matemáticas. La puedo acomodar a mi propio antojo y dejo de estar escribiendo porque tengo qué hacerlo a mano (cfr. Cuadro D, sujeto VI).

Con estas tecnologías rentabilizas tu tiempo, accedes a más volumen de información y más reciente. Pero la tecnología no sólo es una herramienta de trabajo, también es una co-constructora de otras competencias, por ejemplo, aprender procesos de edición que antes eran exclusivos del diseño y la edición o bien a organizar y procesar información<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Cfr. Alejandro Piscitelly, *Op cit*.

## Conclusiones

Cuando leo trabajos de algunos teóricos, ensayistas y profesionales de los nuevos medios, me quedo con la imagen de la aldea global de MacLuhan. Pero cuando analizo los datos de mi investigación veo parte del tejido social de Colima sin contacto con las tecnologías de comunicación e información. Saben que existen pero que es un universo alejado de sus cotidianidades y expectativas de vida. Lo importante no es la tecnología por la tecnología, ni la cercanía al mundo de las nuevas tecnologías por moda o *status*. Se trata de que una vez que aparecen en el sistema social nuevos modelos de comunicación e información, se registran cambios de percibir y organizar el mundo.

Salvo casos extraordinarios, nadie muere por no saber leer. Pero el analfabeta queda privado de aquellas sensaciones que se fundamentan en la escritura y no me refiero sólo al mundo de las publicaciones de libros o revistas. Pensemos por un momento en todas las cosas que se basan en la escritura y se dejan venir nomenclaturas de calles, teclados de máquina de escribir o computadoras, cartas afectivas, contratos, manuales, tarjetas de presentación y de felicitación, instrucciones y un largo etcétera. No saber leer limita las posibilidades de acción en un mundo en el que una de sus principales arterias, es la escritura. Una enorme porción del saber de la humanidad está registrado por la escritura y la gran mayoría de acciones públicas se basan en lo escrito. El analfabeta queda expuesto a engaños, abusos o errores. Lo mismo sucede con el analfabeta en las nuevas tecnologías de comunicación e información. ¿Cuántos fraudes se registran diariamente de cajeros automáticos? La mayoría de víctimas son personas que no saben el procedimiento de las máquinas. Al no entender la lógica de funcionamiento de los cajeros quedan vulnerables a la buena voluntad del prójimo. Por todo esto, se tornan importantes las competencias tecnológicas y obligatoria la reflexión ética sobre todo este ámbito.

---

En este sentido, una de las agendas pendientes del campo de la comunicación, es trabajar no sólo en *educar para los medios* sino *a través de los medios*. Parte de la apuesta es diseñar y aplicar metodologías que faciliten cumplir con los contenidos curriculares de las asignaturas particulares a través del uso de las tecnologías. Esta postura le regresa a la educación formal parte de la energía que ha perdido desde que la televisión centralizo la atención. Las escuelas, como facilitadoras de la formación de competencias en la sociedad ha de tomar en cuenta, en el diseño de sus planes y programas, que una de las formas posibles para hacer que los sujetos entren al mundo de la comunicación e interacción mediática, es a través de trabajos concretos u objetivos específicos, y que los sujetos formados directamente en las aulas son agentes potenciadores de cambio social.

Entre las posibles estrategias de desarrollo de los hogares está la inversión de los roles del que transmite competencias sobre las tecnologías de comunicación e información. La familia se caracteriza en sus épocas tempranas por que los padres son quienes socializan a la prole, pero cuando los hijos crecen y se relacionan con las nuevas tecnologías, son ellos quienes normalmente introducen las innovaciones tecnológicas al hogar. No precisamente en la adquisición, sino en significados que motiven a los otros a contactar. Esta idea toma fuerza porque el joven colimense sale de casa hasta que intenta formar su propia familia, mientras eso no sucede suele estudiar en la misma región, lo que se traduce en tiempo compartido en el hogar y en posibilidades de contagio sobre los universos simbólicos tecnológicos.

## Equipamiento tecnológico comunicacional en los hogares colimenses

### CUADRO A

Código	Aparato	Hogares que al menos tienen uno	Hogares que no tienen ninguno
33	Televisión	219	4
47	Video	110	113
61	Modular o estereo	115	108
75	Grabadora	145	78
89	Radio	212	11
103	Ecuilizador	94	129
117	Compac Disc	93	130
131	Walkman	42	181
145	Teléfono	92	131
159	Celular	22	201
170	Cámara fotográfica	110	113
184	Cámara de video	8	215
198	Máquina eléctrica	26	197
212	Videojuegos	32	191
226	Computadora	28	195
241	Impresora	16	207
255	Escaner	1	222
269	Modem	6	217
283	Fax	2	221
297	Bipper	7	216
309	Control remoto	168	55

FUENTE: Ana Isabel Zermeño Flores, datos obtenidos de la encuesta a 223 hogares de la Cd. de Colima y Villa de Álvarez, del Edo. de Colima, en septiembre del 1998.

## Aparatos eléctricos en los hogares colimenses encuestados

### CUADRO B

Aparato	Hogares con al menos un aparato	Hogares con más de un aparato	Total de aparatos
Plancha	222	37	259
Licuadora	217	32	249
Refrigerador	209	9	218
Ventilador	177	172	349
Lavadora	153	7	160
Extractor de jugos	86	1	87
Batidora	80	4	84
Pistola de Aire (secadora)	66	16	82
Microondas	47	0	47
Chocomilera	37	0	37
Picadora	29	1	30
Horno eléctrico	26	1	27
Cafetera Eléctrica	21	3	24
Tenazas	19	14	23
Cuchillo Eléctrico	17	0	17
Secadora	14	0	14
Aspiradora	12	1	13
Lavatrastes	2	0	2
Clima	1	0	1
Cepillo Eléctrico	0	0	0

FUENTE: Ana Isabel Zermeño Flores, datos obtenidos de la encuesta a 223 hogares de la Cd. de Colima y Villa de Álvarez, del Edo. de Colima, en septiembre de 1998.



Hogares encuestados colimenses donde se tiene  
pensado comprar los aparatos

**CUADRO C**

Código	Aparato	Tienen pensado comprarlo
33	Televisión	22
47	Video	15
61	Modular o estereo	20
75	Grabadora	11
89	Radio	4
103	Ecuilizador	2
117	Compact Disc	9
131	Walkman	5
145	Teléfono	11
159	Celular	9
170	Cámara fotográfica	12
184	Cámara de video	7
198	Máquina eléctrica	6
212	Videojuegos	2
226	Computadora	22
241	Impresora	17
255	Escaner	6
269	Modem	6
283	Fax	1
297	Bipper	3
309	Control remoto	9

FUENTE: Ana Isabel Zermeño Flores, datos obtenidos de la encuesta a 223 hogares de la Cd. de Colima y Villa de Álvarez, del Edo. de Colima, en septiembre del 1998.

## Bibliografía.

Ang, Ien, *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, Londres, 1991.

Bettetini, Gianfranco et al, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1995.

*Ciudad Cableada*, Universidad de Colima (México), [en línea], [Consultado el 30 de abril de 1999], <<http://www.ucol.mx/acerca/coordinaciones/CGSTI/digeset/cdcable/index.html>>.

Covarrubias, Karla, et al, *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*, Trillas, México, 1994.

Flaquer, Lluís, *El destino de la familia*, Ariel, Barcelona, 1998.

García Canclini, Nestor, *Consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993.

González Sánchez, Jorge Alejandro, *La cultura en México. Cifras Clave*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Programa Cultura/CUIS/UdeC, México, 1996.

\_\_\_\_\_, "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro", *La cultura en México. Cifras Clave*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Programa Cultura/CUIS/UdeC, México, 1996.

Guadarrama Rico, Luis Alfonso, *Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistémico*, UAEM, México, 1998.

Morley, David, et al, "Domestic Communications – Technologies and Meanings", en *Media, Culture and Society*, núm. 12, 1990, (pp. 31-55).

---

Piscitelli, Alejandro, *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Argentina, 1995.

Selvy, Henry et. al, *La familia en el México urbano. Mecanismos de defensa frente a la crisis (1978-1992)*, CONACULTA, México, 1994.

Silverstone, Roger, "From Audiences to Consumers: the household and the consumption of communication and information technologies", en *European Journal of Communication*, núm. 6, 1991, (pp. 135-154).