

## **Apartado metodológico**

No se defiende en esta tesis ningún método único o prevalente de análisis, sino que se utilizan aquellas técnicas que resultan justificadas en la práctica concreta de la investigación y en el momento concreto del estudio. El tratamiento de realidades complejas no requiere necesariamente técnicas complejas de análisis de datos. En gran medida, la apariencia de complejidad de un sistema se debe a la existencia de diferentes niveles de organización y funcionamiento del mismo, y tanto un enfoque cuantitativo, si es reductivamente estadístico, como un enfoque cualitativo, si es meramente lingüístico o semiótico, resultan en una confusión de los diversos niveles de la realidad social.

### **La adecuación pragmática de prácticas, métodos, y técnicas**

Esta tesis es un intento de captar la articulación sociológica de diversos niveles de la realidad en el ámbito concreto de expresión de la vida cotidiana. Tal articulación no depende sino de la conciencia crítica del proceso del sujeto investigador, que ha intentado en todo caso evitar tanto la experiencia empírica carente de visiones teóricas (explícitas) que orienten la práctica de la investigación como los modelos teóricos abstractos al margen de la experiencia sobre las prácticas en el mercado.

En términos metodológicos, por tanto se introduce y justifica a continuación, el uso de entrevistas abiertas y de biografías narrativas como técnicas generadoras de discurso, esto es, como herramientas útiles para el análisis en el contexto de la investigación en curso.

### **La adecuación de la entrevista abierta**

El tipo de entrevista que se pretende llevar a cabo en esta investigación se podría incluir en la categoría de entrevistas abiertas de investigación social. Una curiosa contaminación terminológica lleva a muchos manuales y estudios a hablar de “*entrevista en profundidad*”. Esto le aporta una sobredosis de profundidad y de psicologismo, seguramente

derivada de la legitimidad de las entrevistas psicosociales de Rogers en USA durante los años 50. Se puede reconocer su paternidad menos reputada en el trabajo de recuperación de la *“historia de los que no tienen voz”*, llevado a cabo por diversos historiadores marxistas ingleses (p.e., Fraser, 1979). Esta línea de estudios, desarrollada especialmente desde principios de los años 80, y especialmente por mujeres, tiende a la reconstrucción de archivos orales a partir de un sistema de principios metodológicos que trasciende la consideración del sujeto que manifiestan los investigadores que utiliza el concepto de “informante”, “soplón”, o “chivato”, por ejemplo cierta antropología (en exceso positivista) o los clásicos estudios “de pandilla de esquina” como los de White (1955) o Liebow (1967).

A continuación se apuntan brevemente unas consideraciones fundamentales respecto a este tipo de entrevistas, que pueden ser ampliadas en los manuales metodológicos al uso <sup>1</sup>.

La práctica de la entrevista recibe justamente la cualificación de “contrato comunicativo” pues no hay mucho de naturalidad en la situación. Ciertamente resulta discutible el estatuto preciso de esta situación, aunque afortunadamente se puede acudir a las referencias metodológicas para establecer acaso los extremos entre los cuales se encuentre. Por un lado estaría, en este sentido, la consideración de la entrevista como prueba o examen. Para algunos el papel del cuestionario (como límite extremo de la entrevista) no es más que un examen de adecuación de los valores personales a los valores sistémicos o sociales. En el extremo opuesto se podría considerar el cinismo goffmaniano (que finge ante el sujeto/objeto de estudio en función de los intereses de la investigación), o incluso el romántico enamoramiento fraseriano. Huyendo por igual de ambos confines es preciso reconocer que las personas entrevistadas tienen intereses y tienen estrategias, al igual que los entrevistadores. La expresión explícita de tales intereses y estrategias es el camino para llegar a lo que Alfonso Ortí llama *“una cierta empatía controlada”*, que ponga las bases para el contrato comunicativo. De ese modo, hay que evitar lo convencional para acercarse a lo personal desde lo personal, pues cuanto más convencional es una pregunta más convencional será la respuesta.

---

<sup>1</sup> Para una discusión sobre las técnicas de la entrevista abierta puede consultarse, entre otros muchos, los clásicos Bodgan & Biklen, 1982; Hammersley & Atkinson, 1983; y Taylor & Bodgan, 1984. También Ortí, 1989; Ruiz Olabuena, J.I. & Ispuza, M.A., 1989. Un listado más completo (aunque un tanto añejo) se puede consultar en <http://selene.uab.es/mytis/btis27.htm>

La entrevista abierta tiene más sentido cuando nos encontramos con sujetos con características de “individualidades pragmáticas”. Es decir, ante todo, se trata de narraciones biográficas concreta y no-intercambiables entre sí. Pero el aspecto pragmático indica que el entrevistado no habla de lo que “se dice”, sino que habla de lo que él ha hecho, y finalmente, el individuo con el que se trata es un yo relacional, rico, activo y que despliega intereses y estrategias durante la práctica de la entrevista <sup>2</sup>. Se atribuye a Alvin Gouldner la afirmación humorística de que “*la sociología estadística es de clases medias, por clases medias y para clases medias*”, y ese es el prejuicio que quiere romper el siguiente precepto metodológico: la entrevista abierta sólo tiene sentido desde el reconocimiento (y la búsqueda) de la diferencia <sup>3</sup>.

El lugar propicio para encontrar sujetos de la entrevista, habida cuenta del precepto general anterior, no es “*inter pares*” sino en los espacios limítrofes del contexto estructural social de cada investigador. Estos espacios son accesibles mediante estrategias diversas, así en términos de contactación, “por encima” hay que utilizar recursos de capital social (relaciones, prestigio), mientras que “por debajo” hay que utilizar el capital económico.

El contrato comunicativo supone un intercambio, y en este sentido, es importante tener en cuenta qué es lo que aporta al entrevistado la práctica de la entrevista (aparte de la eventual satisfacción económica: si el entrevistado pide remuneración económica y es “natural” contextualmente, se paga). Para el entrevistado, la principal recompensa de la comunicación que supone la entrevista abierta está en la función identificativa o emotiva del lenguaje (véase Anexo), es decir, en la gratificación de saberse o sentirse parte de un grupo que goza de un cierto interés. Este hecho, que desde la época de los estudios del equipo de Elton Mayo se había tendido a considerar un sesgo, debe entenderse mejor como un elemento estratégico a la hora de establecer, y mantener el contrato comunicativo <sup>4</sup>.

La entrevista abierta se puede orientar temporal o cronológicamente, de forma que el discurso se articule como una evolución o recorrido en el tiempo (una “trayectoria

---

<sup>2</sup> Práctica que, obviamente, no se restringe a lo idealmente grabado en la cinta, sino que se extiende a toda la interacción, desde el momento de la contactación, la negociación previa y, especialmente, los momentos posteriores a la entrevista en sí, con todas las maniobras por parte del entrevistado que los investigadores de campo conocen (Taylor & Bodgan, 1984: 63-65).

<sup>3</sup> Es fama que los considerados grandes conocedores del mundo frecuentan la diferencia y la disparidad como camino de la sabiduría, así por ejemplo Don Juan exclamando “*A los palacios subí y a las cabañas bajé*”, o Dante con su exhaustiva excursión por casi cada rincón entre el Infierno y el Paraíso.

<sup>4</sup> En el grupo de discusión, contrariamente a la entrevista personal, la principal gratificación proviene de la función metalingüística, siempre en términos jakobsonianos (véase Anexo).

personal”). De este modo se ofrece la oportunidad de una reconstrucción del yo narrativo o de una identidad a través de profundidad temporal, lo que permite la expresión legitimada de las contradicciones y desdoblamientos del individuo (véase, apartado sobre “biografía de consumo”, pág. 207). Esto quiere decir que el hecho de que el discurso de los sujetos sea una reconstrucción del Ego presentado, en lugar de implicar un problema para la investigación supone una ventaja estratégica para el investigador. El discurso no se toma como reproducción o comunicación de información, sino como el resultado de una producción que (índiciariamente) dice del productor más que del contenido. La producción discursiva en términos históricos, o historia de consumo, permite la prevalencia de un EGO expresivo, pero la producción en momentos diferentes, pre y post compra, implica ruptura de la coherencia en la misma expresión <sup>5</sup>.

La entrevista se hace siempre a dos voces porque entrevistar no es interrogar. La propuesta de “escucha flotante” de la técnica psicoanalítica debe ser puesta en funcionamiento, pero también superada por una actitud comunicativa plena. La entrevista abierta de investigación nada tiene que ver con la entrevista terapéutica, sino que se acerca más al ideal de una conversación. No hay que seguir un guión cerrado, con una breve lista de tópicos a tratar se debe entablar una conversación que se grabará siempre que se pueda<sup>6</sup>. Como todo acto de habla tiene características o efectos pragmáticos es preciso practicar una “vigilancia” con respecto a la “violencia simbólica”, o imposición de códigos del entrevistador (Bourdieu, 1988). Al mismo tiempo no hay que saturar con interrogaciones al entrevistado como si fuera un cuestionario <sup>7</sup>.

La entrevista abierta se realiza mediante actos de habla habituales, por lo que la vigilancia lo único que impone (técnicamente) en una entrevista abierta es dominar las aptitudes conversacionales habituales o cotidianas. El sesgo interrogativo ignora el hecho de la riqueza de elementos del habla, que deben ser conocidos y usados adecuadamente en la entrevista. El manejo pasa por la diferenciación a la que puede ayudar el siguiente esquema.

---

<sup>5</sup> La “presentación” que se menciona se utiliza en sentido goffmaniano (Goffman, 1959). Este párrafo muestra la vinculación de la investigación con las “rupturas provocadas” en términos etnometodológicos (Garfinkel, 1967).

<sup>6</sup> El magnetófono o dispositivo registrador se convierte en otro personaje de la entrevista, lo que –una vez más– debe ser entendido más como una posibilidad que como una limitación. Cuando se apaga el dispositivo la comunicación cambia, y hay que saber integrar esto en la estrategia de la investigación.

<sup>7</sup> Tanto más cuando se ha optado por una perspectiva alejada del modelo conductista. Para mantener la coherencia entre técnicas empleadas y modelos teóricos adoptados es especialmente poco indicado usar cuestionarios en esta investigación, ya que como afirmaba C.W.Mills, el cuestionario tiene un incuestionable fundamento conductista en su funcionamiento estímulo-respuesta.

**Tabla 24. Niveles y elementos del acto de habla.**

	<b>Comentarios</b>	<b>Interrogaciones</b>	<b>Reiteraciones</b>
<b>Nivel Referencial (informativo)</b>	Consigna o Aclaración (Establecimiento o Cambio del contrato comunicativo)	Preguntas sobre el contexto, preguntas que no cierren el discurso, ni creen tópicos nuevos. Cercanas al tema por encima (no es engañar).	Eco
<b>Nivel Modal (interpretativo)</b>	Interpretación, dirección sobre la marcha.	Preguntas sobre actitudes. (Mejor no remodelizar).	Reflejos <sup>8</sup>

Las entrevistas abiertas se realizaran allá donde se puedan, aunque idealmente se debería llevar a cabo cerca del entorno propio del entrevistado. Sin embargo un cierto descentramiento respecto al centro de su vida cotidiana, como un cafetín cercano a su trabajo, o una sala próxima al barrio donde habita puede servir como eficaz “campo neutral”. En todo caso hay que “ir hacia” el entrevistado evitando las salas técnicamente saturadas de las instituciones de investigación.

Hay que hacer cuantas entrevistas se pueda, según los criterios propios del análisis cualitativo (no estadístico, en el sentido de distributivo de Ibáñez, 1986a: 54), bien sea desde el esquema del muestreo estructural que tiene como criterio la significatividad social de los discursos generados por los sujetos, bien desde el esquema del muestreo teórico que tiene como criterio el rendimiento teórico del análisis (Strauss, 1987). El mecanismo operativo para cerrar el proceso de muestreo es conocido como “saturación de conocimiento” (Bertaux, 1983: 27) y se refiere en esencia a la contrastación interna de los materiales ya obtenidos, y el cierre muestral determinado por la evidencia de reiteraciones.

La duración óptima de una entrevista abierta es imposible de establecer. Conviene mantener la conversación mientras se pueda, aunque hay que considerar la posibilidad (con ciertas ventajas añadidas) de hacerse en varias sesiones. Una entrevista se “satura” en la misma sesión, y eso da la medida del final de la misma.

De entre las diversas modalidades se estima especialmente adecuadas las entrevistas informales. Estas son similares en su forma a las conversaciones casuales cotidianas, pero mientras las entrevistas estructuradas tienen una agenda explícita, las entrevistas informales tienen una agenda de investigación específica pero implícita. Destaca a su favor que “las

<sup>8</sup> La sensibilidad hacia el lenguaje corporal puede resultar instrumental para la investigación etnográfica (Fetterman, 1989:70) pues muchas manifestaciones físicas proporcionan información útil para el investigador que observa o entrevista. Esta información proxémica (referida a la distancia socialmente aceptada entre personas) y kinésica (referida al lenguaje corporal), convenientemente contextualizada, puede generar hipótesis emergentes, o confirmar parcialmente sospechas (Birdwisch, 1970; Hall, 1974). Pero del mismo modo, en el acto de la entrevista hay que mantener un cierto control sobre las propias actitudes corporales.

*entrevistas informales son útiles a lo largo de un estudio etnográfico para descubrir lo que la gente piensa y cómo las percepciones de una persona se comparan con las de otra. Estas comparaciones ayudan a identificar los valores comunes de la comunidad –valores que conforman el comportamiento. Las entrevistas informales son útiles para establecer y mantener un «rapport» saludable.*” (Fetterman, 1989:49). Es decir, que permiten mantener una línea de comunicación muy productiva y permiten gestionar de forma flexible cualquier incidente surgido en la entrevista, sin perder su eficacia como herramienta para la comparación. Las entrevistas informales no implican ningún tipo o orden de preguntas, siendo típicamente adaptativas a la situación de entrevista, y se mezclan típicamente con una conversación, formando una mezcla de conversación y preguntas {Nota: Aunque hay que tener cuidado con el efecto negativo de esta difuminación de los límites de la situación comunicativa, que puede generar una cierta angustia y reparo en el sujeto entrevistador. Por ejemplo, “Bueno, cuando quieras... ¿has empezado ya a grabar? E: ya lleva rato. R: hhhhhh! vaya (ríe) qué horror! Podías haberme avisado! (ríe)... ya me has cortado... nada que (se esfuerza por olvidar que la están grabando)... ehhhh... (se angustia)” (R1,70:74). }. Hay una serie de preguntas o tópicos a tratar, pero en cada entrevista se expresan en una forma y un momento diferente.

Finalmente ha que destacar que la adecuación de la entrevista abierta para los objetivos del presente estudio deriva de su función metodológica básica que “*en el contexto de una investigación sociológica se limita –en nuestra opinión- a la reproducción del discurso motivacional (consciente e inconsciente) de una personalidad típica en una situación social bien delimitada*” (Ortí, 1989: 178). Esto quiere decir que esta técnica es apropiada cuando se pretenda estudiar la estructura caracterológica típica de un sujeto y las condiciones de su proceso motivacional, insertas en una situación de clase, y no sus problemas personales, ni sus características individuales. Como los contenidos del objeto de la presente indagación se mueven en el plano de las representaciones, deseos, necesidades, creencias, la entrevista abierta aparece como la forma más adecuada de acercarse a la memoria-representación de unos hechos cognitivamente reproducidos.

### **La adecuación de las “biografías de consumo”**

Un debate clásico en los estudios sobre el consumo es el referido a si la unidad de análisis debe ser el individuo o la familia. Por un lado, se ha argumentado que el modelo

individual no sirve pues la unidad básica de consumo es la familia, y por otro lado que el modelo familiar de clase (Wright, 1992) puede esconder desigualdades de género. Siendo ambas cosas ciertas, en general, cabe preguntarse si en tal caso la única solución pasa por utilizar un modelo de género (dentro de la polaridad producción-reproducción) como única solución.

No entraré en la discusión de tal punto, para el consumo en general, pues en función de los objetivos propios de esta investigación, la referencia es un producto muy concreto. Se puede afirmar que el acto de compra de un PC doméstico es estrictamente individual y como tal se va a tratar. Es la posición del individuo que realiza la adquisición (siempre dentro de una red relacional próxima que incluye, especialmente, los vínculos familiares) la que configura o informa las preferencias individuales. Lo colectivo, o familiar no se pierde en la agencialidad de este “individualismo”, sino que se expresa a través de ella.

De este modo, los objetivos de la investigación justifican la utilización de entrevistas personales en este contexto. Las entrevistas individuales tienen el carácter de “historias” o “biografías” de consumo, es decir, se orientan a la producción discursiva de una narración evocativa de la relación entre el entrevistado y el objeto en concreto, en este caso los ordenadores domésticos. Esta narración resulta de la propuesta hecha al entrevistado de articular a partir de la dimensión temporal su relación con el objeto.

La relevancia para el marco sociológico más general aquí examinado (una teoría sobre los mecanismos de la acción social) no se deriva de la consideración de la adquisición de ordenadores como acto fundamental en la vida social de un sujeto. En ese sentido no es más relevante que cualquier otro acto de consumo. Sin embargo, posee una especial relevancia para la investigación (que no para la vida social) desde el momento que se lo considera como un fenómeno social “total” en el sentido estricto maussiano.

Toda la vida de un individuo, y toda la vida de la sociedad en la que se encuentra, atraviesa la reconstrucción de la propia historia en cada narración (Bertaux & Bertaux-Wiame, 1983). Pero, siendo ese el principal interés de la técnica del análisis asistida por las “historias” o “biografías” individuales, no es el único. A través de una biografía se puede reconocer la evolución personal de un yo narrativo, que no un yo objetivo. Si la encuesta por cuestionario cerrado ofrece un buen dispositivo para capturar individuos objetivos o reales entre las redes de la teoría, por el contrario, la entrevista abierta y la autobiografía

permiten al individuo la construcción de un yo complejo, acorde con la hipótesis fundamental de la inexistencia del “individuo” centrado y unitario.

Finalmente la narración del entrevistado contiene también una dimensión informativa objetiva, en cuanto descripción de contextos de constricciones que son descritos desde los estados cognitivos actuales de reconstrucción de los estados pretéritos. Dos tipos de información “objetiva” pueden derivarse de estos análisis, la confrontación con fuentes secundarias (por ejemplo, la fecha de compra de un determinado tipo de ordenador) y el reconocimiento de la actitud actual respecto al fenómeno (sinceridad, racionalización, mero engaño).

Los tres aspectos expuestos apuntan a otros tantos niveles del análisis, que no se excluyen entre sí, sino que se complementan en caso de poder llevarse a cabo conjuntamente.

- 1) La reconstrucción de la vida y el entorno; que abre el análisis hacia la perspectiva de los hechos sociales “totales”, definidos a partir de la existencia de discursos sociales “flotantes” (o repertorios de motivos) que son apropiados por los individuos.
- 2) La evolución de un yo narrativo, o asignación de significado por el mismo agente; que permite detectar los puntos de constricción que van a articular la personalidad social del entrevistado.
- 3) El acceso a información objetiva, o hechos contrastados.

El tercer punto puede ser accesible utilizando técnicas de observación directa o de entrevistas más o menos sistemáticas. El primero puede ser accesible mediante técnicas como el grupo de discusión, o el análisis institucional (Ruiz & Ispuza, 1989: 160 ; Ortí, 1986; 198; Callejo, 2001). El segundo sólo puede recogerse a partir de entrevistas individuales abiertas. La reconstrucción de “biografías de consumo” a lo largo de series de entrevistas puede permitir la integración (que no acumulación) de los tres aspectos.

La práctica tradicional de historias de vida y autobiografías procede a través de múltiples sesiones, que implican idealmente, la elaboración de la narración biográfica personal siguiendo una estrategia cíclica. Esto significa que las diferentes sesiones tienen la función de profundizar y detallar progresivamente en la biografía mediante la revisión por



el sujeto de lo redactado anteriormente. Estas sesiones se extienden en tiempo y en número, hasta alcanzar el punto de saturación estimado como adecuado por el investigador. La dedicación para la realización de una historia de vida se estima en unas 50 a 100 horas repartidas en unos cuantos meses (Taylor & Bodgan, 1984: 111 y 114).

Una “biografía de consumo” es más bien una aproximación a esta perspectiva de las historias de vida, vale decir, una especie de historia de vida abreviada o focalizada sobre el objeto de la investigación. La biografía de consumo es una técnica de generación de discurso consistente en la reconstrucción por parte del sujeto entrevistado de las experiencias biográficas personales derivadas del conocimiento y consumo de un determinado bien o servicio. Como señala el etnógrafo Fetterman (1989), este tipo de entrevistas retrospectivas raramente consigue los datos más precisos en términos informativos objetivos, sin embargo su idoneidad está en otro principio. En estas entrevistas retrospectivas los sujetos rememoran información histórica personal, y normalmente olvidan y filtran los sucesos pasados. Si se dispone de alguna fuente de información alternativa para poder contrastarla, la entrevista retrospectiva resulta extremadamente adecuada pues *“la manera en que los individuos dan forma al pasado ilumina sus valores y revela la configuración de sus concepciones del mundo.”* (Fetterman, 1989:50). Cabe decir, respecto a la práctica específica de todas las técnicas retrospectivas, que difícilmente se pueden considerar descriptivas, sino siempre “constructivas” en el sentido de reconstrucción de los procesos vitales en el acto de la entrevista. Cuando en la práctica discursiva se expresa la historia personal anterior siempre se hace desde la perspectiva presente. Esto permite entender mejor las intenciones, creencias y deseos actuales del individuo entrevistado a partir de su rememoración biográfica. Por ejemplo, ante el siguiente fragmento *“Yo cuando compré el Pentium tenía idea de comprarme uno [portátil], pero claro, era absurdo, el precio... comprar en vez de la unidad, la CPU, comprar un portátil, pero buf vi los precios y dije ¿dónde voy? Entonces era mucho más rentable, y creo que era mucho más racional comprar una unidad nueva que un portátil de segunda mano entonces.”* (A1,952:957), podemos comprender mejor la posición actual del individuo que está justificando ahora la compra de un ordenador portátil, insistiendo en la demarcación con el “entonces” que supone el ordenador de sobremesa del que dispone en el domicilio familiar y que sólo utiliza él. En este sentido de “reconstrucción”, a efectos de análisis, responde este tipo de entrevistas más bien a lo que Ginzburg ha denominado un “proceso indiciario” (Ginzburg, 1979). Esta perspectiva siempre ha resultado polémica en sociología, por ejemplo, Bourdieu (1991) crítica lo que

llama la “ilusión biográfica”, por ser un claro ejemplo de “sentido común” en el que no aparece la dominación<sup>9</sup>.

El tipo de entrevista que se utiliza en el presente estudio recoge algunos aspectos de la técnica de las historias de vida, pero en realidad se trata de una entrevista abierta expresiva auto-biográfica, o una “historia de caso”, que combina:

- a) una entrevista estructurada,
- b) una autobiografía cronológica focalizada, y
- c) un test proyectivo no formalizado,

en dos sesiones cuya función no es la profundización sino la comparabilidad en términos cuasi-experimentales, ya que la primera sesión tiene lugar antes de la adquisición del objeto y la segunda con posterioridad a la compra.

Se ha considerado particularmente valiosa esta técnica para un estudio como el presente, con limitaciones de recursos y tiempo, con un objeto claramente identificable como objeto de consumo, con un proceso de adquisición que abarca un extenso periodo temporal. Además la captación de las modificaciones en términos de representaciones internas y justificaciones externas han requerido de esta estrategia que integre la dimensión temporal como parte de la técnica de generación del material de análisis. Finalmente, cabe mencionar otro aspecto de menor importancia, como es que ante la relativamente elevada dificultad de contactar con sujetos adecuados<sup>10</sup> se pudo comprobar como *“la perspectiva de investigación a través de historias de vida suele ser tan gratificante para el entrevistado como para el etnógrafo”* (Fetterman, 1989:63).

### ***Las fases del proceso de entrevistas***

Como se ha señalado en el apartado dedicado a los objetivos, en el presente estudio se pretende elaborar un modelo teórico para aplicable a un fenómeno concreto dentro de

<sup>9</sup> Nota: Claro que, quizás, Bourdieu aquí va más allá de la sociología y, como en otras ocasiones, sobrepolitiza la vida cotidiana. Para una revisión crítica de esta perspectiva, puede consultarse el número 26 que la revista PAPERS en 1986 dedicó monográficamente al tema.

<sup>10</sup> Las condiciones eran estar entre 20 y 40 años, estar a punto de comprar un ordenador personal, pertenecer a alguno de los grupos muestrales, y que realmente consumen la compra.

las prácticas de consumo. Esto se lleva a cabo a partir de datos empíricos de tipo cualitativo, procediendo de forma comparativa e inductiva. Existía un compromiso previo explícito en trabajar dentro de cierta perspectiva teórica y epistemológica (la búsqueda de microfundamentos, y un modelo explicativo intencional) y por eso no corresponde puntualmente con lo que se conoce como la perspectiva de la teorización fundamentada (*“grounded theory”*) propuesta por Glaser y Strauss (1967). Sin embargo, se han utilizado la mayor parte de las técnicas y prescripciones de esta aproximación al análisis cualitativo que, por otro lado es tan flexible como explica uno de sus padres: *“Así, no es un método específico o técnica. Más bien, es un estilo de hacer análisis cualitativo que incluye varios rasgos diferentes, tales como el muestreo teórico, y ciertas guías metodológicas, tales como la realización constante de comparaciones y el uso de un paradigma de codificación, para garantizar el desarrollo y la densidad conceptual.”* (Strauss, 1987:5) Por ejemplo, el concepto específico de “densidad conceptual” como multiplicidad de categorías y de propiedades de las mismas, y de relaciones entre unas y otras a servido de base para la elaboración de sistemas de clasificación y codificación durante el análisis.

Hay una cierta tendencia a considerar la estrategia de «Teoría fundamentada» como *“opuesta [a la clásica, deductiva] y consiste en formar en primer lugar los conjuntos empíricos (X), y subsiguientemente formular etiquetas conceptuales (X) para ellos.”* (Bailey, 1984:32)<sup>11</sup>, sin embargo el mismo Strauss niega la confusión de “Teoría Fundamentada” (TF) con “teorización inductiva”, argumentando que la TF participa en sus diversas fases de los tres elementos de la investigación, es decir tanto inducción, como deducción y verificación (Strauss, 1987:11). Esta es el enfoque que se propone en este estudio con una secuencia metodológica como la siguiente: inducción-validación-deducción-verificación.

A continuación se reproducen, en la medida de lo posible y en base a los materiales originales, intermedios y finales, así como del diario de investigación, las diferentes fases del proceso metodológico, con una especificación técnica de las operaciones realizadas. La mayoría de las consideraciones apuntadas son fruto de una reflexión *a posteriori* sobre las propias prácticas realizada a partir de la redacción de la presente memoria.

---

<sup>11</sup> El modelo Bailey de tres niveles se refiere a la formación de tipologías. Distingue entre el nivel de abstracción y generalización más elevado o “conceptual” (X), el más llano o “empírico” (X’), y un intermedio o “de indicadores” (X’). En el nivel conceptual se elaboran propiamente tipologías en las que cada celda es un “tipo” o categoría abstracta, mientras que en el nivel empírico se elaboran taxonomías en las que cada celda es un “taxon” o conjunto de especímenes.

1. Establecimiento de un modelo concepto/indicador inicial que orienta la recolección de datos y la codificación.
2. Primera entrevista. Codificación y establecimiento de las categorías centrales.
3. Elaboración de un guión y un programa de entrevistas, esto es, un muestreo teórico en función de los objetivos concretos del análisis. Contactación
4. Realización de las entrevistas.
5. Análisis. Comparaciones hasta llegar a un estado de saturación teórica
6. Resultados. Ordenación e Integración de los resultados del análisis en forma de teoría.

A continuación se especifican las cuatro primeras fases, sobre la 5ª existe un apartado posterior específico dedicado al método de análisis (pág 221). Los resultados se integran en el capítulo de conclusiones (pág 449).

### 1. El concepto-indicador que dirige la codificación

Se comenzó por una observación no sistemática en contextos de compra. Un área urbana de un radio aproximado de 2 Km. a partir de un punto aleatorio fue rastreada para contactar con los locales comerciales donde tiene lugar la venta de ordenadores. La visita a los 11 locales que resultaron en este censo permitió una primera comparación entre ellos. Los criterios diferenciales más relevantes encontrados fueron “tamaño de la tienda” y “venta de ordenadores con marca (más caros)”, que configuran una tosca tipología inicial de dos dimensiones <sup>12</sup>.

**Tabla 25. Muestra de locales distribución informática.**

	<b>Marcas propias</b>	<b>Sin marca</b>
<b>Pequeñas</b>	1	7
<b>Grandes</b>	2	2

En principio se pretendía realizar una observación sistemática de las interacciones en los lugares en que se llevan cabo las prácticas sociales de consumo objeto de la investigación, es decir, la adquisición de ordenadores domésticos para uso personal. Sin embargo, ante la falta de disposición por parte de los responsables de los locales de distribución se optó por comenzar la fase de entrevistas.

<sup>12</sup> En la tabla se expresan el recuento de tiendas de cada tipo por no utilizar sus nombres comerciales.

A partir de la observación no sistemática y entrevistas informales en 6 de las tiendas se generó, por saturación un repertorio de “compradores”. Fueron etiquetados por los diferentes vendedores como “empresas”, “estudiantes”, “trabajadores” y “niños con sus padres”. Estas cuatro categorías pueden componer, por substrucción <sup>13</sup>, una tipología con dos dimensiones:

**Tabla 26. Tipología previa de compradores PCs.**

		Ambito de identidad	
		Trabajo	Formación/Ocio
Usuario final	Otros	“Empresas”	“Padres”
	Comprador	“Trabajadores”	“Estudiantes”

Esta clasificación dio el primer indicio de que el concepto-indicador “comprador” podía orientar la codificación. Además ayudó a acotar el universo pertinente en contraste con el objetivo de la investigación, dado que lo que proponía era una pesquisa sobre los intereses propios respecto al uso particular domiciliario del equipamiento informático se excluyeron las “empresas”. Además se estableció que la adecuación de los “trabajadores” pasaba por la condición de que no compraran el ordenador para la empresa sino para ellos mismos.

## 2. Primera entrevista. Codificación y categorías centrales

Aprovechando el contacto directo con un sujeto que deseaba comprar un ordenador (y recurrió al asesoramiento del entrevistador) se realizó la primera entrevista (A1). Para ella se preparó un esbozo de guión de aspectos relevantes <sup>14</sup>.

Una vez realizada la entrevista se transcribió y su codificación inicial de la apoyó <sup>15</sup> la tipología anterior de compradores de ordenadores domésticos. Esto ejemplifica el procedimiento de comparación cruzada en el interior de los materiales de análisis, como criterio de validez y relevancia de los resultados teóricos. A partir de esta consideración se

<sup>13</sup> Se entiende por substrucción “extender las dimensiones de un tipo único para formar la totalidad de la tipología de la que forma parte”, (Lazardsfeld, 1937).

<sup>14</sup> En el apartado siguiente se detallan más las cuestiones referidas al guión y a la realización de la entrevista.

<sup>15</sup> Cuatro citas de esta entrevista remiten a las categorías de compradores teóricos de ordenadores personales. Se reproducen a continuación los fragmentos pertinentes.

NIÑOS: “además, y esos ordenadores me recuerdan a los de los niños que venden de juguete, que se puede hacer alguna cosa, no se si los has visto... E: alguno he visto. A: yo es que el otro día... he visto alguno, no es... es un ordenador, es de juguete porque claro es para niños...” (A1,195:198)

ESTUDIANTES: “pero mi hermana que estaba estudiando lo mismo que yo pues teníamos que entregar trabajos y bueno a mi padre también le picó un poco porque hizo dos cursos de informática, luego tampoco lo iba a tocar mucho, pero... bueno, fundamentalmente por mi hermana y por mi. Porque queríamos hacer cosas.” (A1,309:312)

TRABAJADORES: “Y mi hermana, en Bilbao también se compró un pentium II, me acuerdo, pero con todo... E: ¿la mayor? ¿la que acabó la...? A: sí, sí, vive en Bilbao y se compró un pentium II.” (A1,368:371)

EMPRESAS: “lo compró mi padre en Niebla que es una tienda local de Pamplona que se dedican a abastecer a oficinas, entonces como en su oficina el había comprado todo el sistema informático en Niebla, pues le... habló con el tipo, que tampoco tenía mucha idea y...le explicó un poco, cómprate esto y esto.” (A1,382:385).

diseñar el muestreo teórico a partir de las tres categorías “Padres / Trabajadores / Estudiantes”. Se llevó a cabo el primer nivel de análisis, esto es, la recogida de datos objetivos respecto a las características del sujeto entrevistado. Con los datos de este nivel superficial se fue confeccionando la ficha característica (véase “Fichas características de los sujetos entrevistados“, página 245).

La codificación del texto se llevó a cabo de forma cíclica, esto es, en lecturas sucesivas se fueron generando y asignando categorías codificadoras a los fragmentos de texto. Al principio se trataba de códigos *“in vivo”* y más adelante adquirieron más entidad y significación sociológica. El resultado fue el establecimiento de aproximadamente 30 categorías centrales iniciales, en aquel momento indiferenciadas.

Tras finalizar el análisis las categorías centrales aumentaron a casi 40, y resultaron asignadas a diversos subconjuntos. Algunas corresponden a ámbitos de determinación de los intereses y preferencias ante la compra (Familia, Amigos, Trabajo, Actitud hacia ordenadores,...), otras corresponden propiamente a elementos del proceso de adquisición (Previsión de compra, Biografía informática, Conocimiento manifestado, Solicitud de información...), y otras a mecanismos operativos que se aplican a las relaciones entre elementos y/o ámbitos (Conflicto, Excusa, Miedo,...).

### 3. Diseño del programa de entrevistas

La primera decisión en el momento de iniciar el diseño es el tipo de muestreo. Una posibilidad considerada fue un muestreo selectivo que se define como la *“decisión calculada de tomar muestras de determinado local o tipo de entrevistado de acuerdo con un conjunto inicial preconcebido pero razonable de dimensiones (como el tiempo, el espacio, la identidad) que se han desarrollado previamente al estudio”* (Schatzman & Strauss, 1973). Sin embargo se optó por seguir las prescripciones típicas de la perspectiva TF y realizar un muestreo de tipo teórico (*“theoretical sampling”*) como *“un medio por el cual el analista decide, con fundamento analítico, qué datos recoger a continuación y dónde encontrarlos”* (Glaser & Strauss, 1967). Lo importante en el momento de buscar es el potencial de cada nuevo caso para ayudar en la comprensión teórica que ya se ha alcanzado. No solamente se desconoce inicialmente el número de entrevistas sino que *“carece relativamente de importancia”* (Taylor & Bodgan, 1984: 108). En realidad lo que aporta la clasificación estudiante/trabajador/padre (aparte de una representación de trayectoria biográfica generalizada) es diversidad para promover comparaciones en el interior del

auténtico objeto de estudio. Este objeto no es sino el discurso social generado en la situación de reflexión-rememoración-justificación que implica el proceso de adquisición de un ordenador personal. No es un estudio comparado de los discursos diferenciados según categorías situacionales, sino un estudio de un caso singular (la compra de ordenador) para el que se ha buscado diversidad de expresión en el “tiempo” biográfico personal y en el “espacio” de situaciones personales. La diversidad en el tiempo se ha perseguido mediante el formato de entrevista expresiva retrospectiva, y mediante la ruptura de la entrevista antes y después de la adquisición. La diversidad de situaciones personales se ha perseguido mediante la vigilancia y la construcción de la muestra.

Todo dicho presupone, axiomáticamente, que los mecanismos de compra son, en el fondo, para todos iguales en sus líneas esenciales. La característica de los modelos es precisamente que representan la realidad, no la reproducen <sup>16</sup>.

La contactación de los sujetos siguió diferentes vías, aunque siempre (salvo en el primer caso de contacto directo) se respetó el principio fundamental de que *“la presentación por un miembro de la comunidad es el mejor ticket del etnógrafo para entrar en la comunidad.”* (Fetterman, 1989:43). Se consideró la posibilidad de efectuar la contactación *“a pie de tienda”* en los locales de venta de ordenadores, pero finalmente se recurrió a rastrear tres ramas reticulares para localizar a los sujetos: la del Departamento de Sociología de la UAM, la red personal del entrevistador y la formada por las Asociaciones de Padres de Alumnos de tres Institutos de Enseñanza Secundaria. Se estimó utilizar en todo caso la mediación de terceras personas conocidas directas de los sujetos entrevistados, aunque los vínculos con el entrevistador fueran débiles. Lo importante es la afectividad del vínculo por el lado del sujeto entrevistado (Ver Anexo).

Los criterios utilizados para el muestreo teórico responden siempre a cuestiones emergentes en el análisis previo, como por ejemplo *¿Otro trabajador diría lo mismo sobre la dedicación del tiempo?, ¿El discurso de una madre será diferente del de un padre respecto a Internet? o ¿Qué tal un estudiante no universitario?*. Por ello la selección de sujetos se realiza uno a uno durante el proceso de análisis y codificación, lo que alarga considerablemente en el tiempo la realización de este tipo de estudios. Una estrategia utilizada fue mantener en elaboración

---

<sup>16</sup> *“La realidad es siempre n+1 respecto a cualquier modelo”* dice Alfonso Ortí, y Borges lo explica brevemente así *“...En aquel imperio, el arte de la cartografía logró tal perfección que el mapa de una sola provincia ocupaba toda una ciudad, y el mapa del Imperio, toda una Provincia. Con el tiempo, esos Mapas Desmesurados no satisficieron, y los Colegios de Cartógrafos levantaron un Mapa del Imperio, que tenía el tamaño del Imperio y coincidía puntualmente con él. Menos Adictas al Estudio de la Cartografía, las Generaciones Sigüientes entendieron que ese dilatado Mapa era Inútil y no sin Impiedad lo entregaron a las Inclemencias del Sol y de los Inviernos...”*. (Borges, 1960, la narración original de 1935).

continúa un censo de posibles sujetos con contactos previos, y recurrir en cada momento el sujeto adecuado, aunque esto resultó en sujetos del censo que quedaron fuera de la muestra y otros para los que hubo que realizar una búsqueda expresa. En todo caso, los resultados del muestreo teórico responden siempre al balance entre los criterios y las oportunidades reales de conseguir sujetos.

Finalmente el corpus discursivo se consideró saturado en términos de un balance entre a) la saturación de contenidos derivada de los análisis sucesivos (cada entrevista se realizó tras la transcripción-codificación de la anterior), y b) la diversidad según el esquema de tipos de compradores propuesto, cuando de llegó a 2 estudiantes universitarios, 2 trabajadores, y 2 padres adquirientes para sus hijos. Este resultado muestral no puede ser considerado aleatorio en términos de personas según los criterios de la estadística inferencial lo que imposibilita la aplicación de muchos procedimientos estadísticos<sup>17</sup>.

El guión se modificó antes de las entrevistas siguientes a la primera, para adecuarlo al diseño final de las sesiones. Era tan sólo una lista manuscrita de tópicos a tratar, sin un orden especial, con la función de recordatorio para no olvidar de tratar determinados temas.

La versión definitiva es la siguiente (resultado de la modificación y ampliación durante el trabajo de campo):

Primera sesión:

1. Imaginario informático: Dibujo proyectivo de un ordenador, recuerdo inducido del primer contacto con un ordenador, y género asociado al PC y otras asimilaciones simbólicas.
2. Cronología de consumo informático anterior. Los sujetos pretende dar sentido a su “historia” a partir de la evocación/reconstrucción de los orígenes.
3. Disponibilidad y realización efectiva de compra en cada etapa anterior de la biografía.

---

<sup>17</sup> Sin embargo la presunción de aleatoriedad no afecta a los procedimientos estadísticos descriptivos, y menos aún los que se realicen considerando todos los casos de la población, por ejemplo, está justificado matemáticamente el uso de análisis de tipo factorial en sus variantes topológicas si se utilizan todos los casos del corpus léxico (y se cumplen el resto de condiciones particulares del análisis).



4. Situación del sujeto en estructura productiva, por expresión de la ocupación, los recursos propios, o algún otro indicador de clase.
5. Situación en la red relacional: familia, contactos, amistades.
6. Modelo de “satisfacción” de necesidades: marcas, reciclaje, mercado de segunda mano.
7. Alternativas planteadas ante la compra.

Segunda sesión:

1. Imaginario informático: Dibujo proyectivo y asimilaciones simbólicas.
2. Lugar y modo de la compra.
3. Características equipo adquirido.
4. ¿Qué hubiera comprado además, si hubiera podido?
5. Satisfacción: evaluación del equipo nuevo.
6. Destino del equipo antiguo.

Este guión no tiene mucho sentido en las entrevistas informales tradicionales (exploratorias) pero resultó casi imprescindible en las “biografías de consumo” realizadas, por dos motivos: en primer lugar porque el formato informal hace que las derivas temáticas a lo largo de la entrevista resulten en una relativa dificultad para llevar un control mental de los tópicos tratados, y en segundo lugar, porque existe la necesidad real de mantener la comparabilidad temática entre entrevistas, a pesar de permitir la expresión ideosincrática de los sujetos entrevistados. En ambos aspectos la lista <sup>18</sup> resulta un dispositivo esencial para el desarrollo de la sesión.

#### 4. Realización de las entrevistas

El objetivo de las entrevistas fue la producción discursiva no azarosa de narratividad por parte de los sujetos entrevistados concretos ante una situación concreta. Con las entrevistas no se pretendía obtener información objetiva sobre las acciones ni un discurso social descarnado. En palabras de Luís E. Alonso, ni la conducta pura (hacer) ni el lenguaje puro (decir), sino el “*decir del hacer*” (Alonso, 1998: 72) es lo que persigue la entrevista.

---

<sup>18</sup> Se reproduce en el Anexo.

Uno de los principales puntos de interés era la posibilidad de contrastación intertemporal de los discursos y representaciones mediando el momento culminante de la compra. Por ello se dividió la entrevista en dos sesiones, una previa a la adquisición y la otra posterior. Algunos tópicos se repiten en ambas sesiones, con el riesgo de resultar desconcertantes o incluso irritantes para los entrevistados como señala alguna literatura especializada al respecto, por ejemplo, *“viniendo una justo tras la otra, las preguntas repetidas pueden ser insultantes e infructíferas”* (Fetterman, 1989:57). Sin embargo, ningún sujeto mostró indicios de ello; las sesiones se realizaron con intervalos de entre 56 y 164 días.

Las entrevistas se grabaron por duplicado. Las dos primeras directamente en formato digital sobre el disco duro de un ordenador portátil, pero se evidenció por los comentarios de los entrevistados que la presencia de un equipo informático tal influía en una medida indeterminable sobre la entrevista. Por ello para los registros sucesivos se utilizó una grabadora manual con mini-micrófono externo, que al alejar el dispositivo del campo visual reduce su impacto sobre el entrevistado. La grabación de seguridad se realizó en todos los casos mediante una pequeña agenda electrónica de bolsillo <sup>19</sup>.

Las sesiones registradas comenzaron siempre con la propuesta al sujeto de que dibujara “un ordenador”, tras proporcionarles un folio tamaño DIN-A4 y un bolígrafo. Este dibujo proyectivo de un ordenador se ha utilizado para conseguir un mapa cognitivo de los individuos y complementar la configuración de sus representaciones imaginarias, pero también para comparar las dos expresiones gráficas en los dos momentos, anterior y posterior a la compra. Esta técnica puede asimilarse a lo que la tradición etnográfica ha denominado “pregunta Grand Tour”, esto es una invitación a que el informante haga un recorrido extenso por el campo estudiado, “presentándolo” al investigador (Spradley & McCurdy, 1972). En general, estas técnicas de tipo proyectivo *“a pesar de ser reveladoras, raramente se hallan solas. El investigador necesita colocar estas técnicas en un contexto más amplio de investigación para comprender completamente las respuestas obtenidas.”* (Fetterman, 1989:67), y efectivamente tan sólo adquieren su verdadero sentido y rendimiento cuando se utilizaron

---

<sup>19</sup> Los dispositivos digitales de grabación aumentan considerablemente el rendimiento del proceso de registro-transcripción. En cuanto al registro, permiten calidades idénticas o superiores a los magnetófonos tradicionales, con grabaciones continuas que superan los inconvenientes del formato de cinta magnetofónica y son dispositivos extremadamente fiables a la par que discretos por su escaso volumen. Los actuales formatos sonoros comprimidos (MP3, WMA) permiten tasas de almacenamiento de unos 40Mb por cada hora, esto es aproximadamente unas 16 horas de grabación en un CD-Rom. En cuanto a la transcripción, las aplicaciones actuales permiten controlar las operaciones de reproducción, pausa y rebobinado con el mismo teclado con el que se transcribe el texto. Por no hablar de otras ventajas más sofisticadas como el tratamiento digital de la voz para mejorar su comprensión o para la identificación automática de sujetos diversos, o bien las posibilidades de indexación directa del material sonoro (Atlas/ti)

en el análisis final conjunto <sup>20</sup>. No se dio ninguna indicación especial sobre el tipo, ni el tamaño ni la posición del boceto. A partir de que el sujeto comienza el dibujo se le pidió que fuera enunciando y explicando lo que iba dibujando, mientras se le iba ya introduciendo en la dinámica de la entrevista. Esto se hizo en parte para distraer su atención del dibujo y promover su expresión inconsciente, y por otro lado para disponer de un registro (sonoro) que permita reconstruir la secuencia de dibujo <sup>21</sup>. Los bolígrafos se regalaron a los entrevistados como detalle de agradecimiento.

Durante la realización de la entrevista se procuró establecer una comunicación informal, intercalando comentarios que orientaban la conversación hacia los tópicos deseados. Se evitaron en la medida de lo posible las preguntas directas, utilizando preferentemente los comentarios con frase abierta o inacabada.

Se procedió en dos sesiones, anterior y posterior a la compra, excepto para los casos en que –desafortunadamente- la compra no se llegó a completar en el momento del cierre del trabajo de campo (R,S) o bien se había completado recientemente (J) <sup>22</sup>. Se realizaron ambas con la ayuda de los dispositivos de grabación, la lista de tópicos previstos en una pequeña nota de papel al alcance de la mano y el material para el boceto solicitado al sujeto entrevistado.

La primera sesión de la entrevista tenía prevista una duración máxima de una hora, y, según las condiciones particulares, se extendió efectivamente entre 40 minutos y 1 hora y cuarto. En cuanto comienza la tarea de trazado del dibujo se inicia simultáneamente la conversación. Durante esta entrevista se recurrió a la reiteración para conseguir la progresiva y sucesiva reconstrucción de los aspectos biográficos en cuanto a uso y consumo de la informática. Se intentó, en la medida de lo posible, que los sujetos evocaran-interpretaran la imaginería de su experiencia informática a partir del objeto concreto, materializando esto en una cronología personal que desemboca en la adquisición actual.

La segunda sesión se llevó a cabo después de la compra, pero no inmediatamente, sino dejando entre una y tres semanas para permitir un primer contacto con el equipamiento. La duración prevista era de aproximadamente 30 min., y se extendió efectivamente entre 20 minutos y media hora. Esta segunda sesión tuvo dos partes

---

<sup>20</sup> A pesar de la sospecha de su posible utilidad expresiva, que llevó a la proposición de dibujo desde la primera entrevista, no existió durante las sesiones más que ideas vagas sobre el sentido de solicitar tales dibujos.

<sup>21</sup> La importancia de ambos aspectos se evidencia en un apartado posterior sobre análisis de los dibujos, pág. 294.

<sup>22</sup> El caso J es especial, pues la entrevista se realizó, de hecho, en una sola sesión posterior a la compra.

diferentes, una primera, expresiva, en que se regeneró la representación imaginaria del ordenador, y una segunda, más dirigida, en que se solicitó expresamente información sobre las alternativas planteadas y la resolución efectiva de la compra, así como de las expectativas y la valoración del equipo a partir de su uso.

Los ambientes en los que se llevaron a cabo las entrevistas, como puede comprobarse en su transcripción completa en el Anexo, fueron muy variados. Se intentó en todo caso evitar las interrupciones que rompieran el desarrollo de la conversación, y buscar un espacio simbólicamente cercano para cada sujeto (preferentemente, lo seleccionaron ellos).

Hay que destacar que las entrevistas fueron siendo transcritas literalmente, de forma inmediata a medida que se producían, y por el mismo investigador. Estos tres aspectos de literal, inmediato, y propio de la transcripción resultan fundamentales. En primer lugar, la literalidad del discurso permite un control o vigilancia sobre las interpretaciones que podrían sesgar una transcripción sintética y además mantiene la expresión propia del sujeto entrevistado sin imponerle categorías ajenas. La inmediatez permite un análisis inmediato del nivel superficial, para la elaboración de la ficha característica del sujeto que es un dispositivo básico de análisis (véase página 245). Además en esta modalidad de muestreo las entrevistas se realizan de forma sucesiva, por lo que la decisión de realizar una nueva entrevista y las características del siguiente sujeto dependen de las necesidades del análisis y las hipótesis intermedias que se generan en el mismo. Finalmente, la transcripción por el propio analista, junto con la inmediatez, permiten añadir a la transcripción los elementos no verbales de la entrevista y otras notas y apreciaciones sobre el desarrollo que ayudarán al análisis. En este último sentido es conveniente mantener la vigilancia por la vía de la literalidad para evitar que la transcripción se convierta en una interpretación o pre-análisis.

## ***Metodología para el análisis de entrevistas***

---

### **Los modelos lingüísticos**

Existen diferentes concepciones o modelos lingüísticos, caracterizados según cómo entienden la relación entre los signos y su entorno enunciativo. La teoría del signo que se utilice cuando se procede a un análisis a partir de material discursivo debe mantener una coherencia con la teoría del individuo como agente social y como “enunciante social”, por

ello se preferirá la utilización de modelos lingüísticos que tengan en cuenta la contextualización social de la enunciación.

Cuando se realiza un análisis de material lingüístico hay que extremar el cuidado con la confusión entre información y comunicación. La información se refiere a la relación entre un sujeto y un objeto, mientras que la comunicación se refiere a la relación entre dos sujetos (aún mediada por un objeto). En ese sentido la comunicación lingüística se realiza mediante símbolos, más que mediante signos o señales. Una señal es el elemento más simple de un sistema comunicativo, no implica sujeto. Un signo es una señal con un código añadido, lo que implica una dimensión social (o al menos comunitaria). Un símbolo es un signo con una carga emocional o afectiva añadida, lo que implica un sujeto. Por tanto la comunicación mediante símbolos implica a un sujeto afectivamente capaz en un entorno social.

A continuación un breve repaso no crítico, sino evaluativo en función de los objetivos de la presente investigación de los principales modelos que incorporan la categoría de comunicación simbólica. Otros modelos, como el informacional de Shanon, tratan con señales, por lo que carecen de relevancia en el contexto de este trabajo.

### 1. El modelo lingüístico estructuralista

Un importante modelo es el estructuralista, con todas sus derivaciones posteriores. Se inicia formalmente con el “Curso de Lingüística General”, obra póstuma de Ferdinand de Saussure, publicada a mediados de la década de los 20s del Siglo XX. Se trata de una perspectiva esencialmente sincrónica que considera la lengua como estructura fija o sistema<sup>23</sup>. El objeto de la lingüística es la “lengua”, como parte social, o común de normas sociales, y no el “habla”, como desarrollo o concreción personal de la lengua. La lengua es virtual pues *“está en el conjunto del cerebro del conjunto de los hablantes”* (Saussure, 1907). Esta dicotomía (tan propia del estructuralismo como género expresivo) oculta algunos hechos de habla de carácter colectivo pero no general. A mitad de camino entre “lengua” y “habla” la Escuela Danesa coloca el interesante concepto de “uso” (Hjelmslev, 1953). La diacronía saussuriana reduce cualquier comparativa al contraste entre dos momentos o estados de un sistema, es decir, trata con un tiempo lógico, sin discontinuidades y compuesto de unidades idénticas. Contrariamente, el tiempo psicológico, subjetivo o histórico está configurado por

<sup>23</sup> En la obra original de Saussure no aparece mención a “estructura” sino a “sistema”.

discontinuidades entre unidades diferentes y que además están cargadas afectiva o valorativamente. En definitiva el tiempo histórico está expulsado del estructuralismo clásico, por lo que resulta especialmente inadecuado para un estudio que intenta modelizar un proceso temporal y concreto como el de adquisición de equipamiento informático por parte de un individuo con una estructura generadora de acción conflictiva y biográficamente modelada.

Con la introducción del concepto de “uso”<sup>24</sup>, como reiteración aunque no corresponda con la norma, se abre el camino para superar la clausura del estructuralismo. Como problema general del estructuralismo podemos considerar precisamente el tema de las redundancias: Si, formalmente, todas las combinaciones de la lengua son posibles en el habla, cómo es que sólo se dan algunas (pocas) y se sienten como “naturales”, y cuales son los mecanismos de selección. El estructuralismo clásico no puede explicar la redundancia porque esta parte del sujeto como identidad en su contexto social y este sujeto está igualmente expulsado del estructuralismo clásico. La derivación hecha por Barthes<sup>25</sup> da algunas pistas sobre cuál es el lugar del sujeto. No está el sujeto fuera del enunciado, sino sujetado al sistema de la lengua, y –precisamente- es la redundancia lo que fija o sujeta al sujeto (como el habitus de Bourdieu, o cualquier otro discurso sociológico estructuralista). Por ello Barthes plantea el análisis del mensaje publicitario como algo inmanente y sin contexto (abriendo sí el camino a las ansias posmodernas de eliminar la referencia a la estructura material) ante un corpus publicitario en el cual la sincronía u homogeneidad temporal se completa con una repetición que lo que hace es “saturar” el sistema. Sin embargo, si no hay sujetos “fuera del sistema” resulta imposible explicar el cambio si no es acudiendo a propiedades intrínsecas del sistema de la lengua. Por lo que esta perspectiva es inadecuada para un análisis que intente integrar lo social a través de una instancia individual operativa o agente.

Otra propuesta derivada del estructuralismo saussureano implica entrar en las cuestiones de sentido y significación, por ejemplo las obra de Greimas basadas en el análisis de narraciones tradicionales rusas de Propp (Greimas, 1966). Es cierto que su estandarte, el

---

<sup>24</sup> Por cierto, este enfoque contextualista en el momento de la comprensión del habla, tiene tan ilustres precedentes como el mismo Aristóteles que, según Thayer (1968) (citado en Sánchez, 1994: 232), entendía que las facultades del habla y de la percepción moral no pueden ser comprendidas cabalmente sin hacer referencia al contexto social o grupo en el que se usan.

<sup>25</sup> Especialmente en sus “Mitologías”, donde utiliza como unidad de análisis unidades de significado que denomina “lexias” (Barthes, 1972).

“cuadrado semiótico” puede proporcionar muchas pistas en estudios sobre identidad personal, pero hay que reconocer que su teoría sobre los cambios de actor, pero no de “actante”, en las narraciones consideradas imposibilita cualquier forma de cambio. Es la reproducción de la existencia casi ancestral de mitos, sin emisor ni oyente, de forma que el modelo de Greimas resulta demasiado estático y acontextual para los objetivos del presente trabajo. Igualmente otros modelos de tipo semiótico <sup>26</sup>.

Derivando hacia la consideración del tiempo histórico dentro de la corriente estructuralista cabe mencionar la propuesta “arqueológica” de Foucault. Como crítica de la continuidad histórica, para Foucault los documentos originales son generadores o mutaciones de las que arrancan cadenas de sentido. Un rasgo de interés en esta perspectiva es la aparición del concepto de discurso por la vía de la intertextualidad. En sus análisis el “texto” es el libro, pero el objeto de análisis es más bien el “discurso”, que es intertextual, es decir se relaciona con el “contexto del texto”. Por eso sus unidades de análisis son las amplias “formaciones discursivas”. Pero en sus análisis el documento es absolutamente original, irrumpe *ex nihilo*. El documento no es la huella del Poder, sino el generador o productor del universo del Poder. Así los discursos en Foucault no representan un universo, sino que lo producen. Parece como si las “formaciones discursivas” se impusieran, disciplinan, o estructuran al orden social, es decir producen a los individuos que expresan el discurso. Si bien resulta interesante el concepto de discurso (texto en contexto) como objeto del análisis la supuesta autonomía de tal discurso rebaja la utilidad para el caso presente. Su propuesta es “arqueológica” más que “genealógica” y por tanto no trata sobre los orígenes del discurso, por el contrario el origen es el límite de lo actual.

## 2. Transición de lo formal hacia lo pragmático

La integración del análisis dentro del contexto se completa, en los límites ya de la perspectiva estructuralista, con el “materialismo” expresado por Bakhtin o Voloshinov (1929). El anti-formalismo ruso <sup>27</sup> se sitúa en la tradición materialista de Vygotsky (1978), según la cual el lenguaje, como otros sistemas de señales o funciones simbólicas, se trata de la misma manera que el resto de los instrumentos de la actividad humana. Los signos, en ese sentido, son también desde un punto de vista práctico instrumentos de la voluntad del

<sup>26</sup> Según Peirce, “semiosis”, es el proceso de sustitución de un signo por otro.

<sup>27</sup> Las diferencias entre formalismo ruso y dialogismo bakhtiniano, así como sus relaciones con la crítica de Habermas, pueden consultarse en Alonso, 1998: 238 y ss. .

actor (con lo que se vincula al otro modelo lingüístico, el pragmático, que se revisará a continuación). Aparte de esta consideración “productivista” de los signos lingüísticos, la teoría anti-formalista incide en la “interactividad” esencial del discurso, o sea, se dice por algo dicho anteriormente y, sobre todo, por algo que el sujeto ha percibido. Es más, según Bakhtin, todo discurso utiliza el discurso ajeno, lo que lleva a la idea esencial de la “circulación de discursos” que remite de forma inmediata a un contexto social. En este sentido, la deliberación, esto es, el discurso interior no es conciencia como afirmaba Saussure, sino más bien reflejo o “huella” de un contexto social, porque el signo tiene una base material que genera efectos, pero su valor es social. Esta unión de signo con ideología pasa siempre a través de la consideración del “discurso ajeno” como forma de interdiscursividad. Bakhtin insiste también en las diferentes formas de integración del discurso ajeno en el propio <sup>28</sup>, de donde surge su noción central de “organización dialógica” del lenguaje. Se sitúa más allá de la idea de diálogo entre diferentes hablantes para extenderse a los contextos domésticos, culturales, sociales y lingüísticos con los que dialoga y se confronta el habla. Aunque la cuestión temporal se pasa un tanto por encima en este modelo su íntima imbricación con los aspectos generatrices del discurso social, especialmente sobre el discurso interno, hacen que se considere más adecuado para el objeto de esta investigación.

### 3. El modelo lingüístico pragmático

El elemento fundamental de este modelo, cuyo origen es la filosofía práctica, o de las situaciones cotidianas como recepción anti-idealista y anti-esencialista en USA de las corrientes filosóficas Europeas, son los efectos producidos por el lenguaje. De forma radicalmente opuesta al estructuralismo se postula la manejabilidad del signo por el hablante, así de la separación entre idea y lenguaje, aparece directamente el concepto de “uso” del signo. Contrariamente también a la ausencia de sujeto en el modelo estructuralista, el pragmatismo se fundamenta en la “intención” de un individuo que usa de forma estratégica los signos. En este sentido, resulta difícil desligar este modelo del liberalismo norteamericano, tanto de finales del siglo XIX, como del posterior, y en la

<sup>28</sup> A partir de las distintas posiciones que especifica Bakhtin se puede reconstruir el siguiente cuadro, que sirve para identificar a diferentes colectivos.

Formas de integración del discurso ajeno en el propio (Voloshinov, 1929)

	<b>Posición dominante</b>	<b>Posición sumisa</b>
<b>Orientación pragmática interna</b>	<i>“Individualismo crítico”</i>	<i>“Individualismo relativista”</i>
<b>Orientación pragmática externa</b>	<i>“Autoritarismo dogmático”</i>	<i>“Dogmatismo racionalista”</i>



actualidad, en relación a su rechazo de cualquier “super-sujeto” histórico, se hermana al Posmodernismo en la defensa de las “*pequeñas campañas*” (por ejemplo, con el neo-pragmatismo de Rorty (1976)). El modelo pragmático no está interesado en el origen, sino en el uso del lenguaje. La fundamentación antimetafísica en los sentidos y percepciones que hace William James va en la misma línea que la desfundamentación metafísica de la segunda etapa de Wittgenstein. Como expresa ejemplarmente Thomas con su principio de realidad “efectiva”, se trata de una filosofía de lo concreto, así que el análisis del discurso es análisis del acto lingüístico y la correspondencia entre contexto y enunciado.

La variante más fuerte del pragmatismo lingüístico se puede encontrar en la filosofía analítica antitrascendente anglosajona, que insiste en el valor convencional de las palabras o signos (Austin, 1962; Searle, 1969). Las propuestas pragmáticas más relevantes son la “invisibilidad” del significado, la consideración del contexto (no sólo lingüístico sino también situacional), la importancia de los elementos déicticos (como “presentadores” de referencias concretas a cosas concretas) que llevan al sentido por referencialidad, la utilización del concepto de “anáfora” o elusión (como juego económico del lenguaje en situación pragmática que proporciona pistas sobre el sentido oculto), el de “presuposición” (como implícitos gracias a la convención o lugares comunes), y el de “acto de habla” (el decir va más allá de lo dicho, es un paso fáctico del lenguaje). La “indexicalidad social” de la que habla Yule implica que significado nunca va más allá del significado concreto y contextual. Todo discurso debe ser analizado en referencia a la situación, a la microsituación a la que se dedica Voloshinov (1929). Por tanto los referentes de significación del individuo actuante son contextuales-sociales, y por ello su estudio es relevante en la interpretación del sentido de sus actos (de habla y de acción) a partir de sus consecuencias.

Esta concepción pragmática enlaza con la teorización de los antiformalistas rusos. Para Voloshinov las unidades mínimas del discurso ideológico son los “ideologemas”, en el sentido que lo relevante no es tanto la lengua (estructura formal) como el discurso (uso social y productivo), o sea, la construcción activa de discursos concretos, en contextos sociales concretos de interacción. De este modo puede afirmar que no existe la lingüística sino la sociedad.

El modelo pragmático anglosajón trata de los efectos del lenguaje, pero se ocupan poco del origen del mismo. En ese sentido resulta más interesante la propuesta del

pragmatismo ruso que incorpora a la necesidad de referencia al contexto el interés por los orígenes de los mismos discursos.

#### 4. La perspectiva integradora de los “intereses”

Los requerimientos, derivados de los objetivos propuestos para este estudio, se centran en la consideración de un modelo lingüístico que permita el análisis del discurso generado a partir de entrevistas personales individuales de carácter retrospectivo en relación al proceso de adquisición de un equipo informático doméstico. El modelo de individuo que se utiliza implica la consideración de estados mentales conflictuales (Egos múltiples), y procesos de formación de creencia y deseos determinados por aspectos exógenos de carácter social.

En este sentido, no parece adecuado recurrir al modelo lingüístico estructuralista, sino en aquellos elementos que incorporen la referencia al origen histórico de los discursos internos del individuo. Del mismo modo, no parece adecuado recurrir al modelo pragmático, sino en aquellos elementos que incorporen la naturaleza “productiva” del discurso, que puede dotarse de sentido sólo dentro de su propia situación.

Existe un espacio entre las prácticas individuales situadas del pragmatismo y las matrices generatrices abstractas del estructuralismo: el nivel de los intereses, que son “genéticamente” sociales pero “operativamente” individuales. Este nivel media entre el individualismo liberal (el pragmatismo de unos “hechos” *à la* Popper) y el historicismo estructuralista (determinista hasta la desaparición del agente). Como ejemplo cabe citar las consideraciones de Galbraith respecto a las diferentes actitudes actuales frente a los intereses creados en referencia al sistema productivo, que muestran la gran flexibilidad conceptual que caracteriza lo que él denomina “*cepos semánticos*” (Galbraith, 1958: 208). Si no se pertenece a la minoría privilegiada se habla de “*ventajas incorrectas de las que disfruta una minoría política*”, si se disfruta del privilegio se habla de “*una merecida recompensa*”, y si es una mayoría la que disfruta del interés creado “*es un derecho humano*”.

La perspectiva aceptada entiende que los agente no sólo son construidos, sino que –especialmente- construyen, y lo hacen siempre a partir de intereses concretos. El análisis, por tanto perseguirá la elucidación de estos intereses, su génesis y como influyen en la puesta en funcionamiento de los recursos del agente para la realización del acto.

## De las preferencias expresadas a los intereses implícitos: postura propia

La expresión de las preferencias por parte de los agentes, en cuanto a la adquisición de ordenadores, no constituye un informe transparente e inmediato de sus intereses. El acceso tiene lugar de forma indirecta por diversos motivos. En primer lugar hay que reparar en el problema general que afecta a las preferencias expresadas. Puede ser cierto que *“preguntándole al individuo u observando su conducta podemos descubrir cómo categoriza las opciones. Una persona puede preferir tres naranjas a cuatro manzanas pero elegir cinco manzanas sobre tres naranjas. Una lista de estas ordenaciones apareadas se denomina ordenamiento de preferencias de la persona”* (Elster, 1989a: 32), pero esto no nos asegura la especificación de la estructura de interés del individuo. Esta es la vía que los micro-economistas proponen para evaluar la “función de utilidad”<sup>29</sup> de un individuo, pero para expresar un ordenamiento de preferencias completo en forma de utilidades es preciso que se cumplan tres condiciones muy restrictivas: 1) todas las opciones deben ser comparables, 2) debe existir coherencia transitiva<sup>30</sup> entre las opciones, 3) no deben existir preferencias lexicográficas<sup>31</sup> o metapreferencias.

Numerosos experimentos empíricos han demostrado lo inadecuado de caracterizar a los individuos por conjuntos completos y coherentes de preferencias expresados en forma de funciones de utilidad. Dejando de lado por el momento este problema (no menor) de la imposibilidad de establecer funciones de utilidad completas, interesa señalar que los procedimientos operativos para recoger la información precisa son prácticamente imposibles, salvo para situaciones altamente simplificadas<sup>32</sup>.

Posiblemente los agentes decisores no realicen estas complejas tareas computacionales. Como alternativa para captar los intereses habría que considerar la utilización por parte de los agentes de lo que Peirce llama pensamiento **abductivo**, es decir un proceso de inferencia para formar hipótesis concretas para explicar hechos concretos<sup>33</sup>.

<sup>29</sup> Una función de utilidad asigna números a opciones de modo que las más preferidas reciben números más elevados.

<sup>30</sup> La propiedad transitiva se puede predicar de conjuntos de preferencias para los cuales se cumple que si  $x_1 > x_2$ , y  $x_2 > x_3$ , entonces  $x_1 > x_3$ .

<sup>31</sup> Respecto a dos conjuntos de preferencias, se dice que  $(x_1, x_2)$  es lexicográficamente preferible a  $(y_1, y_2)$  si se cumple que  $x_1 > y_1$ , o si  $x_1 = y_1$ , entonces  $x_2 > y_2$ .

<sup>32</sup> Resulta relativamente sencillo mostrar los límites de la posibilidad de recoger información de sujetos experimentales para realizar la operación mencionada. Para establecer un ordenamiento completo es precisa una ordenación de cada par de opciones posibles. Supongamos, por un momento, que las opciones de compra se pueden reducir a tan sólo 2 opciones de marcas de procesador, velocidades, tipos de disco duro, de pantalla de impresora, de módem, de dispositivos CD, y 4 opciones de tiendas. Esto genera un conjunto de  $2^6 \times 4$ , es decir 265 opciones, que implican 65.536 comparaciones de pares. Esto es poco más de 9 horas seguidas, contando una media de 2 segundos por cada decisión. Parece relativamente inasequible conseguir sujetos experimentales para proceder a la determinación de funciones de utilidad utilizando esta vía.

<sup>33</sup> Esta caracterización no resulta tampoco ajena al proceso propuesto por el presente trabajo.

No se trata de generalizaciones de observaciones, ni subsunciones en modelos abstractos, sino de *“teorías específicas para situaciones específicas”* (Harrowitz, 1989: 241-264), o como explica Luis E. Alonso apelando a la tradición aristotélica, es un *“razonamiento silogístico en el que la premisa mayor es cierta y la menor incierta”* (Alonso, 1998: 217: Nota 11). En ese mismo sentido y aplicando esta estrategia al análisis *“en los textos no se buscan ni los resultados de un modelo explicativo abstracto, ni las pruebas de una explicación correcta externa a los actores, sino indicios, tomados como huellas sintomáticas, que nos permiten revelar e interpretar los fenómenos sociales más generales.”* (Ginzburg, 1994; 163). Hay algo detrás del texto, como manifiesta el eslogan *“el lector no puede usar el texto como desee, sino como el texto quiera ser usado”* (Eco, 1993: 77-82), y es la intención pragmática (de decir o de ocultar) del enunciante, como están igualmente las huellas de las condiciones sociales en que se ha producido el discurso externo, que es un reflejo del discurso interno relacionado con aquella intención.

La interpretación de las preferencias expresadas debe tender a la reconstrucción del origen de los intereses que el agente manifiesta en la situación concreta que da pie a la investigación. En el momento interpretativo se cruzan dos enfoques pragmáticos: el del discurso social (el agente dice para producir ciertos efectos) y el de la estrategia de la investigación (el analista busca lo relevante para su objetivo). Si los materiales analíticos, es decir, los discursos generados por las entrevistas, se consideran como prácticas realizadas desde los intereses de grupos y actores sociales (como propone Touraine, 1992: 186) no puede sustraerse al agente del papel protagonista.

Esto tiene dos implicaciones, en primer lugar hay que trabajar de forma coherente con el modelo previamente aceptado de individuo sin Ego, es decir, sujeto a conflictos intraindividuales que se pueden manifestar en el discurso. Pero, como se ha visto anteriormente, la mayoría de conflictos intraindividuales se pueden entender como conflictos temporales relacionados con los intereses, luego para captar los intereses hay que buscar sus indicios en los **conflictos** que contiene el discurso. Por otro lado, los intereses manifestados indirectamente mediante la expresión conflictual en la entrevista (como práctica social) coincidirán probablemente con los intereses puestos en marcha en la práctica social de consumo que representa el acto de compra, tanto más si están ambas prácticas están asociadas y cercanas en el tiempo.

A efectos operativos, se han propuesto una serie de *“pruebas sencillas [que] pueden determinar si un patrón de comportamiento es parte de un conflicto motivacional”* (Ainslie, 1982: 169) y

del mismo modo se analizará la coherencia interna y externa de los enunciados discursivos en busca de discordancias que puedan indicar la existencia de conflictos.

Respecto al contexto concreto objeto de la investigación (la compra de ordenador) hay que destacar la dimensión **temporal** del proceso de adquisición. Esto debe entenderse en dos distintos sentidos. Por un lado la extensión temporal del mismo proceso, antes de la culminación en acto de compra el agente pasa por una secuencia de momentos deliberativos acompañados en la mayoría de las ocasiones de actos “secundarios” respecto al de compra que le permiten configurar su estructura de preferencias a través de una “exploración” del entorno. Pero por otro lado, este proceso temporal no ocurre en el vacío histórico, por cuanto está fundamentado en unas creencias y deseos previamente formadas, así como un conjunto de oportunidades modelado de forma también histórica <sup>34</sup>.

Esta dimensión histórica debe recogerse de algún modo en el análisis, y debe hacerse precisamente en relación a los objetivos pragmáticos de rastrear conflictos que afecten al individuo. Esta consideración marca la decisión de diseñar un programa de entrevista que se divida en dos sesiones diferentes para cada entrevistado. Con esta situación cuasi-experimental se promueve la expresión de los posibles conflictos vinculados a la temporalidad del proceso de adquisición. La comparación repetida, y realizada por separado con diversos elementos discursivos, entre los momentos del tiempo anterior y posterior a la adquisición es una estrategia de análisis que pretende captar tanto la realidad conflictual como el carácter procesual de la misma, siempre en términos de indicios de intereses individuales implícitos expresados a través de mención a preferencias explícitas.

### **Estrategias para el análisis de entrevistas**

Existen diversas formas contrapuestas de enfocar el análisis textual: desde el punto de vista de la competencia del hablante (análisis sintagmático chomskyano), como fenotexto (análisis saussureano), según sus significados culturales (análisis semántico de Frege y los positivistas lógicos), o según la relación del sujeto con la situación (análisis de enunciación). Interesa especialmente, en este caso, destacar la oposición de carácter general entre los lingüistas y los sociólogos. Para los primeros los agentes no hablan sino que,

---

<sup>34</sup> Luis E. Alonso destaca esta preponderancia del carácter histórico del análisis sociológico de los discursos “*porque la historia es la principal generadora de contextos*” (Alonso, 1998: 204).

como diría Baudrillard, “*son hablados por el sistema*”, o en palabras de Bourdieu, “*el lenguaje habla por nosotros*” (Bourdieu, 1988). Para la segunda perspectiva, (que se adopta en este trabajo) el habla se entiende como la puesta en práctica de discurso social, es decir como parte de procesos sociales <sup>35</sup>.

Los **materiales** contemplados como susceptibles de análisis son diversos, pues se entiende aquí como “texto” todo conjunto de signos con una significación, con un sentido dado por el sujeto. De modo que se considera que el programa de entrevistas genera una práctica social entre entrevistado y entrevistador que se expresa en materiales diversos. La entrevista es una práctica social que va más allá de diálogo verbal registrado durante la grabación. Se extiende hacia atrás en el tiempo hasta la contactación y hacia delante hasta la despedida y durante todo el proceso se genera material para el análisis, sea en forma de bocetos gráficos, entonación, prosodia y elementos kinésicos, o la información adicional y contextual proporcionada fuera de la grabación. Todos estos materiales son susceptibles de entrar en el análisis con sus propias especificidades.

Respecto a cuales sean los **elementos** relevantes para el análisis, ya se ha señalado con anterioridad la discrepancia esencial entre los intereses y las preferencias expresadas. Si los primeros obtienen su relevancia en cuanto que motores de la acción, las segundas lo hacen en cuanto que indicios exteriores de los intereses y sus conflictos. El discurso exterior del agente ante una entrevista responde a la enunciación de preferencias respecto a su situación actual (en nuestro caso, el proceso de adquisición). Esto marca tanto la realización de la entrevista como el análisis posterior. En la realización de la entrevista se han estimulado las formas expresivas, siempre en la dirección de la reconstrucción del proceso histórico de formación de los intereses concurrentes en la compra.

En el análisis se rastrean diversos tipos de elementos, desde información objetiva respecto a hechos presentes y pasados a imágenes mentales asociadas al objeto de la investigación. Una organización sistemática de estos elementos requiere la consideración de un par de dimensiones organizativas, por ejemplo las propuestas por Alfonso Ortí, según el cual, en los estudios sociales del consumo, la dualidad de las “acciones” y de las “formas

---

<sup>35</sup> Esta perspectiva ha sido denominada de forma general análisis “pragmático”, o mejor según Alfonso Ortí “praxeológico”, o mejor según Luís E. Alonso “socio-hermenéutico”.

expresivas” puede articularse con los tres niveles del aparato psíquico según la primera tópica freudiana para configurar seis categorías metodológicas fundamentales.

**Tabla 27. Categorías metodológicas de uso en la entrevista.**

	Datos	Textos	Síntomas
<b>NIVEL</b>	<b>Consciente</b>	<b>Preconsciente</b>	<b>Inconsciente</b>
<b>Físico</b>	“hechos”	“posiciones”	“motivaciones”
<b>Expresivo</b>	“opiniones”	“representaciones”	“imágenes”

A. Ortí. Tabla presentada en el Congreso Español de Sociología de Granada, 1995.

En el nivel consciente o manifiesto, directamente expresados en la entrevista, aparecen “hechos”, es decir acontecimientos físicos contextualizados, así como “opiniones”, o sea, formulaciones estereotipadas de intencionalidad o adhesión (en el sentido de “votaciones”). En el nivel preconsciente o latente, indirectamente expresados mediante relaciones textuales conflictuales, aparecen “posiciones”, es decir, latencias de preconducta asociadas a lugares determinados de la estructura social, o conjuntos estructurados de preferencias individuales (EPI) socialmente generadas, y “representaciones”, esto es, sistematizaciones paradigmáticas usadas para “racionalizar” (en sentido paretiano) los actos. En el nivel inconsciente, no expresados en el discurso sino en las acciones, aparecen “motivaciones”, o sea, procesos dinamizadores de los recursos individuales con orientación hacia la acción, e “imágenes” que son metaforizaciones condensadoras de los propios procesos simbólicos.

El análisis de estos elementos implica, en cualquier caso, desplegar una estrategia diversificada de búsqueda según el nivel con el que se esté tratando. En el nivel consciente se buscan datos entre las expresiones manifiestas, en el nivel latente se buscan conflictos en el texto que señalen hacia los intereses en juego, mientras que en el nivel inconsciente se han de buscar síntomas pero no en el texto sino en las acciones del individuo. La atención a los actos expresivos no verbales, lenguaje corporal y dibujos, están relacionados con el trabajo en este tercer nivel, mientras que el análisis textual de las transcripciones del discurso generado por las entrevistas se orienta hacia la obtención de información (para contextualizar) y hacia los elementos latentes.

Sólo de este modo se puede conseguir acceder a elementos ubicados en niveles diferentes de conciencia, siempre con la intención comparativa que proporcionará validez y criterios de saturación al análisis.

Para poder justificar de forma adecuada las **técnicas** que se usan en este estudio se especifica a continuación algunas características de las estrategias de análisis correspondientes a cada uno de los tres niveles de análisis, así como su contribución a los intereses específicos de la tesis.

La **dimensión informacional** de la “palabra” deriva en un análisis mediante técnicas cuantitativas tradicionales. Se trata de un análisis de lo manifiesto, con ánimo descriptivo, y centrado sobre la función denotativa del lenguaje. Se aplica a *corpus* textuales cerrados, como por ejemplo los análisis realizados bajo la denominación de “análisis de contenido” en USA durante los años 40 y 50 del siglo XX por la “Escuela de Lasswell” y centrados en el recuento de la aparición de determinadas palabras y posterior estimación de la probabilidad condicional. El texto es un “espacio de frecuencias”, según una lógica que podría denominarse taylorista (Alonso, 1998: 191) en términos de descomposición y recomposición de la cadena semántica, mediante principios de asociación y correlación entre unidades mínimas (casi siempre, palabras) que Wilden (1979 y 1981) considera el correlato lingüístico de las cadenas markovianas. Se pierde el sujeto emisor y se trabaja con el texto como con un sistema informacional de señales, que ha sido modelizado desde la matemática por Shannon & Weaver (1981) o Moles (1978), desde la lingüística por Jakobson (1975) <sup>36</sup>.

Esta estrategia tiende a expulsar el carácter connotativo de las palabras y los refinamientos posteriores de sus técnicas, con miras a integrar la polisemia, significan de hecho una apertura hacia lo cualitativo. De todas formas, aunque la probabilidad condicionada contextualiza las palabras-patrón con respecto al resto de palabras, esto no proporciona el sentido de los textos. Es destacable que en muchas ocasiones se dan por supuestas las palabras más importantes de un discurso, y resultan omitidas del texto <sup>37</sup>. Podemos considerar esta estrategia de análisis como una simple tabulación de probabilidades condicionales (o “cadenas de significantes” en sus versiones más útiles). Sin embargo, la interpretación de estas tablas la realiza el investigador al imponer el contexto de la investigación. Hay que ser muy consciente de cómo en esta estrategia el sentido lo da

<sup>36</sup> Ejemplos clásicos de esta aproximación son los estudios de Berelson (1971), Lasswell (1948), y Osgood (1957). Se puede consultar un panorama de la tradición norteamericana en Saperas, 1992: 31-70, y la crítica sistemática esta corriente en Abril (1997), o Verón (1995).

<sup>37</sup> Cristina Santamaría comunica su experiencia de como, por ejemplo, un grupo de discusión formado por empresarios vascos, en 2 horas de sesión no nombraron ni una sola vez a E'TA, y sin embargo no dejaron de hablar de ella.



el interpretador, y no los sujetos. Por muy potentes que resulten en la actualidad las aplicaciones informáticas de análisis textual el sentido propio del discurso se escapa<sup>38</sup> o en todo caso es asignado por el investigador.

Esto no quiere decir que se trate de una estrategia infructuosa si lo que se pretende es estudiar características del corpus textual ajenas al sentido del discurso. Así, en el presente trabajo se utilizan técnicas topológicas (esto es, reducción de datos y representación gráfica) para estudiar la estructura formal de los conjuntos léxicos para evaluar si las distintas entrevistas pueden ser tratadas como un solo discurso. En este caso no existe ninguna pretensión hermenéutica ulterior, y por tanto estas técnicas (una vez que se comprueba la adecuación de los datos a las condiciones estrictas de aplicación de los algoritmos) son justificadas en tal sentido.

La **dimensión estructural** del “texto” deriva en un análisis estructuralista de lo inconsciente, con intención formalizadora, y centrado en la función metalingüística (el código) del lenguaje. Esta estrategia trata con el nivel latente, en el sentido que le da la lingüística llamada “estructural”<sup>39</sup>. Esta estrategia de análisis aparece los años 60's en CC.SS.<sup>40</sup> mediante la antropología de Lévi-Strauss, a la búsqueda de invariantes significativos que constituyen un sistema a partir de puras diferenciaciones formales. Con esta pesquisa de invariantes el estructuralismo busca el “supertexto” o “genotexto” que genera todos los “fenotextos” posibles. La unidad mínima de significación trasciende la palabra para situarse en la frase y se abandonan las técnicas estadísticas para investigar sobre el sentido de la frase, según su posición formal en el texto pues, para Saussure, no hay sustancia, sólo forma. Los sujetos no hablan sino que “actualizan” las estructuras. El texto (que no el discurso social) es una expresión concreta de un modelo lógico (las estructuras invariantes y universales) que le da sentido, de modo que la estrategia pasa por buscar indicios de estas estructuras en la expresión concreta del texto.

<sup>38</sup> Aún suponiendo -heroicamente- que quien usa un programa de análisis multivariable sabe realmente “qué hace” el algoritmo.

<sup>39</sup> Aunque el término no surge en el texto fundacional saussureano, sino en el Congreso de Lingüistas de La Haya de 1927-8. Saussure habla de sistema.

<sup>40</sup> Ejemplos canónicos pueden encontrarse en Saussure, Propp, Chomsky, Baudrillard, Barthes, Todorov, Greimas, Kristeva. Para una exposición de la tradición estructuralista (y postestructuralista de Derrida) puede consultarse Alonso (1987), y para una crítica sistemática Descombes (1988), Van Dijk (1987), o Guillén (1989).

Esta perspectiva trabaja con el texto dividido en unidades mínimas de sentido <sup>41</sup>, mediante una reconstrucción abstracta de un sistema de relaciones formales, que relacionan por oposición entre posiciones diferenciales de los elementos mínimos.

Esta estrategia de análisis deja fuera del texto el contexto social e histórico de la enunciación, por lo que no resulta de utilidad para los objetivos presentes. Sin embargo la técnica concreta de la comparación entre elementos para establecer relaciones formales y la consideración de unidades de análisis superiores a la palabra son interesantes, pues apelan a una contextualización interna del texto que proporciona un mayor acercamiento al sentido propio de los agentes que, pragmáticamente, han usado el léxico como forma de expresión. Además, la idea de estructuras generatrices es en algún modo análoga a la idea manejada en este estudio de la existencia de ciertas estructuras de preferencias individuales como reflejo del interés del agente que intervienen en la generación la acción investigada y que también intervienen en la generación del discurso.

Finalmente la **dimensión sociológica** del discurso deriva en un análisis pragmático o socio-hermenéutico. Se trata de una estrategia de análisis contextual y pragmático que recurre a los elementos micro-situacional y macro-social que “envuelven” el discurso, intentando devolver los discursos al momento de la enunciación en que fueron generados. Esta es la estrategia apropiada para el investigación social, en la que “*el discurso desborda al texto. Lo que analizamos en nuestro trabajo de sociólogos de lo concreto son especialmente discursos, no los textos*” (Alonso, 1998: 202). El texto es un objeto más de la práctica social discursiva, por lo que el análisis se centra en el discurso como práctica integradora. El agente es un sujeto social, y el discurso sólo tiene sentido en referencia a los sujetos sociales que lo enuncian, que lo usan pragmáticamente en una situación concreta. Esta estrategia de análisis se interesa por la eficacia pragmática de las prácticas discursivas, pero “*no tanto una pragmática lingüística de la microsituación intercomunicativa, como una macro pragmática referida a los espacios y conflictos sociales que producen, y son producidos, por los discursos.*” (Alonso, 1998: 203). De este modo se puede decir que la practica prima sobre el código, la función prima sobre la estructura, el contexto prima sobre el texto, lo latente prima sobre lo inconsciente, la intencionalidad del mensaje prima sobre la arbitrariedad de los signos, y el contexto histórico social (o comunitario) conflictivo prima sobre la comprensión de un mensaje.

---

<sup>41</sup> Que son diversas según los autores, así lexema, semantema, biografema, ideologema, culturema, historema, o cualquier otra con el sufijo “ema”, como podría ser, por ejemplo, “antagonema”, “erisema” o “enantionema” si se refiriese a la expresión de un conflicto.

Hay que destacar que la estrategia de análisis correspondiente a esta perspectiva socio-hermenéutica está ligada, fundamentalmente, al material discursivo recogido de prácticas sociales comunitarias. Esto incluye observaciones etnográficas y registros audiovisuales sobre el terreno, o bien reproducciones cuasi experimentales mediante grupos de discusión <sup>42</sup>. A efectos de análisis esta estrategia propone como secuencia aproximativa comenzar investigando el contexto del discurso, esto es, los antecedentes históricos, y su contextualización micro-situacional y macro-social; a continuación identificar qué grupos, qué relaciones de poder y qué conflictos están implicados en la situación; después rastrear las opiniones positivas y negativas acerca de Nosotros y Ellos; posteriormente explicitar con detalle lo visible en el texto y lo implicado o latente; para concluir estudiando las estructuras formales que proporcionan energía y valor a las opiniones de los grupos en conflicto (Van Dijk, 1996: 48).

Esta perspectiva trasciende la entrevista individual por lo que no parece adecuada a la investigación en curso, basada en entrevistas personales. Resulta obvio que un conjunto de entrevistas individuales no forma una situación de discurso social. Sin embargo algunos de los elementos propios de esta estrategia de análisis son especialmente relevantes para el caso contemplado, y en ese sentido, se utilizan en el presente estudio, como por ejemplo la atención preferente a la situación y a la contextualización histórica (del acto de enunciación de la entrevista y del acto de compra), y también la “reconstrucción del sentido de los discursos” en busca de una especificación de los **intereses** de los actores que están implicados en el discurso (Alonso, 1998: 188).

Si se entiende el análisis como una interpretación de “lo dicho” (desde la posición ideológica y desde las intenciones del investigador) en el sentido de cómo se configura el discurso para individuos situados social e históricamente, en un cierto sentido lo relevante no son los individuos concretos, sino los discursos que utilizan tales individuos. Sólo en ese sentido son intercambiables las personas entrevistadas, y lo son porque el aspecto que interesa es la captación de un determinado discurso social, o las condiciones sociales de elaboración de un discurso aceptado socialmente, a través de cualquiera de sus representantes. En ese sentido la multiplicidad de entrevistas y su consideración como un corpus discursivo conjunto es una condición para la contrastación entre las mismas en busca de la validación y la saturación conceptual, si se considera a los sujetos como intercambiables. Pero hay otro sentido, que es la experiencia biográfica concreta irrepetible,

---

<sup>42</sup> Otra modalidad de generación de material analítico pueden ser los “grupos triangulares” (Conde, 1987).

y en este segundo los individuos seleccionados no son contingentes sino necesarios, tanto como sedes únicas de experiencia como en cuanto que representantes de un grupo característico de experiencias y condiciones sociales (trabajadores, estudiantes, padres). Ambos aspectos se tienen en cuenta, separando por un lado en análisis conjunto de todos los discursos del algunas interpretaciones relacionadas con las características distintivas de los individuos entrevistados.

Hay que destacar que ningún análisis agota el texto, por lo que el **límite** del análisis no puede ser sino la saturación producida por la repetición de elementos entre los diferentes niveles, formatos del discurso, o entrevistas <sup>43</sup>. Precisamente esta multiplicidad se promueve para poder alcanzar este momento de validación que afecta al análisis, pero no a las proposiciones hipotéticas realizadas posteriormente. Esta validación debe provenir de contrastación empírica que queda fuera de los objetivos de la presente tesis.

Tradicionalmente se ha considerado el proceso de saturación en relaciona la validez llamada externa, es decir aquella que tiene que ver con el muestreo, así Bertaux & Bertaux (1983:250) indican como les llevó 15 entrevistas alcanzar ese estado de validez en el caso de su investigación con entrevistas a panaderos. Sin embargo ellos mismo señalan como les llevó 30 entrevistas alcanzar el mismo estado en el caso de los dueños de panaderías, por lo que la saturación claramente depende de las condiciones del elemento sobre el que se desea predicarla. En cuanto a la investigación presentada en la presente tesis puede decirse que la validez del análisis depende menos del número de entrevistas que del número de unidades citas codificadas en el corpus de las mismas (en total 1157, para 48 códigos) dada su consideración como un corpus unificado de discurso social referido al proceso de adquisición de ordenador doméstico.

## ***Método concreto de análisis de entrevistas***

---

### **Método concreto de análisis del discurso**

En primer lugar cabe especificar el sentido amplio de la acepción de “discurso” en términos de múltiples elementos, en diversos formatos materiales, generados durante el proceso de realización de las sesiones de entrevistas. Las razones de esta opción, ya

---

<sup>43</sup> Para una discusión más amplia del concepto de saturación como elemento de validación y el carácter cíclico del análisis puede consultarse, Ruiz & Ispizua (1989:191) y Bertaux & Bertaux (1983:248).

apuntadas, apelan por un lado a la necesidad de trabajar en un entorno con diferentes niveles o capas de significación, y por otro a la previsión de establecer “controles cruzados” de validez interna para las entrevistas <sup>44</sup>.

Los **dispositivos** <sup>45</sup> que se utilizaron para el análisis incluían:

- a) el conjunto de fichas técnicas de los sujetos, con las características que constan en el capítulo dedicado a las entrevistas (aunque originariamente no estaban ordenadas según ámbitos),
- b) las fichas de comentario de los dibujos proyectivos,
- c) la transcripción literal de las entrevistas,
- d) el propio conocimiento
  - 1) de los sujetos, por información contextual, y
  - 2) de las entrevistas por transcripción literal <sup>46</sup>, y
- e) el registro sonoro de las entrevistas (En formato digital para facilitar su recuperación indexada).

Respecto al análisis de las entrevistas, por los motivos anteriormente apuntados, podría calificarse de “circumtextualista” ya que busca el sentido un texto fuera del mismo. Aunque se centra en conjuntos de frases, no se consideran sino como mediación entre una intención individual y unos efectos pragmáticos del discurso. Se pueden especificar hasta cinco **etapas** en el proceso que se interpola entre los materiales en bruto y los resultados del análisis como material teórico para elaborar el modelo explicativo intencional., a saber:

A. Evaluación de la adecuación del corpus léxico.

B. Selección de fragmentos discursivos:

Elaboración de catálogos de indicios de contradicción (a partir de distintos materiales, para poder comparar y contrastar la validez). Indexación de los fragmentos textuales correspondientes.

---

<sup>44</sup> En realidad, en el momento de comenzar el análisis, los diferentes formatos se habían reducido (o transducido) a un solo formato digital, ya que el texto y las notas de las entrevistas estaban transcritos en ficheros ASCII, las grabaciones en ficheros MP3 y los dibujos en ficheros JPEG, todo ello consultable de forma unificada en un sistema “multimedia”.

<sup>45</sup> Por otro lado, se puede entender, con Ibáñez, que una investigación es un proceso de un sujeto, y, en ese sentido, el dispositivo fundamental de análisis es el investigador mismo.

<sup>46</sup> Como la prescripción metodológica freudiana de “*tratar el sueño como un texto sagrado*”, la transcripción de las entrevistas en su literalidad más absoluta realizada siempre por el investigador es una primera fase del análisis.

## C. Clasificación conceptual:

Generación de criterios clasificatorios de los fragmentos, codificados según diferentes dimensiones:

- a. interna/temporal: para los elementos del proceso de adquisición,
- b. externa: para los ámbitos de determinación extraindividuales, y
- c. operativa: para los mecanismos que vinculan elementos y ámbitos.

D. Comparación de los resultados de las clasificaciones, hasta el punto de poder pasar de una tipología a una taxonomía (operación que cae fuera de los objetivos de la tesis).

E. Organización de los resultados: elementos del proceso y sus relaciones, ámbitos de determinación y sus relaciones, mecanismos que relacionan elementos.

## A. Evaluación del corpus

En primer lugar se evaluó la adecuación del corpus de trabajo, en el sentido de establecer si forma un conjunto discursivo homogéneo. Se utilizó un criterio de saturación léxica, mediante el cual se entendió que la repetición de términos indicaba un campo discursivo homogéneo. El análisis utilizó métodos estadísticos y topológicos a partir de recuentos de palabras para cada entrevista realizada, lo que funcionó como indicador de la temática predominante para cada entrevistado. Se concluyó que el corpus podía ser tratado conjuntamente.

Por supuesto, se llevó a cabo un proceso previo de depuración de las transcripciones consistente en:

- 1) eliminar los fragmentos correspondientes al entrevistador, así como las anotaciones a la entrevista,
- 2) elaborar una lista de palabras vacías de contenido semántico (643 palabras),
- 3) efectuar el recuento para cada entrevista, excluyendo las palabras de la lista anterior, y
- 4) reducir la matriz de frecuencias de las 4064 palabras por las 9 entrevistas a una matriz operativa de 2473 palabras agrupando los términos que comparten una misma raíz prescindiendo de variantes de género, número, formas verbales y derivados, además de agrupar sinónimos.

La primera fase se llevó a cabo mediante unas cuantas líneas de programación para manipular los ficheros de texto, la segunda y la cuarta se resolvieron por inspección y

tratamiento manual, mientras para la tercera se utilizó una modificación del programa comercial ATLAS/ti.

En este estadio del análisis aparecieron ciertas hipótesis derivadas de la posición diferencial de los individuos en el “espacio léxico” por lo que se compararon estos resultados con los obtenidos de las fichas características. Interesa en este punto destacar que comparaciones de este tipo fueron llevadas a cabo continuamente a lo largo de todo el análisis. Las diversas comparaciones se llevaron a cabo para eliminar explicaciones alternativas, para probar hipótesis emergentes, para comprobar la calidad de informaciones, para poner la situación en perspectiva o contexto, y, en definitiva, entre documentos “*para contrastar su consistencia interna. Se intentan descubrir patrones en el texto y localizar sucesos clave registrados o anotados.*” (Fetterman, 1989:96)

A partir de este momento el procedimiento siguió tres etapas sucesivas, típicas de la perspectiva de la teorización fundamentada: la selección de fragmentos discursivos, su clasificación conceptual y la identificación de los elementos del sistema conceptual generado.

## B. Selección de fragmentos discursivos <sup>47</sup>

Para seleccionar los fragmentos relevantes de acuerdo con las orientaciones específicas derivadas de los objetivos del estudio se rastreó el material en busca de indicios de **conflictos**, señalados por rupturas en tres niveles: manifiestos, expresados, y latentes.

B.1. Se utilizaron dos estrategias para localizar conflictos **manifiestos**, es decir, reconocibles directamente a partir de los materiales, aunque no expresamente enunciados por los sujetos entrevistados.

Por un lado se compararon, para cada entrevistado, las características técnicas del equipo informático como previsión de compra en la entrevista previa y las características del mismo como resultado de la adquisición efectiva, destacando las discordancias entre ambos conjuntos.

---

<sup>47</sup> Los fragmentos citados se identifican mediante el código de la entrevista y los números de línea inicial y final referidos a la transcripción que aparece en el anexo. El formato es el siguiente (A1, 234:243) señala las líneas 234 a 243 de la transcripción de la entrevista previa a la compra del individuo A. Los fragmentos subrayados destacan la porción relevante del texto. Se han suprimido partes del texto no relevantes para cada ejemplo concreto, que están marcadas como (...). El código E: en el texto señala inicio de intervención del entrevistador; en los ejemplos se ha suprimido la mayoría de las intervenciones no relevantes del entrevistador.

Por otro lado se compararon los bocetos gráficos elaborados por los entrevistados. Primero, para cada dibujo se destacó la “centralidad” preeminente de algún elemento y las incoherencias en la representación. Luego, entre dibujos del mismo individuo en momentos diferentes, o entre dibujos de diferentes individuos se destacaron las diferencias y semejanzas en cuanto a: preeminencia, tamaño, disposición, y completitud.

B.2. Para localizar conflictos **expresados** directamente por los entrevistados se trabajó rastreando el texto literalmente transcrito de las entrevistas. El trabajo de análisis no es, en realidad, sino descodificación y recodificación de lo que codificó anteriormente quien enunció el discurso.

La interpretación, como búsqueda de “síntomas”, comienza con la primera lectura o escucha que tiene lugar en el momento de la transcripción (si quien la realiza es el analista). Para la segmentación del texto en fragmentos relevantes, “micro-textos” siguiendo la terminología propuesta por Alfonso Ortí, se utiliza como criterio praxeológico el objetivo concreto de la investigación, en este caso la referencia a conflictos.

Por un lado se realizaron búsquedas automatizadas para ciertas expresiones-indicadores, como /pero/, o /me di cuenta/ que resultaron fructíferas para la localización de expresiones de conflicto. En segundo lugar se analizó en detalle el sentido de las frases de cada entrevista a la busca de referencias a situaciones, intereses, personas relacionadas con enfrentamientos. La interpretación del sentido se realizó teniendo en cuenta la información contextual disponible de cada sujeto (fichas características, véase página 245). Finalmente se compararon frases a lo largo de la entrevista y entre entrevistas <sup>48</sup>.

B.3. Para localizar conflictos **latentes**, ni reconocibles directamente ni expresados de forma consciente se rastreó el texto en busca de “actos fallidos” y de incoherencias entre la expresión verbal y la reacción no verbal acompañante. Como ya se ha dicho anteriormente el lugar de las expresiones del nivel consciente y preconsciente del psiquismo humano es la enunciación verbal, mientras que el lugar de expresión de lo inconsciente son los actos. Sólo en los actos como los dibujos o la gestualidad que acompaña al texto puede buscarse los indicios de conflictos latentes, y no en el texto. Pero, como señala Luís E. Alonso, *“el análisis sociológico de los discursos, como situación de textos en contextos, nos introduce en un espacio que*

---

<sup>48</sup> Esta identificación semántica tiene el mismo problema que aqueja al célebre “palo del Padre Brown”, que cuando se utiliza para señalar en una dirección *“la otra punta del palo siempre señala en la dirección opuesta. Depende de si uno sujeta el palo por el extremo adecuado.”* (Chesteron, 1914: 94). Por ello el criterio de comparación continua fue una operación constante en esta etapa.



*no es el de lo inconsciente, sino el de lo latente*” (Alonso, 1998: 210) y en este caso las trazas de expresión del nivel inconsciente no se analizaron, sino que se usaron simplemente como marcadores para identificar y destacar conflictos que afectaban a elementos concretos de la estructura volitiva o cognitiva de los sujetos.

### C. Clasificación conceptual

Tras la identificación de los conflictos se procedió a una clasificación de los contenidos de tales conflictos, en términos de las tres dimensiones estimadas como pertinentes para cubrir los objetivos del estudio, una dimensión que recogiera los aspectos internos del proceso temporal de adquisición, otra los aspectos externos y una tercera los operativos.

Puede decirse que el método no responde a la denominación de categorización *ex-ante*, pues no se trata de establecer unas hipótesis previas al análisis para poder proceder a la atribución y clasificación (en términos de recuento) de las los fragmentos a dichas categorías. Por el contrario, los sistemas de categorías se generaron en este momento y se modificaron sobre la marcha a medida que se avanzaba en el análisis y se comparaban diferentes fuentes. En todo caso las categorías de análisis no se compusieron adaptándose a reglas universales, sino *“referidos a una situación real y concreta”* (Kleiber, 1990: 67), como corresponde a la perspectiva metodológica adaptada de la propuesta de teorización fundamentada <sup>49</sup>. Se comenzó con la primera entrevista (A) para proceder a una clasificación y a continuación se fueron añadiendo el resto de entrevistas de modo que a cada entrevista se refinó la clasificación y se volvió a revisar la codificación anterior.

### D. Identificación de elementos teóricos

A partir de la colección de fragmentos clasificados, de las clasificaciones previas y de las preferencias teóricas referidas a las características del modelo final objeto del estudio, se elaboraron tres clasificaciones teóricas aplicables a las expresiones de conflicto tras las cuales se manifestaban los intereses personales.

La primera atañe a los **elementos** constitutivos del proceso de adquisición de ordenador, aunque la expresión no indica directamente a los elementos sino a las relaciones

---

<sup>49</sup> En ese sentido las tipologías finales corresponden más bien al concepto de interactivo-situacionales descritas como sigue: *“Las tipologías que tienen sentido son así las tipologías interactivo -situacionales , que, como sintetiza Dominique Mainguenu ... (Mainguenu, 1996: 86), basándose, a la vez, en la escuela post-formalista rusa del Grupo de Bajtin y en la escuela francesa de análisis del discurso, son tipologías concretas que nos remiten al dominio de la actividad social en la que se ejerce efectivamente el discurso”* (Alonso, 1998: 215).

entre los mismos. Se elaboró el siguiente cuadro que se expresa a partir de la terminología del anteriormente comentado modelo elsteriano de acción social interdependiente.

	OPORTUNIDADES	CREENCIAS	DESEOS	ACTO	RESULTADOS
OPORTUNIDADES					
CREENCIAS					
DESEOS					
ACTO					
RESULTADOS					

Las casillas señaladas carecían de fragmentos que las representaran. A partir de la identificación de los elementos Oportunidades, Creencias, Deseos, Acto y Resultados se elaborará el modelo teórico sobre el proceso de compra que pertenece a los objetivos del presente trabajo. El análisis no se completa cuando se produce la desmembración de los supuestos elementos originales de un proceso como este, sino cuando se “*capta el proceso que forma la relación mutua de sus momentos*” (Adorno, 1970; citado en Callejo, 1984). Por ello la segunda clasificación atiende a los **mecanismos** que vinculan, de forma causal, o de forma intencional estos elementos entre sí.

Finalmente la localización de puntos de ruptura y situaciones conflictivas fue clasificada como un conjunto de ámbitos de determinación externa al individuo que se muestra a continuación<sup>50</sup>:

- Oferta y disponibilidad del mercado de distribución de ordenadores domésticos en el área local del sujeto entrevistado.
- Situación personal del sujeto entrevistado con respecto a la estructura productiva, o posición de clase.
- Biografía de consumo anterior de ordenadores domésticos
- Situación personal del sujeto entrevistado respecto a la red relacional, tanto en términos de parentesco como de amistad o conocimiento difuso.
- Modelo de satisfacción de necesidades compartido por el sujeto entrevistado.
- Preferencias individuales estructuradas a partir del interés del sujeto (EPI)

---

<sup>50</sup> Cabe insistir, una vez más, que este esquema tal como aparece aquí no era un *previum* a la investigación. Esta configuración es el resultado de las operaciones de categorización hechas a partir de los resultados del análisis. La lógica narrativa y procesual de una investigación como esta resulta difícil de materializar en una memoria de tesis doctoral, por lo que en ocasiones se rompe esta lógica en aras de la exposición.

Las relaciones entre estos ámbitos se especificarán y discutirán en el capítulo posterior de conclusiones.

### ***Dispositivos secundarios de análisis***

---

Los materiales empíricos utilizados para el análisis son diversos en su naturaleza y formato. Son usados de forma conjunta en el momento hermenéutico decisivo de la asignación de sentido a las porciones de discurso hablado que se ha generado mediante las entrevistas. Se pueden distinguir dos formas diferentes de trabajar a la hora de analizar de materiales diferentes referidos al mismo origen. La que se podría denominar perspectiva analítica supone proceder al análisis de conjuntos diversos de materiales para obtener resultados independientes y posteriormente integrar los resultados. La que se podría denominar perspectiva sintética supone utilizar porciones de los diferentes conjuntos de materiales para realizar el análisis y la integración se produce en el nivel del análisis.

El análisis por separado permite la contrastación o validación cruzada (también llamada interna, o incluso triangulación), pero en el caso del discurso resulta imposible acceder al sentido propio sin utilizar información situacional o contextual. El análisis sintético, por el contrario, facilita la labor hermenéutica al situar en perspectiva los elementos unitarios, pero si se agotan los recursos alternativos no se puede llevar a cabo la validación interna. En el caso presente, como se especifica más adelante, se han utilizado ambas estrategias de análisis.

En relación con esto se presentan a continuación dos de los dispositivos que se han usado en el análisis. Son elementos secundarios, en el sentido que no forman parte del análisis principal del discurso, aunque proporcionan el marco de referencia para poder realizar la tarea de descodificación fundamental del capítulo siguiente. El primero es un panorama sinóptico de la información contextual que se dispone para cada individuo. El segundo es un espacio cognitivo común, referido a la representación imaginaria, en el que los sujetos incluyen sus formas de entender los ordenadores.

Se pueden entender ambos dispositivos como mapas que permiten la orientación en el campo a analizar, esto es, el momento hermenéutico usa de esta información para saber desde “donde” producen discurso los sujetos. Las fichas características se elaboraron, para cada sujeto, tras la transcripción de cada entrevista; los datos sobre las analogías empleadas en la referencia a los ordenadores se recogieron igualmente en la primera

categorización de las entrevistas, por lo que sólo estuvo completo el mapa tras la realización de la última.

### Fichas características de los sujetos entrevistados

Para poder realizar la interpretación o análisis de los fragmentos a efectos de codificación es preciso disponer de información contextual. El tipo de análisis propuesto en este trabajo no trata el texto como un conjunto cerrado de material analizable, sino como el resultado de la generación de un discurso correspondiente a una prácticas sociales desarrolladas por unos agentes situados. Sólo desde el conocimiento de la situación de estos agentes se puede proceder al análisis del discurso, pues el discurso y la situación forman un todo en la práctica.

En ese sentido se presenta a continuación uno de los principales dispositivos del análisis realizado: las fichas características de los sujetos entrevistados. La información de estas fichas fue utilizada repetidamente para realizar el análisis, al tiempo que las sesiones de entrevista posteriores y otras entrevistas informales con los sujetos permitieron añadir más información.

Las nueve entrevistas utilizadas se refieren a un total de 6 sujetos, entre estudiantes, trabajadores y padres <sup>51</sup>, y corresponden bien a un momento anterior a la adquisición, bien a un momento posterior. Las entrevistas se identifican mediante una combinación de letras que designan al sujeto y cifras que señalan el momento de la entrevista.

**Tabla 28. Tipología final de la muestra.**

		Momento de la entrevista respecto a la adquisición del ordenador	
		Previa	Posterior
Tipo de comprador	“Estudiantes”	A1, D1	A2, D2
	“Trabajadores”	N1, R1, S1	N2, J2
	“Padres”	S1	J2

A continuación se presentan las fichas con sus contenidos reorganizados, a efectos expositivos, según los diversos ámbitos de determinación del proceso de compra, tal y como se han configurado en la etapa conclusiva del estudio. Las fuentes de información

<sup>51</sup> Estos términos, por supuesto, hacen referencia a conceptos contruidos específicamente para el estudio y mencionados en el apartado sobre método concreto de entrevista (véase, página 212). Se refiere a “estudiantes que compran un ordenador para sus estudios”, “trabajadores que compran un ordenador y no es para su trabajo” y “padres que compran un ordenador para sus hijos”.

son, básicamente, los textos de las entrevistas, y por ello las fichas están sujetas a incompletitudes, inexactitudes e incertidumbres (especialmente en lo referente a datos inferidos de forma indirecta y sin posibilidad de contrastación, por ejemplo, la composición de la red familiar, o la fecha de la cronología). El apartado “biografía de consumo” se refiere al contacto y experiencia que ha tenido con ordenadores personales, tanto por trabajar con ellos como por adquisiciones anteriores, y tiene en buena parte el carácter de aproximativo (las estimaciones se señalan con un interrogante).

## Sujeto A

Hombre, 27 años, de Pamplona.  
 Entrevistas A1 (1h.6m.), y A2 (20m.)  
 Asimila un PC a “máquina”, “coche” y “cuaderno y boli”. Especialmente los dos últimos.

## 1. Red relacional

• **Familia:**

Vive habitualmente con sus padres en un barrio exterior de Pamplona. Durante el curso 2000-2001 está provisionalmente en Madrid en un entresuelo de 30 m<sup>2</sup> compartido con otro estudiante también de Pamplona (periodista y estudiante de Doctorado de Teoría y Crítica Literaria), al que conoció buscando piso de alquiler. Tiene 2 hermanas mayores que él, una que trabaja y reside en Bilbao, y la menor, que ha estudiado Sociología, y vive en Pamplona en la residencia familiar.

Su padre es promotor inmobiliario, construyen y venden; tienen ordenadores en la oficina desde los 80. Ha hecho dos cursos de informática, le interesa Internet, y dibuja bien.

• **Amigos:**

Conoce a su amigo Luís desde BUP; entonces tenía un Amstrad. Vive “en lo viejo” de Pamplona, con sus padres. En verano de 2000 A compró su 2º ordenador para la casa de Pamplona acompañado por Luís, que le pone el S.O. Actualmente su amigo trabaja en una fábrica mucho tiempo, y casi no se dedica al PC. No tiene Internet, compró su equipo en un distribuidor de componentes. Otro amigo ha estudiado FP informática, le cambió el S.O. en verano. A siempre busca relación humana para realizar actividades como comprar.

## 2. Posición en la estructura productiva

• **Trabajo:**

Actualmente tiene una beca predoctoral por 4 años concedida por el Gobierno Foral de Navarra. No tiene trabajo fijo. Durante 2000 a trabajado de camarero en una cadena de bocadillerías, y anteriormente en alguna obra de su padre.

• **Estudios:**

Actualmente estudiante de postgrado en UCM con beca del gobierno foral navarro, y curso de especialización en SPSS en Aedemo. Licenciado en Sociología, Universidad de Navarra, Doctorado de Sociología en Bilbao. Dos cursos de Ofimática y dos de Internet y FrontPage, del INEM. Anteriormente estudios en los Agustinos de Pamplona.

## 3. Biografía de consumo

- 1985: Amstrad de un amigo.
- 1990: PC 486, pantalla, teclado, ratón, impresora HP520 (adquirido en Niebla, tienda orientada a oficinas en Pamplona).
- 1992: ordenadores de la Facultad en Pamplona.
- 2000: nueva torre Pentium III, con módem interno, sin S.O. (adquirido en la cadena JUMP, Pamplona).
- 2001: portátil Pentium DELL (comprado de segunda mano, en AWS, Madrid)

4. Oferta y Disponibilidad del mercado

- Conoce en Pamplona 7 u 8 tiendas “*punteras que tengan de todo*”, e incluso un distribuidor de componentes sueltos. Conoce en Madrid AWS como oferta de PC de ocasión o descatalogados por Internet (en la oficina comercial venden directamente sólo productos nuevos). Desconoce la existencia de otras tiendas de segunda mano que vendan ordenadores en Madrid.

5. Modelo de satisfacción de necesidades

- No busca información técnica sino personas de confianza que le orienten en la compra. Compra en tiendas por relación calidad-precio, o segunda mano por precio.

6. Necesidades

- Uso habitual de procesador de textos en sus estudios.
- Conexión a Internet y aplicación SPSS.
- No está interesado por los juegos, sino por la utilidad para sus estudios (escribir e Internet). No está interesado por las capacidades multimedia.

Sujeto N

Mujer, 25 años, de Madrid.  
Entrevista N1 (56m.) y N2 (18m.).  
Asimila un PC a “móvil”, “coche”, “TV”, “juguete”, y “máquina de escribir”.  
Especialmente el aspecto lúdico.

#### 1. Red relacional

- **Familia:**

Vive en el domicilio familiar con sus padres. Sus hermanos se han ido yendo de casa, y ahora otro hermano se va de casa (y se lleva el PC anterior). Tiene cuatro hermanos mayores que ella, todos ellos interesados en informática y tecnología. El hermano mayor es Ingeniero Informático. El padre usaba el 486 de casa. En su casa se usa mucho el teléfono.

- **Amigos:**

Bastantes amigos suyos tenían ordenadores en los años 80: Spectrum, Commodore, Amstrad, ATs. Ella jugaba con los ordenadores de sus amigos en sus casas hasta que compraron el 486. Siempre ha accedido a tecnología de consumo “tarde” respecto a sus amigos. Actualmente tiene diversos amigos informáticos. Está quedando “desconectada” pues, en su 486, no podía ejecutar los programas y juegos que le proporcionan sus amigos. Tiene un amigo informático en el que confía mucho, ha comprado el PC en una tienda que él le aconsejó.

- Mantiene contacto con otros conocidos por motivo de militancia social, ecologista y feminista.

#### 2. Posición en la estructura productiva

- **Trabajo:**

Actualmente en su primer trabajo, como recepcionista-administrativa en la sede de una ONG de ámbito nacional. Trabaja por las mañanas hasta las 3, pero muchas tardes se queda porque “se está más tranquilo”. Lleva la contabilidad de la ONG. Usa habitualmente ordenadores en su trabajo, especialmente una aplicación de gestión contable (ContaPlus), y también procesadores de textos y correo electrónico.

- **Estudios:**

Licenciada en Derecho. No ha ejercido.

#### 3. Biografía de consumo

- 1987: Sinclair Spectrum de amigos, para jugar.
- 1988: Amstrad de amigos.
- 1993: 486 (comprado en Madrid), sin módem.
- 2001: AMD K-7, 128RAM y HD30Gb, pantalla 17", con módem y regrabadora (comprado en COMPUTEC, una pequeña tienda en Madrid)

#### 4. Oferta y Disponibilidad del mercado

- En Madrid no hay una calle o zona donde se concentren las tiendas de informática (como c/.Barquillo para electrónica/sonido). Conoce por Bravo Murillo y también por el centro. Hay 4 o 5 tiendas que siempre se han considerado, por turnos, las más



baratas. Desconoce el mercado de segunda mano, aunque ha visto que en algunas tiendas ofrecen ordenadores reciclados.

5. Modelos de satisfacción de necesidades

- Empezó usando los ordenadores para jugar.  
Compra lo más barato y valora especialmente la confianza en el servicio postventa. Para uso particular prefiere clónicos, no de marca. Cuando compra le gusta informarse personalmente para poder decidir. Un ordenador que dure mucho tiempo, excluye los de segunda mano por obsoletos.

6. Necesidades

- Aplicaciones que utiliza en el trabajo, y juegos y películas que le pasan sus amigos.
- Internet de banda ancha para bajar música y para no ocupar la línea telefónica.
- Grabación de CDs de música.

## Sujeto D

Hombre, 25 años, de Las Palmas (Canarias).  
 Entrevista D1 (1h. 6m.) y D2(29).  
 Asimila el PC a “acceso de la mujer al trabajo”, “redomesticación del trabajo”, “matematización del mundo”, “el cerebro, como calculador y procesador de información”, “juguete”, y “máquina o aparato”. Especialmente “máquina”.

## 1. Red relacional

• **Familia:**

Su familia reside en La Palma (Canarias). Tiene 2 hermanos menores, que de jóvenes hicieron cursos de informática en academia privada. Ahora el segundo hermano (que hizo 1º de I.T. Informática) estudia en Segovia “Comunicación Audiovisual”, y ya desde los 15 años conoce mucho de aparatos y sus circuitos de distribución. Ha trabajado en radios, y filmaba comuniones en el colegio; siempre ha asesorado la compra de los ordenadores en su casa. Este hermano ha comprado en Segovia el PC para D., se lo ha traído en coche a Madrid y lo ha instalado, además de atender por teléfono sus dudas.

El tercer hermano estudia en Pamplona, y también tiene un buen equipo informático multimedia.

Cuando tenía 12 años los “Reyes Magos” trajeron un Spectrum para el sujeto D. Una tía suya, que por entonces trabajaba en “algo relacionado con ordenadores” le instaló el Spectrum. De pequeño se encaprichaba de algo (“me daba”) y sus padres si podían se lo compraban.

Su padre es Procurador de Tribunales y su madre “toda la vida” ha trabajado como su secretaria con ordenadores para archivar y tratar los casos, en los últimos años se han colocado en despacho en casa. Sus padres le van a financiar esta compra del nuevo PC.

• **Amigos:**

Sólo tenía un vecino con un Spectrum y cambiaban programas. No tuvo un entorno de colegas que tuvieran contacto con los PCs. Desde el 1998 él tiene una beca Erasmus y estudió en Bolonia hasta 2000, manteniendo el contacto con amigos italianos por Internet.

Un amigo suyo de Las Palmas, el único de la cuadrilla que se ha orientado hacia la Informática, ahora es directivo en Madrid de una “agencia informática”.

## 2. Posición en la estructura productiva

• **Trabajo:**

Sin ocupación actual.

• **Estudios:**

Actualmente estudiante de postgrado en UCM. Licenciado en Sociología por UCM (Programa Erasmus en Bolonia).

Nunca hizo cursos de informática sino en el Bachillerato de Letras, en 2º de BUP (y no aprendió nada).

## 3. Biografía de consumo

- 1986: Sinclair Spectrum (comprado en Las Palmas)
- 1990: PC 486 (comprado para los estudios de sus hermanos)

- 1995: Pentium (comprado en Las Palmas). Se traslada a Madrid a estudiar y utiliza el 486.
  - 1998: Internet en Las Palmas, cuando él marcha a Italia.
  - 2001: Pentium III Multimedia (comprado en JUMP en Segovia), con módem, escáner, webcam, DVD, regrabadora e impresora color.
4. Oferta y Disponibilidad del mercado:
- Confía totalmente la adquisición a su hermano que vive en Segovia. Desconoce el mercado de segunda mano.
5. Modelos de satisfacción de necesidades:
- “Tecnofobia” hasta que descubre en Italia las posibilidades de la Red. Ansioso de descubrir las posibilidades máximas de la informática, actitud “depredadora” en la Red.
  - Compra delegando pasiva y totalmente la decisión en su hermano.
  - Le agobia la abundancia de los supermercados. Reclama una autonomía del usuario respecto a las imposiciones de imponen los fabricantes de ordenadores y los programas.
6. Necesidades
- Usa habitualmente un de procesador de textos en sus estudios.
  - Portátil por movilidad (que finalmente sacrifica por la potencia).
  - No habla de necesidades sino de posibilidades.

## Sujeto R

Sujeto: Mujer , 21 años, de Madrid.  
 Entrevista R1 (37m.)  
 Asimila el PC a “televisión”, “máquina de escribir”, y “herramienta de trabajo”.  
 Especialmente “televisión”.

## 1. Red relacional

• **Familia:**

Vive en una casa pequeña con sus padres y sus 2 hermanos menores que estudian los últimos años de Periodismo y de Relaciones Públicas en Madrid. No comenta nada sobre la ocupación de sus padres.

• **Amigos:**

Menciona al sujeto N, que es la última persona que conoce que se ha comprado un ordenador. Comparte con ella el círculo de amigos.

## 2. Posición en la estructura productiva

• **Trabajo:**

Actualmente en su primer empleo, contratada hasta junio de 2001 en prácticas en el gabinete jurídico de Canal Satélite Digital. Está buscando trabajo a través de Internet, para cuando se le acabe el contrato. Trabaja la jornada partida hasta las 7 de la tarde.

Usa habitualmente ordenadores en su trabajo, Word y Excel, así como correo electrónico para comunicaciones internas.

Paga ella el nuevo ordenador porque es un “capricho”, por empezar a trabajar.

• **Estudios:**

Licenciada en “Derecho y Empresa”, UAM.

Cursos de informática en el colegio (Logo)

## 3. Biografía de consumo

- 1989?: Informática en el colegio (programación en LOGO).
- 1996: PC 486 (comprado en un distribuidor a través de un conocido de la familia), sin módem.
- 1997: Pentium, en la Universidad.
- 2000: Terminal, en su trabajo.
- 2001: ...quiere comprar PC multimedia con módem, y tarjeta TV.

## 4. Oferta y Disponibilidad del mercado

- Conoce muchas opciones, pero por cuestiones de tiempo y trabajo no ha consultado casi ninguna. Le han dicho que cerca de la calle Conde de Casal hay una concentración de tiendas. Ha mirado por tiendas de su barrio y quiere ir a una gran superficie especializada en electrónica de consumo en Alcorcón.

En su trabajo, Canal+, parece que habrá una oferta para empleados para adquirir ordenadores. Conoce también un distribuidor donde compró el PC anterior.

No menciona el mercado de 2ª mano, pues lo descarta.

## 5. Modelos de satisfacción de necesidades

- Los ordenadores son herramientas o máquinas que proporcionan servicios, como la de escribir, la tele o el vídeo.
- Los de segunda mano no le interesan porque quedan obsoletos inmediatamente.

6. Necesidades

- Ordenador propio, lo que implica TV en su habitación. No interferencia con el procesador de texto que usan sus hermanos. Acceso a Internet desde casa.

## Sujeto S

Sujeto: Hombre, 37 años, de Barcelona.

Entrevista S1 (1h.4m)

Asimila el PC a “máquina de escribir eléctrica”, “calculadora”, “papel y lápiz”, “máquina-herramienta programable”, “consolas de video-juegos”, y “material educativo”.

Especialmente “calculadora”.

## 1. Red relacional

- **Familia:**

Vive en su propia casa con su esposa y su hija. Tiene 1 hermano mayor (al que compraron un Amstrad). Su padre, obrero industrial ya jubilado, murió hace 2 años.

- **Amigos:**

Un amigo suyo tenía en casa un Commodore VIC-20, desarrolló programas y siguió trabajando para la delegación en Barcelona de Commodore. Tiene algunos amigos que dominan bastante el tema informático a nivel de usuario, incluso una pareja que tiene una pequeña empresa de desarrollo de aplicaciones.

## 2. Posición en la estructura productiva

- **Trabajo:**

Contrato fijo, desde hace unos 4 años. Agente comercial de distribución de material eléctrico de ORBIS. Delegación de Barcelona provincia. Anteriormente mecánica de mantenimiento en diversas empresas. Uso muy escaso de ordenadores en su trabajo.

- **Estudios:**

FP rama Electrónica.

## 3. Biografía de consumo

- 1984: Sinclair Z80, prácticas de Escuela de FP.
- 1985: Commodore VIC-20 en casa de un amigo.
- 1986: Amstrad (comprado en tienda de electrodomésticos).
- 1993: 286 de segunda mano (regalado por un familiar).
- 1996: 486 de segunda mano (comprado a la hermana de un amigo).
- 2001: ...quiere comprar un PC para cuando su hija estudie.

## 4. Oferta y Disponibilidad del mercado

- El primer ordenador Amstrad lo compraron en una tienda de electrodomésticos del barrio, en la que todavía venden ordenadores.  
Piensa comprar en un mayorista orientado al mercado profesional. Piensa que los detallistas, incluso las grandes cadenas tienden a colocar material consolidado o poco novedoso. Conoce PRICOINSA como mayorista-distribuidor en Barcelona.

## 5. Modelos de satisfacción de necesidades

- El ordenador es una herramienta, una máquina inútil que hay que programar para solucionar un problema concreto, y eso es muy complicado.
- Los profesionales de cada sector conocen las necesidades, los de la educación y los mayoristas de la distribución de componentes informáticos.

- Compra lo mínimo que necesita objetivamente ante un problema, o recicla lo que a otros queda obsoleto. Compra lo más barato (clónico para particular).
- Mercado de segunda mano es sólo para técnicamente conocedores, interesante sólo si se necesita ejecutar un programa específico que funciona correctamente en un equipo obsoleto.

#### 6. Necesidades

- Anteriormente programación de control numérico (no hacia falta PC).
- Base de datos para gestión de sus clientes.
- Actualmente, duración en el tiempo y posibilidades de expansión técnica (Flexibilidad). Bastante memoria, módem rápido, y escáner. No le interesan directamente las capacidades multimedia, pero sí en cuanto al futuro educativo.

Sujeto J

Hombre, poco más de 40 años, de Barcelona, residente en Madrid.

Entrevista J2 (45m.)

Asimila el PC a “herramienta de trabajo”, “máquina” y “coche”.

#### 1. Red relacional

- **Familia:**

Vive en Madrid desde hace 15 años, cuando se divorció en Barcelona. Tiene un hijo de unos 18-19 años, Dani, con su ex-esposa que vive en Barcelona. Durante este último año su hijo ha vivido en Madrid. Su pareja actual, Celia, tiene una empresa productora de TV (donde él recoloca sus ordenadores).

- **Amigos:**

Un amigo se compró en Londres y le revendió el primer Sinclair que tuvo. Un amigo le ayudó a “medio fabricar” un PC clónico de Taiwán. Un compañero de trabajo que escribe “poesía y cosas” tiene su primer híbrido en “préstamo indefinido”. Un amigo descargó una BIOS nueva y la cargó en el PC recién comprado.

Su hijo tiene un amigo de 22 años que es técnico en la empresa de su mujer y le ayudará a configurar el PC recién comprado.

Su hijo se comunica mediante Internet casi a diario con sus amigos de Barcelona, y con familiares en México, Alemania y muchos países (incluida su bisabuela ! ) Los amigos de su hijo tienen todos PC e Internet, eran colegas en el colegio Montserrat, de Sant Gervasi.

#### 2. Posición en la estructura productiva

- **Trabajo:**

Jefe de Producción de MagaCine, Canal+. Uso intensivo de ordenadores en su trabajo, para edición de video, gestión de guiones y contabilidad.

- **Estudios:**

No mencionados.

#### 3. Biografía de consumo

- 1975?: Sinclair Spectrum <sup>52</sup>
- 1984: MSX, Sony
- 1984: PC híbrido (comprado en Taiwán)
- 1985?: AT (comprado en Barcelona)
- 1986?: Placa 386 en la caja del AT
- 1995?: Pentium MMX-II (comprado en Madrid)
- 1998: Portátil Pentium II (comprado en Madrid)
- 2000: Pentium HD4Gb, con módem y CDROM (comprado de segunda mano en CASH CONVERTERS, por 20.000,-)

#### 4. Oferta y Disponibilidad del mercado

---

<sup>52</sup> Según el sujeto, compró de segunda mano este equipo a un amigo que lo adquirió en Londres, aunque resulta dudoso pues ese modelo no se produjo hasta el año 1979. (<http://www.nvg.ntnu.no/sinclair/computers/zx80/zx80.htm>, 14/08/01).



- Conseguir un buen ordenador de segunda mano cuesta bastante. Casi todo lo que le ofrecían eran 486, pero si se busca bien se encuentran Pentiums.
- En Madrid hay mucho mercado de segunda mano. Especialmente interesante son las tiendas en las que pruebas el equipo 15 y puedes devolverlo.

#### 5. Modelos de satisfacción de necesidades

- No le gustan los ordenadores para jugar, son herramientas de trabajo.
- La tecnología adquirida debe ajustarse estrictamente a las necesidades del usuario. Saca el máximo provecho a la tecnología disponible, no cambia hasta que es necesario por nuevo software que se ha comprobado fiable y útil.
- El material obsoleto para él aún es útil para otros, lo regala a gente para que se inicien en el mundo de la informática.
- Hay un buen mercado de segunda mano si se conoce de informática, se tiene paciencia o suerte, y requerimientos básicos.

#### 6. Necesidades

- Por su trabajo (edición de video, tecnología DV y FireWare) requiere discos duros muy rápidos y I/O con periféricos.
- Su hijo necesita un ordenador propio, para aprender utilizándolo, y por la Internet.
- El próximo ordenador que prevé comprar será familiar, para descargar su portátil de la parte ofimática y para su hijo.

### **La representación imaginaria<sup>53</sup> del ordenador**

A lo largo de las entrevistas se han generado expresiones que apuntan hacia la representación mental que los sujetos entrevistados tienen de los ordenadores en general y del objeto de su compra en particular. Un ejemplo de ello son los bocetos o trazados gráficos elaborados ante la solicitud de dibujar “un ordenador”, pero (como siempre en este estudio) se ha procurado contar con diversas fuentes y diversas aproximaciones simultáneas a este aspecto concreto. Además de la solicitud del dibujo se incluyó en la entrevista un apartado sobre evocación de “la primera vez” que los sujetos vieron un ordenador que proporciona indicios sobre la fuente originaria de las similitudes que operan respecto a los ordenadores. Por otro lado, a lo largo de toda la entrevista aparecen de forma más o menos expresa analogías del ordenador con diversos objetos y conceptos. Finalmente, en algunos casos se solicitó de forma expresa a los sujetos que asignaran un género al ordenador personal, para recoger su reacción.

En este apartado se revisan, analizan y comparan brevemente los datos obtenidos mediante estas estrategias diversas. Las expresiones reactivas respecto a la asignación de género y las alusiones a las fuentes de sus representaciones imaginarias del ordenador, son

---

<sup>53</sup> Se refiere, como a lo largo del apartado actual, a la actualización o evocación de la huella mnémica visual del objeto.

analizadas categorizándolas y relacionándolas con las características individuales de los sujetos. Las analogías son analizadas utilizando técnicas topológicas en busca de una eventual estructura simbólica en el conjunto de las entrevistas, y también se ensaya una tipología conceptual que afecta al uso de la analogía más que a la analogía en sí misma.

### El género del ordenador

Los requerimientos de asignación de género al ordenador son una manera de generar discurso que pueda ser recogido y analizado como indicio de la representación imaginaria del ordenador por parte de los sujetos. Sin embargo es conveniente destacar que no era este uno de los objetivos principales relacionados con la realización de las entrevistas, por lo que el recurso a esta solicitud no fue sistemático. Tan sólo cuatro entrevistas contienen alusiones al género (aparte del uso gramatical habitual del artículo masculino) por lo que tan sólo se apuntarán algunas líneas interpretativas.

La principal característica de estas alusiones es su división en términos de la posibilidad de asignar la propiedad “género” a un ordenador.

Por un lado encontramos la expresión de que es posible relacionar el aparato “ordenador” con el concepto “género”. La forma de hacer esto es disponer de un criterio operativo para subsumir cualquier objeto dentro de los conjuntos disjuntos que genera el concepto género. Esto muestra una concepción operativa y formal de los conceptos. Como los conceptos definen conjuntos a partir de propiedades intensivas es posible evaluar cualquier objeto, aún como juego. Eso es lo que hace el sujeto D al acometer el juego de asignar el “ordenador” a ambos conjuntos en “D: (piensa) ¿sabes que?, tiendo a asociar más el grande a, a lo masculino por el hecho precisamente de que es más grande...más pesado, más, más aparatoso ¿no? valga la redundancia... mientras que el pequeño lo asocio más a cuestiones relativas a... a cuestiones que yo asocio más a la feminidad como la ligereza, la movilidad, no se...” (D1,159:163). Pero la diferencia entre tipos de ordenador le permiten argumentar esta contradicción: el ordenador fijo lo asimila a lo masculino y el ordenador móvil a lo femenino. Esto suscita la duda sobre si ese es su íntima representación imaginaria, o tan sólo un juego verbal generado durante la entrevista.

Comparando dos fragmentos alusivos en las entrevistas anterior y posterior podemos comprobar como, enfrentado a la materialidad tras la compra, expresa ansiedad en términos decididamente asociados a lo que él mismo había considerado masculino en la

primera entrevista. Si en la entrevista previa señala que *“si pienso en el ordenador como el producto cerebral, frío, duro, la digitalización ¿no? como la fase última de la matematización del mundo y tal... pienso más en el digamos todo el aspecto abstracto, cerebral, más puramente masculino”* (D1,63:66), en la posterior afirma que *“ahora que estoy empezando a trabajar con él... (ríe) con EL... (...) con el ordenador, con el, y... estoy empezando a ver que, o sea, efectivamente es un mundo técnico mucho más complejo de lo que yo pensaba”* (D2,32:38). Sin un conocimiento contextual respecto al sujeto el análisis no puede decidir si primar el aspecto superficial del juego o el profundo de la realidad, pero, en términos de contraste con el resto de entrevistas queda claro que se destaca por su aceptación de la posibilidad de asignación de género.

Contrariamente, el resto de los sujetos entrevistados que alude al género rechaza la atribución de las categorías de género a las máquinas, debido a su consideración de los artefactos como esencialmente diferentes de los seres vivos. Esto refleja una concepción ontológica de los conceptos, y se expresa por ejemplo en *“lo primero que te he dicho es que yo no le pondría género. no le veo, a un ordenador no le veo ni femenino ni masculino.”* (N1,385:387) donde se niega la posibilidad misma de asignación. Del mismo modo se indica con *“R: es que no, es una máquina para mí, no tiene género...”* (R1,263:264) la diferencia del ordenador, como máquina, respecto a los seres vivos <sup>54</sup>.

La consideración del aspecto ontológico sobre el formal está relacionado de algún modo con la consideración del discurso como algo más que un juego. Por eso muestra N su irritación ante la insistencia en solicitar su asignación de género para el ordenador, en *“ pffff...(disgustada). NO ME VIENE NADA A LA CABEZA (en voz alta)...(ríe) (voz muy baja) por ahí se terminó.”* (N1,398:399) <sup>55</sup>

Se puede concluir que la atribución de género no resulta, en sí misma, un buen indicador de la representación mental del ordenador personal, pues existen diferencias entre los sujetos entrevistados en cuanto al criterio atributivo general, lo que hace incontrastables las alusiones. Sin embargo, a partir de las indicaciones sobre estos criterios (referidos a la atribución de propiedades “vitales” a los artefactos tecnológicos) se puede

<sup>54</sup> Puede consultarse una interesante y extensa discusión sobre este aspecto de la asignación de atributos “vitales” a artefactos tecnológicos en Turkle (1995:100 y ss.). Sobre la “intencionalidad” de los artefactos puede consultarse Woolgar, 1991.

<sup>55</sup> Posiblemente la entrevistada esté negando, con esta muestra de violencia, la adecuación instrumental diferencial de ciertos artefactos a hombres y mujeres por negación de la diferencia “funcional” entre ambos sexos, pues “ ni este mejor para hombres y este mejor para mujeres ni nada, ni eso los iconos femeninos como dices tú” (N1,397:398). Esto es contrastable con la información contextual disponible sobre su militancia.

obtener una caracterización distintiva de los diferentes sujetos respecto a este aspecto, relevante en cuanto a su relación con los ordenadores más que en cuanto a su adquisición.

El espacio representacional imaginario: analogías sobre el ordenador

En cada entrevista aparecen diversas alusiones al ordenador asociado, genéricamente, a diversos objetos. Esto frecuentemente forma parte de enunciados comparativos del tipo “es como...” que los sujetos utilizan para explicar o justificar sus opiniones respecto al objeto del estudio. Los términos de la asociación analógica son diversos, como muestra la siguiente tabla.

**Tabla 29. Tabla de asociaciones analógicas del PC, según entrevistas.**

<b>Frecuencia</b>	<b>A</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>J</b>
=Calculadora	0	0	1	0	4	0
=Coche	10	1	0	0	0	3
=Juegos	1	11	6	2	12	4
=Máquina	5	1	18	4	17	2
=Papel y lápiz	3	0	0	0	2	0
=TV	0	0	0	7	2	1
	19	13	25	13	37	10

<b>Porcentaje columna</b>	<b>A</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>J</b>
=Calculadora	0	0	4	0	<b>11</b>	0
=Coche	<b>53</b>	8	0	0	0	<b>30</b>
=Juegos	5	<b>85</b>	24	15	<b>32</b>	<b>40</b>
=Máquina	26	8	<b>72</b>	31	<b>46</b>	20
=Papel y lápiz	<b>16</b>	0	0	0	5	0
=TV	0	0	0	<b>54</b>	5	10
	100	100	100	100	100	100

Un primer nivel de análisis supone interrogarse por la intensidad de asociación que muestra esta tabla de frecuencias cruzadas. En este sentido, el estadístico V de Cramer para variables nominales da una intensidad de 0,45 en una escala de [0,1] <sup>56</sup> lo que indica que existe una distribución diferencial consistente a lo largo de toda la tabla (véase Anexo).

Así, en principio, puede asignarse a cada sujeto entrevistado un predominio en el uso de alguna de las analogías según la siguiente tabla.

<sup>56</sup> La probabilidad asociada  $p=0$  para la significatividad indica que estos datos pueden haber sido extraídos de la muestra de un universo que responde a esta característica de asociación fuerte entre las dos variables, sin embargo este aspecto inferencial interesa poco en el presente estudio que el aspecto descriptivo de los datos. El motivo es, como se indicó anteriormente, la inadecuación general de la muestra para el tratamiento estadístico inferencial.

**Tabla 30. Predominio de uso de analogías por sujeto entrevistado.**

<b>Sujeto</b>	<b>Analogía/s</b>
A	Coche Papel/lápiz
D	Máquina
N	Juegos
R	TV
S	Calculadora

Esto puede ayudar a completar la información contextual de las fichas características de los sujetos entrevistados, pero el principal interés de esta investigación no son las características de los individuos. Los atributos individuales son interesantes en su función de información contextual necesaria para la interpretación de sus discursos y sus acciones. Lo relevante en este estadio del análisis es, más bien, el espacio de representaciones conjunto en el que se sitúan los sujetos, sí como una caracterización de dicho espacio. Esto implica la elaboración de mapas topológicos de las analogías, que pueden entenderse como mapa cognitivos correspondientes al conjunto de los sujetos, o bien como espacio analógico para el discurso referido a los ordenadores.

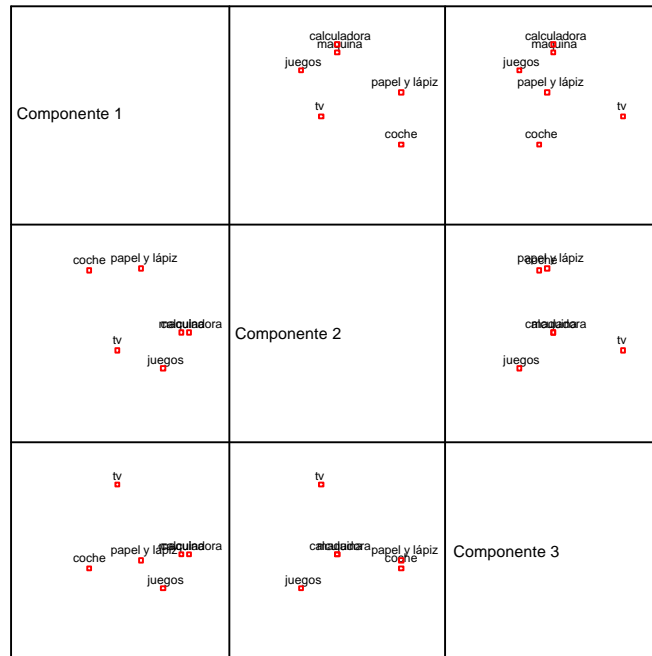
El análisis de tablas de contingencia ofrece medidas de asociación, pero no puede representar gráficamente las relaciones entre las variables. Para la realización de un **mapa topológico** que represente a las analogías sobre un espacio bidimensional pueden emplearse diversas técnicas multivariantes de reducción de las dimensiones, es decir, procedimientos denominados factoriales. En todo caso se considera como matriz originaria la de frecuencias, formada por los sujetos en las filas (casos a representar) y las analogías en las columnas (variables a reducir).

## **1. Componentes principales**

Mediante un análisis de componentes principales<sup>57</sup> se puede establecer la existencia ideal de un conjunto de componentes que representan, con una merma informativa

<sup>57</sup> Aunque no superan la prueba de ajuste a una distribución normal ni “calculadora” ni “papel y lápiz” se incorporan al cálculo, el resto de variables (a pesar de la escasez de casos) pueden considerarse como extraídas de un universo con distribución normal, según la prueba de contraste de Kolmogorov-Smirnov, véase Anexo.

asumible (explican el 91% de la varianza para los tres primeros), el conjunto del espacio de representación de las analogías.



**Gráfico 5. Representación bidimensional<sup>58</sup> del espacio de representación analógica del ordenador.**

Como puede apreciarse en este gráfico de la representación de las variables (o analogías) sobre los ejes factoriales (componentes) resultantes del proceso de reducción a tres dimensiones del espacio de representación analógica, existe poca diferencia entre el componente 2 y el componente 3. Los gráficos que representan 1x2 y 1x3 son muy similares. Esto responde al hecho de que el 3er componente aporta poco a la varianza explicada (17%)<sup>59</sup> y puede comprobarse al analizar las contribuciones de cada analogía a los componentes o ejes de este espacio imaginario.

<sup>58</sup> Se trata de una matriz que representa en 6 gráficos bidimensionales las combinaciones entre los 3 componentes como ejes cartesianos. La diagonal principal indica los componente implicados en cada "casilla". Evidentemente hay simetría en los gráficos parciales con respecto a este eje.

<sup>59</sup> Para una especificación mayor del análisis de los resultados del procedimiento de componentes principales puede consultarse Bisquerra, 1989: 327-332, y Norusis, 1985: 126-150.

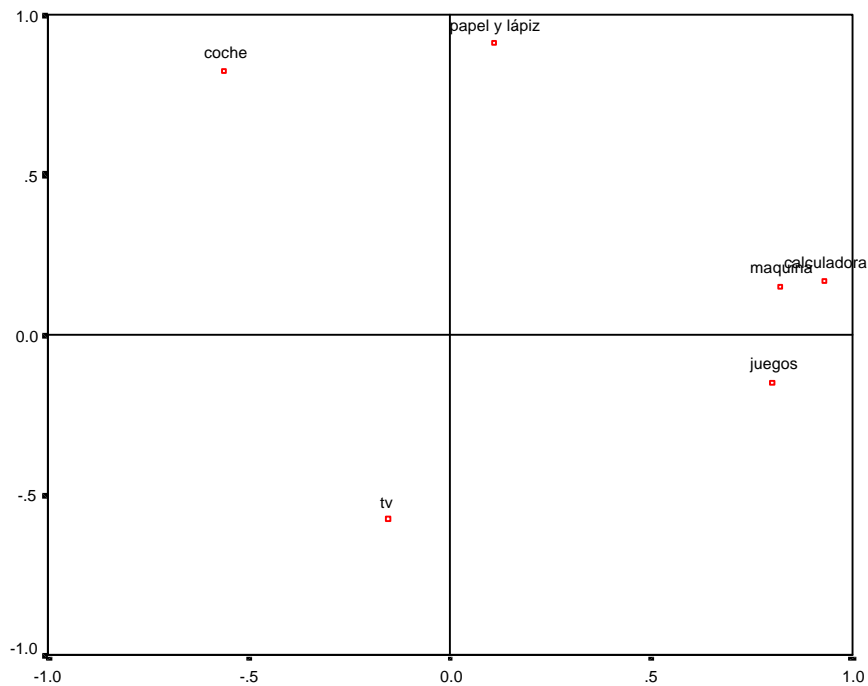
**Tabla 31. Matriz de componentes rotados.**

Analogía	Componente		
	1	2	3
Calculadora	0,979		
Maquina	0,865		
Juegos	0,615	-0,481	-0,493
Papel y lápiz	0,330	0,909	
Coche	-0,405	0,890	
TV			0,950

Método de extracción: Análisis de componentes principales.  
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser (convergencia en 6 iteraciones).  
Se han eliminado las puntuaciones por debajo de | 0,25 | por irrelevantes.

Parece que en el primer componente se ordenan las analogías según un criterio que afecta propiamente a la consideración del ordenador en su tradicional acepción de “máquina computadora” frente a otras consideraciones. El segundo componente sirve para diferenciar, dentro de las analogías no tradicionales, los elementos instrumentales en términos productivos (papel, coche) del ocio; mientras que el tercero establece igualmente una separación entre TV y juegos. Esta sería la estructura típica de la diferenciación secuencial resultado del análisis de componentes principales.

Como el tercer componente aporta poco a la explicación total (tan sólo una matización dentro del área del ocio entre TV y juegos) se repite el análisis con la extracción de tan sólo dos componentes, de modo que se obtiene la siguiente representación del espacio imaginario.



**Gráfico 6. Espacio de representación analógica del ordenador.**

En este caso las aportaciones de cada variable (analogía) a la configuración de los ejes que articular el espacio bidimensional sigue la distribución recogida en la siguiente tabla, y en conjunto estos dos ejes proporcionan una explicación para el 74% del total de varianza.

**Tabla 32. Matriz de componentes rotados.**

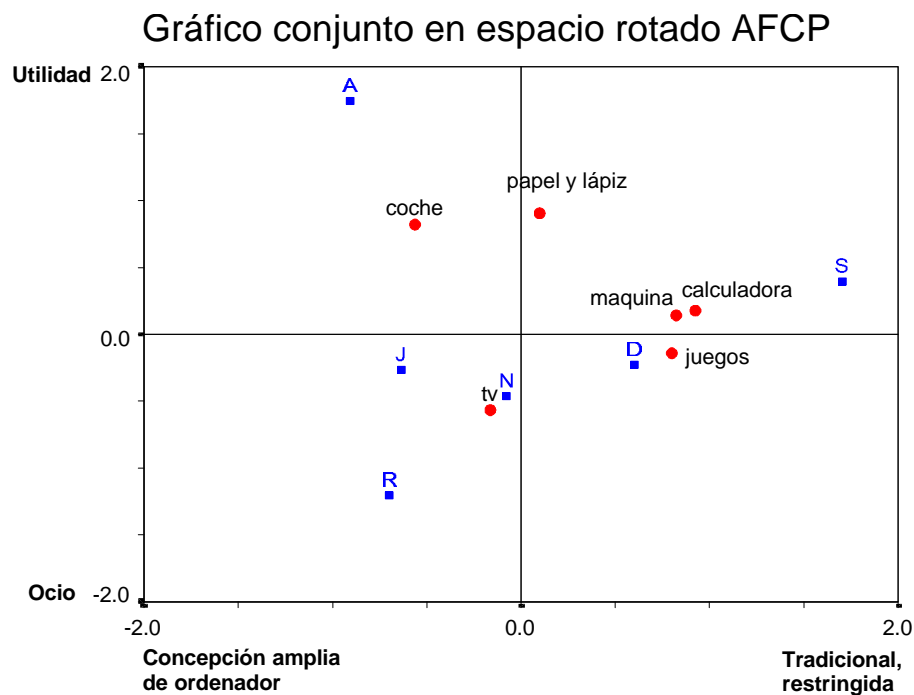
Analogías	Componente	
	1	2
Calculadora	0,929	
Maquina	0,819	
Juegos	0,803	
Papel y lápiz		0,910
Coche	-0,560	0,828
TV		-0,577
Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser (convergencia en 3 iteraciones).		



Se puede identificar el primer componente por la oposición entre aquello que tradicionalmente se considerado un PC (variante ontológica) frente a una concepción más amplia de las posibilidades de asociación (variante formal), es decir desde la idea más restringida de la máquina como artefacto calculador hasta las potencialidades de virtualidad y sustitución de otros dispositivos. El segundo componente distingue entre la utilidad instrumental para el trabajo y el uso para ocio del ordenador. A lo largo de los dos ejes polares se ordenan conjuntamente las analogías del siguiente modo.

- En el primer componente: Coche – TV – Papel/Lápiz – Juegos – Máquina – Calculadora, formando los tres últimos un apiñamiento muy cerrado.
- En el segundo componente: TV – Juegos – Máquina – Calculadora – Coche – Papel/Lápiz.

Antes de continuar con procedimientos alternativos que permitan contrastar estos resultados cabe destacar que el análisis de componentes permite calcular las coordenadas representacionales de los sujetos en el nuevo espacio de componentes, de modo que una representación conjunta aporta un mapa sobre el que se proyecta (con mínima pérdida de información) la estructura de la matriz de frecuencias.



**Gráfico 7. Representación conjunta de analogías y sujetos en espacio generados por AFCP.**

Esto no aporta nada en cuanto a la configuración y comprensión del espacio representacional que se expresa en el discurso sobre los ordenadores a partir de las entrevistas, pero ayuda a caracterizar y ubicar a los diferentes sujetos en este espacio.

## **2. Escalamiento multidimensional (ALSCAL)**

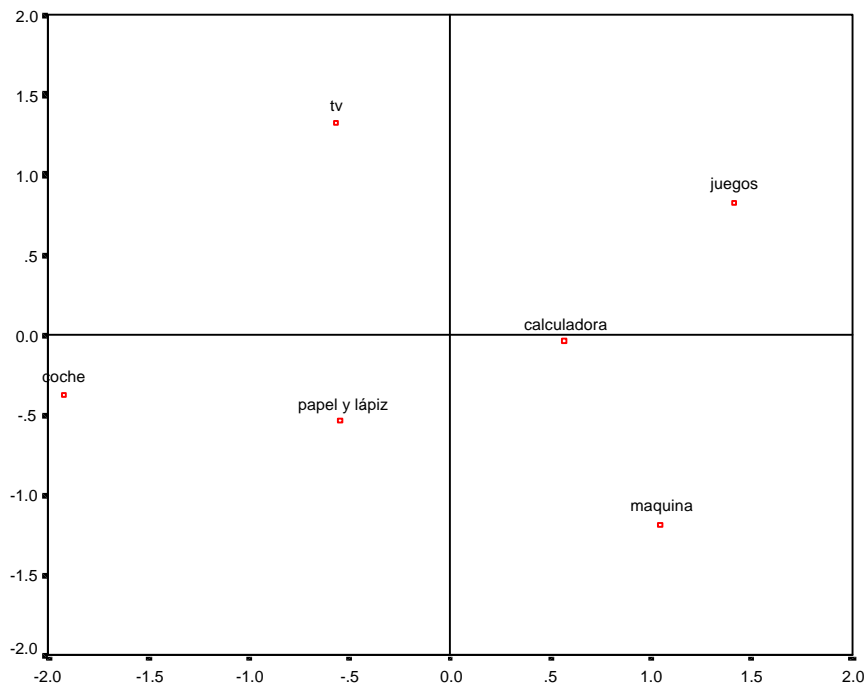
Mediante un análisis de escalamiento multidimensional se puede representar un espacio conceptual (de 2 o 3 dimensiones) a partir de datos sobre las distancias entre múltiples objetos o conceptos. Se trata de un conjunto de algoritmos que estiman un modelo óptimo de posiciones a partir de distancias multivariadas entre objetos. Los datos de partida del análisis son “disimilaridades”, es decir, datos sobre una medida de “distancia” asociada a cada par de objetos que se busca representar. Las posiciones específicas de los objetos en el espacio resultante, consideradas como globalidad, modela la estructura y las dimensiones del conjunto.

En nuestro caso, en primer lugar se calcula una matriz de distancias entre analogías, utilizando los datos sobre las frecuencias de alusión por entrevista. La medida de distancia usada se basa en la prueba de igualdad de  $\chi^2$  entre cada par de conjuntos de frecuencias, esto es, para cada par de distribuciones por sujeto de las frecuencias de analogías. El sentido conceptual de esta medida de distancia es que estarán más cerca aquellas analogías a las que más individuos hagan alusión conjunta en las entrevistas. A continuación mediante un algoritmo recurrente (conocido como ALSCAL, o algoritmo de Young-Takane-Lewyckyj) se representa en dos dimensiones el mapa de posiciones relativas de las distintas analogías. En este caso el procedimiento no requiere hacer asunciones respecto a normalidad.<sup>60</sup>

Al cabo de 4 iteraciones se obtiene un resultado con una bondad de ajuste modesta entre los datos iniciales y el modelo final pues la medida “Stress” de Kruskal es de 0,11 y para menos de 10 casos el ajuste aceptable se sitúa por encima de 0,15 (Bisquerra, 1989:360). Sin embargo se acepta este modelo pues la proporción de varianza explicada por el mismo es del 87% (RSQ = 0,87689)<sup>61</sup>. El resultado es el siguiente.

<sup>60</sup> Para la interpretación de resultados del análisis de “multidimensional SCALing” puede consultarse Bisquerra (1989:347-397).

<sup>61</sup> Resulta imposible estimar un modelo de tres dimensiones, que probablemente ajustaría mejor en términos estadísticos, porque no se dispone de casos suficientes.



**Gráfico 8. Representación de analogías en espacio ALSCAL.**

Como puede comprobarse la representación difiere de la obtenida mediante el análisis de componentes (véase página 265), pero las dimensiones que representa son las mismas: Una desde una concepción más amplia de las posibilidades de asociación (izquierda) hasta la idea más restringida de la máquina como artefacto calculador (derecha), y desde la utilidad instrumental (abajo) hasta el uso para ocio del ordenador (arriba).

A pesar de la relativa baja credibilidad de este modelo en términos estadísticos de ajuste, las conclusiones son plenamente compatibles con el anterior mapa (AFCP) en términos de interpretación sobre la estructura interna de las representaciones imaginarias de los sujetos. Este procedimiento no permite la ubicación de los sujetos en el espacio de analogías.

### 3. Análisis de correspondencias

Mediante el análisis de correspondencias es posible describir las relaciones espaciales entre dos variables nominales de una tabla de frecuencias. Además se puede representar en el mismo espacio las categorías de cada variable. Es una extensión del análisis de tablas de contingencia que permite, en nuestro caso, la visualización en un mismo espacio de todas las asociaciones y todos los sujetos. Como en el caso de la

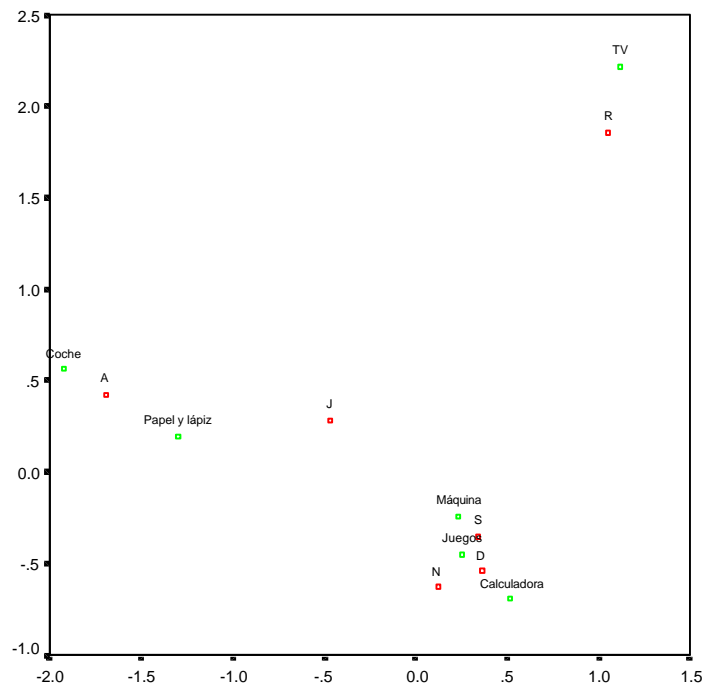
representación mediante el análisis factorial la interpretación se hace en términos de ubicación y proximidad topológica<sup>62</sup>.

**Tabla 33. Dimensiones según análisis de correspondencias de frecuencias de analogías según sujetos.**

Dimensión	Valor propio	Inercia	Proporción de inercia	
			Explicada	Acumulada
1	0,676	0,458	0,448	0,448
2	0,566	0,321	0,314	0,762
3	0,439	0,193	0,189	0,951
4	0,212	0,045	0,044	0,995
5	0,073	0,005	0,005	1,000
Chi-cuadrado = 119,535 Significatividad = 0,000				

Según la tabla anterior las dos primeras dimensiones explican conjuntamente el 76% de la varianza. Con ellas se puede construir la siguiente representación de sujetos y analogías en el espacio imaginario.

<sup>62</sup> Las bases de la interpretación de los resultados el análisis de correspondencias pueden encontrarse en Lebart, Morineua & Fenelon (1985) y Pedret (1986).



**Gráfico 9. Representación de analogías en espacio según análisis de correspondencias.**

Se puede observar cómo de nuevo aparecen los mismos ejes que articulan el sentido de las representaciones imaginarias respecto a los ordenadores. En horizontal el eje que va desde “coche” hacia “TV” marca la dimensión Instrumentalidad-Ocio, mientras que en vertical el eje que va de “calculadora” hacia “TV” marca la dimensión de la concepción Tradicional-Amplia del uso de ordenadores. Hay más información derivada de la interpretación de este mapa, como la excepcionalidad de “TV” y “coche”, la asociación de este última analogía con la de “papel y lápiz” o el núcleo *duro* que forman las concepciones tradicionales (abajo/derecha), pero basta por el momento con la contrastación de la existencia de estas dos dimensiones en cuanto a la representación imaginaria respecto al ordenador.

Para concluir, hay que destacar la necesidad de interpretar con cautela los resultados de estos análisis ya que: 1) corresponden al texto completo de la entrevista, es decir, se trata del discurso generado entre entrevistador y entrevistado, por tanto no responde a la expresión espontánea y directa del sujeto sino a la interacción con un entrevistador que pudiera haber insistido o reconducido en tema hacia una determinada imagen (e imponerla

por el efecto de violencia simbólica que tiene la situación asimétrica de la entrevista), y 2) las alusiones se pueden hacer al mismo objeto pero con referencia a ámbitos diversos, así por ejemplo A asimila el PC a papel y lápiz en cuanto a su funcionalidad, pero a un coche en cuanto a la situación de compra, D y R asocian ordenador con pantalla de TV, pero uno como apariencia externa y otro como funcionalidad.

Por lo tanto, el análisis sólo sirve como indicador de la tematización general del discurso (entendido como una práctica llevada a cabo por dos individuos) y, además, conviene matizar las conclusiones con referencia a los aspectos a los que se vinculan los objetos.

En este último sentido cabe clasificar las diferentes alusiones metafóricas a los ordenadores en otros tantos 6 aspectos distintos.

- En primer lugar, la **esencia** del ordenador, esto es, su fundamental composición mecánica que aparece en las referencias a la “máquina” o al “aparato”.
- En segundo lugar, el **uso** o **función** al que se destina, que puede coincidir con otros objetos concretos (i.e., “calculadora”) o bien genéricos (i.e., “herramienta de trabajo”), o puede coincidir con conceptos abstractos en cuanto a compartir sus funciones (i.e., “la matematización del mundo”).
- En tercer lugar, el **efecto** sobre los seres humanos, en la referencia que se hace a un objeto mágico al hablar de “encantamiento”.
- En cuarto lugar, la mera **apariencia** que hace asimilar el ordenador con artefactos similares (i.e., “máquina de escribir” como apariencia externa, por el teclado).
- En quinto lugar, el **planteamiento de compra** que hace asimilar el ordenador a un coche, no en cuanto a características ni función, sino en cuanto a objeto de elevado precio cuya compra requiere de un proceso previo de evaluación.
- Y, en último lugar, el **destino final** del objeto una vez ha cumplido la parte del ciclo de consumo correspondiente al uso específico.

**Tabla 34. Aspecto de uso de las analogías sobre los PCs.**

			A	D	N	R	S	J
Esencia		Máquina (A, D, S)	x	x			x	
Uso y Función	Objeto concreto	Coche (A, N)	x		x			
		Televisión (R)				x		
	Calculadora (S)						x	
	Objeto genérico	Máquina de escribir (N, R)			x	x		
		Cuaderno y boli (A*, S)	x				x	
	Concepto	Herramienta de trabajo (R, S, J)				x	x	x
		Juguete (N, D, S)		x	x		x	
		Material educativo (S)					x	
Efecto		Encantamiento (D)		x				
Apariencia		Máquina de escribir eléctrica (S)					x	
		Televisión (N)			x			
Planteamiento de compra		Coche (A, J)	x					x
Destino final		Teléfono portátil (N)			x			

\*: se refiere a ordenadores portátiles.

Si se distinguen los diferentes aspectos de la referencia a las analogías puede comprobarse como lo más habitual para todas las entrevistas es la alusión a **la función de objetos concretos o genéricos**. La tabla muestra una ligera tendencia a la referencia a conceptos y a la esencia en las entrevistas de los “estudiantes”, mientras que los “trabajadores” tienden a aludir a objetos. Se podría argumentar, pues, que el tipo de relación con respecto a la actividad productiva del individuo marca el horizonte referencial mediante el que alude al ordenador, si no fuera porque: 1) muchos otros factores podrían intervenir de forma determinante en esa hipotética conexión explicativa como la edad o el tipo de estudios, y –por supuesto- la expectativa de respuesta en el contexto de una entrevista de investigación universitaria; 2) una muestra intencional intensiva de discursos no se puede tomarse por una muestra extensional numerosa de atributos de individuos.

Lo que se puede decir es que no sólo es relevante la alusión concreta en términos de analogía con el ordenador, sino también el aspecto bajo el cual se hace la alusión.

#### Las fuentes de la representación imaginaria

Podemos preguntarnos por la fuentes de la imaginaria que los sujetos entrevistados citan a la hora de realizar sus referencias a los ordenadores en general y los ordenadores personales en particular. El discurso generado es una muestra de expresiones acerca del origen de los contenidos cognitivos asociados a los ordenadores. Su análisis puede

proporcionar indicios sobre cómo se ha constituido la estructura representativa cuyo mapa se modelado en el apartado anterior.

Encontramos expresiones de orígenes personales del referente, como en las numerosas ocasiones en que se habla de los amigos que poseían el primer ordenador que el sujeto recuerda. También se puede tratar de experiencias personales vinculadas menos a personas concretas que a “tipos” que articulan la representación imaginaria del ordenador, como en *“incluso los centros sociales ocupados estaban informatizados... y que hasta los punkys eran tipos que iban... o sea, digamos, cargados de tecnología... telefonía móvil, ordenadores portátiles y tal”* (D1,88:91) <sup>63</sup>. Pero en el origen pueden estar en referencias personalizadas no fruto de la experiencia directa, sino influenciadas por algún medio de comunicación, como ocurre cuando se cita al ordenador Hal de la película 2001 o en *“por ejemplo con respecto al walkman, recuerdo cuando apareció, fíjate, que yo también tenía que ser muy pequeño, bueno cuando apareció para mí al menos, fue para mi también a través de películas ¿no?...la película americana donde aparece el chico guay que va por la calle con un walkman, que era algo que nunca antes se había visto ¿no? y que de repente yo empezaba a ver en películas y pero también en... cada vez más alrededor ¿no?... yo pequeño, claro yo quería uno, je je.”* (D1,231:237).

Estos medios pueden también hacer referencia a objetos concretos como ordenadores, en los anuncios comerciales televisivos mencionados en *“pero se me viene pues aquella imagen del anuncio de televisión de hace unos años cuando hablan de... no se si era anunciando un aire acondicionado o que...pues, nada, que, ‘las altas temperaturas en Madrid’, pues, salía el asfalto derriéndose y salían pues los equipos... computadoras”* (R1,242:245), pero sobre todo el películas del género “ciencia-ficción” *“claro, son ordenadores todo eso, lo que aparece en las películas de ciencia ficción... en las naves espaciales... claro”* (D1,219:221), en *“N: en las películas a lo mejor, lo que no eran ordenadores, era toda una habitación llena de... si, con grabadoras de estas de cinta grandes y tal”* (N1,82:84), y en *“R: de las películas, lo tenias como... esas típicas de...”* (R1,207:208) <sup>64</sup>.

Las referencias a objetos el lugar de personas, en términos de experiencia directa, no mediada, se vincula tanto a objetos concretos en las alusiones al primer contacto, por ejemplo *“S: hhh, eso es una cosa muy muy muy muy guapa E: ¿te acuerdas? S: sí, por supuesto no lo*

<sup>63</sup> La referencia a la ambientación ciberpunk es aún más clara en el fragmento “pues todo lo que era... si, pues experimentación de juegos de identidad a través de, a través de ordenador, todo un mundo ¿no? que llamaban el... se hablaba del transgénero, de, de toda esta experimentación... sexual informatizada no se cómo decirlo, pero... cibersexual” (D1,108:111), donde se hace una alusión muy interesante a la identidad personal.

<sup>64</sup> Aunque estos referentes de grandes máquinas de las películas se asocian a “computadora” y no a ordenador personal, “esos armatostes armarios de una habitación llena de lucecitas, a eso me suena computadora. ordenador piensas en...” (N1,371:372).



*olvidaría nunca (...) sí mira, la primera vez que vi un ordenador pero que no sabía lo que era. La primera vez que vi un ordenador fue en una clase de prácticas, de electrónica que me mostraron... era un teclado membrana con creo que 4 Ks de memoria y lo primero que vi es que entre en esa clase y había una aparatito que pulsabas unas teclas y escribías en una pantalla de televisor.” (S1,20:35), como a objetos en sentido genérico, o tipos abstractos de objetos, por ejemplo “N: sí, en torre... porque este es realmente el que ves en todos los sitios, el otro no se, la verdad es que es el primero que me vino a la mente... o también la sensación de por no (...), pero... los veo más, más en oficinas los he visto, a la gente nunca he visto ninguno con ese tipo de ordenador...” (N2,11:16)*

**Tabla 35. Fuentes de la representación imaginaria de los PCs.**

	Experiencia directa		Experiencia mediada (audiovisual)
	Concreta	Típica	
<b>Personas</b>	<i>Amigos</i>	<i>Ciberpunkies</i>	<i>“Héroes” cinematográficos</i>
<b>Objetos</b>	<i>Sinclair, Commodore</i>	<i>Sobremesa en oficinas</i>	<i>Anuncios TV Películas SF</i>

Como puede observarse, para los sujetos de la muestra, existen dos fuentes para la imaginaria del ordenador personal, la experiencia directa y la experiencia mediada por referentes audiovisuales. No parece que todos los referentes audiovisuales tengan la misma fuerza a la hora de constituirse como huellas mnémicas, prevaleciendo la ficción de género o los anuncios publicitarios en su calidad de condensadores de arquetipos. En este sentido, probablemente, se dan otros referentes originarios en forma de pensamiento abstracto con un fuerte contenido mítico, como “S: ya pero cuando te hablaban de ordenador o computador pensabas en aquello mágico y que le metías cuatro (datos) y te resolvía todos los problemas, no?” (S1,48:50). Respecto a la experiencia directa, parece habitual la referencia a los que en otro lugar de este trabajo se han denominado “pioneros” (véase página 336), es decir conocidos que comenzaron utilizando ordenadores personales durante los años 80 y trabajaron con ellos en el campo de la programación. Del mismo modo hay referencias a objetos concretos, especialmente ordenadores de la primera generación (con procesadores de 8 bits y sin unidades de almacenamiento integradas) que destacan por un rasgo comúnmente admitido: su inutilidad. Sin embargo una parte de las referencias de experiencia directa tienen el carácter de típicas, en el sentido de aludir a categorías generalizadas, sean personales o materiales, con lo que se vinculan a los referentes míticos que se han mencionado en relación a las experiencias mediadas.

## El imaginario informático

Ante el proceso de adquisición de un objeto de consumo un sujeto actualiza la representación mental del objeto concreto para iniciar el proceso de búsqueda de información relevante y de valoración. Estas representaciones están muy marcadas por las huellas mnémicas más antiguas, especialmente las visuales <sup>65</sup>.

Los medios de comunicación son la fuente primordial de referencias, como ejemplifica el fragmento “*E: pero lo conocías de antes ¿no? D: no me acuerdo exactamente si... lo había visto en revistas o algo... me habían hablado de el...*” (D1,186:188), pero la experiencia mediada lo es fundamentalmente por referentes audiovisuales relativos a ficción, sean películas o anuncios comerciales. Esto contribuye a hacer que la imagen del ordenador se considere en términos míticos, esto es, con conciencia de que la imagen está idealizada y no responde a la realidad, sino que la representa. Las creencias relativas a las capacidades de los ordenadores aparecen a lo largo de todas las entrevistas ligadas a la creencia de una cierta inconsistencia de tales creencias; los compradores se enfrentan a un ámbito tecnológico en que se sienten básicamente inseguros.

La otra fuente de representaciones imaginarias del ordenador personal es la experiencia directa con respecto a personas o a ordenadores mismos, y en este caso también se encuentran alusiones a tipos ideales que hacen que la recepción en términos cognitivos de las experiencias pasen por determinadas categorizaciones (“*punkies*”, “*oficinas*”) que son sociales en su origen. Así, encontramos que, sea por experiencia directa a través de percepciones de categorías socialmente definidas, sea por experiencia mediada por productos culturales, en cualquier caso los orígenes de sus representaciones están marcados por el contexto social del sujeto (especialmente su posición de clase). En el caso de la experiencia directa personal lo relevante es la posición en la red relacional, mientras que la experiencia directa con el objeto está directamente determinada por posiciones de clase.

La asignación de género al ordenador no aporta nada a ese estudio, aparte de la constatación general de que existe una vinculación que se ha llamado “formal” del ordenador con sus representaciones visuales mentales, y otra denominada “ontológica”.

---

<sup>65</sup> Pero no sólo las visuales, para varios sujetos entrevistados el vocablo “computadora” está asociado a ordenadores de tipo mainframe, o grandes ordenadores, como en “R: me, me viene a la mente la computadora de los (X), grandes computadoras... que... de los años 80, 70, 60, pues... porque en el 90 me imagino que también habrá computadoras grandes pero... serán más reducidas, claro o... tendrán más capacidad, no se” (R1,235:242), o en “sí me dijeras dibuja una computadora pues (ríe) igual te dibujo una habitación (X)... la computadora de la NASA y esas cosas.” (N1,368:374); mientras que “ordenador” no es el genérico sino que se refiere a micro-ordenadores o PCs.

Esta característica se relaciona con la atribución de propiedades “vitales” a los objetos inanimados y puede ser muy interesante para el estudio de la relación humano-máquina en términos de uso concreto, pero su consideración excede los objetivos del presente trabajo. Igualmente la evidencia de vinculación “formal” por parte de un sujeto masculino estudiante y “ontológica” por parte de sujetos femeninos y trabajadores indica líneas de estudio para otras investigaciones.

Las analogías usadas por los sujetos para referirse a los ordenadores parecen indicar un espacio ideológico complejo, con diferentes dimensiones interfirientes, que puede modelizarse mediante un mapa cognitivo global que representa la articulación concreta de los sujetos de la muestra. La validez interna de este mapa ha sido contrastada mediante la utilización de diversas técnicas independientes para generarlo, lo que permite afirmar la consistencia de los resultados obtenidos. La validez externa está sujeta a contrastación empírica a partir de datos de una muestra significativamente extensa, que puede plantearse ahora que se ha validado la técnica para analizarlos.

El primer componente o dimensión empleado para representarse imaginariamente el ordenador se relaciona con la “percepción del aparato”, mientras que el segundo se relaciona con el “uso del aparato”. La percepción se orienta a lo largo de un eje polar de oposición entre una concepción tradicional de lo que se ha considerado un PC (la idea más restringida de la máquina como artefacto calculador) y una concepción más amplia de las posibilidades de asociación (las potencialidades de virtualidad y de sustitución de otros dispositivos)<sup>66</sup>. En este gradiente se da una ordenación Coche – TV – Papel/Lápiz – Juegos – Máquina – Calculadora (formando los tres últimos un apiñamiento muy cerrado alrededor de la concepción más tradicional). El uso se orienta a lo largo de otro eje polar de oposición entre la utilidad instrumental (para el trabajo y la producción) y el ocio, de forma que este gradiente da una ordenación TV – Juegos – Máquina – Calculadora – Coche – Papel/Lápiz.

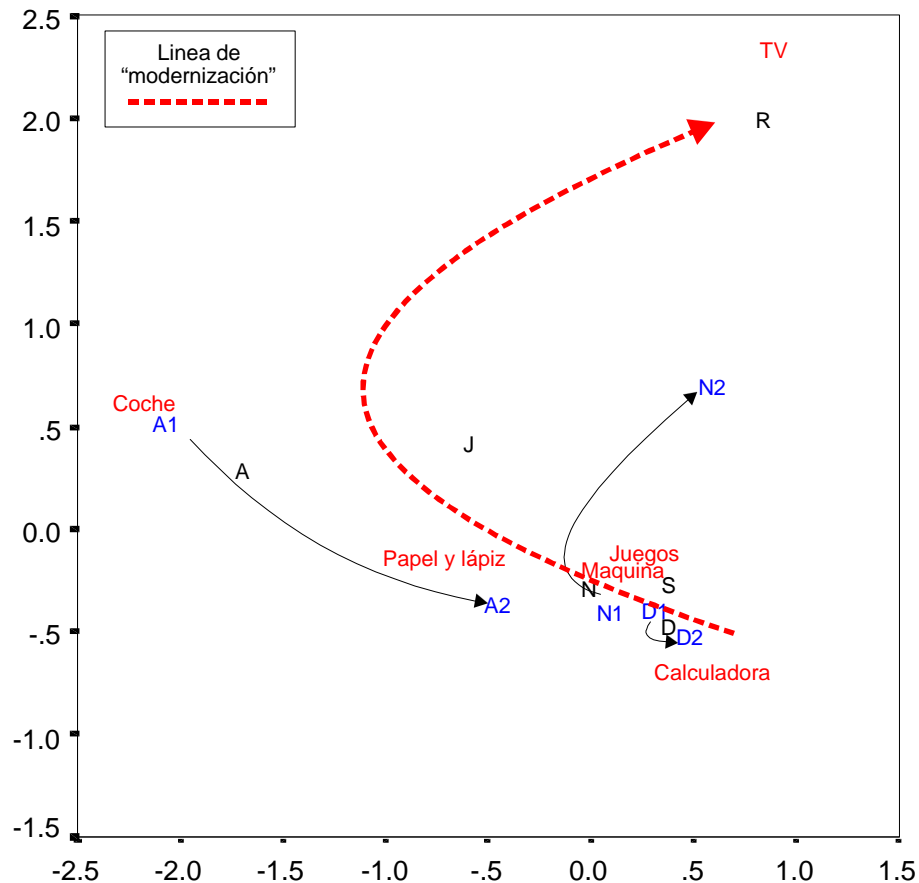
La interpretación del mapa que representa este espacio imaginario permite distinguir tres zonas: la zona ocupada por la concepción tradicional (que resulta bien especificada por su conjunto cercano de referentes “máquina”, “calculadora”, “juegos”) remite a ordenadores como los de la mencionada primera generación, la zona ocupada por

---

<sup>66</sup> Existe algún indicio de relación entre este primer componente y la oposición variante ontológica/variante formal descubierta en el análisis de la atribución de género.

los referentes más utilitarios en términos de producción remite a la ampliación posterior de los ordenadores hacia una mayor versatilidad y facilidad de uso para que el usuario final, mientras que la zona ocupada por la TV (que incluye las capacidades multimedia de los ordenadores actuales) remite a la historia reciente del desarrollo tecnológico. Esto se puede expresar en el mapa mediante una flecha que indique el desarrollo de la oferta predominante en el mercado de los ordenadores personales. Se denomina a esto “línea de la modernización”.

Por “modernización” se entiende aquí la tendencia general seguida por la oferta de ordenadores personales. En líneas generales, los PC comenzaron siendo máquinas recreativas domésticas en una época en que pocos individuos (“pioneros”, página 336) tenían conocimientos de programación, posteriormente se ampliaron sus posibilidades productivas y la línea dominante fue la de la versatilidad, mientras que en los últimos tiempos parece que se potencian especialmente sus capacidades para el ocio (especialmente audiovisual). La oferta a que se refiere esta línea de “modernización” no coincide con la evolución tecnológica en el campo de la informática, sino que –por supuesto- es la expresión de políticas de venta, con claras estrategias de configuración del mercado por parte de los productores.



**Gráfico 10. Mapa cognitivo de representación imaginaria del ordenador (línea de la modernización).**

Aunque sólo forma parte colateral del interés de este trabajo, se han representado las posiciones de las diferentes entrevistas de los sujetos en el mapa, conjuntamente con la línea punteada de la “modernización”. De este modo se puede apreciar cómo los sujetos han derivado desde la primera entrevista a la segunda (en azul las entrevistas, en negro los individuos) y también su ubicación en términos de “modernidad”. En este sentido se puede reconocer el cambio en la expresión de la imagen del ordenador (indicador muy imperfecto de cambio en la propia imagen) como un desplazamiento a través del mapa. Como ejemplo se comentaran los dos casos, opuestos, en que el desplazamiento es más radical, esto es, las flechas más largas.

En el caso A el sujeto parece seguir una tendencia regresiva, derivando desde una concepción muy amplia del ordenador hacia la más tradicional. En el caso N el sujeto parece seguir la dirección de la tendencia “modernizadora” aunque sin alcanzar plenamente la zona extrema donde se sitúa TV. Esta información resulta contrastada con el resto de datos sobre los sujetos. N siempre ha pensado que en su familia se compraban “tarde” los

productos de electrónica de consumo, pero se han decidido finalmente a dar un salto adelante y tras un exhaustivo proceso de información y búsqueda adquiere un ordenador muy actualizado respecto a lo que tenía en casa (PentiumIII multimedia Vs. 486). Por el contrario, A realiza su compra rebajando continuamente expectativas pues desea un ordenador portátil y se ha fijado un presupuesto modesto, acude al mercado de segunda mano y consigue un ordenador con inferiores prestaciones a su ordenador de sobremesa. Esto ejemplifica cómo obtener y contrastar datos a partir de la ubicación de los sujetos en un espacio representacional de un objeto de consumo.

Para finalizar, cabe destacar cómo se ha visto que el uso de las analogía difiere a lo largo del discurso. Las alusiones expresivas, a través de referencia a objetos y conceptos diversos, se vinculan con características particulares del ordenador, lo que indica la perspectiva propia desde la cual el interés del individuo se dirige hacia el objeto de consumo. Para la muestra presente de discurso se han identificado como perspectivas de interés la esencia, la función, el efecto, la apariencia externa, el planteamiento de compra y el destino final del ordenador. Estos resultados se tienen en cuenta en el momento de interpretar los resultados del análisis del discurso y constituyen también un interesante indicador de futuras tendencias de la investigación sobre consumo.

## **Apartado metodológico**

Para poder disponer de una muestra de discurso se utiliza la técnica de la entrevista abierta debido a su adecuación al objetivo del estudio. En concreto se hace servir la variante de entrevista retorspectiva biográfica focalizada en un producto concreto. El proceso de investigación sigue un proceso guiado por las ideas de Glaser y Strauss respecto a la forma de proceder hacia una “teorización fundamentada”. El muestreo está integrado en el proceso del análisis.

En cuanto al análisis, para analizar entrevistas hay que disponer de un modelo lingüístico de referencia. La tendencia estructuralista presta poca atención al proceso temporal y al papel del agente, la del pragmatismo presta poca atención al contexto de la enunciación. La escuela anti-formalista rusa abre una vía de superación para ambas objeciones. En este trabajo se ensaya la perspectiva mediadora de los “intereses”. Los intereses no aparecen sino a través de las preferencias expresadas, como indicios de conflictos de intereses dentro del discurso. La dimensión temporal es absolutamente fundamental y por ello se hacen dos sesiones con intención cuasi-experimental. De entre diversas estrategias concretas de análisis se adopta la “socio-hermenéutica”. Como material se utiliza una multiplicidad de formatos. Como elementos básicamente se rastrean intenciones. Como técnicas de análisis: topológicas por palabra, estructurales para el texto, y contextuales para el discurso. El método concreto para cada entrevista pasa por la adecuación previa, selección de fragmentos, clasificación, ordenación teórica. En todo caso las comparaciones cruzadas son constantes.

Respecto a la representación imaginario, como material contextual para el análisis, el género da indicios pero no resultan fiables, mientras que las analogías que usan los sujetos permiten construir un mapa cognitivo con dos dimensiones esenciales: la consideración y el uso, pero más importante es el modo en que se usan estas analogías. Las fuentes del imaginario son experiencias personales o vicarias (especialmente por medios audiovisuales), con un importante componente mítico.

## Análisis y resultados

El objetivo del siguiente análisis es elaborar un repertorio sistemático de citas que fundamente la reflexión teórica y contribuya a la formulación de un modelo explicativo útil para la acción social. Esto se lleva a cabo a partir de la consideración de un “fenómeno total” como es el consumo, especificado en el acto de compra de equipamiento informático para uso doméstico, y utilizando diversas técnicas de acercamiento multilateral sobre un conjunto de material etnográfico de la vida cotidiana.

Como se ha especificado anteriormente, se trata el discurso de la totalidad de entrevistas como la base material del análisis (aunque para el análisis concreto se requiera necesariamente de la contextualización personal) por lo que una tarea previa al mismo análisis es la de comprobar de algún modo la homogeneidad de este corpus discursivo.

Una vez hecho esto se puede proceder a la determinación de los fragmentos relevantes de texto, para lo cual se utilizará el criterio de la expresión de conflictos. Se distinguirán aquí entre los conflictos internos, que afectan a los procesos mentales del sujeto, y los externos, que implican instancias y determinaciones exteriores (materiales o de interacción). Los segundos definen ámbitos de determinación del proceso (en el sentido de von Wriigh) mientras que los primeros definen mecanismos internos de dinámica del proceso (en el sentido de Elster). Como el objeto de estudio es el proceso de adquisición se ha primado la consideración de los elementos internos y los externos aparecen sólo en cuanto inciden en la determinación de tales elementos.

Respecto a los elementos internos es necesario utilizar vías de acercamiento diferentes para tres variedades de conflictos reconocidas en el discurso: los manifiestos (visibles, pero no verbalizados), los expresados (visibles, y verbalizados), y los latentes (no



visibles, no verbalizados). Esto permite avanzar en un análisis “paralelo” desde diferentes materiales refeidos a la misma realidad como estrategia de validación <sup>1</sup>.

## ***La homogeneidad del discurso***

Como procedimiento previo al análisis discursivo, que se relaciona con el significado, parece conveniente proceder a un análisis textual, relacionado con los significantes. De este análisis se pueden alcanzar conclusiones sobre:

- 1) la homogeneidad del discurso representado en el corpus, y
- 2) la caracterización formal de las diferentes entrevistas.

El primer elemento permite evaluar la idoneidad de tratar el corpus como un todo, así como identificar eventualmente “desviaciones” respecto al tono general del discurso que sean relevantes para un análisis más detallado. El segundo elemento permite añadir información contextual a la base de conocimiento sobre los sujetos entrevistados, que forman parte del capítulo anterior dedicado a la caracterización de las entrevistas.

Para conseguir un indicador numérico de la homogeneidad del discurso textual puede elaborarse una lista de palabras y calcular la frecuencia de las mismas para cada entrevista. Considerando las palabras como casos, las entrevistas como múltiples variables <sup>2</sup> y las frecuencias como coordenadas con nivel de medición de razón es posible aplicar un análisis factorial de componentes principales al corpus textual y así utilizar el test estadístico de Bartlett para evaluar la “esfericidad” de la nube de puntos. En este caso la estimación <sup>3</sup> de  $\chi^2$  es 17313'82, lo que con 36 grados de libertad da una significatividad de  $p=0$ . Esto significa que la matriz de correlaciones no es una matriz identidad, es decir, que las diferentes variables están significativamente intercorrelacionadas entre sí. Como en este

<sup>1</sup> Este es, también, el sentido de analizar separadamente, para los conflictos manifiestos, los resultados de compra efectiva y los dibujos realizados por los sujetos. Si en términos de construcción teórica resulta fundamental el principio de parsimonia, no lo es menos el de reiteración y de multiplicación de perspectivas durante la observación empírica. El momento de la navaja llegará en el capítulo posterior.  
<sup>2</sup> Se pueden tomar todas las entrevistas, aunque con ello se incluyan variables dependientes (mismo individuo, momentos diferentes). Esto contradice los supuestos del análisis factorial, en el que las variables utilizadas deben ser independientes, pero no afecta al cálculo del estadístico de esfericidad.

<sup>3</sup> La estimación de Bartlett se basa en el determinante de la matriz de correlaciones según la fórmula  $\chi^2 = -\left(n-1 - \frac{1}{\det R}\right) \cdot \ln R$ , siendo n el número de casos, V el número de variables y R el determinante de la matriz de correlaciones. Los grados de libertad para este test de hipótesis se calculan mediante la expresión

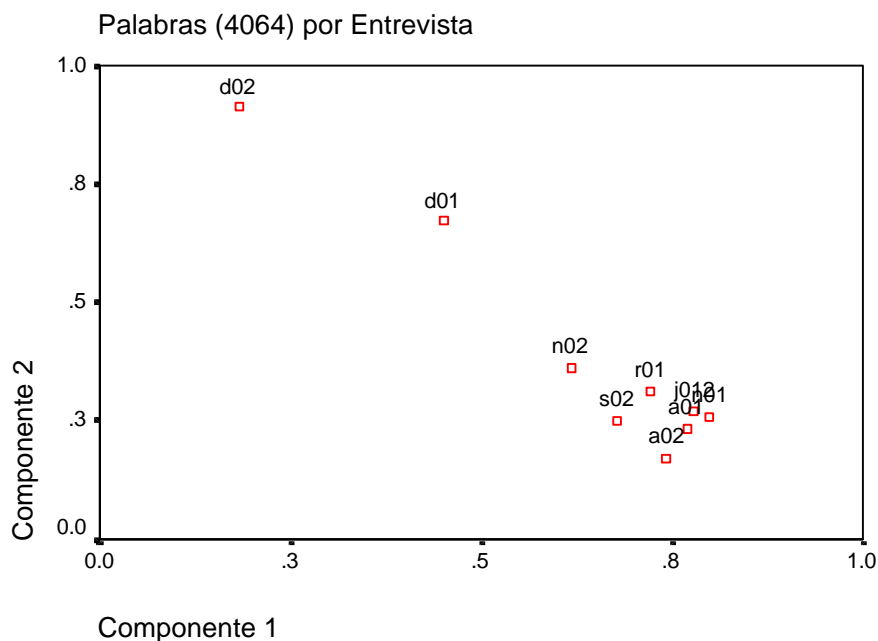
$$gl = (V^2 - V)$$

caso las variables son frecuencias de alusión a una palabra por cada entrevista, podemos entender que existe correlación elevada en el espacio terminológico de las entrevistas.

Es decir, considerando el total de las 4064 palabras significativas diferentes, las entrevistas utilizan términos “similares”.

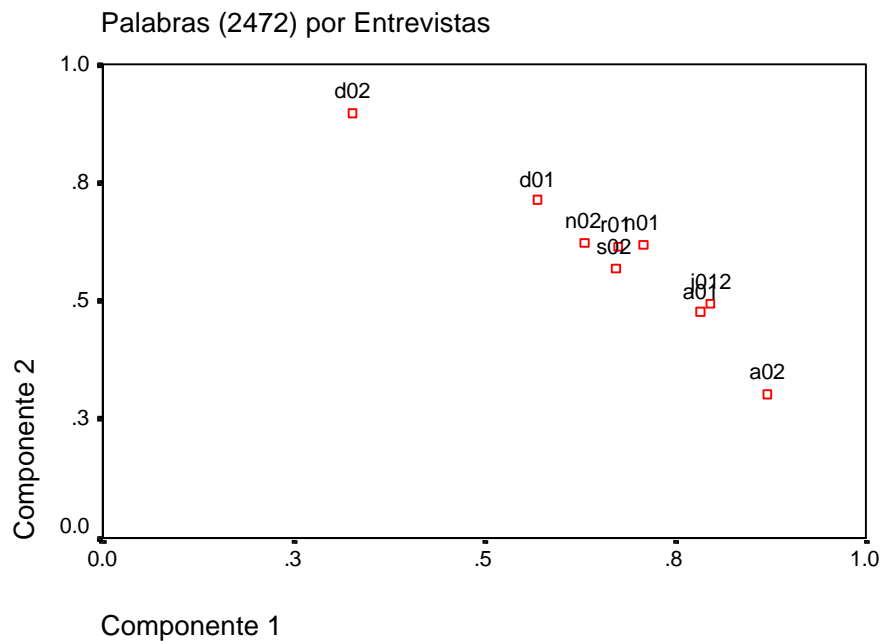
El mapa topológico resultante de la representación cartesiana de cada entrevista sobre los dos primeros componentes principales del análisis factorial sitúa en posiciones cercanas entrevistas que tengan un “patrón” de frecuencias similares para cada palabra considerada. A pesar de disponer de gran libertad a la hora de expresarse, las entrevistas parecen comparables entre sí sólo a condición de que utilicen registros similares de lenguaje. Una vez realizado la pertinente reducción de datos mediante el análisis de componentes principales, se puede expresar de forma gráfica el siguiente mapa del espacio discursivo.

### Gráfico de componentes en espacio rotado



Tan sólo las entrevistas en que participa D:, especialmente la segunda, muestran diferencias significativas de posición respecto al resto. Para comprobar si esto se debe a la forma de expresión más que al fondo o contenido temático se repite el análisis con un conjunto restringido de palabras relevantes (una vez depurada manualmente la lista como se indica en el capítulo anterior dedicado al método de análisis) y el resultado es el siguiente.

## Gráfico de componentes en espacio rotado



La representación cartesiana de las entrevistas (variables) sobre los dos primeros componentes de este análisis (que explican un 84,3% de la varianza) puede interpretarse como un “mapa de similitudes” en cuanto al uso de las palabras. Es decir, lo relevante no es la posición de cada entrevista en este espacio del discurso, sino la relación entre las entrevistas y también el conjunto.

Como puede comprobarse, en el primer caso la mayoría de las entrevistas se representan en posiciones cercanas en el espacio del discurso, mientras que D destaca por utilizar otro patrón de frecuencias de palabras. Cuando se refina el análisis, depurando el conjunto relevante, las posiciones de D se mantienen alejadas, pero la proximidad inicial del resto se convierte en una estructuración en un núcleo central (N,R,S) frente al grupo (A,J), mientras que las entrevistas posteriores a la compra de D y de A destacan en cuanto a la terminología respecto al conjunto.

Todo esto nos indica que parece adecuado proceder al análisis conjunto del discurso, dado que nos encontramos ante un corpus bastante homogéneo que nos va a permitir la comparación interna, pero siempre teniendo en cuenta que existen excepciones

identificadas, como la entrevista posterior de compra del individuo D, o las agrupaciones léxicas indicadas <sup>4</sup>.

### **Los conflictos en el discurso**

Debe hacerse una consideración previa respecto al análisis de la expresión del discurso: se podría entender que el análisis no resulta sencillo (ni, en el peor de los casos, útil) puesto que el discurso sirve en ocasiones para ocultar tanto como para manifestar. La expresión resulta censurada y se da esta censura **sobre las creencias** o las informaciones de que disponen los entrevistados, como en “A: *...aunque (xx) otras propiedades simbólicas que no, con las que no, no me voy a meter porque no..., no soy yo el mas indicado ... (XX) diseño... de estatus... y de... lo quieras. está claro, no?” (A2,380:385). Por otro lado puede darse la censura **sobre el deseo**, lo que casi siempre indica un conflicto, así respecto a los juegos: “A: *y también estaba con...alguna vez juga...cuando estaba con ella que he ido a su casa, pues yo al haber hecho el doctorado allí pues...estaba haciendo el tonto con internet y haciendo cosas*” (A1,373:375), o respecto a los componentes de elevado precio: “E: *ya veo que te vas a la gama alta (ha dibujado una pantalla plana) A: es que es más fácil dibujarlo...” (A1,9:10). Sin embargo, esto **no es un problema sino una condición para el análisis**. Es a partir de estas censuras, inflexiones, brusquedades, incoherencias y contradicciones de donde surgen los indicios para rastrear a lo largo del discurso los conflictos <sup>5</sup>. Como ya se ha visto en otras ocasiones a lo largo de la tesis, lo que podrían parecer límites son en realidad los puntos desde los que se puede acceder al sentido.**

Se han utilizado tres estrategias para rastrear los posibles conflictos, entendiendo que: 1) los conflictos manifiestos surgen de la mera comparación entre las expectativas de compra y la realización de la compra (para las entrevistas en que se consiguió en registro en esos dos momentos), 2) los conflictos expresados aparecen a lo largo de la práctica discursiva (esto es, que incluyen los fragmentos de texto y toda la información contextual disponible), y 3) los conflictos latentes se expresan también en forma de lapsus, errores, despistes.

<sup>4</sup> Hay que insistir de que se trata de léxico, no de texto ni de discurso. Este análisis permite visualizar una indicación de proximidad, pero en modo alguno referida al sentido, ni al uso de las palabras. Estos son los aspectos realmente relevantes, a los que se dedica el resto del capítulo.

<sup>5</sup> Un principio básico de las prácticas cualitativas de análisis de la realidad social en considerar que aún en el caso que mientan y engañan en la entrevista los sujetos no hay mayor problema. En realidad no se trata de verdades ni mentiras, es simplemente discurso social. Como gusta decir a Angel de Lucas, citando a Heráclito sobre el Señor de Delfos, “*Logos ni dice ni oculta,.... da señales*”.

## 1. Los conflictos manifiestos

Se consideraran conflictos manifiestos aquellos que no aparecen aludidos de forma explícita en el desarrollo del discurso generado en las entrevistas, sino que se expresan mediante el análisis y contraste de acontecimientos ligados al acto de compra. Estos acontecimientos son de dos tipos, los que forman parte integral de la práctica de la entrevista y los que están fuera de dicha práctica.

Forman parte de la entrevista los dibujos de ordenadores que se incitó a hacer a los individuos y el discurso generado mientras los realizaban, así como la información contextual de la que se dispone por el contacto previo y posterior con los sujetos <sup>6</sup>.

No forma parte de la entrevista el hecho de la compra misma, aunque está representado por el discurso que se refiere a él. El contraste entre la información disponible sobre la configuración de compra de la primera entrevista y la segunda puede permitir identificar también conflictos que pueden haberse expresado en forma de intenciones y expectativas o no.

### 1.1. La discordancia objetiva entre previsión y compra efectiva.

A partir de la información que proporciona el texto del discurso y de la información contextual registrada durante las entrevistas se puede construir un cuadro comparativo entre la previsión de compra y la compra efectiva. Como no se dispone de información previa y posterior a la compra para todos los individuos algunas entrevistas no pueden ser analizadas. Para cada individuo se expresa esta información según el siguiente modelo.

Identificación del sujeto

Descripción del equipo del que dispone antes de realizar las entrevistas.	
Previsión (Entrevista previa) <i>Transcripción de referentes al equipo deseado.</i>	Adquisición (Entrevista posterior) <i>Transcripción de referentes al equipo adquirido.</i>
- Características buscadas.	- Características del equipo comprado
Comentarios	

<sup>6</sup> Como ya se ha dicho, no se considera la entrevista sólo la transcripción en el papel de lo grabado, sino una relación social mucho más amplia.

**Sujeto A:**

Dispone actualmente de: Pentium III con modem, en su domicilio familiar (Pamplona).	
<p>Previsión (A1)</p> <p><i>“voy buscando un portátil de un precio entre las 80 o 100...con sistema operativo ya incluido, con todos los programas posibles...si es posible con un modem interno (...) Y con este tipo de ratón (...) TouchPad, y... un Pentium me gustaría... un II (...) tampoco quiero ninguna maravilla, si es posible un... bueno siempre me puedo comprar un módem también... pero nada, fundamentalmente el TouchPad que has dicho, lo de... que sea más o menos rápido, y si es posible el modem interno, pero eso va a ser imposible.”</i></p>	<p>Adquisición (A2)</p> <p><i>“esto es el CD (...) está aquí. y debajo está la disquetera (...) y... bueno aquí estaría... el tema de las conexiones y eso (...)y aquí habría otro hueco ... que sería para el módem ... (...) el ratón (...) el DVD, la grabadora, a mí la verdad es que no me no me importa o sea no es no es algo fundamental para mí (...) pero yo cuando me compre el portátil no sabía que iba a ser así, yo tenía otros portátiles aquí en la cabeza (...) vi otros más pequeños más nuevos (...) y cuando vi el mío dije joder ...”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segunda mano</li> <li>- Portátil</li> <li>- Pentium II</li> <li>- Rápido</li> <li>- S.O. incluido</li> <li>- Modem interno</li> <li>- “Ratón” tipo TouchPad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segunda mano</li> <li>- Portátil</li> <li>- <b>Pentium I</b></li> <li>- 100Mhz</li> <li>- <b>Sin S.O. incluido</b></li> <li>- <b>Sin módem</b></li> <li>- <b>“Ratón” no TouchPad</b></li> <li>- CD-ROM</li> <li>- Sin DVD</li> <li>- Sin grabadora</li> <li>- <b>Grande y pesado</b></li> </ul>

**Comentario:**

La adquisición, realizada a una empresa que opera sólo a través de Internet, resulta claramente deficitaria en comparación con las expectativas. Prácticamente no se satisfacen ninguna de las características deseadas, salvo la de que el ordenador sea portátil. Si la adquisición se llevó a cabo se puede considerar que, de alguna manera, el único criterio relevante es el hecho de ser portátil y de segunda mano. Esto es compatible, como se verá más adelante, con diversos fragmentos discursivos en los que A: justifica la compra de ordenadores portátiles y expresa la creencia de que el mercado de segunda mano requiere adaptarse a las condiciones que impone. La rebaja de expectativas es acompañada, y en parte se sustenta, con la consideración del portátil como ordenador secundario y desvalorizado con respecto al ordenador de sobremesa. Al parecer hay algún elemento de compulsividad en la resolución de la compra, posiblemente derivado de la urgencia de utilizar un ordenador propio para las entregas de trabajos académicos de cara al final del curso.

**Sujeto N:**

<p>Dispone actualmente de: PC 486 remodelado internamente (8 años), sin módem, en domicilio familiar, compartido con 1 hermano.</p>	
<p>Previsión (N1)</p> <p><i>“bueno, comprarle grabadora sí, nos queríamos comprar... esa es otra de las razones por la que queríamos el ordenador, para comprarle grabadora (...)nos gusta... la música y tal y si es posible bajarse canciones de internet y eso va a ser maravilloso (ríe) (...) yo tenía internet a la Facultad, mi hermano tenía en el trabajo... pero bueno, ya te va apeteciendo tenerlo en casa (...)sobre todo descargar canciones... si hace falta, bueno, no hace falta pero mucho mejor que vaya rápido”</i></p>	<p>Adquisición (N2)</p> <p><i>“es un AMD-K7 1000, 1 Giga, con 128 Megas de Ram y... 30 Gigas, un... una pantalla bastante decente, pantalla de 17, plana (...) no de estas que ocupan poquito (...) el ordenador va con grabadora, bueno CD-ROM claro, y nada más... el ratón (ríe) (X) el teclado y esas cosas... (...) no lo compramos con DVD, eso supongo que lo... cuando quememos el CD-Rom o la grabadora, una de los dos... que no suelen durar mucho... pondremos DVD... (...)y de hecho ahora, el ordenador lo hemos comprado sin módem, porque... todavía no tenemos claro (ríe)”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera mano</li> <li>- Sobremesa</li> <li>- Rápido</li> <li>- Con regrabador de CDs</li> <li>- Con módem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera mano</li> <li>- Sobremesa</li> <li>- AMD-K7, 1000Hz, 128Mb Ram</li> <li>- Regrabadora</li> <li>- <b>Sin módem</b></li> <li>- 30 Gb HD</li> <li>- Pantalla 17”</li> <li>- CD-Rom (<b>bajo rendimiento</b>)</li> <li>- Sin DVD</li> </ul>
<p>Comentario:</p> <p>En principio existe un elevado grado de concordancia entre las expectativas y la resolución de la compra. El problema del bajo rendimiento de la unidad lectora de CD fue solucionado dentro del contrato de garantía. La discordancia que afecta a la carencia de módem se explica porque la usuaria desea disponer de una línea de alta capacidad y que no inhiba la comunicación telefónica de voz (ADSL o cable) y hasta que no se decida sigue utilizando servicios públicos de conexión (<i>cibercafés</i>). Se trata de una compra muy ajustada a los deseos y realizada sin mostrar ningún tipo de compulsión, incluyendo el mecanismo de “un paso a tras y dos adelante” que supone no tener módem telefónico estándar.</p>	



**Sujeto D:**

Dispone actualmente de: PC 486, sin módem, en domicilio propio, sin impresora..	
<p>Previsión (D1)</p> <p><i>“aunque lo que yo estoy buscando en realidad es más eso que tienes tú ahí sobre la mesa (...)¿sabes un problema que tengo? es un ordenador que yo no tengo impresora, y lo que tengo que hacer es grabar en disquete y luego me lo traigo... me lo llevo a alguna parte donde lo pueda imprimir (...)tengo confianza en que efectivamente yo por las noches cuando llegue a casa con mi tarifa plana y tal, me pueda sentar y... (...) o sea, todo el equipamiento por ejemplo de sonido necesario (...)un escáner...¿un escáner lo voy a utilizar yo realmente? Pues la verdad, en principio creo que no (... )yo estoy como bastante mentalizado con el tema del portátil lo que pasa es que es un poco por el tema económico, porque creo que efectivamente... (...) pero ya te digo que esto del, del grabador de CD...”</i></p>	<p>Adquisición (D2)</p> <p><i>“un ordenador fijo, de sobremesa... (...) que es Pentium 3 (...) pues el escáner todavía, apenas lo he utilizado... (...) tiene una impresora (...) en color, tiene el DVD, el reproductor... el grabador de CDs... lo que pasa es que esta es la pieza que me ha venido defectuosa (...) tiene altavoces (...) entonces por ejemplo por las noches estoy conectado y mientras estoy trabajando a lo mejor con algún texto o lo que sea pues a lo mejor estoy escuchando radios italianas a través de la Red (...) una, una pequeña cámara de.. de fotografía y videoconferencia.”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera o Segunda mano</li> <li>- Portátil</li> <li>- Impresora</li> <li>- Módem</li> <li>- Tarjeta de sonido y altavoces</li> <li>- Regrabador de CDs</li> <li>- Sin escáner.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera mano</li> <li>- <b>Sobremesa</b></li> <li>- <b>Impresora color</b></li> <li>- Con módem</li> <li>- Con tarjeta sonido y altavoces</li> <li>- Con regrabador (<b>no funciona</b>)</li> <li>- <b>Escáner</b></li> <li>- <b>Con</b> “webcam”</li> <li>- Pentium III</li> <li>- Con DVD</li> <li>- Con CD-Rom</li> </ul>

## Comentario:

La resolución de la compra muestra una clara discrepancia respecto a la previsión de la misma, especialmente manifiesta en el cambio de ordenador portátil a ordenador de sobremesa. Este cambio resulta expresado así por el sujeto: “D: *Esto es para mi lo que es básicamente un ordenador, aunque lo que yo estoy buscando en realidad es más eso que tienes tú ahí sobre la mesa ¿no?, que no sabría como dibujarlo ¿no?* E: mm. D: *(dibuja al lado un portátil abierto) Esto es lo que me interesa*” (D1,20:24), y luego “D: *pues al final, al final...estuve haciendo toda una serie de consultas y tal como te dije que iba a hacer al final... al final la cuestión ha sido que me he conseguido un... un ordenador fijo, de sobremesa...” (D2,50:52), y “al final la opción ha sido esa, o sea, tener una máquina fija, muy potente que me pueda durar muchos años ... sacrificar el... hecho de la movilidad, que después me di cuenta que no est... que igual no iba a ser tan importante para mí, y entonces tener una máquina que ahora mismo para mí tiene muchos servicios, y que probablemente le voy a ir descubriendo más” (D2,61:68). En esta caso se pueden apreciar también elementos de compulsividad, pero no en referencia a una urgencia concreta respecto a una necesidad sino todo lo contrario. La resolución conflictiva de la compra parece indicar que lo realmente importante para el sujeto eran las posibilidades diversificadas del equipo, es decir, por el mismo presupuesto la preferencia se expresa en un sistema informático ante el que pueda desarrollar al máximo su deseo de “explorar” y descubrir. Así la compulsión tiene menos que ver con la urgencia de una necesidad que con la inmediatez de disponer de novedades.*

**Sujeto R:**

<p>Dispone actualmente de: PC 486, sin módem, en domicilio familiar (Madrid), compartido con 2 hermanos.</p>	
<p>Previsión (R1)</p> <p><i>“y yo básicamente el ordenador pues lo quiero para... Internet. Para tener acceso a Internet (...) en plan de por ejemplo tarjeta capturadora de televisión, o... DVD (...) y todo lo demás es complementario, (...) me permite tener la radio y la televisión (...) mis hermanos querían meter también escáner, pero bueno eso es algo que se puede comprar mas adelante (...) el escáner no lo iba a utilizar y la impresora básicamente tampoco, y con la que tenemos, aunque es blanco y negro, nos basta y sobra (...) como yo tenía que dormir o lo que fuera... mis hermanos tenían que, necesitaban el ordenador, pues estuvimos pensando en coger una... ya, pues eso una mesa con ruedas y... o cambiar la mesa del ordenador y meterla en otra habitación, pero... era muy difícil”</i></p>	<p>Adquisición (R2)</p> <p><b>Pendiente de comprar</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobremesa</li> <li>- Primera mano</li> <li>- Con módem</li> <li>- Con sintonizador de TV</li> <li>- Con DVD</li> </ul>	<p>-</p>
<p>Comentario:</p> <p>No se dispone actualmente de información sobre la compra. Es significativo pues en este caso, más que en el resto, la usuaria manifiesta repetidamente durante la entrevista el convencimiento de que la adquisición es un “capricho” y no una necesidad. En este caso la compra del ordenador, que se demora indefinidamente, parece que más que solucionar un conflicto entre necesidades y deseos, lo que hace es servir de síntoma para expresar otro conflicto, concretamente la situación del sujeto que acaba de empezar a trabajar y expresa un fuerte deseo de independencia respecto al contexto familiar.</p>	

**Sujeto J:**

<p>Dispone actualmente de: PC 286, sin módem, en domicilio familiar (Barcelona), y portátil Pentium II, con módem, en domicilio familiar (Madrid), compartido con el padre.</p>	
<p>Previsión (J1)</p> <p><i>“sobre todo, porque él quería SU ordenador, con SU Internet para hablar (...) si bueno yo se lo puse un disco duro de 1 giga (...) porque lo que siempre encontraba eran 486, y ya te digo me [decanté] por un Pentium, no MMX ni historias pero un Pentium 100, normal (...)”</i></p>	<p>Adquisición (J2)</p> <p><i>“es un Pentium ¿a cuanto va? 150 megaherzios, (...) pues monitor en color, con módem, ya llevaba módem y CD-ROM”</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segunda mano</li> <li>- Sobremesa</li> <li>- Pentium 100</li> <li>- Con módem</li> <li>- Capacidad de disco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segunda mano</li> <li>- Sobremesa</li> <li>- <b>Pentium 150</b></li> <li>- Con módem</li> <li>- Menos de 1 giga, pero <b>cambian la BIOS, para poner un disco de 1 Giga.</b></li> </ul>
<p>Comentario:</p> <p>En este caso, como en N, no se aprecia discordancia entre la previsión y la realización de la compra, al contrario, puede comprobarse como la adquisición final supera las expectativas (especialmente si consideramos el precio de 20.000 Pts).</p>	

**Sujeto S:**

Dispone actualmente de: PC 486, segunda mano, sin módem, en domicilio familiar.	
Previsión (S1) <i>“que verdaderamente se pueda expandir a lo máximo posible y ... que dure el máximo... lo de la moto le faltan muchos años todavía pero correo electrónico dos días... y lo que tengo muy claro también es que ha de ser un clónico... yo esta vez lo compraría de primera mano...la ULTIMA generación, y si en lugar de un Pentium han sacado un Sextium cómprate el Sextium ... lo de la pantalla me parece secundario, eh, yo creo que lo que me parece primario es la cantidad de memoria, tanto de RAM como de disco... verdaderamente, que imprima más rápido o más lento o con mayor o menor calidad no me interesa... tema multimedia... de entrada, hombre, el tema de ver la televisión no se, pero escuchar la radio a través de un ordenador, pues la verdad... no me convence... tengo un video, un video bastante hecho polvo y supongo que... si no se estropea antes de tiempo, me encararé hacia el DVD... el tema escáner sí... creo que es imprescindible.”</i>	Adquisición (S2) <b>Pendiente comprar</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistema escalable</li> <li>- Con módem</li> <li>- Clónico</li> <li>- Última generación</li> <li>- Cantidad de memoria y disco</li> <li>- Impresora sencilla</li> <li>- No multimedia</li> <li>- Con escáner</li> </ul>	-
Comentario: No se dispone actualmente de información sobre la compra. La entrevista S fue la última que se realizó antes del periodo de vacaciones y al parecer el proceso de adquisición se encuentra detenido indefinidamente hasta el otoño. Como en el caso de R no se expresa una necesidad a corto plazo, y la insistencia en la “durabilidad” del equipo así como la corta edad de la hija parece indicar que todo el proceso se demorará ampliamente <sup>7</sup> .	

<sup>7</sup> De hecho, en el momento de la edición final de este escrito (el célebre 11 de septiembre de 2001) todavía no había efectuado la compra.

Desde la perspectiva del análisis, la consideración de las discordancias en el acto de compra proporciona indicios relevadores sobre la estructura motivacional de los individuos.

La especial relevancia de la resolución del acto de compra fue destacada ya por Sartre al indicar cómo *“lo que nos revela el secreto del condicionamiento del individuo es su obra o su acto. Flaubert, con su elección de escribir, nos descubre el sentido de su miedo infantil a la muerte; y no la inversa.”* (Sartre, 1960). En este sentido, lo que nos da la medida de las voliciones del individuo es el acto mismo, que, además, da sentido a la acción para el resto de los individuos y para el agente mismo. A partir de estas consideraciones se analizarán los conflictos y motivaciones expresados verbalmente.

## 1.2. Los dibujos de los ordenadores.

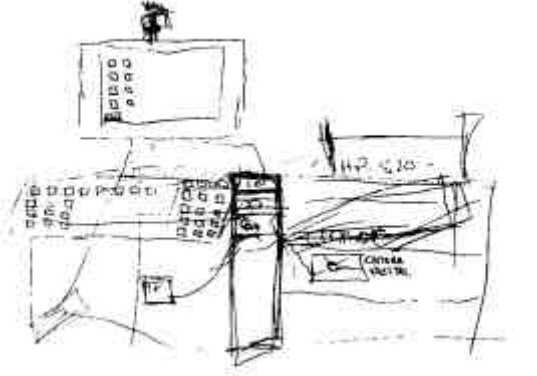

En los dibujos que los individuos entrevistados hacen de un ordenador aparece reflejado un conflicto entre la imagen mental que desean representar y la competencia en el trazado gráfico manual de la misma. Esto se expresa verbalmente en fragmentos como *“¿como podría yo dibujar esto? (dibuja algo encima de la pantalla y escribe)...una WEB CAM. ... que no se dónde iría, iría aquí...”* (A1,85:90); o *“las placas interior no te las voy a dibujar porque no lo se.”* (A1,63:64). En estos casos los elementos implicados parecen ser el deseo que se expresa en la decisión de qué dibujar (representación conceptual) y el conocimiento de los componentes concretos (representación visual).

La colección de dibujos es, pues, el resultado de la tensión entre una imagen mental y su materialidad, pero también puede responder a otros conflictos. En primer lugar, existe una oposición entre el deseo o preferencia real y lo que se estima conveniente expresar en la situación de entrevista. Mediante el lenguaje se puede producir una censura más o menos completa de los deseos, pero la falta de destreza en la elaboración de estos bocetos hace aumentar la concentración del individuo en aspectos formales de forma que libera o expresa contenidos que verbalmente no hubieran emergido. Esto se expresa en ocasiones en el discurso, como por ejemplo en *“N: No... que... es que lo tenía que dibujar de pie porque que es los que más conozco, más que estos, pero no se porqué al ponerme a dibujar me salió así.”* (N1,29:30). No se está afirmando, sin embargo, que el dibujo represente el auténtico o profundo deseo, sino simplemente que es un elemento más a contrastar con el resto de información

contextual, y que en el caso que se tengan indicios verbales de extrañamiento del individuo respecto a su dibujo se prestará especial atención a los conflictos que manifiesta el boceto.

Por otro lado, existe una oposición entre el dibujo previo y el posterior a la compra, derivado de esta situación cuasi-experimental a la que se ha sometido a los entrevistados. El primer dibujo se genera durante el proceso de adquisición y responde al intento de presentar ante el entrevistador una imagen del mismo entrevistado como individuo competente, probablemente por ello deciden los individuos dibujar el ordenador que mejor conocen visualmente. Sin embargo lo que realmente desean dibujar es la representación ideal del ordenador que realmente desean. Los dibujos de la primera ronda contienen incoherencias que resultan de este conflicto entre lo visualmente conocido y lo imaginariamente deseado. Los dibujos realizados después de la compra (tan sólo 3) responden al intento de dibujar el ordenador que han comprado. Las incoherencias de los dibujos de la segunda ronda pueden indicar puntos de insatisfacción de la adquisición.

**Tabla 36. Dibujo sujeto entrevistado A.**

	
<p>Duda durante un minuto, luego dibuja una pantalla cuadrada y plana, dibuja debajo el teclado, una impresora, un escáner debajo, dibuja la mesa. Se olvidaba la “unidad”, apunta CD y luego dibuja los cables, dibuja iconos sobre la pantalla, el cable del módem a la pared. Hace recuento en silencio (30 s.), dibuja más teclas, dibuja una WebCam encima de la pantalla, dibuja una cámara digital junto al escáner. Ha olvidado el ratón.</p>	<p>Dibuja rápidamente un ordenador portátil, comenzando por la pantalla, luego el teclado, dibuja el CD, el puerto para tarjetas PCMCIA, los puertos de conexiones traseros, el ratón y los iconos de Windows en la pantalla..</p>

En el primer boceto el elemento primordial es la “unidad”<sup>8</sup> que destaca con doble trazado y se sitúa en posición central respecto al dibujo y respecto a la red de conexiones

<sup>8</sup> La denominación de “unidad” es dada por el propio sujeto y expresa simbólicamente el rasgo de centralidad que se asigna a la caja de la CPU.

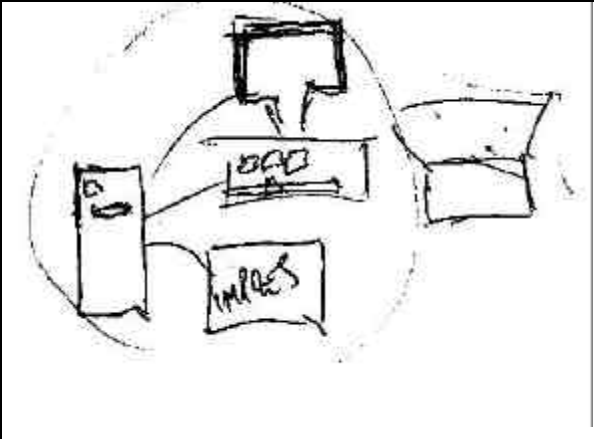
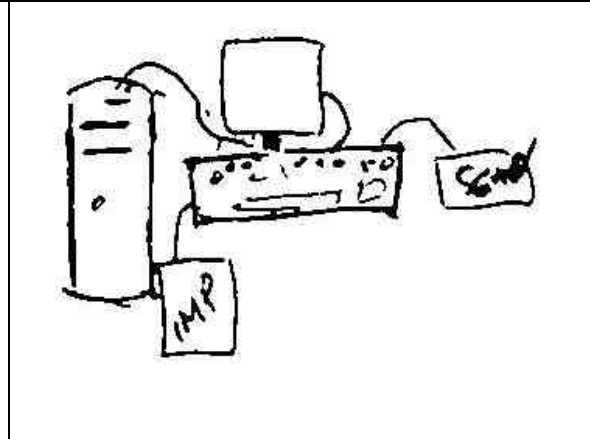
entre elementos. Pero es destacable que no aparece hasta que se han dibujado el resto de elementos básicos, comenzando por pantalla y teclado. La primera expresión gráfica ignora la caja y todas las conexiones, sólo más adelante la “unidad” aparece para servir de elemento integrador. Esto parece indicar que existe algún tipo de rechazo respecto a este componente, lo que junto con el muy significativo olvido del ratón parecen indicar que la preferencia ideal del sujeto se dirige hacia una configuración portátil, sin cables ni elementos externos. El ordenador aparece contextualizado en un mobiliario de trabajo y rodeado de componentes periféricos que se añaden al final, incluidos aquellos que el sujeto conoce sólo de referencia y no sabe como dibujar. El dibujo tiene tres fases: un inicio sencillo con pantalla y teclado (alusión al portátil deseado), la adjunción de los elementos propios del ordenador que el sujeto posee centrados en la “unidad” y contextualizado en el mobiliario, y finalmente el alarde de conocimiento innovador que supone la Webcam y la cámara digital.

En el segundo dibujo el elemento central es la pantalla y el teclado, que forman un todo integrado en una configuración portátil. Aparecen todas las posibles conexiones con el exterior, pero ningún elemento periférico y se olvida el ratón hasta una fase avanzada del dibujo. Parece que los elementos más relevantes son las teclas y lo que aparece en la pantalla. El volumen del cuerpo del equipo se destaca sólo después de haber dibujado el teclado.

El sujeto muestra una clara preferencia o deseo por un equipo portátil, sin la aparatosidad y los cables de la primera configuración de sobremesa, pero simultáneamente se presenta un conflicto entre las múltiples posibilidades del equipo ampliado y la funcionalidad reducida del portátil, que al parecer sólo alcanza a relacionar teclado con pantalla, es decir, como procesador de texto. Desea idealmente un portátil pero lo opone a todas las posibilidades de un equipo con “unidad”. Además destaca como problema lo voluminoso del portátil que ha comprado. El ambos bocetos ha dibujado la conexión a la red telefónica, por lo que queda claro su interés especial por el acceso a Internet.



**Tabla 37. Dibujo sujeto entrevistado D.**

	
<p>Dibuja la “terminal” con disquetera, lo conecta al teclado, lo conecta a la pantalla y a una impresora. Lo rodea con un círculo y luego dibuja la lado un portátil abierto. Olvida el ratón.</p>	<p>Dibuja el teclado, lo conecta a la pantalla, a una “unidad” grande con disquetera y otras dos aperturas (CD, DVD, RW-CD), conecta a la impresora y al escáner. Olvida el ratón.</p>

En el primer dibujo el componente central es el “terminal”<sup>9</sup> que articula todos los elementos. Como en el caso anterior se olvida el ratón, lo que puede remitir de nuevo al deseo de un equipo portátil. Este deseo se expresa inmediatamente al formalizar la oposición de dos formas, hay una clausura gráfica, mediante un círculo, que acentúa el enfrentamiento entre fijo y portátil y que puede responder a un conflicto intraindividual, y hay una clausura lingüística al expresar mientras dibuja “D: *Esto es para mi lo que es básicamente un ordenador, aunque lo que yo estoy buscando en realidad es más eso que tienes tú ahí sobre la mesa ¿no?, que no sabría como dibujarlo ¿no? E: mm. D: (dibuja al lado un portátil abierto) Esto es lo que me interesa” (D1,20:24). El boceto del portátil carece totalmente de detalles y responde simplemente a una perspectiva idealizada. El dibujo comienza con un equipo de sobremesa centrado en la caja de la CPU, es totalmente conceptual al no aparecer ubicado contextualmente sino que por el contrario la disposición de elementos, especialmente la molesta impresora en primer plano, remiten a un esquema abstracto antes que a una representación descriptiva. Culmina el dibujo con una representación simplificada pero menos abstracta que físicamente realística de un equipo portátil.*

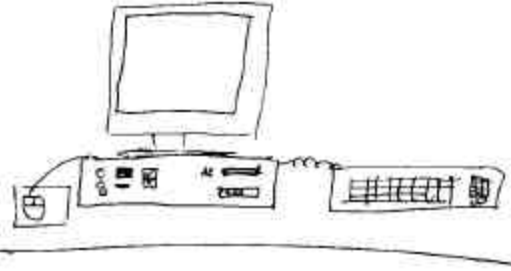

En el segundo dibujo la centralidad pertenece al teclado que queda conectado a una caja grande con aberturas para diversos dispositivos, a una impresora y a un escáner. Los elementos son representados como abstracciones conceptuales más que realísticamente y

<sup>9</sup> La denominación “terminal” es del propio sujeto y remite a una red amplia de pantallas y teclados conectados radialmente con un ordenador central, es decir, la idea básica de una red telemática con múltiples usuarios.

destaca la incoherencia de las conexiones de todos los elementos a través del teclado. No aparece representado el ratón.

En la comparación destaca la similitud en la posición de los componentes, pero especialmente destaca el cambio (incoherente) en la estructura de conexiones entre los diferentes elementos. En ambos casos se olvida la representación del ratón, lo que puede entenderse de nuevo como un indicio de deseo de ordenador portátil. Esto queda reforzado por el hecho conocido de que en realidad se “sacrificó” la opción del portátil. En el segundo dibujo la centralidad inverosímil del teclado sugiere la persistencia de este deseo insatisfecho. Lo que ha sustituido al portátil es el escáner y otros elementos multimedia que aparecen, sin embargo, representados como extensiones del conjunto central “teclado-pantalla”. No hay ninguna referencia a conexiones telemáticas, lo que puede indicar falta de interés, pero no necesariamente por la funcionalidad concreta sino por los detalles de la conexión. Si es el caso que ésta se configura de forma que se realice automáticamente el proceso completo puede ser transparente para un mero usuario.

**Tabla 38. Dibujo sujeto entrevistado N.**

	
<p>Dibuja la pantalla, debajo la caja de la CPU, la disquetera, el CD, dibuja el teclado y el ratón en su alfombrilla.</p>	<p>Dibuja la pantalla, debajo el teclado conectado a ella, también el ratón con alfombrilla conectado a ella, dibuja aparte la torre con disquetera y dos aberturas, no la conecta.</p>

El primer boceto responde a un modelo bastante antiguo de configuración informática. Está dibujado a partir de la pantalla y la centralidad la ocupa una caja de sobremesa cuya representación sorprende al mismo individuo, que expresa “N: *no, la verdad es que no se porqué... ya te digo lo primero que te dibujé fue, el que tengo yo, uno con torre que son los que siempre veo, pero no se porqué al poner a dibujar me ha salido así (ríe)... no se si será el subconsciente.*” (N1,42:44). Destaca también la organización horizontal de la representación, que fuerza a

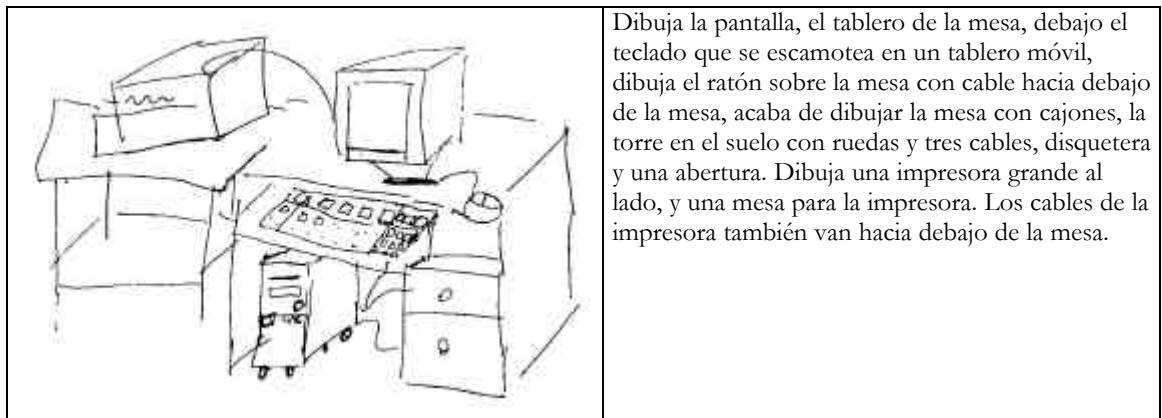
una incoherente situación del ratón respecto al teclado y refuerza la centralidad de la caja y la pantalla. Esta horizontalidad tiene un elemento de clausura gráfica en la línea que es el único elemento contextual del equipo. En combinación con el discurso generado simultáneamente al trazado podemos percibir una incoherencia por anacronismo: sobre la caja horizontal de un ordenador que presumiblemente contiene un procesador 486 (generación de 1990-94) descansa una pantalla que, por la forma del soporte, parece de tipo plana LCD (comercializadas a partir de 1999). Esto parece indicar una preferencia concreta por una pantalla de calidad.

En el segundo dibujo aparecen los mismos elementos pero la centralidad de la red de conexiones ha cambiado hacia la pantalla, y la caja de la CPU aparece representada aislada del resto. En este caso el pie de la pantalla indica que se trata de una pantalla catódica estándar.

Si antes de la compra la atención recaía en el componente encargado básicamente del proceso de datos tras la adquisición se produce un desplazamiento hacia la pantalla de visualización de resultados. No parece responder esta segunda incoherencia a un deseo de ordenador portátil como en los casos anteriores pues el objetivo de las conexiones no es la unidad teclado-pantalla, sino directamente la pantalla<sup>10</sup>. Aquí aparece claramente diferenciada la pantalla, adquiriendo especial relevancia, y esto es un indicio de que en el primer dibujo realmente se ha representado una pantalla LCD, como la mejor oferta actual en pantallas. Se puede destacar que el paso de una configuración horizontal antigua (típica en los modelos anteriores al sistema operativo Windows) a la predominancia de la pantalla y el ratón se corresponde con el paso de los ordenadores considerados como máquinas de calcular hacia su valoración por el interfaz (Turkle, 1995), o en otras palabras, de su apreciación analítica moderna a su apreciación superficial post-moderna.

---


<sup>10</sup> En relación con esto, y a partir del texto de la entrevista, se puede inferir que el imaginario del sujeto está muy marcado por un modelo concreto de ordenador Macintosh que concentra todas las funciones en la pantalla: *"tenía que haber dibujado el Mac este que es sólo la pantalla, te viene todo ahí..."* (N2,20:21), y *"N: y... lo que no... he visto nunca es un... un mockin... makin...tos, siempre está el pc y el mac, y es que yo nunca he llegado a ver ninguno. (...) así que nada algún día iré a ver si... es que tengo curiosidad."* (N1,338:356).

**Tabla 39. Dibujo sujeto entrevistado R.**

En este caso, hasta la fecha de finalización del trabajo de campo no se había resuelto el proceso de compra. El boceto corresponde, pues, a la entrevista previa y destaca en él la contextualización detallada del dibujo, tridimensional y con conexiones ocultas. Se trata de una representación realística del equipamiento del que dispone la entrevistada. Parece tener una idea mental muy detallada del mismo, lo que puede reflejar un hábito visual muy naturalizado. La centralidad parece distribuirse entre la caja y el teclado, sin mostrar mayores incoherencias que las “ruedecitas” que tiene la caja de la CPU, de uso relativamente inútil en su situación bajo la mesa y recibiendo todas las conexiones. Este detalle sólo puede explicarse a partir de la información contextual del discurso, como una expresión del deseo de movilidad para el ordenador. No se trata en este caso de deseo de un ordenador portátil, sino de su proyecto de colocar este equipo antiguo en una mesilla desplazable para que los hermanos puedan utilizarlo fuera de la habitación de la entrevistada<sup>11</sup>.

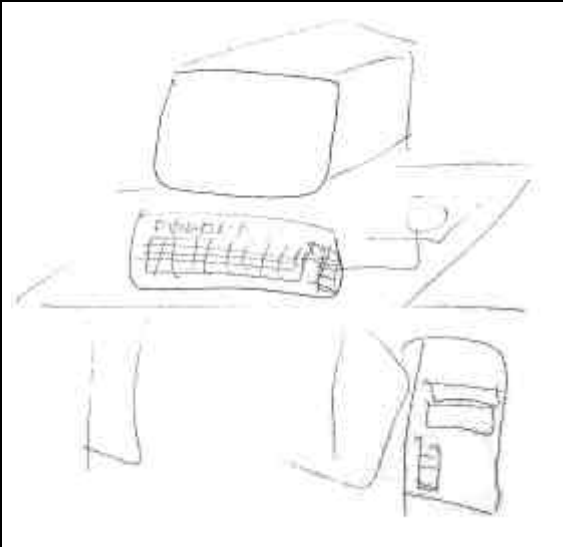
<sup>11</sup> Como se verá más adelante, en este sujeto se vincula a la adquisición del ordenador nuevo un anhelo de intimidad e independencia personal.

**Tabla 40. Dibujo sujeto entrevistado J.**

	<p>Dibuja muy rápidamente una pantalla grande, un teclado, un ratón sin alfombrilla y tres botones, conecta teclado y ratón a la base de la pantalla, al lado dibuja la torre de la CPU sin conexión y con disquetera y una abertura. Luego dibuja un portátil abierto, sólo pantalla y teclas.</p>
---	---

En este caso, en la fecha de finalización del trabajo de campo el proceso de compra se había resuelto recientemente con la adquisición de un equipo de sobremesa en un establecimiento de electrodomésticos de segunda mano. Igual que en otros casos el dibujo integra características de su ordenador habitual de trabajo junto con el referente ideal de su deseo. La centralidad en este boceto es la pantalla, que recoge incoherentemente las conexiones del teclado y el ratón. La caja de la CPU se representa aislada. La representación es realística desde la perspectiva de un puesto de trabajo en que la predominancia sea la interfaz sobre el proceso concreto, lo que es compatible con la actividad profesional del entrevistado, centrada en la manipulación digital de imágenes. El ordenador portátil aparece en la última fase del dibujo, como una opción más, en igualdad de proporción y sin ninguna representación de oposición. La presencia de este ordenador portátil al lado del de sobremesa supone una convivencia no antagónica entre las dos configuraciones en el mismo espacio, y una reclamación de competencia del entrevistado en cuanto al conocimiento de la totalidad de posibilidades.

**Tabla 41. Dibujo sujeto entrevistado S.**

	<p>Dibuja una pantalla con caja grande, el teclado sin conectar, el ratón con alfombrilla conectado al teclado, el tablero y las patas de la mesa , en el suelo la torre sin conectar con dos aberturas y diversos botones.</p>
---	---

En la fecha del cierre del trabajo de campo aún no se había culminado el proceso de adquisición por lo que no se tiene registro del momento posterior a la compra. En este caso el boceto se realizó de forma muy rápida e imprecisa, con un trazo realizado con escasa intensidad o fuerza sobre el papel<sup>12</sup>. Representa un entorno completo de trabajo, sin conexiones visibles y realístico pero muy esquemático. No hay ningún componente que destaque centralmente respecto al sistema completo, aunque hay una sobrerrepresentación de la profundidad tridimensional de la pantalla que recuerda más a los antiguos terminales de trabajo. Se puede apreciar la incoherencia del ratón conectado (al revés) al teclado, lo que remite de inmediato a los ordenadores Macintosh.

En general se puede percibir una falta de definición y de especificación del equipo que impide que se produzcan incoherencias. Se trata, pues, de un boceto que aporta poco en términos de reconocimiento de conflictos y por tanto de análisis.

#### Resultados del análisis gráfico

Concluyendo con el análisis de las representaciones gráficas, cabe destacar que en general los sujetos requeridos a dibujar expresan una **reclamación de su propia competencia y conocimiento** respecto al tema. Este alarde de conocimiento se complementa en ocasiones con un refuerzo verbal, mediante la reiterada frase sobre su

<sup>12</sup> El dibujo aquí reproducido es resultado de un intenso proceso digital de aumento de contraste para poder recuperar unos trazos prácticamente indistinguibles en el original.

incapacidad de dibujar bien, y con una actitud detallista respecto al boceto (que hace aparecer, por ejemplo la tecla de Escape, el icono de menú Inicio en la pantalla de Windows, o el triple botón del ratón) en el caso de las representaciones realísticas. El caso de las representaciones esquemáticas o más conceptuales (D,S) coincide con el de los sujetos que no manifiestan un interés por resolver necesidades inmediatas.

Las incoherencias aparecidas en los dibujos son tanto manifiestas como latentes. Las primeras se aprecian a partir de un conocimiento estándar de las configuraciones informáticas, y en la mayoría de los casos pueden ser reconocidas por los mismos sujetos en un examen posterior del dibujo (por ejemplo, los errores en las conexiones). Las incoherencias latentes se pueden apreciar sólo a partir de un conocimiento contextual que implica información adicional y se han reconocido sólo después del análisis del texto de las entrevistas (por ejemplo, las “ruedecitas” del dibujo de N). En estos casos las incoherencia no son reconocidas por los propios sujetos, pero pueden dar pistas al intentar negarlas o justificarlas. En ambos casos se puede entender que los sujetos **no dibujan UN ordenador sino DOS**. En ocasiones los dibujan físicamente separados (D,J) sin ocasionar incoherencias, pero en ocasiones proceden mediante un mecanismo similar a la “condensación” que aparece descrita en los escritos freudianos sobre los sueños. En estos casos al intentar dibujar conjuntamente el ordenador que poseen y el ordenador que desearían poseer se producen esas incoherencias que resultan tan relevantes para el análisis<sup>13</sup>.

Un tipo de incoherencia especial es el olvido de algún componente, lo que resulta difícil de explicar mediante el mecanismo de condensación. Sin embargo, sin abandonar todavía el inventario de conceptos freudianos, se puede acudir al concepto de “represión” para aludir a la existencia de algún tipo de rechazo respecto a los componentes olvidados. Estos olvidos son tanto más significativos por cuanto expresan de forma clara un conflicto, tras el cual podemos rastrear algún elemento relevante para el análisis. Sin embargo hay que proceder con extremada cautela ante lo que consideremos “olvidos” pues no toda falta de representación es un olvido en el sentido apuntado. Consideremos el caso de la conexión a la red telefónica que algunos sujetos representan y otros no. Se corre el riesgo de afirmar que Internet tiene especial relevancia para quienes dibujan la conexión y también para

---

<sup>13</sup> En su consideración de los mecanismos que generan los sueños (los “maestros artesanos del sueño”) Freud menciona tres elementos: la “condensación”, por la cual varios objetos o personas se funden (metafóricamente) en una sólo representación, el “desplazamiento”, por el cual una imagen o signo representa (metonímicamente) a un objeto diferente al habitual, y la “preferencia por lo figurado”, es decir las representaciones visuales (Freud, 1900).

quienes la olvidan, lo que inhabilita esta técnica como método de análisis. La única forma de reconocer un olvido es mediante información contextual sobre otras expresiones de rechazo, por ejemplo, tras encontrar el siguiente fragmento textual “E: bueno, pues... (le enseño el dibujo) no me has puesto ratón. A: anda, lo sabía, lo sabía, lo sabía, sabía que me olvidaba algo... es que no me cabía en la mesa... pasa que yo es un componente tan pequeñito, aunque es fundamental ¿sabes? que no... si, se me ha olvidado, pero es normal.” (A1,1104:1110) resulta difícil negar que no dibujar el ratón no es un olvido en el sentido freudiano. En el caso de la conexión a internet lo único que se puede decir es que aquellos sujetos que la dibujan la consideran especialmente importante mientras que aquellos que no la dibujan no necesariamente demuestran falta de interés. Puede ocurrir que la funcionalidad concreta de conexión telemática sea apreciada pero no lo sean los detalles de tal conexión, que puede llegar a ser totalmente transparente para un mero usuario si el equipo está de tal manera configurado.

En cualquier caso lo relevante a efectos de análisis es la existencia de conflictos expresados a través de la incoherencias y olvidos, y que indican preferencias o deseo por algún objeto concreto. En este sentido es complicado también fundamentar el análisis exclusivamente en los esbozos gráficos ofrecidos por los entrevistados, aunque se considere no sólo el aspecto final sino especialmente el proceso de elaboración. Por ejemplo, ante la representación contigua de un ordenador fijo y otro portátil hay que disponer de criterios operativos para discriminar un conflicto (entre las múltiples posibilidades del equipo ampliado de sobremesa y la funcionalidad reducida del portátil) y la convivencia no antagónica de las dos configuraciones en el mismo espacio. Este criterio puede ser gráfico como en el caso D (el círculo que sirve de linde) pero ha resultado especialmente importante contar con información verbal accesoria para realizar la discriminación (véase página 298).

Finalmente, se cierra este apartado, que ha permitido acceder a una caracterización de los puntos de conflicto y algunos indicios de deseos de los diferentes entrevistados, con una consideración general respecto al conjunto de los dibujos. Las representaciones ofrecidas por los sujetos responden a una articulación en el tiempo del ideal de ordenador doméstico. Esto puede entenderse desde la perspectiva de la variación en el tiempo, y por tanto implica una tendencia o proceso. Se puede generalizar en cuanto a un cambio de la primera a la segunda entrevista y, así mismo, entre los sujetos entrevistados sólo antes (R,S) y sólo después de la adquisición (J). El aspecto común es el cambio en la consideración del



elemento central del sistema informático, que pasa de ser la caja de la CPU (“unidad”, o “terminal”) a la pantalla y el teclado.

Como ya se ha señalado, esto supone una tendencia de cambio desde la previa predominancia de las prestaciones del procesador hacia la posterior supremacía valorativa del interfaz (véase página 278). En términos de Baudrillard se trataría del acceso a la “cultura del simulacro” de estos sujetos que transitan desde el 486 hacia los actuales Pentium con Windows 98 e integración con Internet (Baudrillard, 1978; Turkle, 1995).

## **2. Los conflictos expresados**

Para comenzar con un ejemplo de lo que se ha considerado “conflicto expresado” se puede aludir al siguiente fragmento discursivo “A: *son diferentes, pero este ordenador a mí me costo 100... la cpu me costo...la del Pentium 3 me costo ciento y pico y ahora te compras un Pentium 3 una cpu por 90 ... y (xx) no me da la misma... la misma (XX) una cpu con un Pentium 3 que el que tengo yo, no?... que es un Pentium 1 ... y ...que no tiene memoria y de trabajo E: o sea que, en general, veo que sí que estas contento A: sí estoy contento, sí, sí, claro.*” (A2,409:421). En este segmento el individuo manifiesta en primer lugar que el ordenador que ha comprado tiene un rendimiento inferior y un precio superior a un ordenador “normal” de referencia. Este entrevistado posee en el domicilio familiar un ordenador de sobremesa con procesador Pentium III que actualmente se puede adquirir por 90.000 pesetas y ha comprado un ordenador portátil de segunda mano con procesador Pentium I por 100.000, además de considerar que no tiene suficiente memoria de trabajo. A continuación se le insinúa el tema de la valoración y el sujeto afirma que está contento. Aquí podemos distinguir un primer conflicto entre la creencia expresada antes y la valoración posterior, pero al mismo tiempo este conflicto o contradicción está articulando otros elementos referidos al acto de compra. Se puede reconocer un segundo conflicto interpersonal entre el deseo de poseer un ordenador portátil y el convencimiento de que resultará inútil cuando cese la actividad temporal que le tiene alejado del domicilio familiar.

Aquí hay implicado un conflicto triple de preferencias temporales que puede entenderse entre el Ego que actualmente usa el ordenador portátil, el Ego que en el futuro no le va a encontrar utilidad al regresar a Pamplona y el Ego que en el pasado lo deseó de forma prácticamente compulsiva antes de la compra. En otro orden de cosas, si el individuo se muestra satisfecho es porque sobrevalora un objeto comprado en unas condiciones que él mismo expresa como negativas (además de serlo objetivamente,

recuérdese el análisis anterior de discrepancia expectativas-resolución de la compra). Esta sobrevaloración puede ser resultado de un mecanismo adaptativo que permita reducir el estado de falta de gratificación, o disonancia, derivado de la compra. Finalmente la información contextual del discurso permite comprender mejor la relatividad de la comparación entre los dos ordenadores, que se concentra en las características técnicas; nótese como la estrategia es “controlar” la variable precio para poder comparar especificaciones. En el caso del primer ordenador del mismo sujeto la compra fue financiada por su padre (empresario medio) mientras que el portátil al que se refieren las entrevistas lo ha sido con dinero de una beca doctoral del Gobierno Foral. Ante ello es relevante que discursivamente la comparación se realice respecto a características técnicas; como se verá la expresión de comparaciones que se realiza en las entrevistas A, N, S y J (trabajadores) es muy diferente.

Sin haber agotado el análisis se ha intentado mostrar brevemente como los puntos de conflicto en el discurso remiten:

- 1) a relaciones entre elementos del acto de compra (como la creencia y la valoración),
- 2) a mecanismos que pueden explicar las determinaciones entre los elementos (sobrevaloración adaptativa),
- 3) a situaciones de conflicto de intereses en el ámbito interior del individuo (conflicto de preferencias temporales), y
- 4) a ámbitos exteriores al individuo pero que configuran sus preferencias y demás elementos (posición respecto a la estructura productiva).

De modo similar a continuación se revisarán los puntos de conflicto detectados en el texto para poder extraer un repertorio de cada uno de los 4 aspectos recién citados. Se distinguirá, para ello, entre dos diferentes niveles:

- por un lado los elementos internos del acto de compra, es decir aquellos que atañen directamente a la conciencia individual del Ego (o conjunto de Egos) que realiza el acto (en el sentido de Elster), y
- por otro lado los ámbitos externos de determinación del acto de compra (en el sentido de Von Wright).

A estos dos niveles se añade una cuestión transversal, que se analiza aparte, como es la “motivación expresada” para la compra por los mismos sujetos. Más adelante se procederá a la sistematización de estos repertorios y se dedicará un apartado especial a los mecanismos. De momento se presentan las citas en tres sub-apartados:

- a) Las referidas a los elementos internos del proceso, a partir de sus relaciones,
- b) Las referidas a los elementos externos que determinan el proceso, y
- c) Las referidas a las motivaciones mentadas por los sujetos.

### a) Conflictos entre elementos “internos” del proceso

Tomando como marco terminológico de referencia la que ha sido denominada anteriormente “teoría de las decisiones sociales interdependientes” de Jon Elster (véase página 127) se utilizan cinco elementos para la sistematización del conjunto de citas que reflejan conflictos (de un total de 296 citas). Como se ha dicho anteriormente los conflictos expresados discursivamente pueden remitir a relaciones entre elementos, por lo que la clasificación se realiza en base a una matriz de relaciones 5x5 como la siguiente. Las filas indican el origen de la determinación y las columnas el objetivo, especialmente en términos de prelación temporal.

**Tabla 42. Conflictos entre elementos internos del proceso de adquisición.**

	OPORTUNIDADES	CREENCIAS	DESEOS	ACTO	RESULTADOS
OPORTUNIDADES	X				X
CREENCIAS		(1)			X
DESEOS			X		X
ACTO				(2)	(4)
RESULTADOS	X	(3)	X	X	(5)

Algunas de las relaciones que aparecen en esta matriz no son posibles; están señalizadas con una cruz (x). Esto afecta especialmente a la diagonal principal y a las filas y columnas correspondientes a los resultados, con las excepciones que se detallan a continuación. Respecto a la diagonal principal, en general, los elementos no pueden tener efecto sobre sí mismos, salvo en el caso (1) de creencias que generan creencias (por ejemplo el proceso habitual de razonamiento) y el caso (2) de actos que generan actos sin mediar realimentación en términos de refuerzo a través de los resultados, es decir, las meras

rutinas o hábitos inconscientes. En la casilla marcada como (3) se sitúan los resultados que generan creencias (diferenciado, como se verá, de los actos que generan creencias). La casilla (4) señala los actos que generan resultados. En cuanto que consecuencias que no se reintegran en el ámbito interno considerado la casilla (5), referida a los resultados que generan otros resultados ajenos al acto mismo, no se tendrá en cuenta en este estudio.

#### Las oportunidades modelan oportunidades

Como queda dicho anteriormente es una categoría vacía. No hay fragmentos discursivos asociados.

#### Las oportunidades modelan creencias

En general las creencias de las que un sujeto dispone se han adquirido a partir de sus experiencias vitales. El punto que interesa destacar aquí es cómo las oportunidades modelan de una **determinada** manera las creencias de forma que disponer eventualmente de otro conjunto de oportunidades resultaría en un conjunto diferente de creencias. Esto puede verse expresado, por ejemplo en “*E: ¿y allí hicistes Basic? S: sí, sí, Basic, no existía nada más, no?, pero la primera vez que tuve constancia de lo que era un ordenador fue cuando vi un Commodore, un VIC-20*” (S1,73:75), donde reconocemos la tendencia a creer sólo en la existencia de aquello de lo que tenemos experiencia directa.

Un caso más interesante es aquel que tiene que ver **de forma relativa**, y no absoluta, con las oportunidades disponibles; es decir, la percepción de una ampliación o disminución de las mismas. Como ejemplo de ello una creencia puede ser modelada a partir de una **reducción del conjunto de oportunidades**, mediante un deseo objetivamente inalcanzable. Esto aparece expresado por ejemplo en el fragmento “*A: lo que pasa es que un portátil con memoria, con DVD, con módem, con no se qué, pues, seguramente que alcanza las quinientas las seiscientas un modelo de IBM// E: sí pero de segunda mano yo creo que no// A: no de segunda mano todavía no hay que yo sepa E: no hay de esos?? A: no*” (A2,144:150), o bien en “*si, en la universidad donde realmente me di cuenta de lo que es y para lo que sirve, y lo que puedo hacer... y sobre todo lo que no puedo hacer. Con un ordenador siempre me he dado cuenta de lo que no soy capaz de hacer, más que de lo que puedo hacer.*” (A1,208:211). Este mecanismo es el que se ha denominado “**uvas verdes**” o “síndrome de la zorra francesa”. Recordemos que en la versión francesa de la fábula la zorra, incapaz de alcanzar el racimo, ve las uvas de color verde y se convence de que no

están maduras, es decir sufre una modificación cognitiva como resultado de un deseo insatisfecho.

Las oportunidades modelan deseos

El conjunto de oportunidades, siempre en términos relativos, puede modificar el deseo en dos formas principales. La primera refleja el efecto de un deseo inalcanzable, **con la reducción del conjunto de oportunidades**, sobre el **retramiento** del mismo deseo, como en “A: *aparte de porque no lo entiendo porque, no es que no lo entienda es que no me molesto en entenderlo. es como todo, me podría pegar un rato y... bueno, pero como sabía que quería un Pentium III y más o menos, lo que podía encajarlo en lo que es mi conocimiento lo encajaba y... un Pentium III... E: hasta ahí llegas, ¿no? A: estaba dentro de mi nivel de conocimiento, hasta ahí llego, y... a partir de ahí no llegaba, y sabía que quería eso así que no me molestaba en leer los folletos porque no me interesan.” (A1,523:530). En contraste con el caso anterior, este mecanismo es el que se ha denominado **“uvas amargas”** o “síndrome de la zorra inglesa”. En la versión anglosajona de la fábula la zorra, incapaz de alcanzar el racimo, se convence de que no le apetecen o bien que no le gustan las uvas, es decir sufre una modificación volitiva como resultado de un deseo insatisfecho. Una característica importante del mecanismo de uvas amargas es que funciona mediante la **minusvaloración** de aquello lo que desea y no se encuentra en el conjunto de oportunidades viable, como en el fragmento referido a los ordenadores portátiles en que se expresa “A: *es que entonces no son competitivos, no es un ordenador que... bueno, cuando realmente puedan ofrecer lo que ofrecen los fijos... bajaran muchísimo me imagino. ¿no? entonces, es que entonces no existían portátiles, me imagino que dentro de unos años habrá una mezcla entre un portátil y un // E: ¿no llegan los portátiles a lo que te ofrece un fijo? A: si, no llegan (silencio) E: ¿no hacen lo mismo? A: si, igual si, la verdad es que si... el razonamiento que se hace es que es un segundo ordenador.” (A1,912:922). Se trata de un mecanismo adaptativo, como en algunos fragmentos discursivos se reconoce de forma explícita, por ejemplo “*pero... no se, que tampoco es muy fundamental lo de... lo del módem, porque además me imagino que incrementará bastante el precio... es otro componente que tiene que... entonces, no, no pasa nada... me adapto enseguida. E: ¿no hay problema? A: no.” (A1,1087:1091) en una entrevista con un individuo con un fuerte deseo de conectarse a Internet. El siguiente fragmento se puede entender en el mismo sentido: “D: *... yo por ejemplo en 2º de BUP hice un curso de informática ¿no?... que en aquel momento no hizo sino... sino profundizar lo que entonces era mi rechazo de... aquel mundo, de los ordenadores, un curso en 2º de BUP y tal... se llamaba ‘introducción a la informática’ y entonces...claro me acuerdo poquísimo porque era una asignatura*”***

*que odiaba, pero... (...) me pongo a estudiarlo y a lo mejor tiene un interés para mí, pero en aquel momento, tal y como me fue explicada y todo el detalle, aquello era un sinsentido y una cosa que para mí no...*” (D1,316:332), a partir del conocimiento contextual de que el sujeto en cuestión pensaba, por su experiencia temprana, que los ordenadores eran sólo máquinas de juegos.

La segunda forma es el caso en el que el **aumento de opciones disponibles** modifica el deseo o la estructura de preferencias. En relación a este mecanismo, que remite a la “emulación” vebleniana, el siguiente fragmento expresa como “N: *¿un módem para el 486? (sorprendida)... no. E: o sea, no está... no habéis intentado conectarlo... N: no. de hecho... bueno, entre otras cosas porque... yo tenía internet a la Facultad, mi hermano tenía en el trabajo... pero bueno, ya te va apeteciendo tenerlo en casa, y...*” (N1,642:646); o “*estaba haciendo el tonto con internet y haciendo cosas, y al ver el ordenador en su casa y yo llegar a casa de mis padres y no tener nada, pues...también era un poco...una putada.*” (A1,374:377), y “*tengo confianza en que efectivamente yo por las noches cuando llegue a casa con mi tarifa plana y tal, me pueda sentar y... fundamentalmente es para... bueno es para varias cosas, pero una muy importante es mantener contacto con... con, digamos el mundillo que conocí en Italia ¿no? a nivel de movimientos sociales y a nivel del mundo intelectual ¿no?... sitios en la red interesantes para mí como sociólogo.*” (D1,482:487). Aunque no siempre responde a un vínculo tan directo con personas “R: *que lo que utilizamos es para, para jugar mis hermanos y para hacer trabajos de la facultad... hasta ahora... alguna carta... yo lo veo muy útil porque siempre tienes muy buenas intenciones y buenos propósitos ‘quiero hacer un archivo de todos los libros, de todos los compactos que tengo’, o sea que por ejemplo ahora como nos deja tirados cada dos por tres el ordenador pues no te apetece (ríe)...” (R1,493:498)*

Las oportunidades modelan el acto

El conjunto objetivo de oportunidades marca los **límites o contornos de la acción**, y en ocasiones un conjunto suficientemente restringido (junto con desinterés por modificar las propias creencias) puede llevar a **especificar totalmente** la opción de compra. En este fragmento “E: *pero lo normal es ir a las tiendas... A: a las cadenas que hay... lo dan todo hecho y con ese tema. juegan con eso ¿no? pues que la mayoría de la gente son, son neófitos en el... el ámbito este y bueno...*” (A1,779:783) se expresa esta capacidad limitadora que al parecer utilizan las tiendas y los vendedores.

Se pueden reconocer varios casos en los que la amplitud excesiva del conjunto de oportunidades pone en marcha un mecanismo de economía decisional que precipita la

resolución de la acción. Por ejemplo, en “N: *de hecho nosotros teníamos la sensación que habíamos ido ya a demasiados sitios, porque ya... te saturas un poco de información, llega un momento en que dices, claro, cada uno te cuenta una pijotería distinta y dices, mira, me compro este con esta configuración y tal y yo creo que ya esta bie... ya dejo de... y ahora ya lo que hago es buscarlo a este precio, y ya, y se acabó, porque... te vuelven loco” (N1,908:913), o bien en “los templos del consumo me, me, me intimidan ¿no?, y me entro en el IKEA y son tantas mercancías que parece que te van a aplastar y entonces pues te abruma y entonces... y es más, creo que es un efecto perseguido este de crear un poco en ti este de que ya no sabes, y mira al final compras porque ya no sabes...” (D1,711:715). Este efecto de saturación que precipita la acción parece actuar de forma directa e inmediata sobre el acto, y no configurando la “determinación a actuar en una forma”, como podría pensarse. Esto queda claro en el siguiente fragmento, “N: sí, una cosa es eso, ir a, a siti... no, no lo hemos llegado a hacer, por que entre que yo no he tenido tiempo y tal, pensaba pues eso meterme en el Corte Inglés o en la FNAC, en los sitios así a ver que te cuentan, que ahí sí que te cuentan unos rollos que no veas, desde luego no con la intención de comprar allí que te sale carísimo, pero sí que (XX) cuando te encuentras a gente que entiende y si tienen... y si tienen tiempo libre te van a contar un buen rollo (ríe), pero como ya... ya fue cuando ya tenía más o menos la idea de lo que queríamos y tal, digo bueno ya no me hace falta, para que me cuenten otra historia y me descoloquen (ríe) quita, quita.” (N1,896:906), en el que se expresa cómo la determinación para la acción no es más que una creencia que puede ser modificada por cambios en el conjuntos de oportunidades.*

Ciertos contextos o situaciones de compra, y ciertos mercados, como el de ordenadores de ocasión o los descatalogados, imponen una lógica situacional que delimita fuertemente la decisión: “Pero claro el mercado de segunda mano te tienes que adaptar, te tienes que adaptara a lo que hay” (A1,1073:1074), y también en “S: ostras! pero es que... yo creo que el mercado de segunda mano es para alguien que verdaderamente conoce la informática, que sabe que realmente está comprando algo que le es útil, que le sale a cuenta... pero yo no se que, si un aparato entre comillas, un Pentium tal... verdaderamente, el modelo que me va a durar más tiempo, más tiempo... no conozco las características técnicas de los modelos, entonces comprar... meterte en un ordenador de segunda mano es un poco... bueno, si no lo conoces, si eres un informático que lo conoces un poco el tema pues dices oye es un buen aparato, pero si no lo conoces verdaderamente...” (S1,626:634). Estos mercados tienen características tan peculiares que en ocasiones pueden llegar a modificar la acción, y en el caso siguiente llegar a eliminarla a pesar de la determinación de compra: “fíjate que en tan poco tiempo, desde noviembre que nos hemos puesto hasta ahora que lo hemos comprado, con el mismo presupuesto nos ha ido dando para más, o sea,... y por eso tampoco teníamos prisa, por que íbamos viendo,

*porque no, lo digo por... va a pasar siempre, pero entre que te informas, dices bueno me informo y además... como quiero esto esto y esto (ríe)... no! tampoco ha sido esperar por eso también lo que te he dicho, que el mes de febrero hemos estado muy liados y no... no lo hemos comprado por eso” (N1,570:579), o bien “claro, ‘¡Espérate que hay una oferta en la empresa!’ por ejemplo ahora mismo (X) me dijo un compañero que en la empresa estaban pensando adquirir unos... no se si es un rumor o no, pero estaba pensando adquirir unos...// E: y los viejos, pues... R: no, con una especie de acuerdo con el Ministerio y tal, y para permitir el acceso a los, a los empleados, y con precios... con subvenciones y precios bastante asequibles, claro, a lo mejor no es un ordenador como el que yo quiero, pero bueno, también como que dices ‘bueno, pues ya lo voy dejando...’, pero, en principio yo lo quería tener antes de, antes de verano.” (R1, 387:395).*

Las oportunidades modelan resultados

En realidad el único elemento que puede producir resultados es el acto, como se verá, el resto de categorías asociadas al modelado de resultados están vacías.

Las creencias modelan oportunidades

Las creencias actuales, en forma de conocimiento o información disponible, se refieren en ocasiones al conjunto de oportunidades. De hecho el conjunto de oportunidades **objetivo** rara vez es considerado por un individuo en una situación de compra, sino que la resolución mediante un acto de decisión y acción (o inacción) se basa en el “conjunto de oportunidades percibido” que suele ser más reducido. En el siguiente fragmento, “A: TouchPad, y... ¿el procesador que quiero? un Pentium me gustaría... un II si es posible. E: pero si dices que prefieres este, ¿frente a qué lo prefieres? A: frente a uno más, más antiguo, un Pentium I o un Celeron, creo...que son más, más lentos ¿no? E: ¿y no hay ninguno más? A: sí. Pero no se la diferencia realmente, se que hay Pentium, Celeron y otro. Y alguno más. ¿Linux, puede ser? no Linux no” (A1,841:848) se indica la existencia de una estructura de preferencias marcada por el conocimiento **parcial** del mercado de procesadores (que además se refuerza por un deseo expreso de no adquirir más información).

Las creencias, en forma de información o conocimiento especializado, pueden modificar el conjunto de oportunidades **ampliando la cantidad de opciones**, como en el caso citado a continuación en referencia a un amigo del entrevistado: “E: si, o sea, hay algún sitio allí en Pamplona que tu digas yo quiero un ordenador así así y así, pero la pantalla no la quiero así sino así y el disco me lo pones de 80 Gigas no de 30, o... A: seguramente que si que hay algún sitio, yo creo que si, creo que hay uno, pero... entramos estuvimos un momento y nos fuimos. ... bastante más complicado.



*Porque tienes que saber MUY bien lo que quieres y dominar ya mucho que yo no entro ya ahí... Pero mi amigo creo que sí, que se lo compró así.* (A1,736:744). El conocimiento informático del sujeto citado le permite la compra en tiendas que para el entrevistado están fuera de su conjunto de oportunidad. En cualquier caso, el conocimiento especializado abre el espacio de posibilidades, como indican el siguiente fragmento: *“bueno encontré uno que estaba MUY bien, por 20 mil pesetas. E: (cara de gran sorpresa) J: porque ya te digo, buscando buscando encuentras, pues como tenía el pensamiento de comprarle uno... E: bastante ganga ¿eh? J: bastante ganga, sí, sí... fue a través de... (...) yo lo compré, lo conecté en seguida, le probamos todo, estuvimos probando varios días, bueno funcionó, tiene un par de problemillas que se arreglaron, tuvimos que cambiarle la BIOS, bueno...”* (J2,282:299).

Las creencias modelan otras creencias

Las creencias (verdaderas o falsas) son utilizadas durante el proceso de compra para generar nuevas creencias mediante **procesos inferenciales**. Esto toma la forma de razonamientos lógicos y se expresa en segmentos como *“E: no, pero igual tienes razón que un portátil no se tiene siempre enchufado... no se desgasta en ese sentido... A: si, no se trabaja tanto, yo creo que uno que esté trabajando 8 horas en una oficina no trabaja con un portátil, va a trabajar con un fijo, hombre. Pero si se mueven es cuando cogen... ahora... también hay gente que se mueve mucho, ja ja ja... pero bueno... E: entonces ¿cómo se desgasta más un ordenador moviéndose o utilizándolo? A: utilizándolo, fundamentalmente... si, hombre si le das así (gesto de golpear) no, pero... utilizándolo claro.”* (A1,990:998) en el que el individuo llega a la conclusión de que los portátiles de segunda mano no están tan desgastados como los de sobremesa porque el uso que se les da es distinto, y lo que “desgasta” un ordenador es la utilización y no el movimiento. Es un ejemplo de inferencia lógicamente correcta (aunque también es, y es preciso destacarlo en esta entrevista, una razón más para apoyar el deseo previo de adquirir un ordenador portátil).

El discurso de las entrevistas expresa también **creencias erróneas**, que no se tienen por inciertas, sino que se integran dentro del sistema general de conocimiento. Estas creencias se pueden generar o participar en otras creencias mediante procesos inferenciales impecables. En el siguiente caso el individuo expresa como él cree que *“A: ese es el gran negocio de Gates... el gran negocio de Gates fue ese, saber que había el ordenador y además saber que necesitaba una cosa para que...funcionara, y ese fue el gran fallo de IBM. Si a la vez que hacían máquinas hubieran hecho el sistema operativo imagínate! E: mm, mm. Hombre... hicieron. A: pero no a la misma*

velocidad...” (A1,624:629) <sup>14</sup>. En otro lugar se verá cómo en ocasiones estas creencias erróneas se producen a partir de deseos.

Las creencias modelan deseos

Las metacreencias o creencias sobre la calidad de las propias creencias determinan en ocasiones el deseo o interés por la búsqueda de información. Es frecuente encontrar fragmentos discursivos en los que se alude al desconocimiento como justificación del **desinterés**, como en *“digamos no me pongo a ver folletos y tal porque digamos que... tengo la sensación de que me perdería, yo sólo mirando folletos y revistas por ahí, porque no tengo ninguna preparación, ninguna formación, absolutamente ninguna.”* (D1,582:585), o en *“tengo mas bien la sensación de que yo ahí ¿que pregunto? ¿sabes? no sabría bien ni como... porque no tengo una idea, digamos, definida... no he tenido hasta ahora una idea definida de lo que busco ¿no?, entonces, hasta ahora, pues... no me he metido en tiendas porque no sabría ni qué preguntar, ni... no es como cuando vas a un sitio y dices: oiga quiero ver tal producto, tales modelos o por ejemplo qué modelos tienes de tal producto”* (D1,691:696). Del mismo modo, el desconocimiento puede resultar en un proceso de **búsqueda de información** *“N: noooo, hombre, yo para mi que es una cosa que sí merece la pena, o sea, porq... para que... me entere un poco de cómo está el tema... por dos cosas, porque no me... no compro a ciegas, y porque además me sirve para enterarme un poco de como está ahora... y si le quiero, si le quiero sacar rendimiento al ordenador que me he comprado, o sea, no lo quiero para... pues tener que... meterme en el tema.”* (N1,518:523)

El proceso de búsqueda parece seguir **dos patrones estratégicos**: el “extenso” que resulta en una creencia propia, y en “intenso” que resulta en una decisión. El primer patrón implica una búsqueda muy amplia de información, para evaluarla, contrastarla y llegar finalmente a una **creencia propia**, fundamentada en las pruebas recopiladas. Ejemplos de este proceso son *“N: no, lo que no puedo hacer es fiarme de una sola opinión de uno, o sea, yo creo que si voy a la, a una tienda y me cuentan una cosa, a un amigo y me dice otra, pues así no vas a tener ni idea... lo que hemos hecho es, pues abarcar toda (ríe)... las tiendas, amigos, conocidos y leyendo revistas que incluso las revistas unos te dicen una cosa otros otras, hasta que te haces tú tu propia idea...”* (N1,483:493), y *“Y luego vas consultando según lo que te dicen y... por ejemplo, yo hasta ahora no tenía conocimiento de los procesadores AMDK, yo hasta ahora pues siempre pensaba que eran los típicos de Intel”*

<sup>14</sup> En 1987 IBM presentó lo que debía ser el sustituto del sistema operativo DOS, el nuevo OS/2 así como la serie PS/2 de PCs basados en una nueva arquitectura (llamada Microcanal) que integra por primera vez una disquetera de 3,5 pulgadas. En 1990 IBM y Microsoft ponen fin a la cooperación para el desarrollo de sistemas operativos. IBM se estanca con OS/2, y Microsoft lanza Windows 3.0, la primera versión que gracias (sobre todo a los nuevos procesadores 486 de Intel y los incrementos masivos de memoria RAM de los ordenadores personales) funciona a una velocidad satisfactoria. Se considera que el éxito de Windows es haber integrado el entorno gráfico, o aspecto visual, de los ordenadores Apple en los PCs.

y... y ya. Y, bueno pues es eso, que... la cantidad de información que adquieres o que asimilas cuando vas a comprar un ordenador, (que) que luego fácilmente se te, se te olvida o que no, no actualizas... y bueno, pues así, y cada uno te dice una cosa, y más o menos ya lo tengo decidido lo que quiero." (R1,342:348).

El segundo patrón de búsqueda implica, por el contrario, desentenderse de alcanzar información propia en la que basar la decisión. La búsqueda tiene por objetivo la especificación del **agente que realizará la decisión final**, como en "E: pero vas a tener que ir a parar a un vendedor al final, a ver si tu hermano dices que esta en Segovia no va a venir aquí a comprar... D: si, si. E: bueno, claro Segovia esta aquí al lado... D: si, una hora en guagua, si. De hecho me dijo que no sólo se viene a comprarlo sino que se queda unos días y lo monta, y me da los primeros..." (D1,599:605), o en "A: me orientaron y me dijeron sobretodo la pantalla, ... y la memoria, pantalla y memoria y entonces me fijé por pantalla y memoria... y yo que no soy muy listo pero tampoco soy tonto dije bueno, si es alguien que sabe y le hago caso" (A2,224:229), y también "Me fió, pero, bueno, quería ir con Luís. Porque era un soporte más para mí... para convencerme y decir este. ja ja ja." (A1,493:496).

Las creencias modelan el acto

Las creencias son el componente esencial (junto con los deseos) de la realización efectiva de la acción. Influyen en la acción mediante diversos mecanismos. La mayoría de fragmentos que contienen alusiones a los motivos para comprar entran dentro de esta categoría, y, como tales, se pueden encontrar en el apartado específico de la página 358. Aquí dan tan sólo un par de ejemplos.

Un mecanismo de **efecto inhibitor** es el que expresa el siguiente fragmento "A: ¿sabes cual es la diferencia? que cuando me compré el fijo no miré mucho. Básicamente, no miré ni las características ni nada, sabia que quería un Pentium III y nada más, pero físicamente no vi ofertas, entonces ahora que estuve viendo más... digo, joder ¿esto que es?... Básicamente se qué es un Pentium I, un II, y un III, y cuando ya me sacan de eseeee... procesador ya no se." (A1,886:890) en el que aparece en funcionamiento el mecanismo que hace que sea más fácil la decisión en un contexto de poca información, es decir un conjunto de oportunidades reducido. En ocasiones el aumento de información disponible lleva a retrasar o frustrar el proceso de compra (o a poner en marcha otros mecanismos), como en el caso comentado en que el sujeto duda ante una cantidad de información amplia que incluye, por ejemplo, diferentes marcas y tipos de procesadores, etc...

Un mecanismo inhibitor es también la **falta de información**. En este otro fragmento la consideración de unas creencias inadecuadas, es decir, la falta de información

sobre el mercado específico de la compra, lleva a postergar el acto “A: *por la red. Todo está en la red... según Castells. NO, he buscado, he mirado en AWS y en Segundamano. Miré el domingo pero no... me convenció... E: ¿hay cosas no? A: si, pero estamos en lo mismo, que como no... sabía lo que me ofrecían... porque el mundo de los portátiles yo creo que es diferente al de los de sobremesa, ¿no? yo lo tengo un poco más...lo conozco un poco más y es...ya es algo más conocido y entonces ya se un poco más lo que me pueden estar ofreciendo...y lo que yo quiero, pero vamos...en los portátiles, no se lo que me ofrecen.” (A1,860:868)*

Las creencias modelan resultados

Categoría vacía (véase página. 313).

El deseo modela oportunidades

El deseo de conseguir un objeto puede hacer que se produzca un proceso de adaptación de las opciones, de esta forma el conjunto de oportunidades (subjetivas, en este caso) que se consideran puede llegar a **modificarse hasta coincidir** con el resultado deseado. El fragmento “A: *hombre no estoy dispuesto a gastarme 50 mil pelas porque para eso poco es lo que te pueden ofrecer y al final igual me tengo que gastar más dinero ¿no?... entonces prefiero gastarme algo más... y comprarme algo mejor, tampoco quiero ninguna maravilla, si es posible un... bueno siempre me puedo comprar un módem también... pero nada, fundamentalmente el TouchPad que has dicho, lo de... que sea más o menos rápido, y si es posible el modem interno, pero eso va a ser imposible.” (A1,1077:1084) parece indicar una adaptación del conjunto de oportunidades para excluir aquellos elementos que sean incompatibles con la compra efectiva de un ordenador portátil (aunque haya que pagar más, y aunque carezca de ciertas características, de hecho el ordenador adquirido finalmente no tenía TouchPad, pero era portátil).*

En otras ocasiones el comprador se **impone voluntariamente restricciones** para reducir su conjunto de oportunidades. Es lo que Ainslie (1982) ha denominado “líneas claras”, y que habitualmente están relacionadas con la existencia de conflictos interindividuales. Una de las principales líneas claras autoimpuestas es un **precio máximo**, que aparece en todas las entrevistas. La restricción por presupuesto puede ser **genérica**, así en “A: *en el vendedor de informática yo sí que exigía un poco más de información, un poco más, porque como ya sabía lo que quería...sabía que quería una CPU con módem, Pentium II y nada más. Y el precio.” (A1,789:791), y también “A: *también estuve mirando precios de módem y de RDSI. Pero se iba mucho, porque la diferencia entre...la instalación yo creo que valía un módem, buf” (A1,703:704), o**

*“lo que pasa es que es una tienda bastante... en su momento... es una tienda bastante cara, entonces, entonces al comprarme el Pentium dije no, no, porque vimos precios” (A1,387:390).*

La misma restricción puede expresarse de forma muy concreta en una **cantidad**, como en *“mis hermanos me dijeron que con el portátil me iba a gastar eso, o igual algo más, igual algo más de 300, según también lo que quiera poner y tal... pero me dijeron que entre las 300, 320 máximo a lo mejor me podría hacer con un buen equipo... y esto sin haber entrado... o sea yo lo único que les dije para que ellos me dijeran esto fue que quería un portátil con, con el tema de la conexión a la red y con una impresora” (D1,653:658), en “R: he estado mirando precios, he acudido a algunas tiendas y, y más o menos me he hecho una idea de... el presupuesto que tenía, más o menos, pues unas 200... término medio, si hay que quitar quitar alguna de las cosas que queremos pues se quita y ya más adelante, pues... porque yo, básicamente, lo que quiero es tener acceso a Internet y todo lo demás es complementario, y nada, pues, financiación tres meses” (R1,166:171), en “E: pero es que tienes alguna idea de, de un tope (XX) S: ...(piensa) yo creo que 250 mil pesetas, y ya es una verdadera pasada. E: sí, sí, (y dices) ‘Deme 250 mil pesetas de ordenador’ eh... S: es un poco duro, pero cuando no tienes conocimiento, verdaderamente tienes que plantearte así... entonces sacarle” (S1,698:702), en “N: era 200... más... si hubiéramos querido ponerlo un poco mejor lo podíamos haber puesto. Al final lo hemos comprado por 226 (habían comprado el pc la tarde anterior, aún no lo tenían en casa instalado) ya con el IVA, entonces ...pero vamos, que 200 más la grabadora, en realidad, es lo que buscábamos, 200 más... la grabadora aparte.” (N1,552:557), o en “E: ¿no llegastes a mirar por tiendas así de... nuevo? J: ya, pero nuevo siempre pues eso, entre 100, 120, 130 y me parecía que también para un primer ordenador era un poco... caro...” (J2,317:319).*

En cualquier caso, genérica o específica, la “línea clara” parece funcionar como mecanismo mediante el que el deseo filtra las oportunidades, en unas ocasiones restringiendo “en busca” de la opción preferida, en otras ocasiones “evitando” una opción indeseable. Como se comenta en otro lugar, las “líneas claras” se pueden usar para prevenir la “debilidad de voluntad”.

El deseo modela creencias

La adquisición o modificación voluntaria de creencias está en la base del **aprendizaje**. *“Me gustaría sobre todo manejar más Excel o Access, y la verdad es que he dado un curso” (A1,220:221).* Pero no siempre es exitoso: *“A: No, era algo que no lo cogí bien, la verdad. Es que eran clases muy... El FrontPage no es que sea... bueno, para mí es complicado, entonces intentaba explicarnos cómo elaborar una página web, hacerla nosotros y luego ponerla pero...buffff... O la profesora no explicaba bien o yo no entendía, y al final era todo como un mecánico y yo realmente no... no cogía el*

*funcionamiento del programa y decía esto me parece una... me parece absurdo, o sea. Pero si que algo hice y algo entendí de FrontPage.” (A1,239:245)*

Sin embargo un caso más interesante aparecido en los discursos es el que proporciona indicios sobre la participación de los propios deseos en la formación de las creencias **de forma no consciente**. Este mecanismo funciona aunque se reconozca conscientemente *a posteriori*, como muestra el fragmento: “E: y de sobremesa ¿comprarías de segunda mano o no? A: no. de sobremesa no... no me fió, porque yo creo... no, no se si compraría un ordenador de sobremesa, la verdad es que no me lo he planteado, no también se venden mucho, cada vez más, lo que pasa es que yo... E: tu no lo comprarías. A: lo que pasa es que he oído, he oído, no se, que... que la gente que se compra un portátil debido a que es gente con un poder adquisitivo más importante lo cambia con más facilidad entonces el ordenador se devalúa más, y no se utiliza tanto como un fijo, los fijos están mucho más utilizados y mucho más...le sacan mucho más partido que a los portátiles. Igual es una explicación que yo me he montado para... ja ja ja ja, pero bueno, no se si tendrá algo que ver con la realidad.” (A1,966:980).

Encontramos diversos fragmentos en que los deseos **configuran creencias**. En este primer caso se considera a una empresa como solvente y líder del mercado a partir del deseo de que lo sea, “A: no, no, te lo arreglan, me imagino, sí, sí, claro te lo arreglan. no se si tienes que pagar mil o dos mil pesetas por gastos de envío pero te lo arreglan, claro. me imagino que serán una empresa sólida. AWS son una empresa sólida, que no fuera una punto com de estas que salen se aprovechan ganan y luego se van” (A2,179:182), y “A: lo que pasa es que yo creo que dos o tres años se han hecho con el mercado y funcionan bien y esa es su base vamos (...) si no, no... no venderían lo que venden en un año se hubieran se hubieran descubierto como ha pasado con muchas punto com, o sea que por eso no hay ningún problema” (A2,186:191). En primer lugar, resulta dudoso que el sujeto disponga de información suficiente sobre las ventas de la empresa, y además, como se ve, utiliza un argumento que se basa en una inferencia no válida. Ciertamente, “si no hubieran funcionado bien no venderían tanto como venden, pero venden mucho luego funcionarán bien en el futuro”, parece un silogismo equivalente válido del modo “tollendo tollens” ( si  $\neg p$ , entonces  $\neg q$ ; pero  $q$ ; luego  $p$ ) pero hay que notar que, evidentemente, no puede ser un silogismo porque contiene cuatro términos, y no tres. El razonamiento sólo es valido si se confunde el funcionamiento pasado de la empresa con el funcionamiento futuro. Y la conclusión sólo es posible gracias a un mecanismo de “racionalización de la esperanza”,

que busca razones para confiar en la empresa, una vez que ya se ha comprado en ella, aunque sea generando creencias configuradas de forma errónea <sup>15</sup>.

Actualmente, la producción de unidades portátiles con prestaciones similares a ordenadores de sobremesa no es mucho más cara, y sin embargo, respecto a ello se dice: “E: ¿y de los otros portátiles hay, de los que son sencillitos? ¿hay portátiles que tengan menos opciones que un ordenador de sobremesa? A: si, no me preguntes cuales pero los hay, más que nada porque los componentes los tienen que reducir y cuando los reducen el precio es mucho mayor ¿no? creo yo. E: ¿Sí? ¿tu crees que el precio de los portátiles depende, tiene que ver con cuestiones técnicas? A: sí, sobre todo... además de cuestiones simbólicas, de cuestiones técnicas.” (A1,933:940). Al hablar de características técnicas de ordenadores y plantear el tema del precio asociado a las características específicas de los portátiles, el sujeto destaca que son estas las que justifican el precio elevado. De este modo se expresa la voluntad de exclusión de sí mismo de las motivaciones de estatus para la compra. No resulta extraño ver cómo una vez tomada la decisión de compra aparecen o se expresan creencias o valoraciones nuevas; ese deseo de compra puede estar en la base de una **desvalorización** rápida del equipo actual, que puede llegar, como en este caso extremo, a la práctica “desaparición” de la memoria: “O sea, es verdad, yo esto no me acordaba, yo en los últimos tres años o así he tenido este ordenador VIEJO de... que fue el primero que hubo en mi casa, bueno y cuando ellos compraron el equipo auténtico que tienen ahora ese ordenador yo lo cogí y me lo traje para acá porque yo lo necesitaba para la carrera, para los trabajos de la carrera, como procesador de...” (D1,408:413) <sup>16</sup>.

En este otro caso (diversos fragmentos, más información contextual), un individuo descubre el potencial uso de Internet a través de unos cursillos y decide cambiar de ordenador “A: si, si, con el otro básicamente hacía trabajos e imprimía no hice nada más. E: Y de repente te encuentras que ya no puedes hacerlo... A: de repente me encuentro que hago dos cursos de... de... (golpea dos veces la mesa) de Internet y quiero un ordenador, quiero una unidad, una CPU para poder navegar y trabajar en la red.” (A1,324:329), y más adelante “E: pero ¿qué es? ¿que no funciona?... A: no, sí funciona. E: pero ¿tenía algo roto? ¿se colgaba? A: no, no, se colgaba pues como se cuelgan ahora, que de repente les pasa algo y no sabes por qué. Pero no se colgaba, no.” (A1,347:352). El deseo de acceder a Internet ha promovido en este caso la creencia de que es imposible hacerlo desde el viejo ordenador con procesador 486, que al parecer funciona perfectamente. Sin

<sup>15</sup> Esto no tiene nada que ver, por cierto, con el valor de verdad de las creencias. Lo erróneo es el proceso de inducción; el resultado, por supuesto, puede ser correcto.

<sup>16</sup> En este caso la “desaparición” alcanza también al primer Spectrum de la infancia. Nótese como en individuo expresa el convencimiento de que el ordenador “*primero que hubo en casa*” no fue aquella máquina de juegos.

embargo el individuo lo sabe y concibe unas creencias “adecuadas” para poder realizar el cambio de ordenador, como se puede ver en el siguiente fragmento. En ocasiones la práctica discursiva completa muestra el arraigo de estas creencias basadas en deseos, como en “A: entonces el cambio fue, pues el cambio que ha habido a nivel mundial, vamos, con el tema de la red...no fui el único que me cambié de ordenador para . E: yo recuerdo que tenía un 486 y me compré un módem. Y ya está. A: ¿sigue siendo un 486? E: no lo tengo ahora, pero, me compré un módem y con eso tiré durante años... A: (expresión de incredulidad)” (A1,691:696) donde es la gestualidad la que indica la fuerza de una convicción que no se atreve a defender expresivamente ante un contraejemplo <sup>17</sup>.

El deseo determina la creencia, en ocasiones guiando la **búsqueda de información** alternativa. En una entrevista parece que el “encantamiento” de la Red genera creencias respecto al mercado “si hubiera habido tiendas o comercios de... o establecimientos de segunda mano que vendieran ordenadores de segunda mano y de ocasión portátiles y en buen estado pues hubiera hubiera ido y hubiera comparado... pero no hay, es lo que te da la” (A2,252:256), y “A: por la red. Todo está en la red... según Castells. NO, he buscado, he mirado en AWS y en Segundamano.” (A1,860:861) de forma que excluye la existencia de tiendas de segunda mano.

En el mismo sentido que el comentario anterior, el deseo o preferencia puede no dirigirse a los aspectos sustantivos (objetos, personas, estados) sino a los **aspectos procesuales**, del modo que expresa el siguiente fragmento “E: ¿no entras a preguntar precios y características de portátiles? A: no. lo que pasa es que para eso tienes que tener claro, más o menos, el ordenador que quieres, dentro de... y en el momento que tienes claro lo que quieres entre 3 o 4 ordenadores portátiles de segunda manos vas, por ejemplo, con esos modelos vas, entras a una tienda nueva y dices bueno esto o... estos modelos y vemos la diferencia... y donde están las características de uno y del otro...y entonces si que me decidiría, si.” (A1,1062:1073). Se puede ver como el deseo de mantener una economía informativa marca la búsqueda de información. En este caso no se trata del deseo de algo en concreto, sino de la expresión del deseo de disponer de un conjunto reducido de oportunidades donde elegir.

Las preferencias o deseos se expresan muchas veces a través de estas creencias que se dan como seguras o fundamentadas, así “R: y bueno pues un DB... un DVD pues si lo compras por separado te va a salir más caro, y... no es compatible ni con la televisión y para ponerlo en la terraza tampoco... no, tenemos mucho interés porque, además, la televisión

<sup>17</sup> El rendimiento del análisis discursivo se muestra cuando se considera la práctica discursiva en su totalidad expresiva, incluyendo los elementos kinésicos y no-verbales tanto como los estrictamente lingüísticos.



de la terraza es muy pequeña, pues prefiere pues eso si es posible meterlo en la habitación” (R1,147:151) para justificar la adquisición de una tarjeta sintonizadora de TV, o bien “S: el tema escáner sí, ves, no había caído, pero creo que es imprescindible, sí, sí, es verdad... es necesario, ya estamos hablando de un tema didáctico y ya es necesario...” (S1,843:845) para poder comprar un escáner.

Finalmente, el deseo de poseer un equipamiento concreto pueden explicar la creencias erróneas o distorsionadas que encontramos en fragmentos como “nunca sabes lo que puedes sacar de, de la Red, por lo que me han contado es realmente inmenso ¿no?... que puedas coger cualquier cosa de interés” (S1,882:883), junto con “el módem lo más rápido posible... porque si verdaderamente te has de conectar para obtener unos datos o has de emplearte, pues yo que se, 2 horas para bajarte algo y (en cambio con el otro) hay que emplear, pues, 1 hora y cuarto, son 3 cuartos de hora que puedes dedicar a otras cosas ¿no?” (S1,783:787), así como “porque claro... también tener internet sin sacarle provecho, ¿sabes? sin que... luego te descargas una canción y te tiras una hora, ocupando el ordenador y no se qué, pues a lo mejor sí te merece la pena gastarte más dinero en, en una línea ADSL...” (N1,652:655). Una conexión telemática puede realizarse “en el fondo” o “en segundo plano” mientras con el ordenador se trabaja en otras tareas<sup>18</sup>. La opinión contraria en el primer caso puede deberse al desconocimiento, pero coincide con el segundo caso que afecta a una usuaria competente.

El deseo modela otros deseos

Contrariamente al caso de las creencias, los deseos no generan o modelan nuevos deseos de forma directa; aunque pueden hacerlo **por mediación de actos o de creencias**. Sería un caso especial de planificación del carácter en el que determinadas opciones son permanentemente indeseables, como resultado de una inasequibilidad temporal, así Elster (1979: cap. II) menciona al celibato obligatorio como ejemplo de esta variante del mecanismo de “precompromiso de inasequibilidad”. A lo largo de los diferentes discursos esto no aparece reflejado.

No se considera aquí, obviamente, la determinación del deseo propio sobre el deseo ajeno, bajo la forma de educación, convencimiento o seducción. Estos mecanismo, fundamentales en el contexto de una transacción comercial, tienen lugar entre diferentes

<sup>18</sup> En relación a la “bajada” o “descarga” de ficheros en Internet existen diversas aplicaciones dedicadas especialmente a esta tarea.

individuos y no en el caso actualmente considerado de determinaciones en el “interior” del individuo.

El deseo modela al acto

El deseo o preferencia funciona como un elemento primordial de decisión y actuación, mediante un mecanismo **satisfactor** que resuelve el conflicto entre oportunidades alternativas, de modo que entre las opciones representadas como viables de selección la que corresponde al deseo. Así lo expresa el fragmento “E: *¿cómo que era difícil, hombre? tu vas a una tienda y compras lo que quieres ¿no? A: no...sí, pero en el caso en el que me compré yo el módem era... bueno, había una oferta que el módem te lo incluían o alguna cosa así.*” (A1,708:711) relativo a la compra de un equipo por un sujeto que fundamentalmente quería disponer de conexión a Internet.

El aspecto de satisfacción, más que la optimización que requiere la racionalidad estricta, aparece con frecuencia en los fragmentos discursivos, por ejemplo en “E: *y ¿cuánto tiempo tardaste en encontrar el ..? A: pues, yo creo que tardé un mes, eh? E: ¿sólo? A: sí E: ¿sólo? (incrédulo) A. hombre, yo creo que ya, ya me empezaba a ... saturar de ver ordenadores, pantallas, teclados, ... marcas, estaba ya harto. entraba cada día, casi cada día... y al final fui bajando las expectativas, las expectativas y dije bueno éste*” (A2,91:98), y “A: (XXX) *lo mejor por ese precio. entonces me di cuenta de que no, que el mercado funcionaba de otra forma, que por cien mil pesetas tu puedes, puedes acceder a algo pero tampoco puedes acceder a un superordenador portátil (...) E: bueno, pero tú ¿para qué quieres un ordenador portátil, superordenador? A: para nada, no luego me di cuenta que con tener un procesador de textos...” (A2,108:115).*

En ocasiones lo que sucede es que el deseo se vuelve de algún modo compulsivo y guía el acto de forma inmediata, como en “*y además lo bueno de la tarif.. de ADSL es que es tarifa plana 24 horas y yo como salgo pronto de trabajar no tendría que estar esperando hasta las 6 ahí... como... ‘quiero que sean las 6 !’... E: pues sí... que estas enganchada... N: sssi, hombre lo mismo es una cosa que luego se te pasa o que no lo usas mucho pero vamos... ahora mismo...” (N2,74:81), o “*yo al principio, crea a lo mejor un ... pues eso, un rechazo, pero una vez que lo vas utilizando te va gustando y la verdad es que llega un momento que te crea dependencia y ya no puedes vivir... sin él, yo por ejemplo con el acceso a Internet” (R1,270:273), “*y, no se, yo ahora mismo lo del acceso a Internet me ha creado tal dependencia, y eso que lo utilizo poco, que... que lo veo como... no se, como algo más útil que la televisión, por ejemplo... en cuestión de acceso a información...” (R1,280:284), y también en “*todavía no tenemos Internet... porque la idea era esa, poner Internet de cualquier manera con el módem que nos dejaban y luego****

ya ver qué hacer, pero... entre que tardan en dejarte el módem, te lo dejan, no tienes el Driver, no te funciona, no tal, pues se nos está echando otra vez el tiempo encima y mientras tanto yo me dejo el dinero en los locutorios (ríe)” (N2,224:228). En los casos anteriores parece desmedido hablar de “adicción” como una de los sujetos, pero claramente se trata de actos compulsivos, como el aludido en el fragmento “realmente quiero (X) algo si luego no voy a tener tiempo? (ríe) o ¿van a disfrutar...? pero, sí. Vence más el deseo de consumir y realmente es, eso” (R1,425:427).

El deseo modela el resultado

Categoría vacía (véase página 313)

El acto modela oportunidad s

Un acto concreto, a través de sus resultados, produce una modificación de las condiciones o del “estado del mundo” tal que en cualquier caso modifica las oportunidades disponibles para actos posteriores. El caso aparece expresado en los fragmentos referidos a la compatibilidad de equipamiento informático, como “N: claro, no hay ninguna forma de compatibilidad. Si incluso el programa de la renta no lo tenían para macintosh, es que luego pues no te vale para nada.” (N1,352:353), o “S: con lo cual te quedas como si... la verdad es que una vez que has generado una base de datos que a ti te funciona... o encuentras a alguien que te la compatibilice a la próxima generación o probablemente te vas a quedar con la antigua...” (S1,524:527). La compra de determinado ordenador o el uso de determinada aplicación marca la historia ulterior, especificando el conjunto de oportunidades disponibles.

Dado el carácter dinámico y secuencial de la consideración que este estudio tiene de los actos (especialmente los de compra) se puede entender como los discursos aluden reiteradamente a la obsolescencia del equipamiento como situación de partida de un proceso de compra, esto es, como modelación del conjunto de oportunidades resultado de actos pretéritos. En este sentido se expresa el fragmento “ Pero luego ya te desconectas del tema, porque cuando salías con muchos amigos informáticos se ponían a hablar y no te interesaba nada (sonríe) y... no, no es un tema que no me llamaba la atención, porque, sobre todo a partir de que mi ordenador se iba quedando anticuado y ya no, ya no podía usar los programas que usaban ellos, ni los juegos que usaban ellos, no podía jugar a lo mismo y tal, pues ya... me iba desconectando” (N1,426:431), o bien “y si dentro de... 4 años tengo que cambiar de ordenador, o de 2 o de 3, es que depende de la tecnología, tal como va ahora que va a una velocidad de vértigo por lo visto...pero, bueno, que eso no te lo puedo asegurar, no te puedo decir ahora dentro de 10 años volveré a cambiarme de ordenador o dentro de 2 o... desde luego no creo

que antes de (ríe) de dos o tres años cambie de ordenador. Pero vete tú a saber, no se cómo evolucionará la cosa. (silencio) También me puede tocar la primitiva (ríe)...” (N1,542:548) y también “N: sí que nos ha durado, sí. No, pero la verdad es que teníamos que haber cambiado hace ya un par de años, pero bueno, piensas que... mientras no lo necesites por algo urgente vas tirando. Desde que salió Windows 95 nuestro ordenador se vio abocado al fracaso (ríe)” (N1,209:212), y “yo creo que ha sido exigencia de decir... ya no puedes aprovechar ningún programa nuevo, en realidad según el uso que le des. Nosotros lo usábamos para Word, Excel, Access, todo eso...sigue valiendo” (N1,214:217). En los casos anteriores la obsolescencia se vincula con la acelerada innovación tecnológica y con la inevitabilidad en un entorno de incertidumbre. Ambas creencias contradicen la tesis de la determinación por el acto pretérito, posiblemente para justificar el deseo de autonomía.

El acto modela creencias

Una característica de la vida cotidiana es la ubicuidad de la “comprensión” o “descodificación”. La realización de cualquier acto social conlleva la **interpretación** del mismo, por parte de todos los participantes. Esto coincide puntualmente con el concepto paretiano de “racionalización” y puede reconocerse en el discurso en el segmento “E: bueno, pues... (le enseño el dibujo) no me has puesto ratón. A: anda, lo sabía, lo sabía, lo sabía, sabía que me olvidaba algo... es que no me cabía en la mesa. E: y me estas haciendo todo el rato así (clic al ratón) cuando dices navego navego (...) A: pasa que yo es un componente tan pequeñito, aunque es fundamental ¿sabes? que no... si, se me ha olvidado, pero es normal.” (A1,1104:1110) donde se puede descubrir que un olvido del componente esencial de interacción actual con el ordenador no es tan grave para el sujeto; pues ya lo sabía, y además no cabía en la mesa, es muy pequeño y es normal dejar de dibujar un elemento tan fundamental. La omisión en el dibujo ha resultado en una creencia que no pre-existía, o al menos en la expresión de la creencia.

En ocasiones las **racionalizaciones** coinciden de forma inconsistente dentro del conjunto de creencias del individuo, como en “A: no, hombre... el 486 no lo tiré, no lo se porqué no lo tiré... por si aparece o surge la posibilidad de dejárselo a alguien...” (A1,1102:1103), y “E: ¿y qué hicisteis con el...? A: lo, lo tengo en el trastero E: ¿lo vendisteis, o...? A: no. lo tengo en el trastero, ni me lo planteé. E: ¿no? pasárselo a alguien o...no pensasteis nada A: si...no, pero me da vergüenza pasarle eso a alguien porque si yo... es que a mí, dejar... lo podría dejar por ahí, pero tampoco... pensé llevarlo a algún rastrero o a alguna asociación de...” (A1,335:344), donde en el mismo discurso aparecen las dos opciones contradictorias de dejárselo a alguien y de guardarlo porque no se quiere dejarlo a nadie.

El acto modela deseos

La realización efectiva del acto de compra supone una confrontación directa entre 1) las expectativas que resumen y expresan el deseo, y 2) la “resistencia de la materia”. De un modo similar, para las prácticas de interacción, en que intervienen diversos agentes intencionales, rige el principio de que el resultado para cada uno depende de la acción de todos. Esto hace que la lógica de la situación en el caso de la interacción sea siempre de tipo estratégico (aunque algunos actores no actúen estratégicamente). En el caso de interacción con elementos estrictamente materiales o naturales rige el principio de la lógica paramétrica, y es cierto que se puede ajustar la acción a la previsión o expectativa, pero la lógica paramétrica general de la situación se concreta en contextos que pueden ser de certeza, de riesgo o de incertidumbre. Tanto el riesgo (teóricamente calculable) como la incertidumbre producen las discordancias que encontramos entre las expectativas y los resultados. En estos casos la disonancia se puede expresar en forma de **aprendizaje orientado** a futuras compras: “A: *pues me hubiera comprado un ordenador portátil más ligero, sobretodo, ... más ligero ... y con más memoria.. y con un módem interno... por si alguna vez ... fundamental el tema de Internet y el tema de la capacidad del ordenador y el peso. que pesa bastante*” (A2,124:131).

Una acción puede modificar de tal forma el **marco de percepción cognitivo** que resulte en un estímulo o motivación de carácter volitivo para una compra: “E: *los cursos los hicistes DESPUES de tener el ordenador Pentium. A: hice, a ver, hice dos de Internet antes de tener el Pentium y una vez que tengo el Pentium hago uno de... he hecho tres...(piensa) he hecho dos de Internet y luego el último que he hecho ha sido de Ofimática, con una introducción de Windows 98... Word, Excel y Access, y algo de, algo de Internet pero ya lo sabía.*” (A1,559:566), en este caso –como veremos- la motivación declarada para comprar el ordenador Pentium fue tener acceso a Internet, es decir, un deseo que surge a partir del acto específico de realizar los cursillos formativos.

El acto modela actos (posteriores)

En ocasiones se alude a situaciones de compra en las cuales no se plantean conjuntos extensos de oportunidades, sino conjuntos más **restringidos en función de acciones anteriores**. En estas ocasiones las acciones previas marcan, de alguna manera, una línea de acción posterior. No se trata de aprendizaje adaptativo a partir de los resultados, que implique refuerzo psicológico en términos de gratificación. En ese caso simplemente se **generan hábitos o rutinas** que prefiguran los conjuntos de oportunidades. Por ejemplo el

siguiente fragmento, “*Como en su oficina él había comprado todo el sistema informático en Niebla, pues le... habló con el tipo, que tampoco tenía mucha idea y...le explicó un poco, comprate esto esto y esto.*” (A1,383:385), o bien “*E: o sea, que ya no buscasteis...no comparasteis, no... A: ¿en el segundo? en el primero no, en el primero lo compramos. E: en segundo si, ¿no? A: el segundo sí, fui con un amigo, con este que te dije que me encontré en el (X)...*” (A1,394:398).

El acto modela los resultados

Existen numerosos puntos de conflicto expresados en referencia al resultado del acto de compra. Es el momento en que se lleva a cabo la **comparación evaluativa** entre expectativas y materialidad. “*a mí lo que me daba miedo, no? acceder a un ordenador de estos sin, sin,... sin, sin, sin verlo sin la realidad física de verlo y de tocarlo (...) y el primer día que lo vi dije: pero ¿esto que es?, parece.. (XX) así y decía pero... (XX) no lo reconocía*” (A2,191:202), y “*A: vi otros más pequeñitos más nuevos... y cuando vi el mío dije joder ...*” (A2,216:218), también en “*A: pero implícitamente tú cuando ves un aparato ... dices bueno.. te familiarizas con él... con el color, con la forma... no se, como es en sí, yo cuando me compre la CPU, que me la compre con Luís... pues la veía, o sea veía un (XX) y decía es esto, no se si me entiendes, tenía la realidad del aparato... pero yo cuando me compre el portátil no sabía que iba a ser así, yo tenía otros portátiles aquí en la cabeza*” (A2,205:214). Como ya se ha señalado anteriormente queda fuera del horizonte del presente estudio todo lo referente a los efectos del acto “externos” al individuo, tales como los resultados previstos o no, y deseados o no del acto. Esta categoría incluye estos efectos “externos” y también lo que podría considerarse un bucle de retroalimentación hacia el “interior” de futuros procesos de acción.

Los resultados modelan las oportunidades

Véase el apartado anterior “El acto modela oportunidades”, página 324.

Los resultados modelan creencias

Las creencias cambian a lo largo del tiempo y uno de los principales determinantes de este cambio son los resultados de los actos. De hecho hay que destacar que hay un subconjunto de actos que se dirigen explícitamente a un cambio en las creencias. Los estudios e investigaciones científicas forman parte de esta clase, pero también las inquisiciones realizadas durante el proceso de compra, es decir aquellos actos destinados a **conseguir información**. Pero un acto de compra implica un uso posterior del objeto que

proporciona un determinado nivel de gratificación que puede modificar las creencias como en el caso siguiente. En una entrevista previa a la compra aparece el siguiente fragmento “A: *ahora busco un portátil (...) como segundo ordenador, bueno en este caso como primero...por que estoy en otro sitio... E: sí pero cuando te lo lleves para allá, cuando vuelvas no lo tirarás... A: no, por supuesto que no. Lo seguiré utilizando... lo llevaré a la universidad, en ese caso sí será el segundo ordenador.*” (A1,818:824) Se refiere a un ordenador portátil que usará como ordenador accesorio al que tiene en su domicilio. Este ordenador accesorio se convierte en principal al cabo de unos meses, tras la compra: “A: *no... no lo próximo que me voy a comprar, lo próximo que me voy a comprar es dentro de 3 o 4 años o 5 cuando este instalado ... será sólo un portátil, eh... portátil, pero mejor, (XX) portátil con posibilidad... de conectar a Internet y algo mas...*” (A2,364:366), y la justificación dada es “A: *sí, sí, claro sí, si es una tontería tener un portátil y un fijo cuando, cuando lo que dices tú y hacen tantas cosas, no? tu tienes un portátil y has hecho lo mismo que con el fijo... (...) quiero decir para lo que yo voy hacer para escribir... navegar y poco más... el portátil me da todas las posibilidades y si un día me lo dejo en casa, otro día me lo llevo, me puede hacer a veces de fijo y de portátil.*” (A2,424:436). El resultado de la compra, en este caso el uso cotidiano de un ordenador portátil, produce esta cambio en la consideración o creencia asociada a los ordenadores, tanto que pasa a formar parte de la vida cotidiana de forma tan representativa como puede serlo la carpeta para el estudiante, en “A: *y lo tengo encima... y forma ya parte del del mobiliario del del estudiante, no? casi como una carpeta, por lo menos para mí*” (A2,282:283).

Los efectos sobre las creencias en otras ocasiones no se pueden especificar tanto, pero es el mismo individuo el que señala el cambio que va a afectar a sus creencias como resultado del nuevo uso del ordenador en su vida cotidiana: “*estoy entrando en una dimensión... diferente ¿no? que me puede llevar casi todos los días una serie de horas metido ahí, lo cual antes no formaba parte de mis rutinas, de mi vida cotidiana ¿no? E: mh, mh. D: y el, digamos, a partir de ahora y probablemente de forma creciente el dedicarle un tiempo al estar en esa situación... en mi vida cotidiana va a cambiar cosas*” (D2,256:263)

Los resultados modelan deseos

Coincide con las consideraciones apuntadas en el apartado anterior sobre “Los actos modelan deseos”, página 326.

Los resultados modelan el acto

Categoría lógicamente imposible por irreversibilidad temporal. Conceptualmente se puede entender como referida a actos posteriores, pero siempre por mediación de otros elementos..

Los resultados modelan resultados

Categoría vacía (véase página 313)

Los conflictos entre elementos internos

Todas las citas e interpretaciones que se han señalado detalladamente en este apartado son utilizadas en el capítulo posterior para extraer unos resultados, en forma de configuración concreta de un modelo hipotético de proceso de adquisición extenso en el tiempo de productos. Más adelante se encontrará un resumen de los resultados concretos de este apartado (véase página 381). En todo caso hay que recordar que de lo que se trata es de reconocer las relaciones entre los elementos internos del proceso, esto es: oportunidades, creencias, deseos, acto (con sus consecuencias, como consideración especial).

En este apartado se mencionan las relaciones encontradas efectivamente en el discurso registrado, mientras que en el capítulo posterior se completan con las relaciones posibles, esto es, extraídas de la literatura teórica previa aunque no se hayan registrado en la muestra tomada.

## **b) Las determinaciones “externas” del acto de compra**

A partir de la consideración del amplio repertorio de citas referidas a conflictos se han configurado 6 ámbitos de determinación externos al individuo que permiten la clasificación de la mayoría de las citas. Estos ámbitos en los que se expresa el conflicto, y que pueden identificarse como determinaciones del acto concreto de compra son los siguientes (listados, de momento, de forma asistemática):

1. la **red relacional** del individuo, es decir, el contexto social de vínculos personales con sus determinaciones tanto inhibitoras (p.e., compromisos ligados a la dependencia familiar) como posibilitadoras (p.e., conocimiento de amistades relevantes, y otros casos de “capital social” bourdieuano).



2. los **modelos de satisfacción** de necesidades, es decir, conjuntos sistemáticos colectivos (o, mejor dicho, comunitarios) y más o menos coherentes de opciones que implican la asunción de unos determinados valores generales, y que apelan menos a la lógica instrumental o finalista del momento del acto de consumo que a la lógica valorativa.
3. la **posición en el estructura productiva**, en cuanto que modelador del conjunto de oportunidades objetivas (e.g, el trabajo proporciona recursos económicos y limita el tiempo disponible), y en cuanto a configurador del conjunto de significantes sociales que se pone en funcionamiento en el acto de consumo.
4. la **oferta y disponibilidad** del mercado, en cuanto posibilidades, en el contexto local del individuo, de satisfacción del deseo o necesidad vinculadas a un proceso de compra, y también en cuanto a configurador de deseos y creencias (p.e., las maniobras de mercadotecnia).
5. la **biografía de consumo**, es decir, las experiencias y los actos de consumo anteriores en cuanto configuradores de creencias, deseos y preferencias, y en cuanto limitadoras en relación al equipamiento del que se dispone ante la nueva adquisición.
6. la **estructura de preferencias individual**, o sea, la articulación en conjuntos ordenados de las diferentes opciones de compra que se representa un individuo ante una situación concreta.

#### b1. La red relacional

Las **primeras referencias** al mundo de la informática suelen estar relacionada con los amigos, como en “D: no, no, no...había un vecino, que probablemente fue con este chico que me...que me... que me puso un poco con el tema del Spectrum en aquella época, pero que era un tema de juegos ¿no? era un video juego. Y entonces, pero claro, lo que no recuerdo es si este chico, esto, lo tuvo antes que yo, lo tuvo al mismo tiempo, si fue él el que me habló del tema... lo que sí se es que este vecino lo tenía y que entonces una vez que yo lo tuve de alguna manera pues, el poco tiempo que yo le di de vida a eso, porque yo luego eso lo aparté de alguna manera, pero durante el poco tiempo que le di de vida si sé que nos intercambiábamos juegos...movidas de estas...” (D1,192:200) y en esta relación el ordenador se convierte en un vínculo social, un elemento integrado en las **prácticas sociales cotidianas**, como en “N: Y me acuerdo de eso también de... eso, el primer amigo que se compró ordenador con disquetera, que decía mira el juego carga en nada y cargaba a lo mejor en... yo que sé, en 1 minuto o... E: claro lo otro era el cinta ¿no? N: el otro era en cinta que hacia unos soniditos y tal y SE

*TIRABA... era: lo ponemos y nos vamos a merendar, y a los cinco minutos si no le había dado por dar error nos poníamos a jugar.” (N1,123:129), y en “yo me acuerdo que cuando compramos el anterior se que mi hermano me contaba más o menos y tal, y sabía que había 486 y cuantas megas era lo normal, el espacio de disco duro, estaba un poco más o menos, y tenía amigos informático, pues preguntas y tal. Pero luego ya te desconectas del tema, porque cuando salías con muchos amigos informáticos se ponían a hablar y no te interesaba nada (sonríe) y... no, no es un tema que no me llamaba la atención, porque, sobre todo a partir de que mi ordenador se iba quedando anticuado y ya no, ya no podía usar los programas que usaban ellos, ni los juegos que usaban ellos, no podía jugar a lo mismo y tal, pues ya... me iba desconectando” (N1,422:431)*

Los amigos pueden ser los modelos que imponen el **estándar de “normalidad”** en el consumo, como se expresa en “E: un Spectrum... ah, tu hablas de tus amigos... N: no. pero todos, todos mis amigos... tenían los ordenadores. nosotros nada. hasta que no compramos el 486... siempre trabajando en... siempre jugando en la casa, en las casas de mis amigos.” (N1,97:100) y en “N: si. si. yo estaba fuera de ese mundo, pero bastantes amigos míos tenían. E: y ¿cómo es que estabas fuera? N: porque no teníamos en casa.” (N1,131:133), o “Nos compramos un ordenador, yo recuerdo, bastante tarde para, para lo que es la gente... lo que la gente iba teniendo ordenador, yo recuerdo que ya era bastante tarde.” (N1,143:145).

En este sentido la red relacional forma parte de las alusiones a conflictos que tienen que ver con la promoción del consumo, bien sea mediante mecanismos emulatórios de incremento del deseo como lo visto anteriormente, bien sea a través de la **ampliación del conjunto de oportunidades** que supone un amigo con conocimientos informáticos, por ejemplo en “Y de quien más te fías, yo de quien más me fío es de un amigo informático que tengo y que... lo primero que hice al comprarme... al saber que iba a comprarme el ordenador... llamarle y decirle, oye! cuéntame un poco tal... y él se molestó en mir // que otros amigos que también se iban a comprar ordenadores y se molestó en mirar y no se qué, y dice, mira, por este presupuesto, que yo le dije, mira, tengo este presupuesto...¿que se puede comprar?” (N1,507:513), o bien “También con este colega, le voy, le voy a proponer, esto, que me organice unas clases digamos introductorias generales, el de hecho se ofreció el verano pasado a darnos al grupo, estábamos en Las Palmas entonces ¿no? estábamos en Las Palmas y él se ofreció como él es el único, digamos, del grupo de... de la cuadrilla ¿no? de... amigos de hace años, que digamos ha tirado por ese mundo y que ha llegado ahí” (D1,604:609)

La red relacional, pues, se utiliza de diversas formas en el contexto de la compra. Una de ellas es como medio de **obtener información**, es decir, de configurar las creencias

propias. En el siguiente segmento se puede reconocer un modelo de estrategia secuencial en términos de disponibilidad para buscar información, “A: *si, si, si no tuviese a nadie alrededor que conozca un poco el tema, realmente, sí. Leería algo, hombre no mucho, y sobre todo iría a la tienda e intentaría, entre lo que me pueda explicar el de la tienda y... algo más que... E: claro, porque el vendedor a fin de cuentas también es humano... A: son vendedores, claro. Pero sí que por supuesto vale la pena. Entonces si que igual me introducía en alguna página especial...*” (A1,1028:1033), es decir consultar a un amigo, y si no a un vendedor, y si no en Internet, y si no leer publicaciones. Cuando la consulta en la red relacional incluye la creencia en la competencia de la persona consultada como experto en la materia, este recurso pasa a **dotar de racionalidad** a la acción, “A: *me orientaron y me dijeron sobretodo la pantalla, ... y la memoria, pantalla y memoria y entonces me fijé por pantalla y memoria... y yo que no soy muy listo pero tampoco soy tonto dije bueno, si es alguien que sabe y le hago caso*” (A2,224:229). En este caso la racionalidad es de carácter “amplio” por cuanto no se refiere a un simple criterio para seleccionar entre un conjunto de oportunidades, que sería en todo caso estrictamente personal y sólo expresado en el mismo momento del acto, sino a la formación adecuada de las creencias que concurrirían en la elección.

En este sentido, la **amplitud de la red social** es importante en ocasiones, como en el proceso de búsqueda de información mediante la estrategia “extensiva” que refleja “y vas comentando el tema con todo el mundo que se te ocurre, con cualquiera que sabe un poco de ordenadores, que ahora es mucha gente, oye ¿sabes? vamos a comprar un ordenador ¿qué me recomiendas?” (N1,433:436)

Otra de las posibilidades de recurso a la red relacional es, no la formación adecuada de creencias en forma de información material, sino como **agente de la decisión**, como en “A: *Jump es una cadena, que trabaja a nivel nacional y que... y que, yo entiendo que no tiene mucho sentido que me engañaran. que me fió, si, si, me fió. Me fio, pero, bueno, quería ir con Luís. Porque era un soporte más para mí... para convencerme y decir este. ja ja ja.*” (A1,489:496), o en ... En tales casos la renuncia a la racionalidad (propia) reviste casi siempre racionalizadamente la forma de “hiperracionalidad” al confiar en un experto en la decisión entre opciones incomparables para las cuales igual hubiera sido lanzar una moneda al aire y dejar la decisión al azar. En otro fragmento se expresa el origen de la consideración de experto “él tenía un Amstran negro, de estos ordenadores muy muy viejos que pues empezó a hacer el tonto y luego a raíz de él pues yo empecé a hacer informática por él porque venía a mi casa, me corregía las cosas y... E: pero con aquello, seguramente, no se podía hacer casi ná... A: bueno, no se lo que hacían. no, me imagino que jugaban y poco más. No lo he manejado nunca, pero los he visto” (A1,189:194).

Respecto a la familia también se pueden rastrear alusiones a conflictos que implican diferentes aspectos, en ocasiones enfrentados. La primera posibilidad del recurso a la red relacional es como fuente de **financiación** de las compras “Y el anterior... eh, lo compré... bueno, lo compró mi padre, eh... lo compró mi padre” (A1,381:382). Aunque la situación de **dependencia** también se expresa como base de conflictos, como en “A él le gustaría tener Internet pero tal y como tiene la vivienda es un rollo porque tiene que pasar el cable por todo, por toda la casa porque él tiene el... la casa su habitación la tiene al final de... de la vivienda porque vive en una casa de lo viejo de Pamplona y las casas son, las fachadas son muy estrechas y muy largas... entonces su habitación está al final, entonces el cable tiene que pasar por la cocina y... (...) tiene que pasar desde su hab... desde el salón por toda la cocina y... así. E: pero no pasa nada, yo me parece que dentro de casa tengo desde la entrada hasta, hasta, me parece que hay como 10 metros... A: pero tu vives sólo y Luís vive con sus padres. Ja, ja, ja, y a su madre no le hace mucha gracia... sobre todo porque tiene que pasar por detrás de todo, tiene que mover toda la cocina.” (A1,459:475). Sin llegar al enfrentamiento directo, los **intereses familiares** limitan y configuran las oportunidades ante una adquisición, como en “estuvimos mirando eso, Madritel, Madritel parece que van a poner en mi casa, al final la cosa se atrasa... luego ver si ponemos RDSI o ADSL y yo creo que al final lo que vamos a hacer es este mes que quedan... E: ¿este mes? N: que quedan 6 días de mes contratar lo de ADSL porque Terra ha vuelto ha hacer otra vez la oferta de que no te cobran la instalación, con lo cual sale bastante bien... lo que pagas es el módem... y luego que son más caras las cuotas, pero claro el problema es que en mi casa realmente hace falta... o sea, un Internet que no te... (...) que es necesario que vaya en otra línea distinta al teléfono, porque en mi casa se usa mucho el teléfono y no podemos tener...” (N2,59:74). Pero los intereses familiares y el vínculo puede igualmente no ser un fuente de conflicto sino que el ordenador puede **promover la relación familiar**, especialmente a través de Internet como muestra en siguiente fragmento, “pero bueno ahí ha descubierto que tiene una comunicación con sus amigos de Barcelona... casi a diario, porque se conecta casi a diario a Internet, que puede tener comunicaciones, pues, con gente de la familia porque yo tengo familia en México, familia en Alemania, en muchos países, entonces ha descubierto que puede hablar con ellos sin ningún problema con, con su bisabuela, su bisabuela a través de lo que es su hija, la hija de... // E: la bisabuela chateando, eso sí que... J: no, no, la ... es la, la hermana del abuelo la que chatea, pero bueno, pero habla con la abuela, y dice ‘Me ha dicho la abuela que te diga que no se qué...’, bueno, la bisabuela, y van...” (J2,255:265).

Del mismo modo se puede rastrear la evidencia de cambios de actitud promovidos por cambios **en la red social**, como en “tengo confianza en que efectivamente yo por las noches

cuando llegue a casa con mi tarifa plana y tal, me pueda sentar y... fundamentalmente es para... bueno es para varias cosas, pero una muy importante es mantener contacto con... con, digamos el mundillo que conocí en Italia ¿no? a nivel de movimientos sociales y a nivel del mundo intelectual ¿no?... sitios en la red interesantes para mí como sociólogo." (D1,482:487)

El hecho de encontrarse en un contexto familiar se incluye entre los determinantes de compra más fuertes en el caso de los **padres**, en "J: sí, sí, llevo 15 años, y mi hijo lleva conmigo 1 año... yo me divorcé... que fue cuando me vine para aquí y hace un año mi hijo se quiso venir a vivir conmigo y, bueno, durante todo este año ha estado viviendo, y claro... no le podía comprar un ordenador porque también por el tiempo que estaba no era... siempre he pensado que tenía que tener un ordenador, siempre lo he pensado, pero claro, no era... pues, este año que ya se ha afianzado aquí, y ya veía que se estaba afianzando" (J2,187:194). Aunque no se puede hablar de una dependencia respecto de su posición como padres, pues la compra del ordenador puede llegar a formar parte también de estrategias de **conflicto familiar**. En el fragmento "J: sí, sí, sólo escribir e imprimir... entonces como... su madre para nuevas tecnologías tampoco es muy dada... decía 'Bueno, ¿que hacemos? un ordenador, no, no, con ese tiene bastante y ahora con la impresora ya sobra, no se qué, que no tengo sitio en casa...', entonces no había... muchas, muchas ganas ella de meter un ordenador más en casa, entonces al final le dije que cuando viniera para aquí pues... sí, él lo pidió muchas veces, pero vamos yo le dije hasta que no vengas a Madrid o lo que sea no vas a tener un ordenador, en condiciones porque tu (madre) no quiere que tengas uno en casa a aparte de este... y bueno, así fue la historia." (J2,336:344) se podría entender que el ordenador es una herramienta en el conflicto entre esta pareja de padres divorciados. El conflicto familiar entre cónyuges es un caso extremo, en la mayoría de casos el conflicto alcanza tan sólo a los hermanos con intereses enfrentados y prevalecen las practicas de **cooperación familiar**, como en "E: es raro ¿no?, tanta gente... N: si, pero, como si tu lo quieres para jugar y otra persona lo quiere para hacer algo...entiendes que... si puedes jugar con él bien, pero si no vas a montar ahí...(ríe) un pollo, oye que me toca a mí... pues no." (N1,174:177), o en "R: (ríe) Claro, tengo... quien tiene el ordenador tiene el poder en la casa 'tengo que dormir, adiós!'... pero claro...(...) por eso vamos a comprar una mesa con ruedas... y ya está... y cuando ellos quieran hacer trabajos no me tenga que acostar a las mil y..." (R1,434:438) y "R: no, además como hemos tenido muchos problemas por el tema del ordenador cuando yo tenía que estudiar y mis hermanos tenían que hacer trabajos, o... yo tenía que dormir o lo que fuera... mis hermanos tenían que, necesitaban el ordenador, pues estuvimos pensando en coger una... ya, pues eso una mesa con ruedas y... o cambiar la mesa del ordenador y

*meterla en otra habitación, pero... era muy difícil, pero bueno, de esta forma como la impresora no se movería sino simplemente sería la CPU...” (R1,448:454)*

Por otro lado la posición del individuo en la red familiar lo vincula a las características de esa familia. En los siguientes fragmentos puede rastrearse cómo la relación familiar puede **configurar creencias** respecto a relaciones sociales en general: “D: *si, si porque además pues también mis padres... y más en estos últimos años, pocos años que digamos se han llevado el despacho a casa... con lo cual ahora está el trabajo doméstico informatizado // E: ¿quién lo utiliza, tu padre, tu madre, quién? D: *los dos. Pero diría que más mi madre.* E: *¿si, y qué hace?* D: *eee... o sea, bueno, mi padre es procurador... y entonces, esto, mi madre de toda la vida... mi madre no es licenciada en Derecho, pero de toda la vida digamos que ha llevado el despacho ¿me entiendes? toda la parte de secretaría, contactos, de relaciones, todo el trabajo relacional... y entonces, esto, y limitándose mi padre a los aspectos más burocráticos ¿sabes lo que es el trabajo de procurador, no? (sonríe)... cuestión de trámites judiciales, burocracia, ¿no?, y entonces... entonces esto... siempre he visto más a mi madre encargándose de las cuestiones de los archivos de ellos, de los casos de mi padre... casos que tienen almacenados ahí de... y entonces eso está en casa ahora” (D1,352:367), junto con la expresión del siguiente convencimiento “*toda una serie de procesos digamos como que están así juntos pues que serían de informatización del trabajo pero también de redomesticación del trabajo y de feminización del trabajo... un poco tiendo a ver, un poco tiendo a ver el ordenador como aquello que permite el trabajo de la mujer en la oficina, más asociado al trabajo de la mujer por una parte...” (D1,55:60)***

Del mismo modo la extensión de la red social en la que se insertan las prácticas que tienen como referente al ordenador pueden **delimitar creencias** en función de la configuración de esta red relacional, como se expresa en “E: *pero allí podías programar en Basic...* S: *sí, sí, por supuesto* E: *si querías, quiero decir, podías resolver los ejercicios y más cosas* S: *demasiado complicado* E: *demasiado complicado (ríe)* S: *no, eso no era operativo* E: *a nivel de programación no, y ¿a nivel de programas y tal? ¿qué? ¿no...?* S: *muy pocos, muy pocos y además todos orientados hacia el tema de juegos, E: y ¿dónde los conseguías?* S: *en la misma tienda ... la verdad es que si no me equivoco ese ordenador ya venía con unos juegos delimitados y ahí se quedo eh. venía con 5 o 6 programas y esos cinco o seis programas son los que se movieron, era demasiado complicado.” (S1,226:239)<sup>19</sup>.*

<sup>19</sup> Durante la época a la que se refiere el individuo se configuró en Barcelona una extensa red de contactos para compartir programas entre usuarios, que tuvo (y tiene) su centro en los chaflanes que rodean el Mercado de Sant Antoni. Las tiendas de informática perdieron todo interés en la venta de aplicaciones y juegos durante los primeros años 80 (al menos en Barcelona) habida cuenta de la potencia de esta red. Fuera de ella, por ejemplo, era prácticamente imposible encontrar *software* para el sistema operativo CPC de los Amstrad.

Igualmente quie con las creencias, podemos encontrar ejemplos en los cuales la red social **configure el deseo** de mantener o cambiar el equipamiento informático, así *“tengo confianza en que efectivamente yo por las noches cuando llegue a casa con mi tarifa plana y tal, me pueda sentar y... fundamentalmente es para... bueno es para varias cosas, pero una muy importante es mantener contacto con... con, digamos el mundillo que conocí en Italia ¿no? a nivel de movimientos sociales y a nivel del mundo intelectual ¿no?... sitios en la red interesantes para mí como sociólogo.”* (D1,482:487).

En general, pueden rastrearse ejemplos en los que el **soluciona conflictos con otras personas**, como *“A: el segundo, el segundo, el cambio fundamental... si el primero era para hacer trabajos y para...introducirme en la Universidad y poder hacer trabajo tranquilamente en casa y... el segundo fue por la cuestión Internet, por supuesto que seguía con la cuestión de hacer trabajos y escribir, pero era, era eso.”* (A1,685:689).

La evaluación retrospectiva que se suele hacer de los primeros ordenadores personales tiene un punto central que es la capacidad de almacenamiento. Para los usuarios no programadores el progreso técnico está positivamente marcado por la aparición de dispositivos que permitían usar programas sin tener que desarrollarlos, por ejemplo en *“S: en casa de un amigo, lo que pasa es que este tenía a lo mejor unos 2 Ks de memoria y el VIC-20 creo tenía pues 20 Ks, no?,ese era el tema y ostras ahí ya había algún programita que otro que tenía este chaval que los metía con la típica, con el típico casete E: con cinta S: exactamente. y podías hacer alguna cosa que otra y decías carai, y eso ya era una maravilla.”* (S1,79:85) se considera la cinta magnetofónica como una “maravilla” respecto a tener que teclear las instrucciones. Avanzando en el tiempo encontramos que *“N: Y me acuerdo de eso también de... eso, el primer amigo que se compró ordenador con disquetera, que decía mira el juego carga en nada y cargaba a lo mejor en... yo que sé, en 1 minuto o... E: claro lo otro era el cinta ¿no? N: el otro era en cinta que hacía unos soniditos y tal y SE TIRABA... era: lo ponemos y nos vamos a merendar, y a los cinco minutos si no le había dado por dar error nos poníamos a jugar.”* (N1,123:129), y también *“el Amstrad era ya más sencillo, eran más fácil de trabajar porque tenían sus programas con su disquetera con lo cual podías trabajar con él ¿no? simplemente requería poco esfuerzo. cogías un programa de un juego y lo utilizabas.”* (S1,179:181).

Es decir, no se valora el aparato por lo que puede hacer, sino por lo que el usuario es capaz de hacer con el aparato. Por eso se concede tanta relevancia los **“pioneros informáticos”**, que con su experiencia a lo largo del tiempo han establecido una relación diferente con las máquinas: *“y empezaba la gente a hacer el tonto y fue esa gente que ha empezado*

entonces que, la que ahora nos lleva un poco de ventaja, porque ahora ya saben muchas más cosas... no le da miedo" (A1,174:176), o bien "Y luego... al año siguiente yo conocí a un chico, que ahora es muy amigo mío, que me acuerdo que tenía un Amstran y...empezaba a hacer el tonto con el ordenador y... tenía mucha más consciencia y le tenía mucho menos miedo que yo" (A1,179:182). Con la caracterización de la figura del "pionero informático", por ejemplo, en "S: conocía, hombre sí lo típico la verdad es que conoces a alguien que verdaderamente es un manitas en este tema, el tío desarrolla, creo que empezó a trabajar en una de las delegaciones de Commodore aquí en Barcelona, desarrolló programas y el te lo explicaba pero la verdad es que te quedabas un poco descolgado, él dominaba mucho te explicaba algunas cosas pero decías no me cuadran, eh? es aquello siempre hay pioneros que ven la idea dicen ostras esto tiene un futuro lo ven como lo aplican y lo desarrollan pero tú a nivel de usuario pues ostras lo sigues pero demasiado lentamente con lo cual se te escapa" (S1,288:295), o visto desde el punto de vista de uno de ellos, "J: siii, perfectamente además, sí, era un Spectrum, era de los primeros Spectrum que entraron en España, se lo compró un amigo en Londres, que intentó utilizarlo y como no tenía NI IDEA me lo vendió a precio MUY barato y entonces yo empecé... ahí empezó MI historia de los ordenadores, año 1975." (J2,29:32), podemos ver cómo se trata de algún conocido más o menos lejano que conoce los secretos de la **programación**, "E: pero ¿sabías Basic? o aprendistes o... J: fui aprendiendo, porque tampoco... fui aprendiendo, haciendo cuatro cosillas... E: y todo eso con libros en inglés porque (X) en el 75... // J: (X) no había nada, libros en inglés... no. nada, nada, libros en inglés, practicando... y luego copiaba... luego salió uno (piensa) salió una revista, que habían programas... que tú te hacías tus juegos y así, (X) que había unas bases de datos, que te creabas tus propias bases de datos... lo máximo que sabía hacer. E: entonces no lo utilizabas para jugar. J: no, normalmente los ordenadores para jugar no me gustan casi nada, muy poco. E: pero el Spectrum la gente, había gente que lo tenía y pensaba que era una máquina para jugar solamente // J: no, para mí era un... una herramienta de trabajo." (J2,55:70), y por lo tanto se enfrenta a los ordenadores con una actitud diferente a la del usuario, representado por "S: exactamente, esa era la idea ¿ no? en cambio estos aparatitos pues estaban muy bien para jugar pero ... porque venía su programa ... pero intentas desarrollar algo más y... yo no me imagino creando a partir del Basic una base de datos." (S1,272:276).

## b2. Los modelos de satisfacción de necesidades

Si entendemos que en ocasiones se producen discordancias entre aquellos recursos de los que los individuos creen que deben disponer y aquellos recursos de los que disponen efectivamente, y a estas divergencias las denominamos "necesidades", podemos considerar que la resolución de tales conflictos pueden llevarse a cabo mediante el consumo. Esta



satisfacción, sin embargo, no está unívocamente especificada para cada necesidad, sino que puede llevarse a cabo mediante prácticas alternativas.

Como ejemplo de esto, respecto a la “necesidad” que consultar información a través de la WWW, la satisfacción puede producirse bien comprando un ordenador nuevo, bien comprado un ordenador reciclado, o alquilando un equipo informático, o haciendo uso de los ordenadores de locutorios privados o cibercafés, utilizando recursos públicos restringidos como las salas de ordenadores de las Universidades, utilizando recursos públicos no restringidos como los de salas informatizadas de Centros Sociales o Bibliotecas públicas, o utilizando recursos privados gratuitamente como el ordenador de algún conocido, o bien utilizando el ordenador del trabajo. Cada una de estas opciones por separado no forman un modelo de satisfacción, sino sólo cuando se integran de forma coherente y sistemática con otras opciones que tienen que ver con aspectos de la vida cotidiana diferentes a la consulta del WWW, como por ejemplo la educación de los hijos, la dieta alimenticia, el modo de transporte, la actitud ante el uso del entorno natural. Habitualmente estos modelos toman la forma de metapreferencias o preferencias de segundo orden, como en el fragmento *“D: no, a este viejo... es que de hecho lo pregunté (X) mis hermanos a ver si... podía yo reutilizar este, porque yo tampoco, no era mi intención comprarme uno nuevo, si hubiera podido readaptar, pero me dijeron que es imposible, me dijeron que no se puede, no se puede poner módem, que no se cuantos... que es muy lento, que es muy antiguo, entonces no... E: mm, mm. D: no, creo que como poder se le podía poner un módem ¿no?, pero, pero, pero como que...”* (D1,464:471).

Respecto al objeto del presente estudio, la compra de ordenadores domésticos, las alusiones conflictivas que hacen referencia a formas alternativas de satisfacción se concentran en el tema del reciclaje de equipos y el acceso a través del mercado de **segunda mano**. Se trata de un mercado que responde a **necesidades específicas**, bien sean **técnicas**, como en *“S: no lo veo tan claro, si fuese para mí diría, bueno, tengo este programa, tengo este y este, son los tres que voy a mover... o los cuatro o los cinco, rápidamente me iría al mercado de segunda mano, lo tengo clarísimo”* (S1,682:684), o sean **económicas**, como en *“A: ¿qué es mejor..? yo accedí a esto por qué... porque no, no encontraba...otra forma de ... de comprar un ordenador así y por el dinero, si hubiera habido tiendas o comercios de... o establecimientos de segunda mano que vendieran ordenadores de segunda mano y de ocasión portátiles y en buen estado pues hubiera hubiera ido y hubiera comparado... pero no hay, es lo que te da la”* (A2,250:256). En todo caso, un mercado considerado secundario, como se verá más adelante en el apartado dedicado a las motivaciones de compra expresadas (véase página 358).

Un aspecto destacado en los fragmentos es el de la **ampliación del equipo**, o la amplitud inicial de sus prestaciones y en este aspecto se expresan diferencias notables que pueden ser atribuidas a modelos de satisfacción diferentes, así en “S: no me importa comprar algo más barato en principio, pero que después cuando vea la necesidad, cuando la necesidad me (X) y diga ‘ay!, esto me es útil, esto puedo usarlo’ ¿no?... ahora... COMPRAR algo que no se si verdaderamente mañana lo vas a usar... se me hace un poco cuesta arriba... prefiero, ya te digo, tener algo abierto pero más barato y después irle aplicando lo, lo que vea que... (X), eso que dices ‘Mira me lo pones todo el paquete y lo que quiera lo usaré y lo que no, pues mira, oye, ya lo tengo ¿no?’ (XX) (pues eso no), prefiero usar lo que realmente (llegue) a necesitar...” (S1,858:865) la opción es no comprar sino lo mínimo, como en “N: el DVD, no, no lo hemos comprado con DVD. E: ¿no? N: no, a mí me parecía... un gasto... que ahora lo... le tenias que poner unidad de CD-ROM además porque si no el DVD lo acabas usando como unidad de CR-ROM y te lo cargas. Y ahora mismo que no, ni tienes películas, ni... está... es un sistema que se está instaurando pero que de momento está en los inicios, y cuand... ahora mismo no lo necesitas... desde luego en informática debes comprarte lo que vayas a necesitar porque comprarte para el futuro es una estupidez porque a los 6 meses ya no te vale para nada, y es algo que ahora no necesitas y que, que en el futuro va a estar más barato y más accesible, entonces... es... no lo necesitábamos y no lo hemos comprado.” (N1,617:627), y también “Pero comprar... eso, comprarse lo primero creo que es mal negocio por que te sale carísimo, o como el primero que se compró un CD, que los primeros me parece que no tenían ni para seleccionar la pista, que ya ves tú la gracia... del CD. Te sale carísimo, luego el, el material, el suministro, el CD te sale carísimo. Pero claro, luego ya cuando se generaliza, más barato, es el momento... a lo mejor no tan tarde (ríe) como nosotros... que alguna cosa, te da la sensación que te lo has comprado muy tarde.” (N1,634:640). En contraste con esto encontramos fragmentos que expresan la opción de aprovechar el acto de compra para adquirir equipamiento extra, como “R: y bueno pues un DB... un DVD pues si lo compras por separado te va a salir más caro, y... no es compatible ni con la televisión y para ponerlo en la terraza tampoco... no tenemos mucho interés porque, además, la televisión de la terraza es muy pequeña, pues prefiere pues eso si es posible meterlo en la habitación” (R1,147:151).

Respecto al reciclaje cabe destacar que es un elemento de aparición constante a lo largo del discurso y siempre esta asociado a **creencias** valorativas al respecto que ligan la opción del reciclaje al las necesidades, como en “R: (ríe) (X) 486... que, que nada... que básicamente es por eso... yo, al meter aquí Internet es complicado (se refiere al actual, es decir el del dibujo, ha escrito 486 en la torre), porque... (...) se puede hacer, pero va muy lento, aparte que cada

dos por tres estamos llevándolo a reparar por que no funciona” (R1,118:123), y también a la utilización concreta, como en “sí tengo un 486, en casa. ¿no? pero antes tuve 286, de desguace eh. aquello que dices bueno alguien no lo quiere, lo recuperas, te lo llevas a casa, lo pones en marcha y a ver que tal funciona, ¿no? ¿qué hacía? E: y. con aquello ¿qué? S: NADA” (S1,397:401)

En un apartado posterior se analizará el discurso expreso referido a la motivación, y allí se podrán encontrar las referencias al mercado de segunda mano, por el momento se considerará otro aspecto que no tiene que ver con la resolución concreta de la compra, sino con la cuestión, más general, de estos sistemas de preferencias que denominamos modelos de satisfacción. El aspecto mencionado es la actitud ante los equipos informáticos una vez que se ha comprado un sustituto, incorporado en el ciclo de uso del producto.

El destino subsiguiente de los ordenadores puede rastrearse a través del discurso en fragmentos como “J: ahora sí, porque los puedo reciclar los ordenadores, con la empresa de mi mujer puedo reciclar los ordenadores (¿ves?) a veces... y encima todo el material que yo me compro... muchas veces ellos (X), yo lo compro, lo pruebo y a veces y a veces pasará a la empresa... y a veces no.” (J2,157:160), en el que se **recicla gracias a la red relacional**, como también en “J: no, y los antiguos cuando en la empresa se renuevan, pues // E: los antiguos quería decir el Spectrum y todas aquellas cosas, que ahora van muy buscados, por cierto... J: el Spectrum... yo lo regalé. yo tengo una costumbre ya de hace muchos años: yo dejo en préstamo todo lo que tengo, lo antiguo, lo voy dejando en préstamo, por ejemplo ahora hay... tengo un compañero de trabajo que tiene un, el, el, el híbrido porque él en casa lo único que hace es escribir poesías y cosas, y con el híbrido tiene bastante y el híbrido se lo... lo tiene él en préstamo, que hace cosa de 6 meses pues lo cambiamos por el otro, por un... 486 que ya para la empresa no vale, pues como el otro ya era viejo, ya le estaba empezando a dar problemas, no hay recambios, pues claro... el otro, se desguazó y ese ahora lo tiene él, un poco es un sistema como de préstamo... indefinido...(ríe) para que la gente aprenda, trabaje y... juegue.” (J2,170:182).

Estos contactos personales están marcando fuertemente las **oportunidades**, como se vio en un apartado anterior referido al ámbito relacional, por ejemplo “J: siiii, perfectamente además, sí, era un Spectrum, era de los primeros Spectrum que entraron en España, se lo compró un amigo en Londres, que intentó utilizarlo y como no tenía NI IDEA me lo vendió a precio MUY barato y entonces yo empecé... ahí empezó MI historia de los ordenadores, año 1975.” (J2,29:32), o bien “N: pero pasa mucho eso, que la gente cambia de ordenador y no sabe dónde colocar el antiguo. Es como pasa ahora un poco como con los móviles... que la gente dice, bueno, tú que no tienes, y entonces la gente empieza por un ordenador que te suele dejar alguien, que ya no lo usa, (risa) que a él ya no le vale, pero que para ti que no tienes ordenador... te viene fantástico. Por ejemplo mis primos, que no... saben nada, ni de ordenadores ni de

informática, pues su tío cambió de ordenador y les dejó un 486... y ahora les va... con eso se van ya apañando, ya cuando ya le cojan más el truco, o por Internet o lo que sea...ya cambiarán.” (N1,263:271). De hecho en ocasiones se cuenta con el recurso a este **“mercado” oculto** de equipamiento informático, como expresa “para probar... pero yo ya había dicho eso, coger algún módem que a alguien seguro que le sobra porque de estas cosas que cambias, que cambian, que igual que cambias de ordenador cambias de módem, y probar el acceso telefónico normal” (N1,671:673), o en “por ejemplo, ah! tenemos escáner... que no te lo he dicho. E: no. N: pero no es nuestro era, es de mi otro hermano que nos lo ha prestado... pero tampoco he hecho muchas cosas con el escáner... E: ¿no? N: lo he probado un poco tal, tal, he probado algún fichero que he mandado por Internet pero no, no he imprimido ni nada, como la impresora no es como para, para imprimir.” (N2,184:192).

Dadas las características del objeto y su utilidad relativa a aspectos esencialmente sociales, como la aplicación de las innovaciones tecnológicas (no las innovaciones en sí) o la posición en la estructura productiva y relacional del individuo, se desencadena un **ciclo de vida ampliado** del producto, como en “Y vamos..., pero que... yo creo que está bastante justificado después de 10 años cambiar de ordenador (risa)... que ya no podemos... oh, todavía le podemos sacar más rendimiento, es lo que te decía yo // E: evidentemente no lo vais a tirar. N: se lo va a quedar mi hermano. El ordenador... mi hermano, que se va... se cambia de casa ahora, se va, él se lo queda y él se... él le seguirá sacando partido, claro.” (N1,255:261), o en “O sea, es verdad, yo esto no me acordaba, yo en los últimos tres años o así he tenido este ordenador VIEJO de... que fue el primero que hubo en mi casa, bueno y cuando ellos compraron el equipo auténtico que tienen ahora ese ordenador yo lo cogí y me lo traje para acá porque yo lo necesitaba para la carrera, para los trabajos de la carrera, como procesador de...” (D1,408:413).

En otras ocasiones **el ciclo se detiene**, como queda expresado en “lo tengo en el trastero, ni me lo planteé. ...no, pero me da vergüenza pasarle eso a alguien porque si yo... pensé llevarlo a algún rastro o a alguna asociación de... pero luego dije lo dejo en el trastero y si me lo pide alguien se lo doy, si no me lo piden yo por mí mismo no lo voy a ofrecer, me da un poco de palo ofrecer eso porque es algo que yo no quiero y...” (N1,338:346), o en E: ¿dónde, dónde fue a parar ese?, ¿lo recuerdas? S: probablemente, probablemente a la basura, esto era invendible, por completo.” (S1,188:189), y también “¿qué hicistes con el 286 que...? S: basura. (X) basura. E: y con este ¿qué harás? S: me imagino que lo mismo... no creo que nadie quiera comprar un 486 hoy en día ¿no? en el 2001, no...” (S1,544:548).

## b3. La posición en la estructura productiva

Podría fácilmente afirmarse que el ordenador personal comparte la doble condición de herramienta de trabajo y de artefacto de juego. Está por ello especialmente vinculado al **mundo del trabajo**, a través de la posición ocupada en la estructura productiva/reproductiva por el individuo. Hay que entender “trabajo” en un sentido suficientemente amplio como para incluir las tareas propias de individuos dedicados a los estudios, como población que se relaciona de manera habitual con los ordenadores, especialmente en los niveles universitarios, como expresa “A: Exacto, para hacer trabajos para la universidad. Fundamentalmente para eso, eh? para hacer trabajos.” (A1, 314:315).

A lo largo del discurso se puede llegar a reconocer una **situación ambivalente** respecto a la frontera entre trabajo y ocio, como en “Y bueno, y trabaja poco, lo que si nos mandamos es muchos correos y tal, pero ahora con lo de que la inviolabilidad del correo en las empresas no se si le podré mandar porque... me manda fotos, le mando fotos, y eso...” (A1,478:481), aunque, en general, el trabajo resulta en una **determinación** de los actos de compra.

Puede presentarse como inhibidor por el **conflicto de tiempo**: “A: sí, y entonces se compró...pero Luís al empezar a trabajar en una fábrica y...y estar mucho tiempo en el trabajo ya casi no toca el ordenador. No lo toca, porque... (...) tiene escáner, tiene... toca poco comparado con lo que antes hacía, tiene escáner, modifica alguna foto, pero...” (A1,454:459), o “R: Y...luego, pues eso, ya por el barrio he preguntado, y nada, pues también tenía ganas de ir pues a Alcorcón que está el MediaPark o... pero claro, tampoco no se ¿sabes? es falta de tiempo, porque entre semana no tengo tiempo para mirarlos y... y el fin de semana... al final lo dejas.” (R1,375:378), o “si, es un distribuidor, pues pensaba llamarles lo que pasa es que claro el horario de atención pues coincide con tu horario de trabajo y... cuando más te informan no es por teléfono es cuando asistes allí, y... bueno...” (R1,411:413), y también “y no tengo que por ejemplo aprovechar (X) la comida que a lo mejor estoy aprovechándola en otras cosas que...irme a un... cibercafé.” (R1,186:188).

En otro sentido puede presentarse como determinante positivo al **imponer un determinado nivel** tecnológico al individuo. Así en “pero bueno, cada vez, claro los programas nuevos no los puedes usar... o, en los ordenadores del trabajo, si tu haces algo, luego... te lo quieres llevar al tuyo... te da problemas de memoria... te da problemas de todo.” (N1,219:222), o “ahora nosotros, como con el otro ordenador apenas podías hacer nada, o sea, por ejemplo yo también lo utilizo para contabilidad, para... ahora tengo la última versión del ContaPlus que también la tengo en el trabajo y pse, puedo trabajar en casa...” (N2,106:110), y también en “J: no, yo creo que es una... sí, porque yo tengo muchos compañeros de trabajo que por no manejar la informática pues tienen problemas, pero claro, es que ahora la

televisión está basada en equipos, por lo menos, que tienen teclado... específicos a lo que son, que a lo mejor no puedes hacer más que... pero claro, tiene funciones y tal... es un ordenador en realidad, limitado... y, les cuesta mucho, no pueden acceder a muchas cosas, entonces cuando hay promociones siempre se quedan los últimos..." (J2,483:489).

Este efecto de determinación fuerte se expresa especialmente en **momentos de ruptura** y cambio en el trabajo que ocurren junto a cambios en la relación con los ordenadores, como expresa "S: fue radical, dejé la parte industrial, y me pase a un tema más, más comercial con lo cual pues carai, dejaba la industria plenamente ... para pasar a un tema más... quizá mas administrativo porque necesitaba ya una base de datos, tener unos clientes poder relacionar las visitas a esos clientes pues ... no se con, por ejemplo, la idea que yo tenía es tener un listado de clientes y poder relacionarlos con una situación geográfica" (S1,444:449), bajo la forma de un cambio en las condiciones de trabajo, o "yo digamos como que me empecé a interesar en el tema de los ordenadores por mi trayectoria de estudios también que es también esto de la sociología ¿no? y concretamente dentro de la sociología del trabajo, de las relaciones de trabajo, de las relaciones industriales..." (D1,49:52), bajo la forma de un cambio en la atención.

La **obsolescencia** de los equipos informáticos domésticos depende menos de sus características técnicas que de las aplicaciones ("software") que se usen en el entorno de trabajo u ocio del usuario, como se expresa en "pero a la gente, me extraña que hay mucha gente que el MS-DOS... no lo conoce, y dices si no es de hace tanto en realidad, o sea es... todavía hay programas que, que son útiles y que funcionan con MS-DOS. y la gente no...la gente el MS-DOS es como...(...) pero yo tengo... yo uso el windows, pero también el MS-DOS, o sea... que no, que no es una cosa que (X) hace 8 años, sino realmente 5 o... desde el Windows 95 que..." (N1,292:301); por ello los cambios frecuentemente se asocian a innovaciones en las aplicaciones, como en "J: o sea, ya realmente NECESITO eso para que los programas me funcionen, o sea, ya no es... yo ya no voy por hardware sino que voy por software... cuando necesito aumentar por software aumento... ¿tú sabes lo que me pasa? con toda la tecnología DV y con el FireWire y con lo que es el Adobe Premiere, la versión 6 de Adobe Premiere... ya me ha pedido que aumente ya y a lo mejor ahora hago un cambio... entonces, me compré la placa FireWire, me compré un disco duro FireWire pero ya es por lo que YO necesito de trabajo, ya no voy a la última" (J2,131:137), o en "otro motivo a parte de Internet que es que yo quería poner ContaPlus, aquí usamos, aquí e en el trabajo usamos el antiguo pero ahora ya con lo del euro tienes que poner el nuevo imperativamente, y tampoco lo puedes poner..." (N1,251:253). Los determinantes de la obsolescencia de un equipo, pues, no hay que rastrearlas en las innovaciones tecnológicas

en el campo de la micro-informática, sino en los **contextos relacionales e institucionales** de los individuos, como, en los ejemplos recién citados, el trabajo.

Como puede verse en “N: *no, a mí sí me gusta. (...) no, no creas que trabajo mucho, pero de todas maneras... como, bueno, sólo trabajo por las mañanas tengo mucho tiempo por las tardes, eso... y hay mucho bullicio allí en el trabajo, hay cosas que las quiero pensar y hacer tranquilamente en casa... digo, ya me lo miro en casa con más calma. (...) y además eso, como yo estoy en la puerta, pues cada dos por tres que si coges el teléfono, viene alguien te interrumpe, pues cuando tengo que hacer algo de... me gusta hacerlo tranquilamente en casa...” (N2,115:129) la imposición puede llegar a traspasar el ámbito laboral para instalarse otros espacios de la vida cotidiana, mediante mecanismos de **formación de creencias**. La influencia de la condición laboral en el modelado de las creencias del individuo se extiende más allá del ámbito de la informática, como expresa el siguiente discurso de un joven inactivo: “E: *y, bueno, ya me lo has dicho, que este segundo... bueno, ni cuando te compraste el primero ni cuando te comprastes el segundo currabas... A: no, bueno, si, cuando me compré el segundo... (...) trabajo fijo estable no E: lo que hacías era... estudiar. A: si. E: no tienes trabajo fijo estable. A: no tenía, no, no tenía... ni tengo, vamos, ni creo que tenga ya... Ya sabes que el periodo de trabajo va a ser ahora menor que el de jubilación o el de... (...) je je...de hecho cada vez, ahora hay más gente cobrando subsidios que trabajando...en este país.” (A1,649:666), pero se puede comprobar cómo las creencias sobre los ordenadores están fuertemente guiadas por la posición en la estructura, así “te das cuenta que ahí con un microprocesador de 8 bits puedes hacer lo que verdaderamente te de la gana. yo creo que hoy día en la industria no hay ningún... ninguna máquina que no la puedas mover con un z80, puedes hacer verdaderamente lo que quieras.” (S1,340:343)**

Uno de los escenarios de conflicto más recurrentes a lo largo del discurso es el que viene definido por la posición del individuo en términos de **clase social de referencia**. El fragmento “E: *un Spectrum... ah, tu hablas de tus amigos... N: no. pero todos, todos mis amigos... tenían los ordenadores. nosotros nada. hasta que no compramos el 486... siempre trabajando en... siempre jugando en la casa, en las casas de mis amigos.” (N1,97:100) , o bien “Y todos estos ordenadores, pues eso, los ordenadores de mis amigos, te hablo de cuando tenía 12-13 años” (N1,66:67) aluden a esta diferencia en la posesión de equipamiento, pero no expresan es aspecto social tan concretamente como “no es como el colegio donde iba Dani en Barcelona que es... bueno, el iba al Montserrat, que es, vamos, Sant Gervasi, ahí ya pues todos sus amigos sí tienen ordenador, todos se*

conectan a Internet, tienen ordenador propio o del padre... ya es otra historia" (J2,385:388) <sup>20</sup>. La referencia se establece en términos relativos y emulativos, en el sentido vebleniano, de forma que se puede configurar un estándar de **"normalidad"** como creencia a partir de la propia posición relativa en la estructura social, como expresa "N: si, si, yo estaba fuera de ese mundo, pero bastantes amigos míos tenían. E: y ¿cómo es que estabas fuera? N: porque no teníamos en casa." (N1,131:133), o "Nos compramos un ordenador, yo recuerdo, bastante tarde para, para lo que es la gente... lo que la gente iba teniendo ordenador, yo recuerdo que ya era bastante tarde." (N1,143:145), y también "nosotros más bien en mi casa siempre ha sido lo, lo contrario. De los... siempre hemos tenido el ordenador tarde, el video tarde, el CD tarde, bueno tarde, tarde en comparación a la gente que conoces que la gente lo tiene" (N1,631:633).

Uno de los componentes de la posición de clase es la **disponibilidad de recursos económicos**, y en ese mismo sentido se expresan diversos fragmentos conflictivos que permiten vincular posición directamente con acto, en forma de **limitación** y a través de la capacidad económica. Así, por ejemplo "ahí claro muchos padres comprar un ordenador..., claro, pongamos como nos pongamos un ordenador más o menos último modelo, o normalillo de oferta son 120 mil pesetas... 120 mil pesetas pueden ser las vacaciones de la familia, cuando se van a su pueblo, y pues claro ese dinero hay que tenerlo guardado, entonces... eso también se nota, eso se nota" (J2,380:385) <sup>21</sup>, y en el mismo sentido se expresa "Pero en aquel entonces, que a ellos ya... yo tenía 12 y mi hermano mayor ya debía tener 20. Pero no... no sé si, no teníamos ordenador en casa, por lo... yo supongo que por una cuestión de... de dinero. Que lo considerarían un lujo mis padres y no, con 20 con 18 años tampoco tenían dinero ellos y no." (N1,139:143), o bien "R: que, que vamos... habrá poca gente, por lo menos en mi barrio, que tenga licencias originales." (R1,544:545).

#### b4. La oferta y la disponibilidad del mercado

La disponibilidad de equipamiento, entendida como la probabilidad de acceder a lugares donde sea posible al adquisición de ordenadores domésticos, es uno de los puntos más destacados de los discursos generados durante la práctica de entrevistas. Un primer aspecto relevante del mismo es la alusión a la **competencia entre los diferentes distribuidores**, como en "A: pero hablando de la CPU, cuando preguntaba precios de CPU sí que había diferencias, entonces me imaginé que igual unas eran mejores...pero, luego me dijo mi amigo que igual

<sup>20</sup> Se refiere a un habitat que puede considerarse de clase alta, en Barcelona.

<sup>21</sup> Se refiere a un habitat que puede considerarse de clase media y baja, la zona de La Frontera (o "El triángulo de Oro", entre Bravo Murillo y Castellana), al barrio de Tetuán y la Ventilla, en Madrid.



no, que igual simplemente era cuestión de la cadena que era más cara...entonces dices, bueno, entonces donde está la diferencia, que yo creo que tengo un módem (piensa) ¿qué módem tengo yo? coño no me acuerdo ahora de la marca... porque también creo que comparamos un poco marcas, o sea, componentes y más o menos eran los mismos. Y el precio era... por lo menos en uno sí que comparamos los componentes... y entonces vimos que el precio era distinto, y que la otra era más cara, pues porque era más cara." (A1,804:812), y también en "lo que te he dicho antes, suele cambiar de la tienda más barata y más... ¿sabes? antes... hay mucha fama con DEIMA, no se si alguien te... que está por la calle Magallanes, aquí cerquita también... pues... también tienen unos precios muy baratos y tal..." (N1,735:739). En definitiva esta competencia será aprovechada por el comprador como criterio de decisión, como en "hemos mirado por unas cuantas y había una en Embajadores, cerquita de mi casa también, que estaba bien de precio y tal, pero a última hora... bajaron los precios en la otra y eso, con el mismo dinero te daba para poner más cosas (sonríe)" (N1,688:691). En ocasiones la **disponibilidad es muy limitada** "S: sí, sí, sí fue en una tienda de electrodomésticos, total y absoluta eh... del barrio, sí, sí, podías comprar una nevera, una lavadora y además TENÍAN ordenadores ¿NO? E: porque no había tiendas de informática entonces... S: no, no, no E: por eso te pregunto dónde se compraba S: era una tienda de electrodomésticos..." (S1,200:207), y en ese contexto de mercado se pierde la ventaja de la competencia anteriormente mencionada: "S: con lo cual, verdaderamente se ajustan más ¿no?, yo creo que lo peor que puede existir es comprar en una tiendecita que esté, pues, no sé, en una pequeña capital de comarca ¿no?, en la... donde la competencia es mínima, cuanta más competencia mejor, sí, sí." (S1,759:762)

La conciencia de esta competencia puede promover la búsqueda de más información. La **disponibilidad pública** de ordenadores, en términos de modelo de satisfacción (véase página 337), también se expresa discursivamente como un determinante para promover un proceso de compra, por ejemplo, en el caso del acceso en instituciones educativas como en "A: Sí, teníamos acceso a las salas estas pero estaban muy masificadas, y era un auténtico... coñazo, vamos. Y tenias que pedir un día hora, luego... terminar el trabajo en una hora pues es imposible, pedir otro día hora, a su vez imprimirlo... Había una sala, entonces cuando yo estaba había una sala y había muchísima gente. Entonces, claro." (A1,315:321).

El otro aspecto relevante es la **disponibilidad real de componentes informáticos** en la localidad de referencia. Por ejemplo, en Pamplona "E: si, o sea, hay algún sitio allí en Pamplona que tu digas yo quiero un ordenador así así y así, pero la pantalla no la quiero así sino así y el disco me lo pones de 80 Gigas no de 30, o... A: seguramente que si que hay algún sitio, yo creo que sí, creo que hay uno, pero... entramos estuvimos un momento y nos fuimos." (A1,733:740), aunque

parece que está bien surtida de tiendas detallistas de sistemas informáticos pre-configurados, respecto a las tiendas *“Bueno, qué puede haber, puede haber 7 u 8 punteras que tengan todo, más o menos. Fuimos a 4 o 5 para hacernos, más o menos, para hacernos un listado de precios y de referencias de ordenadores, y el más barato fue el de Jump”* (A1,404:407).

En algunas ciudades existen zonas con una **oferta de tiendas de informática** especialmente concentrada <sup>22</sup>, mientras que otras carecen de ellas, repartiéndose la oferta y dificultando el proceso evaluativo de adquisición: *“Por el centro hay unas cuantas... y tal, pero no, no hay una calle que... y si la encuentras... (ríe) me llamas y me avisas, (rápido en voz baja) no se me puede escapar eso a mí. E: si, si. no si ese sería el gran, creo que ese sería el gran descubrimiento de la investigación. N: (ríe) o como proyecto final... puedes tú montar una calle (ríe) y ponerlas todas ahí, seguidas, estaría bien //”* (N1,757:763), o bien en *“N: no, no, que te quiero decir... por ejemplo fuimos por Bravo Murillo y había unas tres, y por aquí por el centro siempre encuentras pero claro... depende de qué... pero desde luego no hay una calle que estén todas las tiendas de ordenadores... E: qué raro! N: pues sí, porque por ejemplo para cosas de sonido está la calle Barquillo o...”* (N1,716:721). Sin embargo se apuntan algunos criterios para evitar estas tiendas pequeñas a favor de los mayoristas y distribuidores, en el fragmento *“S: evidentemente ir a comprar un mayorista de informática, o lo más parecido a un mayorista de informática, porque ahí es donde encontraré el mejor precio, y además... si tengo suerte, el mejor comercial”* (S1,708:710), así como en *“S: yo no se si quizá por deformación profesional ya buscaría los mayoristas... de entrada quizás no tengas el mejor, el mejor, el mejor servicio porque me imagino que a lo mejor en una cadena de las importantes al lado de casa pues bueno ahí (incluso) puedes tener... el mejor servicio, pero yo me imagino que el mejor material, o el material más técnicamente avanzado lo puedo encontrar en un mayorista, que quizás toque también temas más... profesionales, yo creo que sí, eh... y ahí es donde quizás encuentres las novedades que puedan estar más tiempo en el mercado... en Vobis y todos estos, pues no se, tenderán a colocarte la, la generación que está a punto de sucumbir ¿no?”* (S1,721:731)

Una opción actual a las tiendas minoristas son las **cadena de tiendas** de informática que se han extendido a partir de un sistema de franquicias *“D: lo, lo compramos en, esto se encargó mi hermano de la compra y lo hizo en una sucursal en Segovia de JUMP, que me parece que es una multinacional, es una multinacional y ahí, ahí lo compró.”* (D2,184:186).

Actualmente otra vía de disponibilidad es la compra **a través de Internet**, como en *“A: pues lo compré en AWS por, por, por Internet. vi la oferta que había y ...en función de la oferta, pues, decidí ... y en función del precio, por supuesto”* (A2,73:74)

<sup>22</sup> Es el caso de Rambla San Antonio/Muntaner/Sepulveda en Barcelona, o de Tottenham Court Road en Londres.

Como **criterios para elegir** entre tiendas diferentes se apuntan: la **experiencia anterior** conocida, en “lo que pasa es que ahí ni lo miramos porque... un par de amigos compraron ahí y luego se les fastidiaba el ordenador, tardaban tres meses en dárselo... entonces, claro, que lo mismo eso es una lotería (recupera el corte anterior), yo creo que en realidad eso luego es una lotería que te puede pasar en cualquier lado, pero cuando ya tienes la experiencia dices, ¿Por qué me voy a arriesgar?...” (N1,739:743) y el **servicio postventa**, en “N: antes, pues antes de comprarlo miraría en unas cuantas tiendas... y luego... pues igual que hemos hecho ahora y luego eligió pues la más barata y una que se fiaba de los servicios... postventa, bueno, si tienes un problema, de hecho alguna vez tuvimos algún problema, se nos fastidió, lo llevamos y nos lo cambiaron sin problemas.” (N1,195:199). Sin embargo el criterio más reiterado es el de la **“tradición”**, expresado en numerosos fragmentos, como por ejemplo “pero bueno, como la otra es una que lleva varios años, que conozco gente que fue a comprar allí y no le ha dado problemas, que era más barato, y que te dicen que tiene buen servicio de atención al cliente, pues dices, bueno pues aquí. Y por eso lo hemos comprado ahí.” (N1,695:699), o en “por lo visto un mayorista de informática que funciona muy bien es PRICOINSA... más que nada porque ha sonado mucho ese nombre desde siempre ¿no? no hace 4 días que están en el mercado... y por lo visto tienen esa relación medio profesional medio doméstica... (sería verdaderamente interesante) creo yo, eh...” (S1,742:746). Podría parecer contradictorio el uso de la “tradición” como criterio de compra de equipamiento tecnológicamente innovador por definición. Parece que la mayoría de entrevistados lo consideran como un razonamiento vinculado de algún modo a un mecanismo de selección natural en un ambiente cambiante de fuerte competencia. Detrás de este argumento hay la creencia de que si una tienda “sobrevive” es porque se ha adaptado eficientemente, pero este razonamiento es falaz pues las “mutaciones” en un sistema dinámico regido por selección natural son aleatorias, mientras que la adaptación de las tiendas se realiza sobre una base de 1) innovaciones tecnológicas diseñadas de forma escalonada, 2) las demandas de los compradores no son aleatorias, ni siquiera autónomas respecto a la oferta y otras maniobras de mercadotecnia. Por ello no se puede cabalmente emplear el símil de la selección natural, aunque aparece, como en “aunque las tiendas de ordenadores ya se sabe, desaparecen de un día para otro, pero bueno... E: hombre, desaparecer... N: sí, hay muchas tiendas que aparecen y desaparecen.” (N2,36:39), o en “N: creo que se compró en una tienda por Moncloa, que era... bueno esto de las tiendas, ya sabes, de repente esta es la más barata de Madrid, luego esta es la más barata”

*de Madrid, van cambiando mucho. (X) van diciendo los amigos y tal, y eso lo compró mi hermano Diego creo que por una tienda que estaba por Moncloa porque se lo aconsejaron.” (N1,186:190).*

Es importante la creencia en la **fiabilidad** de la tienda, como en “N: *pues lo compramos en una tienda que se llama COMPU, COMPUTEK que está por Plaza España, vamos, ahí después de comparar varios precios pues era la más barata. E: pero ¿es una tienda o una cadena? N: tienda, creo que hay dos en Madrid...creo que hay dos... pero vamos, debe ser independientes, debe ser una cadena pero... no creo que tenga que ver mucho, como franquicia o algo así, y que no creo que tenga mucho que ver la una con la otra... nada lo compramos ahí porque había, al final de mucho comparar, había dos muy parecidas y esta ofrecía un poco más... y además daba más fiabilidad porque ya conocíamos gente que lo había comprado allí y que no había tenido problemas, y lleva ya varios años abierta... te da un poquito más de fiabilidad.” (N2,25:36); una fiabilidad que es una creencia que puede proceder tanto de informaciones veraces como generarse por mecanismos de “racionalización de la esperanza”, como en “A: *lo que pasa es que yo creo que dos o tres años se han hecho con el mercado y funcionan bien y esa es su base vamos (...) si no, no... no venderían lo que venden en un año se hubieran se hubieran descubierto como ha pasado con muchas punto com, o sea que por eso no hay ningún problema” (A2,186:191)**

Un momento de conflicto habitual es el de la confrontación entre comprador y vendedor, expresada como **intento de manipulación** en “o según lo que te quiera vender. Tienen una grabadora que le quieren dar salida, no no esta el MUY buena, no se qué... los otros no tienen la HP te dicen no no la HP da muchos problemas... que eso es lo que te digo que te cuentan en las tiendas” (N1,470:473), y en “por ejemplo, vas a... voy a una que no tienen AMD, y le dices, le digo Pentium o AMD y dice no no los AMD dan muchos problemas de compatibilidad y no se que... voy a otra que sí tienen los dos o... sea, y me dicen, no no esto... los K6 sí darán problemas de compatibilidad pero los K7 no y tal, otro que no tiene el K7 mil te dice, no, se recalienta mucho y no se qué, otro que lo tiene te dice sí pero hay un ventilador especial con disipador que tampoco te da problemas y tal” (N1,461:469). Es difícil que el usuario no exprese discursivamente su relación con el vendedor en forma conflictiva desde su **posición de desconocimiento** del tema, aun que no siempre es así, como es expresa en “N: (o sea que luego...) los mismos, los mismos vendedores tampoco saben siempre de lo que les estás hablando. Yo a veces le iba con una cosa que me decían en un sitio, se lo decías a otro, y era como, No, eso no se lo que es, o, No, sobre esto no me han dicho nada, me decían” (N1,869:872).

Finalmente, es destacable que exista una disparidad en las creencias respecto a la disponibilidad y la oferta del **mercado de segunda mano**. Por un lado aparece el convencimiento de que este mercado (en Madrid) es **amplio y fiable**, en “*J: mh, mh. sí, no, que distribuyen muchísimo, de segunda mano hay mucha cosa, sobre todo que la gente cambia mucho*” (J2,315:316), o en “*ya te digo, buscando buscando encuentras, pues como tenía el pensamiento de comprarle uno... (...) pero si hay mucha gente que se compra un ordenador y no sabe para qué hacer servir y al final lo acaban retirando porque es demasiado grande, o se han comprado un portátil... y si buscas bien... encuentras, en las tiendas de segunda mano (...) bueno es que es el mercado de segunda mano que son las tiendas estas de... venden de segunda mano, tienes 15 días para probarlo, si no llegas pum de devuelven el dinero no tienes que discutir nada ni decir... pues no me gusta o no me ha funcionado o lo que sea, lo devuelves y te lo llevas*” (J2,284:297). Por otro lado aparece la idea que es **restringido y arriesgado**, como en “*¿qué es mejor...? yo accedí a esto por qué... porque no, no encontraba... otra forma de ... de comprar un ordenador así y por el dinero, si hubiera habido tiendas o comercios de... o establecimientos de segunda mano que vendieran ordenadores de segunda mano y de ocasión portátiles y en buen estado pues hubiera ido y hubiera comparado...*” (A2,250:254), y en “*ofrecen un año de garantía que era a mí también lo que me preocupaban porque claro comprarse un ordenador no le ves...*” (A2,172:173), o “*a mí lo que me daba miedo, no? acceder a un ordenador de estos sin, sin,... sin, sin, sin verlo sin la realidad física de verlo y de tocarlo*” (A2,191:194).

Esta oferta de segunda mano es valorada desde tres distintas perspectivas: la primera (como se acaba de ver) implica que quien compra tenga **conocimientos suficientes**, expresado también en “*YA necesito asesoramiento para comprar en un ámbito de estos ¿no?, si va ha ser... te lo voy a comprar de segunda mano y tal, bueno... más más asesora... vamos, tendría que tener al lado mío a... una persona que lo pueda comprobar en el momento que me estoy llevando una pieza*” (D1,798:801). La segunda es entender que los ordenadores de segunda mano son **fiables a partir de creencias** sobre la estructura del mercado (especialmente de portátiles) y sobre el intermediario que garantiza la compra, como en “*A: no. de sobremesa no... no me fió, porque yo creo... no, no se si compraría un ordenador de sobremesa, (...) lo que pasa es que he oído, he oído, no se, que... que la gente que se compra un portátil debido a que es gente con un poder adquisitivo más importante lo cambia con más facilidad entonces el ordenador se devalúa más, y no se utiliza tanto como un fijo, los fijos están mucho más utilizados y mucho más... le sacan mucho más partido que a los portátiles.*” (A1,967:978), y también en “*ofrecen un año de garantía que era a mí también lo que me preocupaban porque claro comprarse un ordenador no le ves...*” (A2,172:174). Finalmente, aparece la consideración de una considerable **rebaja de expectativas** ligadas a la oferta de segunda

mano, es decir, se considera un mercado apropiado para equipamiento, de algún modo, secundario, como se expresa en *“de segunda mano siempre te compras un ordenador... ehhh... ahh... de una... de una gama no muy... o sea, de gama baja, claro gente que deja el suyo por... por otro, y nosotros ya que nos poníamos queríamos, pues eso, de hecho no queríamos comprar el de la gama más baja, sino uno un poquito más para que te aguante.”* (N1,768:772), en *“desde luego... mi hermano por ejemplo que tiene un portátil sólo tiene el portátil y está pensando que quiere un ordenador...ehhh... un ordenador para su casa... pantallitaaa, tecladoo, todo digital (ríe), está pensando comprarse uno de segunda mano... porque para lo que lo quiere le, le llega.”* (N1,777:781), o en *“A: el razonamiento que se hace es que es un segundo ordenador.”* (A1,921:922).

#### b5. Biografía de consumo

El **uso anterior** de equipamiento informático tiene como resultado una mayor experiencia junto con ciertas configuraciones del conjunto de oportunidades. La mayor experiencia no sólo implica conocimientos especializados, sino también una **actitud positiva**, o al menos, no traumática ante el trabajo con los ordenadores. La referencia biográfica suele hacer alusión, como contraposición, a algún amigo/familiar usuario habitual de los primeros ordenadores personales llegados al mercado español a partir de 1980. En algún caso estas practicas informáticas tempranas están desvalorizadas, como en *“y empezaba la gente a hacer el tonto y fue esa gente que ha empezado entonces que, la que ahora nos lleva un poco de ventaja, porque ahora ya saben muchas más cosas... no le da miedo”* (A1,174:176), o bien *“Y luego... al año siguiente yo conocí a un chico, que ahora es muy amigo mío, que me acuerdo que tenía un Amstran y...empezaba a hacer el tonto con el ordenador y... tenía mucha más consciencia y le tenía mucho menos miedo que yo”* (A1,179:182) <sup>23</sup>.

Respecto al efecto de **compras anteriores**, se pueden rastrear fragmentos discursivos en los que la compra tiene un carácter meramente **incremental** en función de lo ya disponible, como en *“o sea... está claro, es como si a mi me pide ahora una grabadora de CD-ROM le voy a decir que no. E: ¿no? ¿por qué? J: (X) en el trabajo donde está Celia, mi mujer, ahí tiene grabadoras y puede hacer todas las copias que él quiera... no tiene ningún problema, que se tiene que llevar archivos para allí para hacer un CD especial, tiene discos duros externos de 4 gigas que se conectan a su ordenador perfectísimamente que se los puede llevar”* (J2,443:450), o *“sobre todo que si tenía que hacer*

<sup>23</sup> Respecto a las experiencias tempranas con los ordenadores personales podemos encontrar dos tipos de sujetos, aquellos que no tuvieron ningún tipo de formación en cuanto a programación (A,D,N) frente a aquellos que recibieron algún tipo de formación (J,R,S). Para los primeros los ordenadores comenzaron siendo máquinas de jugar, y en ese grupo se registran las actitudes más negativas respecto a la informática. Se apunta este comentario destacando, sin embargo, que carece absolutamente de validez en términos muestrales, aunque se puede formalizar como una hipótesis operativa de trabajo futuro.

cosas más... potentes siempre tiene mi portátil" (J2,317:320), o en "A: básicamente... el módem y la memoria. mmm ...el DVD, la grabadora, a mí la verdad es que no me no me importa o sea no es no es algo fundamental para mí E: no te importan porque este es el secundario, porque en casa tienes A: bueno en parte sí" (A2,139:142). También para el resto de elementos periféricos y accesorios al ordenador en sí mismo, como en "me niego a comprar RDSI que además vale un pastón... porque yo me conecto en el trabajo, mi chica se conecta en el trabajo, y para lo que él se tiene que conectar de momento, hasta que no nos haga falta o no veamos que pueda hacer falta, claro, pues eso... el módem son 30 mil pesetas con la red RDSI, más 6000 pesetas al mes, más la tarifa plana..." (J2,463:467)

Por otro lado la experiencia anterior con equipos informáticos marca el patrón de **comparación con el presente**, y puede resultar en una **desvalorización**: "da algún problemilla a la hora de cerrar a veces... E: como todos N: ¿sabes? que se cierra mal, pero le dan rachas... tenía puesto el ahorro de energía, se lo quité y va mejor... pero ha ido muy bien una temporada y otra temporada le da por hacerlo otra vez... se cierra y cuando se abre, vuelves a encender... que te escanea con en scandisk ¿no? se te para otra vez, también te falla ahí, pero es que bueno es que eso pienso que te lo hacen todos los ordenadores... (...) (ríe) con el otro no pasaba nunca. (...) ...en la vida. hombre, si, alguna vez se te quedaba parado pero..." (N2,161:174). Igualmente puede resultar en una **revalorización**, del ordenador (especialmente si esta recién comprado) como en "hombre te sorprende mucho el cambio de, de uno a otro, claro, en la rapidez, y los juegos y todo" (N2,196:197)

La **reconstrucción** biográfica adquiere sentido, como ya se ha dicho, para el individuo en el contexto de su **situación actual**, de ese modo el fragmento "yo estaba en 8º de EGB en un colegio de curas, los agustinos, y mis amigos se apuntaron a un curso de informática, los sábados por la mañana...que era, ¿cómo se llamaba aquel...el sistema operativo de entonces, el...el Pascal o...? E: Pascal, Cobol... A: bueno, pues estaban dando pascal...y yo decía y yo decía, coño y esto? E: si. A: iban un sábado a la mañana, yo no iba porque no, no no... no lo consideraba... ja ja ja ja, no me apetecía, no me apetecía, no lo consideraba oportuno y realmente no sabía lo que era" (A1,130:139), está relacionado (y refuerza el sentido) con la experiencia contraria posterior "A: si, si, con el otro básicamente hacía trabajos e imprimía no hice nada más. E: Y de repente te encuentras que ya no puedes hacerlo... A: de repente me encuentro que hago dos cursos de... de...(golpea dos veces la mesa) de Internet y quiero un ordenador, quiero una unidad, una CPU para poder navegar y trabajar en la red." (A1,324:329), y probablemente con el hecho (información contextual) de que el individuo estaba valorando en el momento de la entrevista la posibilidad de inscribirse en un cursillo

bastante caro de uso del programa de cálculo estadístico SPSS. En otro caso un entrevistado expresa así su biografía: *“del Spectrum al vacío, el procesador de textos aquel, me fui a Italia y la red...”* (D1,454:455) donde destaca la referencia al los años en que los ordenadores no suscitaron mayor atención en su vida, desde su perspectiva actual de “ciudadano del ciberespacio” los años transcurridos entre el primer Spectrum y su “entrada” en la Red en Italia son considerados como “vacío”.

#### b6. La estructura de preferencias individuales (EPI)

Las preferencias expresadas por el individuo toman forma discursiva de motivaciones, por ejemplo *“es lo mismo que hago ahora, me voy estancando, y entonces, en vez de ir tan rápido como va todo el mundo, que se va comprando todo, yo espero que lo compr // que la gente lo compre, lo pruebe y cuando yo veo más o menos cómo va entonces me decanto, entonces ya voy, mh... ya no busco las últimas actualizaciones sino cuando algo ya me funciona, me funciona... pues cuando cambia todo el sistema es cuando ya me vuelvo a readaptar, sino es MUY caro, es muy trabajoso, es... siempre estas con los programas a medias, nunca manejas los programas a fondo, siempre estas...”* (J2,105:113). La mayoría de los conflictos referentes a la EPI se articulan discursivamente alrededor del tema de los motivos, bien sea para comprar un ordenador, o para comprarlo con ciertas características, o para comprarlo ahora o esperar, o para comprarlo en tal o cual tienda. Como tal, estas alusiones serán analizadas más adelante en el apartado dedicado a la motivación (véase página 358).

Aquí tan sólo destacar que la configuración caracteriológica del individuo puede promover ciertos estados conflictivos. En el fragmento *“ya de por sí Internet tienes que tener bastante paciencia, depende del ordenador, yo no tengo mucha paciencia, si encima le pongo un 486 pues yo sabía que me iba a desesperar y entonces no iba a hacer nada.”* (A1,330:333) se podría entender que se plantea un **conflicto de intereses** entre el Ego que desea una búsqueda inmediata paciente sin gasto suplementario, y el Ego que desea una búsqueda rápida postergada que implica un fuerte desembolso monetario. La resolución del conflicto puede depender de tres factores: a) el interés instrumental inmediato de la búsqueda, b) la sensibilidad caracteriológica para las demoras temporales, y c) la disponibilidad para llevar a cabo el desembolso. No se puede desechar ninguno de los factores –ni siquiera el segundo- como configurador de las creencias y los deseos <sup>24</sup>.

<sup>24</sup> Respecto al primer factor y al caso concreto del equipamiento con una funcionalidad comunicativa sin duda cabe un análisis más detallado en cuanto a la prevalencia de alguna de las funciones comunicativas señaladas por Jakobson. Aún en el caso de no existir



## Otros conflictos

A lo largo del discurso generado a partir de las entrevistas aparecen alusiones a otros conflictos que no han sido clasificados según el esquema precedente de ámbitos sino que se recogen en el presente apartado, citando algún ejemplo de cada uno de los tipos.

Aparecen en ocasiones conflictos en **el interior de los individuos**. Esto puede tomar la forma de un **diálogo intrapersonal**, como en el caso en que A: dice que un ordenador es lo mismo que un coche y al pedirle alguna explicación responde “E: (*silencio*) ¿es lo mismo que un coche un ordenador o que? A: no, no es lo mismo, pero yo...para que me entiendas o para que me entienda yo, je je” (A1,575:577) lo que indica el proceso de reflexión interna y posiblemente el hecho de que se represente cognitivamente la nueva situación que afronta (la compra de un ordenador portátil de segunda mano) como una analogía con otras situaciones conocidas. Se puede reconocer el diálogo intrapersonal en este caso en que el individuo no genera discurso para convencer al entrevistador, sino para convencerse a sí mismo. Este diálogo intrapersonal expresa en ocasiones una estructura de preferencias individual conflictiva, como por ejemplo el siguiente caso de **conflicto temporal respecto a la adquisición** de tecnología: “Pero comprar... eso, comprarse lo primero creo que es mal negocio por que te sale carísimo, o como el primero que se compró un CD, que los primeros me parece que no tenían ni para seleccionar la pista, que ya ves tú la gracia... del CD. Te sale carísimo, luego el, el material, el suministro, el CD te sale carísimo. Pero claro, luego ya cuando se generaliza, más barato, es el momento... a lo mejor no tan tarde (ríe) como nosotros... que alguna cosa, te da la sensación que te lo has comprado muy tarde.” (N1,634:640). Hay aquí un conflicto económico asociado a las innovaciones tecnológicas, pero interesa destacar el antagonismo del individuo ante la compra cuando cree que “no hay que comprar primero” pero “no hay que comprar muy tarde”. No se trata de contradicción lógica sino dos criterios de decisión que se pueden sostener simultáneamente pero son difíciles de especificar en términos de una resolución de compra, y pueden resultar en expresiones de diferentes Egos enfrentados.

En otras ocasiones los conflictos se dan **entre diferentes personas** enfrentadas. Ya se han señalado ejemplos en el ámbito de la red familiar, así como en cuanto a posiciones de clase diferentes; aquí se presentarán un par de fragmentos discursivos que aluden a conflictos entre personas marcadas por un rol definido por la situación concreta de

---

necesidad (sea objetiva o subjetiva, autónoma o exógena) de comunicación puede darse una prevalencia de la función fática del lenguaje, o mantenimiento del canal abierto, que motive la compra de dispositivos comunicacionales.

interacción. El primer fragmento expresa el conflicto entre aquellos individuos que, con los primeros ordenadores personales, programaban y los que simplemente jugaban (con programas ya hechos), así “S: además que te requería una cantidad de horas para hacer el más mínimo programa que decías bueno realmente cojo un papel y un lápiz y puedes llegar a resolver esa pequeña (xx) sin necesidad de este ordenador. ¿para que servía esto? hasta que después la primera aplicación practica que le vi es... bueno... algo tan sencillo como las graficas ¿no? tenias que generar una curva tienes una ecuación y ostras en lugar de calcular tu punto a punto con papel y lápiz con tu pequeña calculadora manual como tenias que desarrollar esta grafica veías que había un aparatito que le dabas las variables y, ostras, te lo resolvía en un momento y decías oye pues sirve para algo. pero claro, algo geométrico o algo muy matemático ¿no? es quizás lo máximo que le veía yo a la aplicación de este ordenador” (S1,129:139). De modo que hay dos formas de usar los ordenadores, la programación puede ser inútil comparada con la realización manual, mientras que el uso de un programa de representación gráfica se considera útil. Esta es la expresión de uno de los más tradicionales y ampliamente extendidos conflictos en el mundo de la informática, el de los técnicos informáticos contra los usuarios. Por otro lado podemos encontrar la expresión de un **conflicto de confianza** en “A: Jump es una cadena, que trabaja a nivel nacional y que... y que, yo entiendo que no tiene mucho sentido que me engañaran. que me fio, si, si, me fio. Me fio, pero, bueno, quería ir con Luís.” (A1,489:495) que se incluye como muestra de tantos otros fragmentos que aluden a la relación conflictiva entre vendedor y comprador.

Un mismo individuo puede adoptar roles distintos en contextos diferentes, y ello expresarse de forma conflictiva, como por ejemplo en el siguiente fragmento referido a la oposición entre el ámbito doméstico y el profesional en la compra de un ordenador clónico: “N: pero eso te sale muy caro, no te merece la pena, si yo creo que si eres... para un particular no merece la pena, para una empresa que si necesita unos servicios postventa sí, de mantenimiento constante, pero...un particular, con un clon, va que chuta. (tajante)” (N1,202:205), igualmente en “S: yo lo que veo es que si tuviese una empresa, que fuese un gerente o trabajase para (XXX) mi ordenador para mi trabajo evidentemente, me buscaría un HP directamente, o un Compaq o un ordenador de primera línea ¿no?, porque, carai! me estoy jugando las pelas ¿no? y... con (XXXXX) pero creo que para trabajar en casa, para un tema didáctico... un clónico seguro...” (S1,605:609).

Otros conflictos pueden incluirse en la categoría de **oposición entre personas y cosas**. El **propio ordenador** aparece en ocasiones como un serio oponente para el individuo, por ejemplo en “he hecho 3 o 4 cursos en el INEM y...veo que puedo hacer muchas cosas pero que todavía... todavía, je je, la relación jeje que establezco con el ordenador es de miedo, de respeto

¿no?” (A1,213:215). Como cualquier artefacto que forma parte del mundo exterior manifiesta su capacidad de presentar resistencia ante las intenciones humanas, como expresa “es más, que es más como, como una... herramienta (ríe) y que me genera más, más disgustos que... muchas veces tienes ganas de tirarlo por la ventana (X), o de darle una patadita... pero... (...) a mí no me genera ningún sentimiento... bueno sí, sentimiento de impotencia cuando ves que quieres hacer determinado... quieres utilizar un programa y no sabes cómo utilizarlo o... es impotencia pero no de afecto, o de...” (R1,259:269). Esta resistencia marca la relación entre individuo y máquina, como en “S: pero, demasiado ... ya te digo, demasiado trabajo para obtener poco rendimiento, con lo cual no le veías una vertiente útil, todavía estaba un poco dijésemos al inicio, ¿no? complicado de por sí, además, ya te digo, es el problema de siempre, lo que pretende una persona cuando te sientas delante de una maquina ... es que esta maquina te resuelva los problemas, no que te los de” (S1,264:270). Es cierto que alguno de estos conflictos son transitorios, pues afectan tan sólo al periodo de aprendizaje de uso de una innovación, como por ejemplo el paso a trabajar con un ordenador portátil comentado a continuación “A: y porque no estoy acostumbrado no escribo con la suficiente soltura y rapidez con la que debería escribir. y luego el teclado al ser distinto pues es un poco mas complicado pero yo creo que lo fundamental es ...” (A2,315:317). Pero, aparte de estas cuestiones transitorias, siempre habrá un conflicto de fondo que se expresa aquí “como orientación general el hecho de preservar tú una cierta... autonomía frente a la máquina y dar tú un valor de uso a la máquina... autónomo, tuyo propio ¿no?, independiente de lo que la máquina te pueda imponer, de cómo son los procedimientos que hay que seguir y tal, o sea, en la medida en que tú lo puedas hacer tuyo todo lo que es... pues sí, y como orientación general, claro, lo prefiero... a nivel concr... a nivel después de mi práctica concreta todavía no, me siento un poco incapacitado digamos (ríe)” (D2,427:435), aparte del conflicto personal en términos de capacidad, este fragmento indica hacia la relación conflictiva **entre personas a través de la máquina**, en relación a dos cuestiones teórica comentadas en capítulos anteriores, el “diseño” del usuario por parte de los constructores de artefactos <sup>25</sup> y la mercantilización de las relaciones sociales como fundamento del sistema económico capitalista <sup>26</sup>.

Entre los fragmentos discursivos que expresan conflictos se pueden encontrar algunos que aluden a **oposiciones entre objetos**, por ejemplo con respecto a su apariencia como en “S: quizás lo mas impactante ya te digo entre comillas es que el primer era un teclado de membrana mucho más pequeño y el otro era como un teclado de una maquina de escribir eléctrica y decías esto ya...” (S1,88:90). El que se destaca aquí es especialmente relevante como frontera en

<sup>25</sup> Véase el excurso “Diseñando al consumidor” en el capítulo sobre las teorías de consumo, página 141.

<sup>26</sup> Véase el apartado “Las mercancías como elementos básicos del consumo” en el capítulo sobre las teorías de consumo, página 145.

muchos sentidos: la oposición entre **ordenador móvil y ordenador fijo**. La comparación parece resultar favorable a los móviles, en “A: pero no sé ... incluso la propia forma del aparato ... a mí me acerca más a él, no se, igual es una tontería pero para mí es fundamental, no? es una cosa mucho más pequeña, menos aparatosa... sin, sin, sin tanto aparato alrededor...ni nada por el estilo sino que la mesa y el ordenador y el libro es como pasar de en vez de tomar los apuntes en el libro los tomo en el ordenador, no es un poco eso.” (A2,294:298), y también en “A: ya, pero... mira yo el ordenador el fijo lo tengo en casa, no? lo tengo allí en mi habitación y me agobia, no? tengo la pantalla encima, tengo la CPU abajo y no tengo espacio para dejar un libro al lado para dejar ...y tengo una mesa al lado, pero no me encuentro lo suficientemente a gusto para manejar un libro y manejar el ordenador y me despisto... y entonces (XXxxx) cuando voy a la biblioteca, por ejemplo (XXX) tranquilamente me pongo un libro y el ordenador y... trabajo mucho más a gusto.” (A2,338:344), y también en “A: y además eh.. yo creo que este ordenador, yo por lo menos con los portátiles consigo romper la barrera de lo que es la informática y escribir directamente. es que se parece mas al cuaderno y el boli que los fijos, que los de sobremesa” (A2,269:271). Sin embargo, no es tan claro que el conflicto se resuelva a favor de los móviles en “A: sí, pero de segunda mano, pero estamos hablando de precios de cien, de ciento cincuenta, de doscientas, de doscientas cincuenta... que es lo que vale un normal y te da muchas más posibilidades, no? E: no lo se, te da más ? A: el normal? un fijo? sí hombre. posibilidades eeee... técnicas, en cuanto a la composición del hardware, vamos, del ordenador ... claro, lo que puede hacer, tiene más memoria, no? E: no tiene porqué tener más memoria, se puede poner la misma ahí A: se puede poner la misma en un...? E: claro A: mh, no, no lo se” (A2,388:405). Así la comparación se establece a diferentes niveles (manejabilidad, facilidad, precio, prestaciones,...) y el conflicto se mantiene irresoluto.

Finalmente, aparecen también algunos **conflictos entre procedimientos** relacionados con el uso de ordenadores domésticos. Como en el caso recién visto sobre la utilización del ordenador frente a dibujar manualmente una gráfica, se dan situaciones discordantes entre resolución con o sin ordenador, aludidas en este caso: “A: no escribo con la suficiente rapidez para, para asociar lo que leo en el libro con el, con lo que apunto me pierdo un poco en en el en el propio acto de escribir y se me van las ideas ... y con lo que ... de la otra forma no, de la otra forma pues ... en el folio a la vez que apuntas te vas quedando con alguna idea. con el ordenador me pasa eso, que todavía no lo consigo, no? eso con el... con el.. y con el portátil, digamos, se acerca mas, no? a lo del papel, boli y libro...” (A2,321:328), y así mismo entre la lectura y la escritura “E: mm, pero tu te lo llevas a a currar? A: pues, hombre, depende de vamos si voy a estudiar y voy a coger un libro y voy a meterme en el libro, pues no me lo llevo E: te llevas el libro a casa... A: me llevo el libro y (xx) claro, no, no, pero si tengo que escribir algo o tengo que hacer un trabajillo, claro que me lo llevo” (A2,303:308).

### c) La motivación para la adquisición del PC

Muchos de los fragmentos de discurso registrado a partir de las entrevistas hacen alusión explícita a creencias y argumentaciones que pretenden justificar la adquisición del equipo informático. Si bien el concepto de “motivación” es más amplio y complejo aquí sólo se trata con los motivos mencionados de forma expresa por los individuos que se encuentran en el proceso de compra.

Entre las citas que indican elementos motivacionales se puede distinguir según el momento de decisión al que se refieren. En este sentido, y visto desde la perspectiva del acto de compra una vez consumado, parece conveniente distinguir entre un primer momento en que la decisión se resuelve en la determinación de comprar un ordenador y un segundo momento en que se deciden las características concretas del ordenador que se comprará. Así se organizará la exposición de motivos expresados a continuación en función de estos dos criterios y posteriormente se discutirá la relación entre los dos momentos y su vinculación con otras cuestiones vistas anteriormente.

#### La determinación de compra

Según las citas recogidas del discurso la vida cotidiana está llena de situaciones conflictivas que podrían resolverse con la compra de un ordenador doméstico propio. Estos conflictos se dan en el contexto de las relaciones sociales cotidianas, o tienen que ver con actitudes o con características técnicas de los ordenadores. En este sentido, para que se de una oposición es necesaria una diferencia o disonancia, que en el caso de las relaciones sociales está vinculada a intereses diferentes y en el caso de características técnicas está vinculada a 1) pérdidas de valor relativo de los equipos antiguos frente a los nuevos, o bien 2) expectativas de aumento de valor relativo de las innovaciones tecnológicas frente al equipamiento actual.

Un tipo de motivos comúnmente aludido para el cambio de ordenador responde a la situación en que el equipo es **compartido con otras personas**. En ese sentido, *“porque... es que es un 486 el que tenemos, entonces la opción que tenemos es dónde lo... o lo tiras o puede ser una opción cambiarlo, pero el problema es que mis hermanos siguen estudiando, yo cuando, cuando ellos, como siempre, si están todo el día fuera de casa, pues... cuando tienen que ponerse a hacer los trabajos es cuando*

*yo también estoy en casa, es decir a partir de las... si yo salgo a las 7 y llego a casa a las 8 hipotéticamente, pues ¿qué va a ocurrir?... además el ordenador está en mi habitación... conflicto. Tengo que hacer un trabajo, tengo que hacer no-se-qué, y yo básicamente el ordenador pues lo quiero para... Internet. Para tener acceso a Internet.”* (R1,58:68) se refiere a ámbito familiar, pero también es relevante la cuestión de trabajo, como en *“también trabajan o colaboran con revistas o con radios, entonces continuamente tienen que estar manejando el ordenador, y... para evitar discusiones y... conflictos, pues, hemos decidido comprar uno ahora que he empezado yo a trabajar ¿sabes? (ríe) (...) ... entonces, pues eso, que como es un capricho, entre comillas, nuestro, pues... lo pagamos nosotros, en este caso la muá (ríe)”* (R1,88:100) que en este caso supone un elemento tanto de generación de conflicto (el de los hermanos) como de posible solución (el de la entrevistada). En términos de convivencia en el domicilio familiar, además de la relación fraternal, la relación filial también se puede constituir en una fuente de conflicto, como en *“sobre todo, porque él quería SU ordenador, con SU Internet para hablar... porque me parece importantísimo que los chavales tengan Internet.”* (J2,216:218), especialmente ante la divergencia de usos dado al equipo doméstico, como Internet o los juegos: *“y aparte porque usaba el mío, es muy respetuoso y nunca ha hecho... pero bueno, como chaval joven que es necesita meter juegos, a veces se conecta a Internet para hablar con los amigos de Barcelona mucho tiempo y yo tengo que estar esperando que acabe para meterme en mi ordenador”* (J2,194:197).

La citada relación filial implica unas expectativas de actitud por parte de los padres que les hacen incorporar en su estructura de preferencias individuales (EPI) deseos e intereses relativos al **futuro de los hijos**. En este contexto aparece otro tipo de conflictos que, al promover la resolución mediante adquisición de ordenador, se constituyen en motivos expresamente mencionados, como en *“pero tiene que tener conocimientos, entonces, limitar el futuro de tu hijo porque no sepa informática me parece... porque todo se está basando en la informática... a mí me parece importantísimo”* (J2,493:495), o en *“bueno, voy a comprar un ordenador porque lo necesita mi, no sé, mi niña para estudiar... evidentemente iría a una tienda lo más profesional posible y le diría, bueno mira necesito un clónico y que me dure.”* (S1,638:640). En estas alusiones lo esencial es la alusión al futuro, tanto al provenir del hijo o hija como al desarrollo tecnológico, así *“S: (ríe) sí, sí, sí, sí, lo de la moto le faltan muchos años todavía pero correo electrónico dos días.”* (S1,585:586) en referencia a Internet, o respecto a aspectos técnicos en *“S: exactamente, completamente diferente, es un planteamiento ya más, más educativo... ya no lo vuelco hacia mí sino, sí, no lo (X) hacia mí, pero más hacia... bueno... mi niña, pues bueno, pues ella va a necesitar un ordenador para, bueno, para moverse en la escuela, para organizar sus trabajos, para todo este tema... con lo cual.”*

*pues, tengo que plantearme en poco tiempo hacer este cambio ¿no? y bueno, ahora ya sí que tengo que pensarme qué ordenador debo buscar ¿no?... eso está claro ¿no?... ella pse es muy pequeña y tiene que estudiar bastantes años todavía y tal... lo que quiero es algo que... que le dure, que no me pase como con el 286 o el 486 que compré que compré algo que verdaderamente ya estaba obsoleto pero que corría ¿no?... y ahora necesito algo que dure mucho tiempo... que verdaderamente se pueda expandir a lo máximo posible” (S1,560:571).*

Esta integración de intereses ajenos que supone la relación filial se lleva a cabo desde las creencias propias y en ocasiones a partir de **peticiones** concretas, como por ejemplo “*J: hombre, él pedírmelo no porque sabe que un ordenador es caro, pero un poco (X)... alguna vez me ha dicho, hombre si yo tuviera mi ordenador, bueno, podría estar más...” (J2,222:226), y esta integración resulta otro punto de conflicto al enfrentar intereses de personas diferentes al mismo tiempo que intereses intrapersonales. La resolución de esta integración parece presentar rasgos sistemáticos, por lo que se relaciona con los modelos de satisfacción citados anteriormente, y en última instancia tiene más peso las propias creencias que las peticiones exteriores. Así un individuo puede incorporar entre sus preferencias en una posición de valoración más alta una petición difusa de ordenador antes que una petición expresa alternativa (aún con el mismo coste económico), como en “*Lleva pidiéndome años un... un CD portátil, bueno, de... de música... NO, me niego, que se coja el walkman, que tiene un Walkman se copie su música de CD a caset y vaya, lo otro vale 20 mil pesetas, es que 20 mil pelas a esa edad, a los 20 años, es que... de pronto es como si le pudieras dar de todo y no es lógico, no es...” (J2,508:512). Esta prevalencia de los deseos propios no debe confundirse con una motivación esencialmente egoísta. Entre los deseos o preferencias propios prevalentes pueden incluirse aquellos que redundan el beneficio de otras personas, es decir el altruismo. Lo que se está manifestando aquí es que **los propios deseos se sitúan por encima de los deseos ajenos expresados**, y no que los deseos de beneficio propio se sitúen por encima de los deseos de beneficio ajeno. En el caso anterior el padre prefiere para su hijo, antes que su petición de CD, el beneficio de una formación fundamental respecto a Internet, lo que no se puede considerar en absoluto egoísmo. En otros casos la misma estructura puede llevar a confundir la prevalencia mencionada con una actitud egoísta, por ejemplo, “*y no sé... mis hermanos querían meter también escáner, pero bueno eso es algo que se puede comprar mas adelante” (R1,155:157), junto con “*R: y bueno pues un DB... un DVD pues si lo compras por separado te va a salir más caro, y... no es compatible ni con la televisión y para ponerlo en la terraza tampoco... no, tenemos mucho interés porque, además, la televisión de la terraza es muy pequeña, pues prefiere pues eso si es posible*”***

meterlo en la habitación” (R1,147:151), donde se puede ver una prevalencia de la preferencia propia por el DVD sobre la petición de escáner (ajena) de los hermanos de la entrevistada.

Otro de los tipos comunes de conflictos ante los cuales se plantea la compra del ordenador como solución se relaciona con las **prácticas de ocio**. En este sentido, se establece en ocasiones una fuerte vinculación entre ordenadores y ocio, definido como ámbito disjunto al trabajo, como en “E: pero lo que es el ordenador en sí mismo, o sea, para trabajar, programas y eso...// R: no, yo lo quiero para acceso... claro, yo utilizo el Word, el Excel y tal, pero... realmente, pero por una parte pienso estoy todo el día delante de una pantalla de ordenador... ¿Quiero llegar a casa y quiero ponerme a estar MAS tiempo delante de una pantalla de ordenador? mhhh, ¿para qué, para trabajar? para... no, básicamente es para tener acceso a Internet, porque en el trabajo lo tengo pero no puedo... acceder a lo que yo quiero, no por que no pueda, que en principio no puedes utilizar recursos ilícitamente de la empresa, pero básicamente porque... no tienes tiempo, no te encuentras... cómoda, y, y... y bueno... y también pues como un medio de buscar trabajo.” (R1,172:184). El ordenador se entiende como un equipamiento de ocio, en “o sea, no es en plan de tumbarse en la cama, no es... es por comodidad, que dices bueno y tal... entonces nada pues era como manera de tener pues una televisión más” (R1,143:145) y en “E: o sea, por ejemplo, si te fueras a vivir a una casa y tal antes tendrías ordenador con Internet que la tele... R: mh (afirma con la cabeza)... no, porque además es lo que te he dicho, si cojo una... puedo meter una capturadora dentro del ordenador... (ríe) claro. me permite tener la radio y la televisión.” (R1,285:290) opone a la televisión y acaba sustituyéndola.

Como oposición al trabajo, las prácticas de ocio incorporan un fuerte componente de autosatisfacción personal que también se vincula con la **experimentación del mundo**. En este sentido el ordenador se presenta como solución excepcionalmente válida para estos procesos de aprendizaje que implican contacto con la materialidad, tanto como se expresa en “J: yo creo que es que, es como... cuando yo el primer coche que me compré pues era un coche de segunda mano, como casi no sabía conducir, pues para destrozarlo... hasta que ya de pronto te pones a comprar un coche ya de cierta envergadura, ya sabes conducir, llevas experiencia... yo creo que en informática hay que ir así ¿no?” (J2,407:413), y esta experimentación puede tener relación directa con la informática, como en “entonces un poco lo que hicimos fue decir ‘Vale, pues vamos a comprar’ pero yo le he comprado un ordenador de segunda mano (X), y precisamente le he comprado un ordenador de segunda mano, que se lo cambiaré en 6 meses que le compraré uno nuevo, lo tengo muy claro... es decir, que aprenda a utilizarlo, que se instale ÉL sus programas... que él aprenda a instalar, porque él se acaba de instalar el Windows 98 y ahora tiene el ordenador desguazado porque no ha sabido... que se apañe!” (J2,197:204),



o bien puede tener relación con el mundo “real” o virtual de los juegos y otros entornos de simulación<sup>27</sup>.

Respecto a las características técnicas que se señalan como motivos de compra (o cambio de equipo en caso de disponer previamente) destaca la **durabilidad en el tiempo**, expresada en *“al final la opción ha sido esa, o sea, tener una máquina fija, muy potente que me pueda durar muchos años... sacrificar el... hecho de la movilidad, que después me di cuenta que no est... que igual no iba a ser tan importante para mí, y entonces tener una máquina que ahora mismo para mí tiene muchos servicios, y que probablemente le voy a ir descubriendo más”* (D2,61:68), o bien en *“S: yo esta vez lo compraría de primera mano, eh, para, por lo que te he comentado, por el tema de que me quede desfasado lo más tarde posible.”* (S1,613:615). Este aspecto está vinculado con los usos o expectativas menos especificados y más alejados de un uso instrumentales del equipamiento que responda a necesidades inmediatas, así, en los casos citados, se vincula con la experimentación y con la educación en el futuro. Otra motivación presente en la mayoría de entrevistas es, como ya se habrá podido comprobar, la disponibilidad de **acceso a la Red telemática global**. Esto puede ser un interés en sí mismo (función fática) en *“A parte, pues... y el hecho de que queremos poner Internet... pues entonces eso sí que ya... ya hace falta cambiar imperativamente de ordenador... yo creo que eso ha sido ya la decisión de poner Internet, que ya hemos decidido que ya tocaba cambiar de ordenador.”* (N1,222:228), pero predominantemente se asienta en un interés concreto, ya sea por llevar a cabo actividades en el campo de la informática en *“y ahora o... con internet, que es un tema que me interesa o incluso a lo mejor había pensado hacer algún curso de programación de Java o... bueno, HTML es muy fácil, me lo han dicho todo el mundo, aunque... no lo se. Pues a lo mejor me interesa ese tema”* (N1,537:540), ya sea como medio para conseguir recursos como trabajo (R), ocio (N,D), información profesional (A,D), comunicación (D,J) o recursos educativos (S).

Finalmente, ciertas configuraciones de equipamiento informático contienen **características especiales** que son mencionadas como soluciones a conflictos derivados de **situaciones biográficas personales**, como por ejemplo, el vínculo entre estudiantes universitarios y movilidad resuelto mediante un ordenador portátil, que es expresado en *“Porque todo este, todo este aparato que es lo que han tenido mis hermanos en casa durante años y tal... aunque de repente, ahora que por primera vez voy a tener un equipo mío lo veo mucho más rollo tener todo este montaje en casa”* (D1,25:29), y también *“pero... mira yo el ordenador el fijo lo tengo en casa, no? lo*

<sup>27</sup> Véase, sobre virtualidad, el excursus dedicado en el capítulo “El individuo sin Ego”, página 97.

*tengo allí en mi habitación y me agobia, no? tengo la pantalla encima, tengo la cpu abajo y no tengo espacio para dejar un libro al lado para dejar ...y tengo una mesa al lado, pero no me encuentro lo suficientemente a gusto para manejar un libro y manejar el ordenador y me despisto... y [se me va]* (A2,338:342), y también en *“yo también, por lo menos los últimos años así digamos como que he hechos mis viajes de estudios (X) y tal... entonces he pensado más bien en esto, pero vamos, he hecho este dibujo que es para mi el...lo que yo siempre he visto en casa de ordenador”* (D1,32:35).

#### Las características de compra

De forma simultánea a la determinación de adquirir un equipo informático se determinan las características que debe tener el equipo que se compre. Al parecer ambas determinaciones, que culminaran en el acto de compra, siguen un progreso paralelo y están relacionadas mediante creencias y deseos comunes. En el momento de la reconstrucción narrativa, sin embargo, aparecen diferenciadas pues mientras las primeras se expresan como justificaciones para la compra las segundas se formulan como criterios de decisión ante opciones diversas en el mercado. Los siguientes criterios, citados a lo largo del discurso, aparecen como resoluciones al conflicto entre alternativas de compra.

Las **características técnicas** relevantes son consideradas como criterio principal para la elección, como podemos ver en *“estaba eso, la, la lucha entre Pentium y AMD, y... pues eso, saber un poco los megas mínimos, pues ahora te dicen, te los venden con 64, pero mínimo 128... y el disco duro igual, cuanto espacio ponerle, y si lo quieres para Internet qué...con qué cualid, con qué cualidades, qué requi, vamos, qué requisitos... luego la pantalla, si merece la pena dejarte más dinero en la pantalla o no... y así más o menos, si ponerle DVD o no... comprarle grabadora o... bueno, comprarle grabadora sí, nos queríamos comprar... esa es otra de las razones por la que queríamos el ordenador, para comprarle grabadora”* (N1,436:444), donde se alude al tipo de procesador, la memoria RAM y diversos aspectos relativos a la capacidad de disco y otros dispositivos de almacenamiento. Esta cita ejemplifica la multiplicidad de criterios, así como la importancia actual de la **capacidad de almacenamiento** para los equipos informáticos. Otra característica relevante es la **capacidad de ampliación** futura del equipo, como expresa *“de segunda mano siempre te compras un ordenador... eh... ah... de una... de una gama no muy... o sea, de gama baja, claro gente que deja el suyo por... por otro, y nosotros ya que nos poníamos queríamos, pues eso, de hecho no queríamos comprar el de la gama más baja, sino uno un poquito más para que te aguante.”* (N1,768:772), que se relaciona con el característico entorno de incertidumbre que implica un campo tecnológico con una elevada velocidad de renovación tecnológica. Además, esta

incertidumbre se expresa en “un *Pentium 100, normal ¿sabes? como cuando uno se compra un coche de segunda mano que es su primer coche... que tenga SEGURIDAD, para poder ir, y no tener que estar gastando cada 2-3 días dinero en arreglar los problemas ¿no? eso es lo más importante*” (J2,305:308) como un **criterio de seguridad** que puede afectar tanto a los componentes físicos como a la información almacenada.

Entre las características no técnicas destaca el **precio del equipo** que, como se expresa a continuación, tiene una cierta prioridad (en última instancia) sobre el resto de características: “Y de quien más te fías, yo de quien más me fío es de un amigo informático que tengo y que... lo primero que hice al comprarme... al saber que iba a comprarme el ordenador... llamarle y decirle, oye! cuéntame un poco tal... y él se molestó en mir // que otros amigos que también se iban a comprar ordenadores y se molestó en mirar y no se qué, y dice, mira, por este presupuesto, que yo le dije, mira, tengo este presupuesto...¿que se puede comprar?” (N1,507:513). Parece, a partir de los fragmentos del discurso, que se trata de un criterio fundamental al que se subordinan otras consideraciones, como en “E: porque ahora, finalmente lo vas a comprar tú, ahora los padres ya no... no te financian ¿o si? D: no, si, si me lo van a financiar, pero... también en condiciones que... en condiciones que... que todavía están por establecer. Ellos me han dicho, bueno, en principio cómprate lo que haga falta... pero no quiero, no quiero... porque sé como están las cosas también, no quiero digamos abusar, entonces si puedo conseguir una buena máquina...mmmm... (piensa) el mercado de segunda mano me va a salir mucho más barato una buena máquina” (D1,806:815), o bien “pues lo compramos en ese presupuesto y si hay que renunciar a alguna de las cosas que queremos, pero no... o sea, el ordenador y eso, el módem vamos, eso es lo, lo básico que andamos buscando.” (R1,418:420). Sin embargo, en ocasiones, la valoración estrictamente económica del equipo no tiene suficiente fuerza justificativa para sobreponerse a otros criterios, como se expresa en “N: te puedes gastar 200 mil pesetas, pero... entre que...ya era hora de cambiar de ordenador, o sea, es que no es una cosa que dices: bueno, mejor que gastarme 25 mil me compro uno por 200 mil, pues no! (risa) eso no es una medida de ahorro (risa) pero decir, por 25 mil sigo con este ordenador con todos los problemas que me... que me trae, de no poder usar los programas nuevos y tal, o ya cambio de ordenador... ya es un buen momento para cambiar de ordenador,” (N1,245:250), donde a pesar de la gran divergencia de precio (25/200) la resolución integra todo el complejo sistema de criterios en un acto que responde al precio más caro.

Una interesante cualidad de los criterios de compra es que parecen organizarse en forma de un conjunto primario referido al precio y algún rasgo que responda al deseo o preferencia más intensa y un **conjunto secundario de criterios**. Este conjunto secundario de preferencias afecta, especialmente, a los componentes periféricos del sistema

informático. La **compatibilidad de periféricos** es un criterio perteneciente a este subconjunto y se subordina a las características generales del ordenador elegido, como expresa “D: me interesa, me interesa eso... y entonces voy y lo saco ¿no? pero no me había puesto a pensar que efectivamente de hecho es cierto que... pues a mí me pueden pedir, esto, que mande fotos para allá... o textos o lo que sea. Y ¿un escáner es una cosa que se le puede enchufar a uno de estos, portátil?” (D1,552:555), mientras que el fragmento “D: aparte de eso quiero tener una impresora, que nunca he tenido en casa...porque... porque, por comodidad ¿no? que yo de toda la vida hacer un trabajo y después tener que agarrar pasarlo del disco duro al disquete, con el disquete venirme aquí a la facultad o a casa de una amiga a imprimirlo y tal... pues una impresora, me han dicho que hoy en día son cosas que igual no cuestan tanto...” (D1,493:498) muestra cómo el precio forma parte del conjunto primario de criterios.

Anteriormente se ha destacado la existencia de dos estrategias de búsqueda de información para la decisión concreta de compra, una destinada a configurar un sistema propio de creencias que permita la evaluación y otra destinada a encontrar personas en las que confiar la elección final. Esta hipótesis resulta fortalecida con las citas en que el criterio para decidir los componentes concretos que configuren el sistema informático versa sobre **quién decide la compra**, que puede ser alguna persona concreta como uno de los “pioneros” de los que ya se ha hablado, en “N: pero, vamos te pueden dar todo un decálogo de razones a favor de uno o de otro, y tú... te acabas fiando o por intuición o por quien te inspire más confianza ... o por quien hayas, sabes que haya trabajado con los dos o... que los use los dos y tal, y te puedes fiar.” (N1,916:921), o bien puede ser una persona marcada institucional o profesionalmente como especialmente competente, como en “S: ...es que hay cosas que parecen ridículas ¿no?... si acaso no es tanto el criterio de la criatura la que tiene que marcar el hecho de qué tienes que comprar o qué tienes que tal... como lo tiene el de la escuela... como profesional...” (S1,931:934).

Una vez organizados los fragmentos conflictivos que aluden a los motivos de compra podemos ver como surge un problema al revisarlos: el discurso indica que coexisten diversos criterios independientes que pueden usarse para decidir entre un conjunto de oportunidades. Esto supone un conflicto añadido, en términos estrictamente intrapersonales se puede dar el caso, como expresa “A: en el vendedor de informática yo sí que exigía un poco más de información, un poco más, porque como ya sabía lo que quería... sabía que quería una CPU con módem, Pentium II y nada más. Y el precio.” (A1,789:791), en el que se delimitan

muy claramente los dos conjuntos de criterios, algunos referidos a características y por otro lado el precio máximo que funciona como “línea clara”. Así habrá que especificar de alguna manera cómo se relacionan los distintos criterios entre sí y cual es la dinámica de estas determinaciones (la de comprar un PC, y la de qué características debe tener) y sus vínculos con, por un lado, los conjuntos de oportunidades, creencia y deseos, y por otro con los diferentes ámbitos. A ello se dedica el capítulo siguiente.

### **3. Conflictos implícitos**

---

Un último tipo de conflictos que pueden ser reconocidos se denominan en este trabajo “implícitos” por oposición a los dos tipos anteriores. Estos conflictos ni se manifiestan de forma directa a través de observación, ni se expresan directamente a través del discurso generado en las entrevistas. La consideración de esta tercera categoría resulta de la aparición de elementos carentes de sentido como por ejemplo los *lapsus linguae*, o los “chistes sin gracia”. Estos conflictos pueden ser detectados y se puede intentar un reconocimiento tentativo de sus elementos constituyentes pero resulta imposible discernir su significado exacto sólo a partir de los registros actuales fruto de las entrevistas. Cumplen pues, en los límites de esta investigación, con el papel de indicadores de conflictos relevantes, sin que se profundice mayormente en el análisis profundo de tales casos.

En ocasiones el analista se encuentra ante estas formas expresivas en los discursos analizados, que ni los entrevistados saben porqué han enunciado, ni el analista sabe porqué llaman la atención. Lo más que se puede decir en este contexto es que se trata de fragmentos relevantes<sup>28</sup>.

Se citará tan sólo un par de ejemplos para terminar con este apartado. La risa es un extraño fenómeno humano asociado a situaciones, o elocuciones, a las que se atribuye la propiedad de la “gracia”. Existen ciertos contextos considerados socialmente graciosos que provocan la risa, aunque la respuesta biomecánica de la risa puede darse también ante situaciones distintas de las aceptadas como graciosas. En ese sentido estamos acostumbrados a asociar la risa como elemento del discurso que se vincula con la expresión contemporánea a la hilaridad. En ocasiones, sin embargo, se produce una discordancia

---

<sup>28</sup> José Miguel Marinas los relaciona con el concepto de resistencia psicoanalítica, especialmente si la reacción primaria ante ellos es negar su relevancia, e invita al analista a prestar atención a estos detalles caracterizados por una ruptura del código.

entre la alocución y la respuesta que la acompaña, como en el caso de lo que se ha denominado “chistes sin gracia”.

En situaciones tales un sujeto ríe y se percibe esta acción como desvinculada de la situación, ya que la situación no cumple con los cánones de aceptación del rasgo de la “gracia”. Esto ocurre por ejemplo cuando A pregunta sobre una característica concreta del ordenador portátil que vislumbra sobre la mesa y exclama “yo quiero uno como este!!! (ríe)”(A1,898: 898) con una carcajada sonora. En términos llanos se puede decir que ni la situación ni la frase “tienen la más mínima gracia” y sin embargo se asocian de alguna manera a la estentórea risa del sujeto. Pudiera ser que la carcajada responda al regocijo de haber expresado libremente el deseo, o que responda a una estrategia para ofuscar la frase anterior que ha violado algún tipo de censura expresiva. Estas explicaciones son irrelevantes en nuestro caso, pues lo único que nos interesa es el reconocimiento de conflictos y la determinación de sus elementos. El análisis de este conflicto implícito llama la atención sobre un conflicto asociado con el deseo de poseer un portátil, un deseo que sufre un rechazo consciente y sólo se puede abrir paso en forma de “chiste sin gracia” (o, como se ha visto anteriormente, olvido de dibujar el ratón). De este modo y con estas limitaciones se constituye en una técnica útil para identificar preferencias en los procesos de compra.

El otro elemento mencionado son los descarríos lingüísticos (o *lapsus linguae*), que igual que los chistes son objeto de especial atención desde parte del movimiento analítico freudiano<sup>29</sup>. Como ejemplo de lapsus podemos tomar la entrevista N2 en que el sujeto dice /casaca/ en lugar de otra palabra, en “N: es un AMD-K7 1000, 1 Giga, con 128 Megas de Ram y... 30 Gigas, un... una pantalla bastante decente, pantalla de 17. plana // E: ¿plana? N: sí, no de las de... E: plana plana... N: no de estas que ocupan poquito, o sea, de LCD me parece... pero por pantalla plana se llama también a la pantalla... plana (ríe) pero con su buen... (gesto de profundidad del monitor), su buena casaca... “ (N2,44:51). La palabra /casaca/ sustituye a otra de debería ocupar su propio lugar pero ha sido, de algún modo, “exiliada” del discurso. En principio parece que el término originario debiera ser /carcasa/, pero en realidad la sustitución afecta a otra palabra que ha sido obviada anteriormente y sustituida ya por un gesto: tal vez la palabra /culo/.

<sup>29</sup> Sobre la relación entre los deseos reprimidos y los lapsus puede consultarse Freud, 1913-17; y respecto al chiste Freud, 1905: 134 y ss. y Freud, 1927.

Como se ha indicado antes no se va a entrar en mayor profundidad en el análisis de cómo y por qué /casaca/ (esa prenda cuyos faldones se alargan hacia atrás a partir de la cintura) acaba sustituyendo a /culo/ (que resulta especialmente tapado con tal suerte de levita). Simplemente interesa el *lapsus* para poner de manifiesto un conflicto no expresado directamente respecto al elemento pantalla. De forma coherente con esta cuestión reencontramos la expresión de una especial relevancia de este elemento para la entrevistada en “E: bueno. pues para empezar lo primero que me gustaría es que me dibujaras aquí un ordenador. N: ¿con pantalla plana o...? E: el que tú quieras. un ordenador. (dibuja pantalla plana y caja) y ya que lo has preguntado ¿eso es una pantalla plana o no? ¿no se sabe? N: hombre no es el último modelo, te lo puedo asegurar (ríe) pero... te iba a dibujar la SONY, pero...(tararea y dibuja).” (N1,15:26), o en “tenia que haber dibujado el Mac éste que es sólo la pantalla, te viene todo ahí... así me ahorra dibujo... eso, sin teclado... una televisión ¡qué narices!” (N2,20:23). En los bocetos que ha dibujado N aparece efectivamente una pantalla LCD colocada sobre un ordenador 486 antes de la compra, mientras que en el dibujo posterior la representación aparenta una pantalla estándar. Finalmente se dispone de otra indicación indirecta del especial interés de N por las pantallas en el discurso de R (conocida de N, que proporcionó el contacto para incluirla en la muestra). En el fragmento “R: Noelia te pintaría la pantalla enorme (ríe) a ver, yo que se... (dibuja la mesa) E: ¿por qué? porque se la ha comprado enorme o porque... no se R: si, vamos si se pud...” (R1,23:26) aparece indicada la preferencia por una buena pantalla.

Este último ejemplo muestra, circunstancialmente, cómo la perspectiva del presente trabajo basa el análisis en una aproximación multilateral al discurso. Las creencias, deseos, intenciones, preferencias y demás objetos y estados mentales a los que se alude en este estudio no son directamente observables, y tan sólo se pueden establecer proposiciones acerca de sus propiedades y relaciones a partir de los indicios que resultan validados por acumulación multilateral utilizando toda la información textual analizada desde ángulos diferentes e independientes, y toda la información contextual, gráfica, proxémica y no verbal. En definitiva, aprovechar los recursos que ofrece el registro de la etnografía de la vida cotidiana como vía de validación cruzada de resultados del análisis.

## **Repertorio de Mecanismos**

A partir de los materiales generados en las entrevistas se han identificado una serie de elementos intervinientes en el proceso de adquisición, y en el apartado «a) Conflictos

entre elementos “internos” del proceso» (véase página 308) se han presentado las relaciones entre estos elementos como constitutivas de la estructura y dinámica del proceso. En el siguiente capítulo se procederá a construir un modelo hipotético que permita generar explicaciones para el caso que nos ocupa y tal vez para otros. La base del funcionamiento del sistema de relaciones que modeliza el proceso de adquisición son los vínculos operativos entre elementos o “mecanismos”.

A continuación se ofrece **a título de ejemplo** de los mismos un repertorio **no exhaustivo** de mecanismos aparecidos. Son estos los que la literatura al respecto cita como mayormente relevantes y aparecen aquí según la denominación propia de las diversas obras de Jon Elster.

- “Abdicación de la racionalidad”: *“digamos no me pongo a ver folletos y tal porque digamos que... tengo la sensación de que me perdería, yo sólo mirando folletos y revistas por ahí, porque no tengo ninguna preparación, ninguna formación, absolutamente ninguna.”* (D1,582:585).
- “Compulsión”: *“y además lo bueno de la tarif... de ADSL es que es tarifa plana 24 horas y yo como salgo pronto de trabajar no tendría que estar esperando hasta las 6 ahí... como... ‘quiero que sean las 6 !’... E: pues sí... que estas enganchada... N: sssi, hombre lo mismo es una cosa que luego se te pasa o que no lo usas mucho pero vamos... ahora mismo...”* (N2,74:81).
- “Debilidad de la voluntad”: *“R: no, la información más o menos la tengo... recopilada, lo que pasa es que ahora... te dice la gente ‘espérate que van a bajar los precios’ o ‘espérate que he oído una...’, ‘espérate que hay una oferta en la empresa’ por ejemplo ahora mismo (X) me dijo un compañero que en la empresa estaban pensando adquirir unos... no se si es un rumor o no, pero estaba pensando adquirir unos... con una especie de acuerdo con el Ministerio y tal, y para permitir el acceso a los, a los empleados, y con precios... con subvenciones y precios bastante asequibles, claro, a lo mejor no es un ordenador como el que yo quiero, pero bueno, también como que dices ‘bueno, pues ya lo voy dejando...’, pero, en principio yo lo quería tener antes de, antes de verano.”* (R1,383:395).
- “Desvalorización”: *“O sea, es verdad, yo esto no me acordaba, yo en los últimos tres años o así he tenido este ordenador VIEJO de... que fue el primero que hubo en mi casa, bueno y cuando ellos”*



*compraron el equipo auténtico que tienen ahora ese ordenador yo lo cogí y me lo traje para acá porque yo lo necesitaba para la carrera, para los trabajos de la carrera, como procesador de...* (D1,408:413).

- “Emulación”: “N: ¿un módem para el 486? (sorprendida)... no. E: o sea, no está... no habéis intentado conectarlo... N: no. de hecho... bueno, entre otras cosas porque... yo tenía internet a la Facultad, mi hermano tenía en el trabajo... pero bueno, ya te va apeteciendo tenerlo en casa, y...” (N1,642:646), y también “estaba haciendo el tonto con internet y haciendo cosas, y al ver el ordenador en su casa y yo llegar a casa de mis padres y no tener nada, pues...también era un poco...una putada.” (A1,374:377).
- “Errores de razonamiento”: “A: lo que pasa es que yo creo que dos o tres años se han hecho con el mercado y funcionan bien y esa es su base vamos (...) sí no, no... no venderían lo que venden en un año se hubieran se hubieran descubierto como ha pasado con muchas punto com, o sea que por eso no hay ningún problema” (A2,186:191).
- “Estructura de la situación de óptimo inalcanzable”: “desde luego en informática debes comprarte lo que vayas a necesitar porque comprarte para el futuro es una estupidez porque a los 6 meses ya no te vale para nada, y es algo que ahora no necesitas y que, que en el futuro va a estar más barato y más accesible, entonces... es... no lo necesitábamos y no lo hemos comprado.” (N1,619:627).
- “Estructura de la situación de sobredeterminación tecnológica”: “o sea, ya realmente NECESITO eso para que los programas me funcionen, o sea, ya no es... yo ya no voy por hardware sino que voy por software... cuando necesito aumentar por software aumento... ¿tú sabes lo que me pasa? con toda la tecnología DV y con el FireWire y con lo que es el Adobe Premiere, la versión 6 de Adobe Premiere... ya me ha pedido que aumente ya y a lo mejor ahora hago un cambio...” (J2,131:137).
- “Hiperracionalidad”: “claro, «espérate que hay una oferta en la empresa» por ejemplo ahora mismo (X) me dijo un compañero que en la empresa estaban pensando adquirir unos... no se si es un rumor o no, pero estaba pensando adquirir unos...// E: y los viejos, pues... R: no, con una especie de acuerdo con el Ministerio y tal, y para permitir el acceso a los, a los empleados, y con precios... con subvenciones y precios bastante asequibles, claro, a lo mejor no es un ordenador como el que yo quiero, pero bueno,

también como que dices «bueno, pues ya lo voy dejando...», pero, en principio yo lo quería tener antes de, antes de verano.” (R1, 387:395).

- “Líneas claras”: “N: era 200.. más.. si hubiéramos querido ponerlo un poco mejor lo podíamos haber puesto. Al final lo hemos comprado por 226 (habían comprado el pc la tarde anterior, aún no lo tenían en casa instalado) ya con el IVA, entonces ...pero vamos, que 200 más la grabadora, en realidad, es lo que buscábamos, 200 más... la grabadora aparte.” (N1,552:557).
- “Miopía cognitiva”: “E: ¿y allí hicistes Basic? S: sí, sí, Basic, no existía nada más, no?. pero la primera vez que tuve constancia de lo que era un ordenador fue cuando vi un Commodore, un VIC-20” (S1,73:75).
- “Racionalización de la esperanza”: “E: y te lo compras de segunda mano porque... es mucha pasta... A: muchísima E: si, pero es un ordenador. A: si, muchísima, los portátiles tienen que bajar, en 3 o 4 años tienen que bajar, un 50%, por lo menos.” (A1,906:910).
- “Satisfacción”: “N: de hecho nosotros teníamos la sensación que habíamos ido ya a demasiados sitios, porque ya... te saturas un poco de información, llega un momento en que dices, claro, cada uno te cuenta una pijotería distinta y dices, mira, me compro este con esta configuración y tal y yo creo que ya esta bie... ya dejo de... y ahora ya lo que hago es buscarlo a este precio, y ya, y se acabó, porque... te vuelven loco” (N1,908:913), y también “E: y ¿cuánto tiempo tardaste en encontrar el ..? A: pues, yo creo que tardé un mes, eh? E: ¿sólo? A: sí E: ¿sólo? (incrédulo) A. hombre, yo creo que ya, ya me empezaba a ... saturar de ver ordenadores, pantallas, teclados, ... marcas, estaba ya harto. entraba cada día, casi cada día... y al final fui bajando las expectativas, las expectativas y dije bueno éste” (A2,91:98).
- “Síndrome de la zorra francesa”<sup>30</sup>: “A: lo que pasa es que un portátil con memoria, con DVD, con módem, con no se qué, pues, seguramente que alcanza las quinientas las seiscientas un modelo de IBM// E: sí pero de segunda mano yo creo que no// A: no de segunda mano todavía no hay que yo sepa E: no hay de esos?? A: no” (A2,144:150), o bien en “si, en la universidad donde realmente me di cuenta de lo que es y para lo que sirve, y lo que puedo hacer... y sobre todo lo que no puedo hacer.”

<sup>30</sup> La denominación es propia, para distinguir este mecanismo del denominado “uvas amargas” (véase página 309).

Con un ordenador siempre me he dado cuenta de lo que no soy capaz de hacer, más que de lo que puedo hacer.” (A1,208:211).

- “Uvas amargas”: “A: (XXX) lo mejor por ese precio. entonces me di cuenta de que no, que el mercado funcionaba de otra forma, que por cien mil pesetas tu puedes, puedes acceder a algo pero tampoco puedes acceder a un superordenador portátil (...) E: bueno, pero tú ¿para qué quieres un ordenador portátil, superordenador? A: para nada, no luego me di cuenta que con tener un procesador de textos...” (A2,108:115), y también “al final la opción ha sido esa, o sea, tener una máquina fija, muy potente que me pueda durar muchos años... sacrificar el... hecho de la movilidad, que después me di cuenta que no est... que igual no iba a ser tan importante para mí, y entonces tener una máquina que ahora mismo para mí tiene muchos servicios, y que probablemente le voy a ir descubriendo más” (D2,61:68).
- “Valoración contextual” <sup>31</sup>: “R: y bueno pues un DB... un DVD pues si lo compras por separado te va a salir más caro, y... no es compatible ni con la televisión y para ponerlo en la terraza tampoco... no tenemos mucho interés porque, además, la televisión de la terraza es muy pequeña, pues prefiere pues eso si es posible meterlo en la habitación” (R1,147:151).

Se han reconocido, pues, diferentes mecanismos a partir de los conflictos expresados o resueltos por los sujetos. El siguiente capítulo es el lugar en que (entre otras cuestiones) se elaborará una clasificación exhaustiva de los mismos, a partir de una crítica de la obra de Jon Elster y se utilizará esta clasificación para contruir el modelo hipotético buscado.

<sup>31</sup> Denominación propia, se refiere al efecto de lejanía cognitiva tal que  $10 > 5$ , pero  $10010 = 10005$  en términos de percepción.

**Análisis y resultados**

Antes de proceder al análisis se analiza la homogeneidad del discurso mediante un test de hipótesis basado en la distribución de frecuencias de aparición de palabras en las entrevistas, y se considera adecuado para proceder conjuntamente. Se expone el resultado del proceso de búsqueda de conflictos expresivos de intereses y de su categorización (la secuencia del análisis, entrevista a entrevista, se rompe en aras de la claridad expositiva). Se analizan tres tipos diferentes de conflictos: 1) manifiestos, por comparación del equipo, y por comparación de los dibujos, 2) expresados, atendiendo a elementos internos, ámbitos externos de determinación y “motivos” para la compra, y 3) implícitos, que sólo son usados como marcadores de puntos relevantes. Aparecen numerosos mecanismos de influencia entre elementos y ámbitos, algunos de los cuales se ejemplifican al final del capítulo.