



**INVESTIGACIÓN CUALITATIVA
DESDE EL PUNTO DE VISTA DE
LOS ESTUDIOS CULTURALES
LATINOAMERICANOS**

AÑO 2021



DATOS DE CONTEXTO ¹

El MINILAB de Pakapaka difunde una nueva investigación de campo realizada en 2021 sobre consumos culturales interactivos no lineales de chicas y chicos.

Es un trabajo de investigación en la instancia de reconocimiento sobre usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales de la región norte de la Provincia de Buenos Aires.

El análisis está basado en la observación de campo situado y en entrevistas en profundidad desde el punto de vista de los estudios culturales latinoamericanos, que ofrecen un acercamiento a los desplazamientos culturales asociados a los procesos de subjetivación *on/off line* de las infancias actuales en tiempos de consumos de videojuegos, redes sociales y series en línea.

Para el análisis se analizaron los contextos situados de apropiación y de los sentidos que los chicos y chicas asignan a sus consumos. Nueva economía, capitalismo de plataformas y conectividad hacen posible hoy nuevas formas de extracción de la renta en el consumo a través de nuevos modelos de negocios basados en la monetización del tiempo de ocio, el extractivismo de datos y la economía de la atención.

Esta coyuntura nos interpela a pensar -desde la convergencia digital pública infantil- cómo garantizar los derechos de las infancias actuales en entornos digitales y cómo repensar nuevos derechos que hagan posibles políticas de cuidado.

La digitalización del espectro electromagnético, las narrativas no lineales interactivas, la simulación virtual, los relatos hipermediales y las combinaciones algorítmicas sobre los metadatos de las infancias conectadas a Internet dan cuenta de las transformaciones culturales en un nuevo diagrama de fuerzas que habilita, en este momento histórico, algunos contenidos e invisibiliza otros.

En términos de representación, las pantallas digitales interactivas proponen nuevos horizontes de interpelación que convocan nuevos procesos de subjetivación. Las representaciones sociales hoy se producen en entornos de digitalización del espectro electromagnético y se consumen de manera diferenciada según los contextos de apropiación y dentro de opciones predeterminadas del *hardware* y del *software*.



Un tipo de articulación de las identidades actuales sucede en una articulación *on/off line* novedosa que pone en relación procesos de subjetivación de las infancias dentro y fuera de las pantallas. Los discursos interpelantes y las representaciones producidos por la industria de las telecomunicaciones desde las pantallas proponen nuevas disputas por la hegemonía del sentido común, vinculados a las creencias del juego infinito, de que todo es posible en la web, del valor de la fuerza y la velocidad.

Los chicos y chicas consumen en mayor medida narrativas hipermediales interactivas en la web, series y dibujos animados que pueden mirar cuando ellos deciden a través de plataformas de *streaming*, en general, desde las habitaciones sin mediación adulta. Los modos de consumo se desarrollan en formato maratón sin interrupción y con actualizaciones constantes. Además, niños y niñas pasan la mayor cantidad de su tiempo de ocio jugando en plataformas multijugador, videojuegos y redes sociales, que son, en principio, de descarga gratuita, pero que luego demandan micropagos.

Esta reorganización de los espacios de visibilidad y de los modos de narrar nos demandan, por un lado, profundizar en el análisis crítico de la cultura digital para garantizar, en los entornos digitales, lo conseguido con los derechos humanos, los derechos de los niños y niñas y el derecho a la comunicación.

Por el otro, vislumbramos la necesidad de pensar nuevos derechos debido a una nueva tecnicidad portadora de propuestas interpelantes, de nuevas formas de producción identitaria y relaciones de socialidad, en un contexto más amplio de nuevas formas de gobierno y nuevos modelos de negocios (que explicaremos más abajo en este documento).

La guía de observación y análisis utilizada desglosa en categorías la producción hegemónica del sentido común que se produce en la continuidad *on/off line* de los contextos de vida de las infancias con conectividad, acceso a dispositivos digitales con mediación algorítmica y en territorios conectados a Internet y las cosas, en el contexto de digitalización del espectro electromagnético.

¹ Metodología: etnografía y entrevistas en profundidad en la instancia de reconocimiento de consumos culturales interactivos

Cantidad de niños y niñas entrevistados: 46

Franja etaria: 6 a 12 años

Zonas geográficas de residencia: Región norte de la Prov. de Buenos Aires: Pachecho, Munro, Garín, Maschwitz, Tigre, Vte. López, Carapachay, San Miguel, Malvinas Argentinas, San Fernando

Espacios interactivos analizados: Roblox, TikTok, Minecraft, Fortnite, Naruto, Brawl Star, Free Fire, YouTube

Año de investigación de campo: 2021

Estudiantes de formación docente del ISFD 39 de la Provincia de Buenos Aires: 20

Directora de investigación: Carolina Di Palma

Los ejes analizados fueron los siguientes

- Representaciones y horizontes de interpelación propuestos por la industria de la telecomunicación y el entretenimiento desde las pantallas.
- Significados asignados por los chicos y chicas a sus consumos (surgidos de entrevistas en profundidad).
- Prácticas discursivas vinculadas a las identificaciones.
- Prácticas discursivas vinculadas a los deseos y placeres.
- Prácticas discursivas vinculadas a la ritualidad y rutinas que articulan la vida cotidiana *on/off line*.
- Prácticas discursivas de las articulaciones *on/off line* de la formación subjetiva y relaciones reales o simuladas de las identidades con cuerpos reales orgánicos o con avatares o *nicknames*.
- Prácticas discursivas vinculadas a los usos y accesos de los consumos vinculados a los espacios y dispositivos en la vida cotidiana.
- Modelos de negocios imbricados en las tramas de los consumos y categorizaciones del ESBR. Guía de clasificaciones global de consumos culturales: *Entertainment Software Rating Board*
<https://www.esrb.org/ratings-guide/es/>
- Afecciones del sueño, adicciones y cansancio en la vida cotidiana (vigilia y noche) vinculados a los mecanismos de recompensas que ofrecen los modelos de negocios en los consumos interactivos.
- Condicionamientos de formato. Tipos de interactividad y movimientos posibles dentro de las opciones predeterminadas tanto del hardware como del software.
- Transformaciones del juego digital, la simulación virtual y las mecánicas de juego dentro de las opciones predeterminadas.

A continuación, esbozaremos algunos de los desplazamientos actuales que observamos para este campo situado. Las interpretaciones de las prácticas discursivas que realizan los estudios culturales siempre refieren a los campos que analiza sin pretensión de generalización. Las continuidades que hallamos en este análisis se insertan en una coyuntura de transformaciones culturales más amplias que dan sentido a la especificidad de estos desplazamientos vinculados a una nueva tecnicidad.



Lo nuevo común: identidades, “amigues” y sentidos de pertenencia en la socialidad conectiva

Observamos que hoy la simulación virtual cambia los modos de producción de la identidad de las nuevas generaciones. Producir un relato que narra la propia vida y la vida en común demanda hoy no solo los lenguajes escriturales, sino también los hipermediales. Los chicos y chicas narran el mundo con otros lenguajes que son “performativos” de su vida cotidiana y de la vida en común. Y, si bien aparece una nueva identidad virtual, aún mantienen, en el armado de ese relato, articulaciones y continuidades con la vida *off line*.

Las narraciones de las identidades de las infancias hoy son portadoras de componentes de la vida orgánica y de la vida digital extendida en los metadatos. Cada vez que las nuevas generaciones habitan la virtualidad, están, al mismo tiempo, habitando los espacios físicos territoriales. Es en esa continuidad donde arman relatos identitarios, sentidos de pertenencia y lazos sociales.

La pandemia aceleró un proceso de digitalización de la vida que hizo posible el uso de otros espacios para producir cultura, lazos sociales y sentidos de pertenencia. Las redes sociales como TikTok, Instagram, YouTube y los videojuegos como Roblox, Minecraft[®], Free Fire, Fortnite, Among Us, entre otros, habilitan espacios de juego, producción y consumo donde chicos y chicas pueden compartir experiencias y encontrarse con otros y otras. La producción identitaria actual se inserta en un contexto de comunicación social que hace posible el acceso a la información, el derecho a alzar la propia voz y la posibilidad de interactuar y participar de los procesos de producción de las tramas que consumen, habitan y juegan.

Sin embargo, esa interactividad, al mismo tiempo, produce otras escrituras que no son necesariamente voluntarias, vinculadas a los metadatos que quedan como huellas de los recorridos, gustos e intereses. Estos metadatos que combinan los algoritmos sirven a un modelo de negocios llamado “monetización del tiempo de ocio” o “sector del ocio interactivo”. La venta de metadatos y la segmentación funcionan con recomendaciones algorítmicas que se extraen del consumo de los chicos y chicas

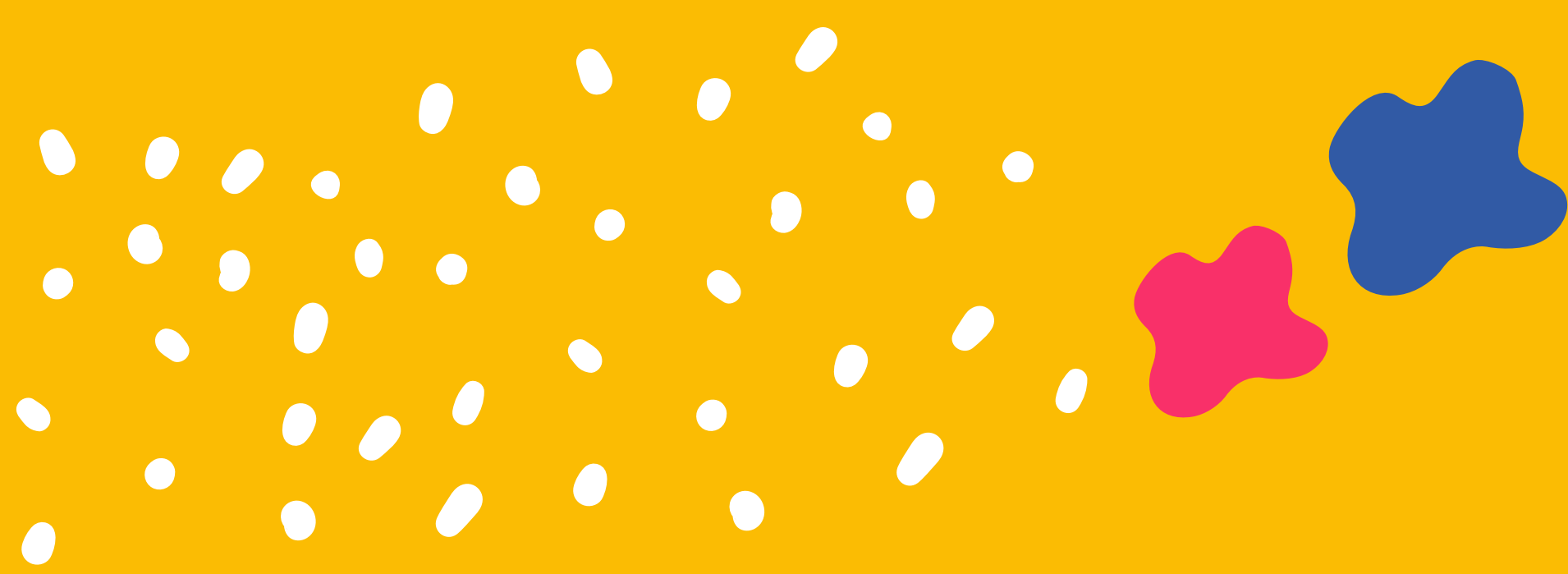


cada vez que se loguean y hay conectividad, y que se pueden usar cada vez que se aceptan las bases y condiciones (en general, se aceptan sin leerlas).

En este contexto histórico de digitalización del espectro electromagnético, la simulación virtual -potencialidad expresiva que habilita la participación en primera persona y en tiempo real- transforma el sentido común que se naturaliza en las infancias en nuestros días.

Para que esto se produzca, existen, en la cultura digital, por un lado, representaciones portadoras de horizontes de interpelación propuestos por la industria de las telecomunicaciones y, por otro, modos de apropiación singulares de los chicos y chicas que escuchamos en las entrevistas según los contextos de apropiación.

Minecraft es un videojuego de construcción donde sus jugadores pueden crear libremente. Se trata de un juego de mundo abierto, por lo que no posee un objetivo específico, permitiendo al jugador una gran libertad en cuanto a la elección de su forma de jugar. A pesar de ello, el juego posee un sistema de logros. El modo de juego predeterminado es en primera persona, aunque los jugadores tienen la posibilidad de cambiarlo a tercera persona. El juego se centra en la colocación y destrucción de bloques; este se compone de objetos tridimensionales cúbicos, colocados sobre un patrón de rejilla fija. Estos cubos o bloques representan principalmente distintos elementos de la naturaleza, como tierra, piedra, minerales, troncos, entre otros. Los jugadores son libres de desplazarse por su entorno y modificarlo mediante la creación, recolección y transporte de los bloques que componen el juego, los cuales solo pueden ser colocados respetando la rejilla fija. La representación del mundo que ofrece el consumo es: "¡Explora tu propio mundo único, sobrevive a la noche y crea todo lo que puedas imaginar!" (recuperado de la web oficial de Minecraft).





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Tobi: “Yo juego con Rami y con Mica. Está bueno jugar con amigos que conocés así podés llamarlos y charlar. Porque, si no los conocés, no podés comunicarte, las estrategias no salen tan bien. Yo prefiero jugar con mis amigos y familiares”.

Tiziano: “Yo juego con mi primo, que tiene 1500 copas por ahí. Creo que tiene ahora como 16 o 17 años. Y, bueno, personas que no conocemos”.

Federico: “Yo juego con un vecino de la vuelta. Y a veces invitamos a su hermanito que tiene 5 años. A veces me metía a dúo (como un emparejamiento aleatorio) y a veces me hacía algún amigo si nos caímos bien y charlábamos por el chat”.

Juani: “No me junto con amigos del Minecraft porque no sé dónde viven y tampoco voy a ir a sus casas. Igual tendría que pedirle a mi papá que me lleve y no quiero. Mis amigos del juego son los chicos de mi escuela, algunos empezaron a jugar porque yo les dije que se hagan una cuenta y ahora juegan todos los días”.

Benjamín: “Cuando quiero jugar a la tarde, nos conectamos con amigos para jugar. Les aviso por WhatsApp cuando me dejan jugar y nos conectamos”.

Mirko: “Se puede jugar con familia o amigos. Yo lo uso haciendo llamada por WhatsApp u on line o una app que se llama, disco con el celu. La app esta buena porque se pueden hacer videollamadas en grupos y llamadas”.

Magalí: “En el juego a veces se habla de la nada y entonces ahí se arman amistades, donde se puede jugar todos los días o a veces, y también en el colegio nos pasamos el user para jugar entre todos. Hablar de la nada, o sea, cuando en el chat hay alguien hablando cualquier cosa y me parece interesante, entonces le respondo y seguimos hablando. El user es el nombre de usuario dentro del juego, que se puede poner cualquier nombre”.

Juana: “Me hice un montón de amigos jugando en el juego, tengo un amigo que es de Costa Rica. Tengo amigos virtuales con quienes hablo y nos pasan información del juego”.

Renata: “Casi siempre juego con Alma y cuando jugamos hacemos de cuenta, por ejemplo, que somos hermanas y que estamos en una casa. Porque, en lugar de jugar tipo en persona, jugamos por videollamada y usando los personajes”.

Magalí: “Entrar a un juego, a cualquier juego, poder unirse al juego donde está esa persona con la que vos querés jugar”.

Claudio: “Juego casi siempre en la PC que está en el comedor de mi casa, pero muy poco en el celu, ya que se siente muy incómodo jugar acostado en la cama. Las veces que juego online es con mi amigo Thiago, nos hacemos una llamada por WhatsApp mientras estamos jugando para saber dónde estamos cada uno, pero aprovechamos la llamada y charlamos mucho del juego y de nuestras cosas. También nos ayudamos para ganar entre los dos cuando hablamos. A veces juego con mi hermano: yo, en la computadora de mesa, y él, desde una notebook que tenemos también. Depende de qué mundo juegue, uso el wifi de mi casa. A veces como algo mientras estoy jugando, pero, cuando se me complica, dejo todo, si no, pierdo. Juego con mi amigo y, cuando nos juntamos a andar en bici, hablamos de las cosas que hicimos en nuestro mundo”.



Jugar a ser Dios, identificaciones y simulación virtual

Observamos que los conflictos actuales surgen en la articulación *on/off line* de la producción de subjetividad actual, porque los avatares o users no paran de jugar o producir, interpelados por las tramas de la industria, y los cuerpos físicos que quedan fuera de las pantallas y que comandan los movimientos virtuales comienzan a tener problemas de sueño, cansancio y contracturas, entre otros.

Los horizontes de interpelación propuestos por las pantallas convocan a la creación infinita, al juego y consumo sin pausa. *Play has no limits* ("Jugar no tiene límites"), de Play Station; *Infinite Loop*, de Apple (el *loop* infinito, un círculo); *Free Play* ("juego libre"); *Disney Infinity* (comunidad multijugador); *Viví en estado Play* (PS3), entre otros ejemplos, consolidan este sentido común cada vez que chicas y chicos entran a las pantallas. Las tramas proponen maneras de recomponer la vida en el juego y de seguir mirando lo que a cada uno le gusta con actualizaciones, recomendaciones algorítmicas, suscripciones y micropagos que mejoran la navegación y el consumo como usuarios.

El hecho de jugar videojuegos y la participación en redes como "prosumidores", siempre dentro de las opciones predeterminadas, son experiencias que -según lo que cuentan chicos y chicas- hacen ellos mismos. Son ellos los que juegan o participan más allá de que lo hacen a través de avatares y users. Y muchas veces tienen la creencia de que, si el avatar corre dentro del juego, ellos no se cansan fuera del juego. Las relaciones entre realidad y virtualidad surgen constantemente en los relatos. Muchas de las cosas que aprenden en las prácticas de consumo cuentan ellos y ellas les sirven para la vida *off line*. Y muchas otras las hacen y las disfrutan porque no las podrían hacer en la vida fuera de las pantallas. Cuando tienen las opciones de crear sus identidades de avatares o usuarios, cuentan con opciones predeterminadas que ofrecen las interfaces.

Según los relatos de chicas y chicos los arman como a ellos les gusta y les ponen nombres, dado que no tienen. Observamos que los conflictos actuales surgen en la articulación *on/off line* de la producción de subjetividad actual, porque los avatares o users no paran de jugar o producir, interpelados por las tramas de la industria y los cuerpos físicos que quedan fuera de las pantallas y que comandan los movimientos virtuales. Comienzan a tener problemas de sueño, cansancio y contracturas, entre otros.





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Pía: "Es un juego como que parece la vida real; que no te crea Dios, te creás vos mismo".

Juana (11 años): "Cuando jugás, el personaje sos vos mismo".

Benjamín (11 años): "Cuando jugás no se ve tu personaje, sino que sos vos mismo".

Juli: ¿Los personajes son siempre los mismos?

J: Sí, pero siempre... Pero les podés cambiar la ropa.

Juli: ¿Podés crear tus propios personajes?

J: Sí.

Juli: ¿Qué habilidades tienen?

J: No tienen poderes no tienen poderes como los superhéroes porque son personas dentro del juego, jajaja, o sea, no son cosas de otro mundo, sino otra persona en otro lugar que entra a jugar.

Juli: ¿Hay malos y buenos?

J: No, no hay, eh, porque cada uno tiene una personalidad, porque cada jugador del juego es un nene que está conectado jugando.

Bejamín (11 años): "En el modo supervivencia, te atacan todo el tiempo y podés ir perdiendo corazones y podés morir y tenés que volver a empezar. De este modo todo es más real" (se le repregunta a qué se refiere con "más real": "Significa que podés morir, como pasa en la vida real").

Facundo y Máximo: "Todos eligen el personaje que más les gusta y el que más les parece cómodo jugar. No hay buenos ni malos. Los personajes no tienen nombres. Siempre usamos uno que tiene un pico para picar las piedras".

Selene: "Yo uso cualquiera. Voy cambiando cada vez que juego porque me gustan. A veces elijo uno y a veces otro, no tengo uno preferido, me da igual".

Daniel: "Solo tengo dos personajes para elegir, le podés poner ropa, uno se llama Stiven, y el otro, Jack; los llamé así porque me gustan esos nombres, yo siempre elijo a Stiven porque es más facha. Una vez jugué online y podés conocer un montón de personajes más "No son tuyos, son otras personas, pero los conocés".

Demian (11 años): "Divertido es que podés hacer un montón de cosas y no te aburrís y podés jugar todos los días sin cansarte. Claro, no me canso porque yo no corro, corre mi personaje".

Magalí: "Me identifico con la forma en que se viste, mi personaje es una chica y como que vos podés crearlo como vos quieras, o sea, la podés inventar como a tu gusto. Me gusta que tiene ropa que en mi casa no tengo, que tiene muchos tipos de peinados y caras".

Benjamín: "Yo deseo ser el mejor jugador de Minecraft, tener todos los mundos y poder construir todo lo mejor".

Máximo: "Hay que tratar de sobrevivir en ese mundo, pero, si te morís una vez, no pasa nada porque seguís viviendo y así a cada rato. Cuando te morís, revivís en el último lugar que estuviste y a veces perdés los objetos que tenías, hay que tratar de buscarlos rápido".

Juli: "Después de sobrevivir podés hacer lo que vos quieras".

Mirko: "Roblox es un juego divertido, pero a la vez también aprendo cosas, ya que se puede, en algunos juegos, conseguir trabajo, cocinar, pagar las cuentas de la casa. Me parece interesante, ya que tiene muchas opciones de juego y es entretenido".



El horizonte de posibilidad de la creatividad y las opciones predeterminadas de las interfaces

Estas posibilidades actuales de narración en redes sociales o de videojuegos son factibles porque los dispositivos digitales habilitan nuevas potencialidades expresivas. Los relatos no lineales, hipermediales, la interactividad, las estrategias de recorridos por navegación y mediante ensayo y error son algunas de las lógicas no lineales de los modos de habitar y producir el mundo de las nuevas generaciones.

Los videojuegos y las redes sociales proponen horizontes de interpelación que apelan a la creatividad. En casi todos los consumos, la industria propone espacios de creación de contenidos, en el caso de TikTok³, la posibilidad de crear videos cortos y, en el caso, por ejemplo, de Roblox, de crear juegos. Sin embargo, observamos que todas estas opciones de creación son ofrecidas dentro de opciones predeterminadas del software y del hardware. Es decir que, si bien estas nuevas interfaces proponen la participación y el movimiento, esas opciones son finitas y determinadas por quienes producen la infraestructura y la programación. Estas opciones predeterminadas habilitan ciertos movimientos de participación y acciones y otras no.

Observamos que algunas de las posibilidades de acción son "Adelante", "Atrás", "Agarrar", "Tirar", "Matar", "Saltar", "Imitar", "Copiar el modelo". A nivel lenguaje simbólico, en general, son frases predeterminadas, y otras veces, emoticones. En este sentido, observamos que la corporalidad de la vida off line se mueve no necesariamente igual que en el interior de las pantallas -es decir, on line-, sino de otras maneras, puesto que, para moverse como avatar o user, hay que estar en un mismo lugar, o bien, hacer movimientos con los dedos, quizá pararse o saltar si hay sensores, hablar y, sobre todo, prestar atención a la pantalla.



Hay que estar concentrado para comandar los dispositivos con el objetivo de copiar el modelo o hacer clic, apretar o tocar los comandos de las diferentes interfaces para usar las habilidades de los personajes lo mejor posible en los juegos. Las acciones codificadas dentro de las opciones de los programas de las pantallas generan movimientos dentro de ellas. Esas acciones se aprenden en el proceso de consumo y con mediaciones de youtubers, tiktokers, gamers y todo tipo de *influencers* pares.

²TikTok, "Make your day" ("Hacé tu día"). TikTok está diseñada para ser parte del día a día de los usuarios, quienes, en unos pocos segundos, pueden crear y compartir un video bastante entretenido, además los espectadores pueden descubrir millones de videos cortos personalizados tanto desde cualquier dispositivo móvil como de personas de cualquier parte del mundo y por diversos motivos. TikTok es la plataforma social de videos cortos (no duran más de sesenta segundos). Este algoritmo usa el aprendizaje automático para conocer qué contenido prefiere cada individuo en función de su comportamiento. Aprende qué te gusta y qué no te gusta (recuperado de la web oficial de TikTok).

Roblox es una plataforma de videojuegos en línea, la cual tiene un sistema de creación de juegos desarrollado por Roblox Corporation en la que los usuarios pueden crear sus propios mundos virtuales -utilizando su propio motor de videojuegos llamado Roblox Studio, que está solo disponible en ordenadores personales-. Roblox es potenciado por una comunidad global de más de dos millones de desarrolladores, quienes producen sus propias experiencias multijugador inmersivas mediante Roblox Studio, una herramienta de diseño intuitiva para equipos de escritorio. En Roblox, se puede crear cualquier tipo de experiencia (recuperado de la web oficial de Roblox).





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Alma: “En el juego vos empezás quieta y después con los botones vos te empezás a mover en el juego y vas a los lugares que querés, después podés mover la cámara para ir viendo a dónde vas, te podés ir a mover a donde vos quieras y eso. Sí... Mirá, por lo que yo entendí, la cámara vos la podés mover para arriba y para abajo, para los costados y así se va moviendo el personaje. La cámara es para que vos puedas ir viendo porque, si no, en la forma que estás parada, vos ves el lugar donde está parado el muñeco. Por ejemplo, si vos lo ves de atrás, vos podés ver lo que está adelante y, si vos te movés para adelante, te vas a chocar contra las cosas. Entonces, si vos movés la cámara, se mueve el personaje. Es decir, cuando se mueve la cámara, te manda a otro lugar porque, tipo, vos la das vuelta a la cámara y vos avanzás, y la cámara es para que se mueva para los lugares que vos querés. Y al personaje lo movés vos con las teclas del teclado, por ejemplo la W y la S, y creo que la D y la E, no me acuerdo mucho”.

Juli: “Aparte, lo que más me gusta del juego es que tiene muchos minijuegos, vos entrás y elegís, vas creando el juego, y dentro de ese se puede crear otro y así, jajaja...”.

Alma: “Yo, muchas veces hablo por el chat. En el chat vos podés escribir lo que vos quieras. Por ejemplo, si yo quiero decirle a una persona: ‘¡Hola, ¿cómo estás?’’, al lado de tu personaje, aparece un globito arriba. Si vos tenés a una persona al lado que querés hablarle, va a aparecer ese globito y..., bueno, la persona lo va a leer y seguramente te va a responder, o no. Hay palabras que están censuradas como, por ejemplo, números, no sé por qué, o malas palabras o ese tipo de cosas”.

Renata: “Claro, esto es en Brookhaven, yo no conozco si es igual en todos. Hay muchas cosas como una casa, para ponerse ropa, y hay una personita, si vos apretás la personita que está bailando, te aparecen muchas acciones y, si apretás las acciones, las hace tu personaje”.

Magalí: “Vos jugás y, bueno, estás jugando con alguien y de repente te pasa algo como gracioso, como que, por ejemplo, se te ‘bugea’ el personaje contra la pared y no podés salir de ahí, y a veces necesitás ayuda de como..., de dos jugadores, o reiniciar directamente el personaje para salir, a veces podés perder un poco el progreso, depende el juego”.

Thiago: “Yo, actualmente, estoy jugando desde mi computadora porque me siento mucho más cómodo que jugando desde mi celular. Porque en el celular..., o sea, a mí me gustaba mucho jugar con el celular, pero se me hacía medio incómodo porque en Minecraft vos tenés que mover la pantalla del celu porque así puedo ver dónde quiero construir o dónde hay material para romper, y tengo que hacer muchos movimientos que se sienten incómodos. En cambio, desde la computadora necesitás solo una mano para usar el mouse y la otra para mover la cámara con el teclado. Yo, cuando juego Minecraft, estoy sentado escuchando música. Me gusta mucho jugar Minecraft mientras que estoy escuchando música. Más que nada en lo que yo juego, que vendrían a ser servidores, por ejemplo, algunas veces cuando pierdo..., por ejemplo, yo juego una partida, me esforcé mucho y justo estoy en el final, me muero por algo que yo hice mal, o sea, yo me mato solo y ahí me enoja porque, de tanto jugar y de tanto que me habían matado muchas personas, yo me muero al final, pero no porque me mataron, sino porque yo mismo fui el que me morí, pero siempre estoy sentado escuchando música”.

Tiziano: “En cada batalla cada jugador elige su brawler (luchador o luchadora) con el cual batalló solo esa partida. Con la mano izquierda, se controla el joystick, el cual permite un desplazamiento por el campo de batalla en los ejes X e Y. Con la mano derecha, se accionan las habilidades, de las cuales hay dos tipos: habilidad ‘común’, que puede ser ilimitada o tener algún tipo de munición recargable (pero infinita), el llamado ‘golpe básico’; y una habilidad ‘especial’, que se va cargando a medida que se dan más golpes básicos a los enemigos, y son de un solo uso por recarga. Los golpes básicos pueden ser automáticamente dirigidos o bien pueden dirigirse manualmente”.

Renata: Claro, si yo aprieto a la personita que está bailando, me aparecen un montón de acciones y, si cliqueo una, la hace mi personaje”.

Entrevistador: ¿Y esas acciones cómo son?

Renata: Mirá, hay algunos que tienen números. Por ejemplo, uno, dos, tres, cuatro, cinco..., y esos son bailes. Cada número tiene el nombre del baile, pero en inglés y, como yo no sé inglés, no sé qué baile va a hacer. Pero las otras acciones, por ejemplo, el número que dice ‘Hello’, yo sé que va a saludar. Hay algunos que los reconozco.

Entrevistador: ¿Qué otro tipo de acciones puede haber?

Renata: Puede caminar, saltar, subirse a algo. Por ejemplo, para saltar apretás la barra del teclado. Si querés ir para adelante, apretás la W. Si querés ir para atrás, la S. Si querés ir para un costado, creo que la D, y para el otro, la A, creo.

Horizontes de posibilidad sobre el juego sin fin y la libertad y las opciones predeterminadas de las interfaces

Los horizontes de interpelación propuestos en los videojuegos y en las redes se relacionan con la idea de libertad y creatividad. Tanto la idea de mundo abierto (sandbox) como comunidades multijugador y redes sociales proponen como horizonte la posibilidad de “elegir todo”⁵, de “llegar a ser lo que quieras ser y puedas imaginar”⁶, de “jugar infinitos juegos”⁷, de “la comunidad infinita”⁸, entre otras representaciones.

Observamos que esa idea propuesta de libertad significa autonomía para tomar decisiones de consumo dentro de los espacios virtuales, y que además esas representaciones de libertad sin responsabilidad están insertadas en un conjunto finito de reglas de juego que no se explicitan. Observamos que hay un aprendizaje sobre el uso de esas reglas sin toma de conciencia de los condicionamientos de formato que se invisibilizan.

Nos parece importante comprender que, en este momento histórico de digitalización, comienzan a ser condicionantes los formatos más que los contenidos. Los formatos no se ven, pero dan forma, hacen lugar para que los movimientos y decires aparezcan.

En relación con los contenidos, la creencia instalada es la del acceso a la información, pero la segmentación algorítmica reproduce estereotipos e imposibilita la discusión conflictiva dejando poco espacio (formato) para el debate con las diversidades y diferencias. Por eso escuchamos en el campo que los chicos y chicas no saben bien si hay reglas de juego y muchas veces afirman que no las hay.

⁵Movistar

⁶Roblox: “Sé cualquier cosa que llegues a imaginar. Usa tu creatividad y luce un estilo totalmente personal. Personaliza el avatar con una gran cantidad de sombreros, camisas, caras, equipamiento y más. Con un catálogo de objetos en constante expansión, no hay nada que limite los *looks* que puedes crear”.

Roblox PlayStore: “En Roblox, puedes crear, compartir experiencias y ser quien quieras ser. Roblox es el mejor universo virtual para crear, compartir experiencias con amigos y ser todo lo que puedas imaginar. Únete a millones de personas que exploran una gran variedad de experiencias inmersivas creadas por una comunidad global”.

⁷Roblox: “Millones de experiencias para explorar. ¿Tienes ganas de participar en una aventura épica?, ¿competir contra rivales de todo el mundo?, ¿o pasar el rato con amigos y chatear en línea? Gracias a un inventario creciente de experiencias creadas por la comunidad, siempre encontrarás algo nuevo y emocionante que explorar”.

⁸Disney Infinity

Los chicos y las chicas nos cuentan...



Renata: “Yo creo que, seguramente, la mayoría de los juegos tienen reglas. Para mí, todos los juegos deben tener reglas. O sea, no es obligatorio que las hagas. Por ejemplo, en Brookhaven, una regla es que podés poner casas y esas cosas, pero no es obligatorio. Bueno, en realidad, no sé si tiene reglas, no estoy segura porque nunca jugué un juego en el que tengas que seguir reglas sí o sí. Vos podés hacer lo que quieras con tus personajes y los juegos. Después, eso que me preguntás de los movimientos, que yo levanto mi brazo y el personaje lo hace, no..., no se puede. Lo que sí se puede es que, con los botones de la compu, yo aprieto y hago que hagan un movimiento, qué sé yo, hay un botón que dice ‘Animación’, entonces vos lo tocás y aparecen como un montón de acciones, como moverse para un lado, tipo, bailando, o algo así”.

Alma: Creo que no hay reglas, mmm, ¡por lo que yo sé! Le pregunté a mi hermana y ella tampoco sabe si tiene reglas.

Entrevistador: ¿En cuanto a los movimientos?

Alma: Por lo que entendí de los movimientos, se puede ir para adelante, caminar, saltar, para atrás, para los costados, por lo que sé de los movimientos.

Sebastián: “Depende el juego, podés hacer lo que quieras, por eso me gusta. Por ejemplo, se puede elegir ser policía o ladrón, podés matar a otro avatar o, si sos amigo, intercambiar cosas, adoptar mascotas, hay minidesafíos que si ganas podés comprar mascotas y objetos”.

Magalí: “Podés vestirse, podés matar a jugadores en cierto juego, también como que hay varios juegos donde vos podés vestirse o hay como para conseguir varias cosas y, bueno, después son los únicos que conozco que tienen también como minijuegos ahí, podés correr, saltar porque como que tenés que esquivar varias cosas, a veces tenés que agarrar algunas cosas y así, correr. En realidad, no hay reglas en el juego, lo único que no puede ser es que..., tacha en el chat. Son cuando decís malas palabras ahí te las tacha directamente en el chat y a veces, tipo, no podés decir nada de números. El juego se juega moviendo el personaje, o sea, por ejemplo, hay varios juegos que vos podés entrar y, bueno, ahí lo podés manejar desde la flechita de la computadora”.

Selene: “Si querés podés dividir la pantalla y jugás con otro en la tele”.

Alma: “En realidad, el creador dentro del juego de Roblox es una cosa y el creador de Roblox entero que es otra. O sea, el creador de Roblox deja que otros puedan crear juegos adentro, pero solo si tenés computadora. Por ejemplo, si yo entro al juego desde la computadora, tengo más opciones para usar y puedo crear un juego, pero creo que hay que pagar para crear el juego”.

Facundo: “No les podés sacar cosas a los otros. No se puede romper nada natural ni tampoco alguna construcción si no es mía”.

Máximo: “No podés construir donde está construyendo otro porque es su espacio”.

Selene: “No se pueden escribir malas palabras en el chat. Tampoco podés pasar datos tuyos ni tu Instagram ni nada porque te bloquean”.

Ludmila: “El Minecraft es muy famoso, entonces tenés que seguir siempre las reglas; para hacer las casas, tenés que picar árboles y piedras, si no, no podés armar tu casa; para encontrar diamantes, los tenés que buscar por todo el juego; y para comer tenés que cazar animales, los golpeás y se te hace comida y los agarrás”.

Juli: “Hay juegos infinitos. Porque hay muchos creadores de juegos. Las reglas dependen de cada juego. Si jugás con el cel, hay un cursor tipo palanca. Cuando girás, gira la mira. Si jugás desde la compu, es con letras desde el teclado, por ejemplo, W y A. Son las que me acuerdo ahora...”. (Dice Juli que la pregunta es muy complicada para este tipo de juego).



Juana: "Cuando rompés algo, se te ponen herramientas en el inventario".

Ulises: "Para hacer videos en TikTok, tenés que apretar en el botón '+' y podés poner el sonido o música que vos quieras, les podés agregar efectos a los videos, cortarlos, editarlos".

Martina: "Es fácil hacer un video en TikTok, solo tenés que elegir la canción o el sonido que vos quieras, podés cortar los videos para hacer transiciones y editarlos para que te queden como vos quieras (se le repregunta qué es una transición: "Es cuando vos te grabás en un lado, pausás el video, te cambiás de lugar y después aparecés en otro lado, te cambiás la ropa o lo que sea, entonces, cuando terminás el video, queda rebién).

Emma: "Como dijeron los chicos, es fácil hacer videos porque están todos los botones con nombre (efectos, sonido, velocidad), entonces vos apretás el que quieras".

Sofía: "Vos armás y editás el video como te gusta, si te gusta lo subís, pero tenés que cumplir las normas, si no, te cierran el video. No hacer videos en ropa interior, no tenés que insultar en los videos o hacer cualquier otra cosa que ellos digan que estás incumpliendo las normas, como maltratando a alguien o mostrando cosas raras, como sangre y otras cosas".

Claudia: "La regla es poder imaginar el mundo que quieras con las cosas que te vas encontrando para construir, no podés pasar usuarios porque son privados, y no se me ocurren más".



Jugarse el tiempo libre⁹ y nuevas adicciones: la propuesta del juego infinito sin pausa y la libertad del “elige todo”

Las propuestas de interpelación de los videojuegos actuales convocan a la posibilidad de jugar hasta el infinito. Lo mismo ocurre con las redes sociales, que proponen maratones y recomendaciones para visionados de contenidos sin pausa. Los videojuegos quitaron la posibilidad de pausar el juego y, si por alguna razón este se detiene, se pierde la vida o la partida.

En el caso de las redes sociales como TikTok, las recomendaciones algorítmicas aparecen cada vez que se termina de ver un contenido. Las actualizaciones, los pagos *premium* de las plataformas de video y juegos, y los micropagos dentro de los videojuegos consolidan esta propuesta de la industria que interpela a chicos y chicas al consumo sin fin.

Para que esto sea posible, se produce desde las pantallas un sentido común en las infancias sobre las ideas de infinidad de juegos, de acceso sin límites a los contenidos que les gustan, actualizaciones que cambian los contenidos constantemente y renovación de dispositivos que mejoran la calidad de los gráficos y las potencialidades de las experiencias inmersivas.

⁹ Roblox, según su página oficial. “¿Qué es Roblox? La misión de Roblox es reunir al mundo entero a través del juego. Fomentamos la imaginación, creación y diversión con amigos mientras se exploran millones de experiencias inmersivas en 3D creadas por una comunidad global de desarrolladores”.



Los chicos y las chicas nos cuentan...

Renata: “Después hay más jeans que cualquier cosa. Shorts, mmm, no sé si hay en pantalones. Y en pantalones aprieto uno y, si no tengo la remera, me pone el conjunto o una remera con la que vos lo podés combinar. Y, si yo no tengo la remera puesta, le pongo un pantalón, por ejemplo, un jean y tiene la remera roja, me queda con esa ropa. Pero yo elijo. Elijo cualquier cosa que me gusta. A veces con colores o no”.

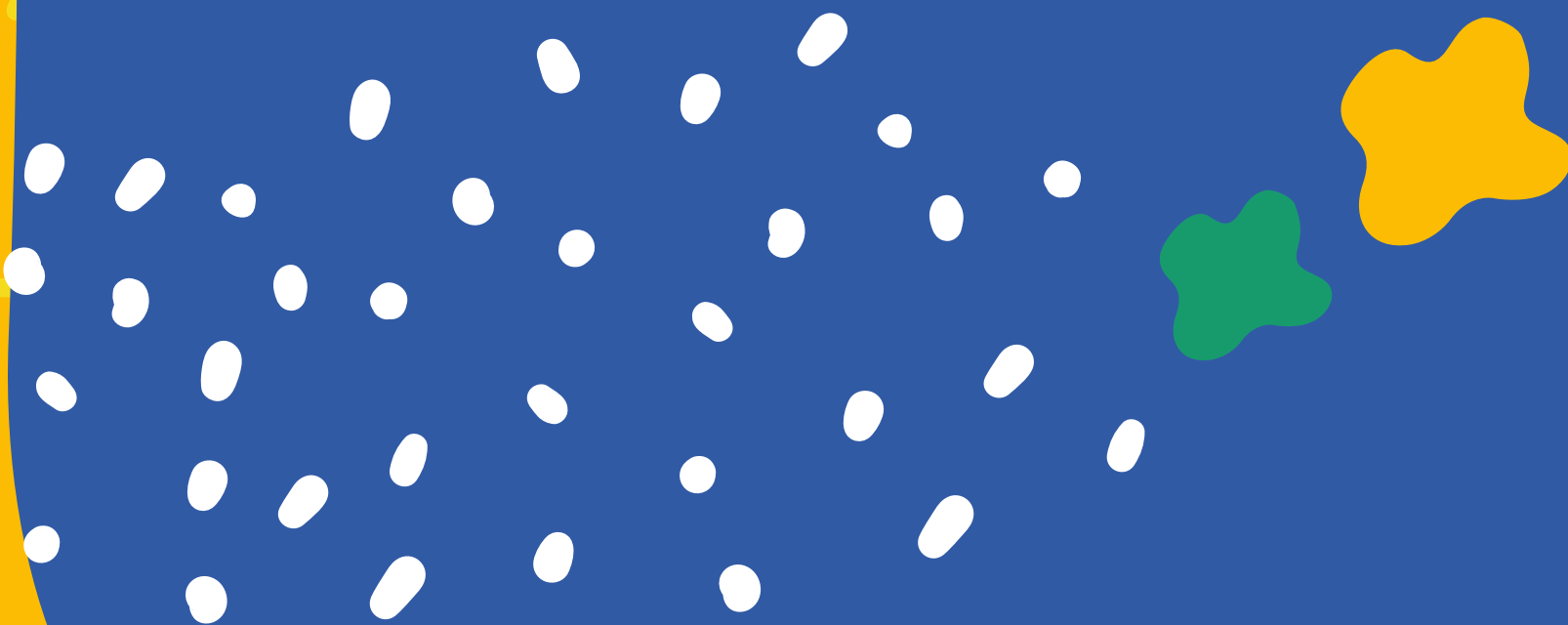
Juli: “Hay muchos minijuegos para explicar cómo se gana..., o sea que no es que hay un solo final en cada minijuego... Y hay algunos que tampoco tienen un final como recurrente”.

Salma: “Roblox es divertido, es entretenido porque puedo pasar todo el tiempo que yo quisiera jugando y tengo que cumplir las misiones, y divertido porque juego con mis amigas cuando llegamos a nuestras casas después de la escuela”.

Valentín: “Roblox, recreativo y divertido. Es entretenido porque, si no me gusta ese juego, puedo poner otro y jugar a lo que me gusta; también juego con mis primos, amigos, y así es más divertido, podemos elegir qué podemos jugar entre los dos”.

Ulises: “Es entretenido, me divierto porque nunca se acaban los videos”.

Benjamín: “Podés construir cualquier cosa, lo que quieras. También podés hacer armas y matar al dragón, que te da mucha experiencia. Está bueno porque podés jugar y no tiene final ni perdés nunca. Es como que vos sos el personaje, entonces podés hacer todo lo que vos querés. Podés construir tu mundo como más te guste, ahí podés hacerlo como quieras porque podés hacer todo. Está bueno porque podés armar lo que se te ocurra, por ejemplo, si querés hacer un castillo y poner una cárcel para tener creeper adentro, podés hacerlo. También podés hacer casas, tener animales, tener todo. Yo cuando juego voy armando cosas y después las destruyo y las vuelvo a armar. Si no me gusta algo, lo rompo y lo hago de nuevo, porque no importa que lo rompas, porque lo podés volver a armar. También los animales los podés matar si querés, porque siempre aparecen más”.





¿Cómo funciona lo divertido en los consumos?

Aburrimiento, pasar el tiempo y adicciones

Cuando en las investigaciones consultamos por el sentido de jugar o consumir redes, los chicos y chicas nos responden automáticamente con el mismo significante: porque es “divertido”. Entonces, partiendo de que lo divertido es dar una nueva versión, esto nos pareció clave para reconocer esos nuevos sentidos que los chicos le daban a esa palabra, *diversión*, que legitimaba los consumos. A partir de esto, tuvimos que repreguntar sobre el sentido de lo divertido una y otra vez...

A través de esta pregunta, nos encontramos con algunas cuestiones claves vinculadas a las nuevas adicciones sin sustancias y a los modos de pasar el tiempo y el aburrimiento. Las nuevas generaciones comenzaron a contarnos cuáles eran sus afectos cuando sentían diversión y cuando sentían aburrimiento. Nos contaron que, cuando tenían tiempo libre, jugaban videojuegos, miraban y producían contenidos en TikTok o YouTube. Ese “pasar el tiempo” tan mencionado tenía la particularidad de ser transcurrido con amigos, no solos. “Pasar el tiempo” o “matar el aburrimiento” en las pantallas se hace con amigos pares. Los chicos y chicas dijeron que son momentos para “liberar la imaginación y hacer lo que quieras”.

Lo divertido tiene que ver con un sentido común que instala las ideas de imaginar y crear lo que no está en la realidad, habilitado por la simulación virtual; hacer cosas que en la vida off line los adultos no dejan hacer; poder gritar, saltar, reír, pasar niveles, lograr objetivos y ganar monedas; conseguir pases de batallas, lograr habilidades, copiar lo mejor posible el modelo; todas acciones y estrategias que les demandan tiempo y atención. En este sentido, observamos que, cuanto más energía es gastada en las pantallas comandando dispositivos y consolas, más metadatos se extraen de esos consumos que sirven a los nuevos modelos de negocios.

Además, las actualizaciones, tanto de dispositivos como de contenidos propuestos de los videojuegos y las redes sociales, les demandan, a los chicos y chicas, atención constante. Una mínima distracción implica pérdidas en el juego, exclusión de los clanes o equipos, pérdida de energía o vida, o no poder llegar a copiar exacto el modelo propuesto. Estas prácticas de consumo divertidas les generan -en palabras de los chicos y chicas- “felicidad”, “alegría”, “enojos” y “frustraciones”, emociones que surgen de los mecanismos de recompensas que ofrecen los consumos interactivos de las plataformas privativas basadas en la economía de la atención.



Los chicos y las chicas nos cuentan...



Martina: "Lo divertido es raro, es una sensación en el cuerpo parecida a estar feliz".

Emma: "A mí lo divertido me hace sentir alegría y no quiero que se termine".

Máximo: "El juego te hace feliz, es todo lo bueno. Te pone feliz cuando jugás porque te divertís mucho. Me pongo feliz porque me gusta mucho jugar. Me divierto, puedo hacer lo que me gusta, paso tiempo con mis amigos, jugamos juntos. Para mí, el Minecraft es como un sueño. Podés hacer tus sueños. Podés hacer lo que quieras y también te da los bloques necesarios para eso".

Sebastián: "Me gusta cuando juego a tener armas. Me gusta porque es algo que no lo tengo de verdad acá y con el arma puedo hacer lo que quiera. Me gusta ir cambiando, no tengo uno solo, me gusta también Minecraft, Free Fire, Fornite, Clash Royale, esos; me aburro y cambio o, si están mis amigos en otro, me voy ahí, cuando no quiero ver más la tele, o no tengo nada que hacer y me siento aburrido".

Magalí: "Cuando tengo tiempo lo juego nomás. O sea, después de hacer la tarea, o cuando termino de comer, y también a veces como que nos llamamos para jugar entre todos o cuando me siento aburrida (...). A veces me duermo tarde cuando juego. Me pasa que a la mañana tengo sueño en el cole y me gustaría seguir durmiendo un poco más".

Martina: "A mí me encanta TikTok, no sé si podría decir 'adicta', pero sí o sí tengo que ver todos los días, aunque sea un rato".

Sofía: "No me considero adicta tampoco, pero sí tengo que mirar todos los días para matar el aburrimiento cuando no tengo tarea u otras cosas que hacer en mi casa".

Ulises: "Para mí, lo divertido es lo que me saca del aburrimiento y me pone de buen humor".

Sofía: "Para mí, lo divertido es todo eso que te saca del aburrimiento y aunque sea te saca una sonrisa al mirar un video chistoso, un baile o lo que sea. Te hace sentir contenta".

Facundo: "El sentido es divertirse y aprender nuevas cosas. Divertirse es no tener tareas de la escuela ni algo para hacer, entonces puedo jugar y me hace feliz".

Juli: "Algunos pueden tener más imaginación en construir sus casas. Podemos liberar la imaginación y hacer lo que sea, destruir un pueblo, construir una casa, un templo, explorar los bosques".

Daniel: "Es solo para pasar el tiempo cuando estoy aburrido y me sirve para cuando tenga que sobrevivir en un bosque, imagino que puedo llegar a estar en un bosque algún día. Este juego te enseña a cómo sobrevivir. A veces me quiero ir a esa dimensión para ver cómo es el dragón y matarlo".

Selene: "Para mí, el Minecraft significa un juego divertido que no puedo parar de jugar. Me causa nervios y ansiedad. Es un juego que me deja crear mi propia casa con jardines, piletas y tener animales, todo lo que imagino lo puedo hacer".

Facundo: "Para mí, divertido es que me entretiene y que me hace feliz. Porque a veces estoy muy aburrido o no tengo ganas de hacer nada, pero, cuando me pongo a jugar, se me pasa. Entonces estoy entretenido y me olvido, estoy metido en el juego".

Máximo: "Divertido es que, por ejemplo, volví del colegio y estoy enojado porque me aburrí mucho y, cuando llego a mi casa, puedo jugarlo y me pone contento".



Selene: “¿Divertido? ¿Qué me divierte? Que no me aburro nunca y no puedo parar de jugarlo”.

Ludmila: “Para mí, divertido es cuando sentís emoción cuando jugás y no te aburrís”.

Daniel: “Divertido es poder gritar, saltar y reírte todo el tiempo, cuando juego grito mucho y me río, entonces no me aburro”.

Claudio: “Puedo aumentar la dificultad sin ningún límite”.

Thiago: “Me gusta la creatividad, porque vos en el juego podés construir todo lo que se te venga a la cabeza, de la manera que quieras. A mí me gusta porque construyo algo que me motiva a seguir jugando y seguir creando”.

Juan Ignacio: “Me gusta jugar porque es divertido imaginar cosas que no están en la realidad. Poder armar todo lo que quiero. Puedo explorar todo el juego”.

Ramiro: “Es un pasatiempo divertido que a veces te da bronca, cuando abrís cajas y no te salen cosas que querés. A mí me estuvo pasando eso y me pone un poco triste. También el estilo de juego es muy bueno porque podés jugar con un familiar”.

Tobi: “Es un juego que siempre lo juego, y no paro de jugarlo. También lo mismo de Rami, a veces no me toca nada en las cajas y me dan ganas de romper algo. Es como una carrera: para conseguir más cosas, tenés que seguir y seguir intentando”.

Tiziano: “Es divertido jugarlo, en algunas partidas te podés enojar mucho. Es divertido porque podés hacer estrategias con tus amigos. Y te podés enojar mucho cuando perdés”.

Federico: “Es un pasatiempo divertido porque podés jugar con tus amigos y, para mí, como que te fuerza a conseguir algo. Llegar a tener más copas (a medida que seguís ganando). Es un juego para seguir intentando todo el tiempo”.

Rami: “Yo lo máximo que estuve sin jugar fue un mes. Porque a mí también me cuesta mucho jugar a ese juego. Porque Tobi no entró por siete días y le salieron dos brawlers. Entonces a mí me cuesta porque yo no entro por siete días y no me toca nada. Y eso me da bronca”.

Thiago: “Cuando estoy en el juego, tengo nervios para no morir y cuando pasa juego otra vez y así se me pasa todo el día”.

Selene: “Lo juego cada vez que no tengo otra cosa para hacer. A veces juego Minecraft y cuando me aburre me pongo a jugar otro juego. Ahora estoy muy enganchada con Free Fire porque tiene el juego del calamar adentro”.

Juan: “Podés hacer muchas cosas y son redifíciles a veces, entonces tenés que estar mucho tiempo para poder hacer algo y tenés que ir aprendiendo cada vez más cómo hacer las cosas. Igual hay videos en el YouTube que te enseñan o, si te conectás con amigos, te pueden ir ayudando y así es más fácil”.

Renata: “Por ejemplo, que juego con Alma o con mi hermano me divierto más que jugando sola, si no, me aburro. Si juego sola, a los dos minutos ya no quiero jugar más porque me aburro. Si yo no juego con alguien, me aburro porque, cuando juego con ellos, inventamos, por ejemplo, que somos hermanos y, no sé, vamos a la escuela... O que Alma es nuestra mamá y nos lleva a comprar, y esas cosas. No sé, qué sé yo. Me mantengo haciendo algo que me gusta y paso el rato. No sé cómo explicarlo. Felicidad... No sé cómo explicarlo. Me entretiene, me mato de risa. Pero no todo el tiempo me estoy riendo, pero me río bastante”.



Los chicos y las chicas nos cuentan...

Martina: "Lo divertido es raro, es una sensación en el cuerpo parecida a estar feliz".

Emma: "A mí lo divertido me hace sentir alegría y no quiero que se termine".

Máximo: "El juego te hace feliz, es todo lo bueno. Te pone feliz cuando jugás porque te divertís mucho. Me pongo feliz porque me gusta mucho jugar. Me divierto, puedo hacer lo que me gusta, paso tiempo con mis amigos, jugamos juntos. Para mí, el Minecraft es como un sueño. Podés hacer tus sueños. Podés hacer lo que quieras y también te da los bloques necesarios para eso".

Sebastián: "Me gusta cuando juego a tener armas. Me gusta porque es algo que no lo tengo de verdad acá y con el arma puedo hacer lo que quiera. Me gusta ir cambiando, no tengo uno solo, me gusta también Minecraft, Free Fire, Fornite, Clash Royale, esos; me aburro y cambio o, si están mis amigos en otro, me voy ahí, cuando no quiero ver más la tele, o no tengo nada que hacer y me siento aburrido".

Magalí: "Cuando tengo tiempo lo juego nomás. O sea, después de hacer la tarea, o cuando termino de comer, y también a veces como que nos llamamos para jugar entre todos o cuando me siento aburrida (...). A veces me duermo tarde cuando juego. Me pasa que a la mañana tengo sueño en el cole y me gustaría seguir durmiendo un poco más".

Martina: "A mí me encanta TikTok, no sé si podría decir 'adicta', pero sí o sí tengo que ver todos los días, aunque sea un rato".

Sofía: "No me considero adicta tampoco, pero sí tengo que mirar todos los días para matar el aburrimiento cuando no tengo tarea u otras cosas que hacer en mi casa".

Ulises: "Para mí, lo divertido es lo que me saca del aburrimiento y me pone de buen humor".

Sofía: "Para mí, lo divertido es todo eso que te saca del aburrimiento y aunque sea te saca una sonrisa al mirar un video chistoso, un baile o lo que sea. Te hace sentir contenta".

Facundo: "El sentido es divertirse y aprender nuevas cosas. Divertirse es no tener tareas de la escuela ni algo para hacer, entonces puedo jugar y me hace feliz".

Juli: "Algunos pueden tener más imaginación en construir sus casas. Podemos liberar la imaginación y hacer lo que sea, destruir un pueblo, construir una casa, un templo, explorar los bosques".

Daniel: "Es solo para pasar el tiempo cuando estoy aburrido y me sirve para cuando tenga que sobrevivir en un bosque, imagino que puedo llegar a estar en un bosque algún día. Este juego te enseña a cómo sobrevivir. A veces me quiero ir a esa dimensión para ver cómo es el dragón y matarlo".

Selene: "Para mí, el Minecraft significa un juego divertido que no puedo parar de jugar. Me causa nervios y ansiedad. Es un juego que me deja crear mi propia casa con jardines, piletas y tener animales, todo lo que imagino lo puedo hacer".



El uso del tiempo libre y la ritualidad: qué se repite y consolida en la vida cotidiana

En la investigación pusimos foco en la forma en que se consolidan rituales y rutinas en la vida cotidiana en relación con los consumos. Esto quiere decir que, si pensamos en cómo se construye sentido común en las infancias, necesariamente tenemos que dar cuenta de cómo se instalan estos sentidos al crear rutinas y rituales que se legitiman como lo normal.

Esta ritualidad que se continúa en las rutinas tiene una especificidad que pudimos observar en el consumo hogareño. Por un lado, los chicos y chicas tratan de consumir en sus habitaciones, donde pueden tener menos interrupciones y distracciones para prestar atención. Además, las infancias cuentan que juegan y están en las redes todos los días, en un promedio de cinco horas al día, y que intercalan los consumos con tareas de la escuela y momentos de descanso y nutrición. Muchos cuentan que comen con las tabletas y se van a dormir de la misma manera.

Este año, especialmente, muchos contaron que van al baño también mientras consumen redes, sobre todo, TikTok. Se establece en esa ritualidad el consumo de redes y juegos en los tiempos libres respecto de las obligaciones con las tareas de la escuela y ciertas relaciones de poder entre adultos y niños/as que disponen de la posibilidad de usar las pantallas en términos de castigo y recompensa. El consumo aislado en las habitaciones se hace desde la cama, acostados, con las piernas hacia arriba y las manos en alto con los dispositivos, en unos casos, y con computadoras personales en escritorios en los cuartos.

Observamos también el uso de auriculares para lograr mayor inmersión y concentración y el uso de celulares en simultáneo para llamadas por WhatsApp o chats de los juegos y redes. Acercarse a la pantalla para ver mejor y acceder a una buena conectividad es fundamental para no tener ningún tipo de pausa ni interrupciones.





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Renata: “Hay días que juego todos los días o solo porque Alma me pide, entonces me dan ganas de jugar. O si yo quiero le pregunto y jugamos”.

Juli: “No sé..., lo que hago siempre es jugar en casa... Mami no me deja que lo use en otro lado”.

Alma: “Juego casi siempre en el lugar de trabajo de papá, porque él tiene como luces que están rebuenas y es más cómodo jugar ahí. Yo juego casi todos los días, a menos que vaya a algún lugar. También a veces cuando no tengo que hacer tarea. Pero juego casi todos los días, un ratito”.
Salma: “Mis padres me dejan jugar cuando vuelvo de la escuela un ratito y después de terminar las tareas. Juego todos los días un ratito, pero, los días que no tengo escuela, puedo pasar todo el tiempo que yo quiera en Roblox”.

Valentín: “Juego en mi tiempo libre, cuando termino mis tareas del colegio; el fin de semana es cuando tengo más tiempo para jugar y mis papás me dejan jugar porque no voy al colegio”.

Sebastián: “Juego cuando mis papás me dejan, siempre es después de hacer la tarea. Los fines de semana, juego más, pero cuando me aburro”.

Tiziano: “Yo me ponía a jugar comiendo, mientras almorzaba y jugaba como tres horas”.

Federico: “Cuando eran vacaciones y no había cole, jugaba tres horas y media. Y cuando hay colegio juego tipo dieciocho o diecisiete y no me ponía tiempo ni lo medía. Simplemente jugaba hasta que me aburría”.

Magalí: “A la noche. Y... antes de que esté la comida y también después, hasta que me da sueño”.

Ulises: “Yo uso TikTok en cualquier lado, más que nada sentado en el inodoro haciendo mis necesidades, o acostado”.

Martina: “Yo miro TikTok acostada, pero también en la silla mientras desayuno o meriendo”.

Emma: “Miro TikTok acostada, cuando voy al baño, me quedo un rato sentada en el inodoro antes de bañarme”.

Sofía: “Me gusta mirar cuando no tengo que hacer tarea o ir a hacer deporte, mayormente, miro acostada o sentada en la silla”.

Thiago: “Juego Minecraft sentado en mi computadora, estirado y con los auriculares. Siempre estoy tranquilo jugando, hasta que me pongo inquieto (me muevo mucho en la silla, o sea, muevo todo mi cuerpo). También lo uso en el celular cuando salimos con mi familia en el auto, ya que por el celular no necesito wifi para poder jugar”.

Facundo y Máximo: “Jugamos sentados o acostados. Nos mantiene concentrados. Cuando jugamos juntos a veces nos alteramos cuando nos persigue un monstruo, nos acercamos mucho a la televisión o gritamos pero lo resolvemos rápidamente”.

Juani: “Siempre estoy sentado derecho atento a la pantalla, juego a la tardecita en casa más o menos dos horitas, hasta que mi hermano me pide la computadora y ahí se la doy y dejo de jugar; lo único que pierdo es el mundo que construí. Aprieto rápido con mis dedos el teclado cuando estoy construyendo edificios, también muevo mucho la cabeza cuando tengo que ver en el teclado los botones que uso para moverme y construir las edificaciones”.



Ludmila: “Juega por lo general sentada o acostada, siempre con algo para beber a su costado, no se quiere desconcentrar, entonces antes de jugar se prepara todo lo que necesita. No juega durante muchas horas, pero, a la hora de jugar, no pierde la concentración. Es un juego que en algunas ocasiones la altera porque no pasa lo que ella espera: “A veces me pierdo y no encuentro mi casa y eso me enoja”.

Facundo: “Cuando juego siempre me llevo jugo y comida. Siempre tengo unas galletitas cerca”.

Máximo: aportando a lo que dijo Facundo: “Yo también, cuando juego con Facu, como algunas galletitas y merendamos al mismo tiempo”.

Selene: “Yo juego en cualquier tiempo que tengo libre, entonces no repito siempre lo mismo. A veces juego a la mañana, otras veces al mediodía cuando vuelvo del colegio, o a la tarde, cuando ya terminé mi tarea”.

Ludmila: “Muy seguido no lo puedo jugar porque mi celular a veces se tilda, pero, cada vez que está bien, juego y no quiero parar de jugar. Cuando vengo de la escuela, me gusta sentarme en el sillón y jugar”.

Daniel: “No juego solo al Minecraft, voy jugando un rato cada juego, pero luego del colegio y ni me saco el uniforme, después de un rato, cuando me sirven la comida, recién paro y me cambio y sigo jugando hasta que me canso”.

Selene: es un juego que genera ansiedad, en especial cuando hay alguna persecución, porque se altera un poco. Cuando juega desde la Xbox, se acerca mucho al televisor, ya que le provoca mucha más alteración que cuando lo hace desde el celular donde según ella no se siente tan real: “La tele es más grande y cuando juego ahí veo todo mejor. Es como si estuviera dentro del juego. En el celu el juego se ve más chico, entonces la tele está más buena”.

Ramiro y Tobías: “Jugamos en cualquier lado, en general, en nuestras habitaciones, más tranquilos, mejor conexión a internet, ya que es necesaria para jugar”.

Ulises: “Miro Tik Tok todos los días, mientras almuerzo, meriendo o de noche, antes de ir a dormir”.

Martina: “A veces durante la tarde, mientras almuerzo o meriendo; si no pude durante el día porque estuve ocupada, lo hago antes de dormir”.

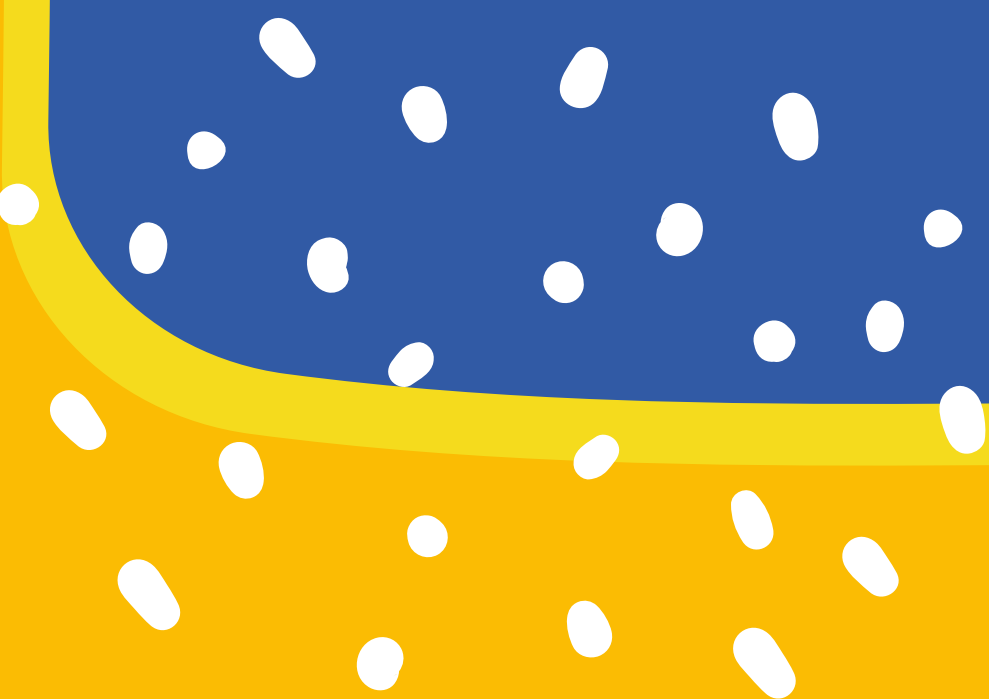
Sofía: “Miro todos los días, siempre me hago un tiempo mientras almuerzo, cuando estoy por ir a bañarme o a la noche, cuando me estoy por ir a dormir”.



Sueño, descanso y consumos

Observamos en las entrevistas que los chicos y chicas tienen nuevos vínculos con el sueño, la noche y el descanso. Entonces preguntamos cómo habitaban estos momentos y surgieron varias rutinas de juego y consumo antes de ir a dormir, o de consumo mientras se quedan dormidos, y sueños donde siguen jugando. Cuando preguntamos a los chicos por qué iban a la escuela con sueño, nos contaron que se quedaban jugando pasando niveles de videojuegos o mirando videos de TikTok.

En este sentido, leímos, en las propuestas de interpelación de las pantallas, las actualizaciones, los tiempos para pasar niveles en videojuegos y las recomendaciones en redes que incitan a los chicos y chicas a quedarse en la instancia de consumo y “no abandonar”, en palabras de ellos/as. Nos contaron también que muchas veces sueñan que siguen jugando, que encuentran recompensas, que viven en las casas que armaron en Minecraft y que rompen bloques con sus manos, que están mirando TikTok, que *sueñan estar literalmente ahí*. Los límites surgen con los adultos cuidadores que habilitan más o menos horarios de consumo, pero muchas veces, y en habitaciones aisladas, las infancias siguen jugando mientras las familias duermen.





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Renata: "Yo a veces sueño que consigo un brawler legendario. Una vez me pasó que soñé que conseguía un brawler legendario y al otro día lo conseguí. Cuando no puedo jugar durante el día, a veces me quedo pensando en qué me habrá tocado en las recompensas gratis que te tocan. Entonces me daban ganas de ver, pero a veces mi papá no me deja".

Tobi: "A veces me ha pasado de tener recompensas gratis y yo quiero reclamarlas, pero no me dejan y eso me deja pensando en qué habré sacado, pero tampoco me cuesta mucho".

Martina: "A veces sueño que estoy usando el celular y usando TikTok, mi papá y Emma me dicen que me río dormida".

Emma: "Yo también a veces sueño que estoy con la tablet mirando TikTok de las chicas famosas que hacen bailes, pero no hablo sola ni me río como Martu" (son hermanas).

Sofía: "Siempre sueño, a veces pienso que no es un sueño y estoy mirando TikTok de verdad, me levanto y sigo durmiendo".

Facundo: "Solo a veces sueño algo y capaz alguien lo está jugando adentro de mi sueño, pero nunca soñé otra cosa diferente. Juego hasta las once de la noche casi siempre".

Máximo: "Yo una vez soñé con el juego, estaba Slenderman, era todo negro, pero la cara es blanca. Él estaba ahí, pero no me acuerdo de qué pasó. Mis papás no me dejan jugar de noche".

Selene: "Yo a veces sueño como que vivo ahí adentro y es todo cuadrado. Hay bloques y yo soy uno de los personajes".

Ludmila: "Cuando me duermo nunca sueño, pero me gustaría soñar que estoy adentro del juego".

Daniel: "Con el Minecraft nunca soñé, pero sí con el Free Fire o el Mortal Kombat, sueño que estoy peleando de verdad".

Juani: "Soñé algunas veces y pensaba que yo construía mi casa y rompía los bloques con mis manos".

Thiago: "Soñé que estaba adentro del mundo de Minecraft y que estaban mis papás y hermanita, me reencantó el sueño porque entre todos construimos una casa remágica llena de árboles que de ahí salían manzanas a la mía".

Juana: "Durante la noche no podemos jugar porque nos sacan el celular. Cuando juego mucho a veces sueño que sigo jugando".

Benjamín: "Una vez soñé que estaba en la casa que armé en Minecraft y venía un dragón, y tenía que armar un arma para matarlo. Una vez soñé que tenía alas para volar y veía chanchos en la granja desde arriba y casas armadas por otros personajes".

Lucía: "Yo no tengo sueño cuando estoy jugando, muchos de mis amigos juegan hasta tarde, entonces yo también quiero hacerlo".

Santiago: "Era estar literalmente ahí, con todos sus mundos. El que recuerdo muy bien fue uno de estar en mi aldea al lado de un lago y tirarme en él porque huía del Slenderman".

Federico: "Hay fines de semana que, si me tengo que ir a dormir, me levanto muy temprano a la mañana, antes que toda mi familia, para ir a jugar en la compu".



Modelos de negocios en las tramas de los videojuegos, dólares, moneda digital y tarjetas de crédito

Cuando observamos y entrevistamos a los chicos y chicas, vimos que las tramas de los juegos y las redes sociales requieren, en general, logueos y conectividad, y que esa acción habilita la venta de datos para segmentación. Los metadatos asociados a una dirección IP en un dispositivo sirven como materia prima para dirigir las ventas según perfiles cada vez más segmentados, y orientan los gustos y preferencias. Esto mismo trasladado a las nuevas generaciones significa que las energías gastadas por un cuerpo conectado a una consola o dispositivo digital se transforman en datos que luego son monetizados por las industrias de telecomunicaciones. Nos parece importante dar cuenta de una de las clasificaciones para consumos que existe a nivel global: Search ESRB Game Ratings (<https://www.esrb.org/ratings-guide/es/>), puesto que introdujeron una nueva descripción para mayores de 10 años que se llama “Violencia de fantasía”¹⁰.

Además, encontramos ahí mismo que otros consumos tienen la descripción “Adicción al tabaco y el alcohol”.

Las tramas de los consumos tienen imbricadas en ellas modelos de negocios con tarjetas de crédito, que detallamos a continuación:

- Nuevas generaciones de dispositivos: creación constante de nuevas generaciones de consolas que sustituyen y reemplazan a las anteriores.
- Plataformas virtuales (juegos digitales) para adquisición de juegos o videos y suscripción. Comienzan con sus servicios gratuitos para, posteriormente, ofrecer servicios premium y pagos sin los que no se puede avanzar.
- *Free to play*: el juego se instala y descarga gratis, pero, para avanzar o mejorar, se necesita hacer pagos con tarjeta de crédito.



- Micropagos: pagos de pequeños importes realizados por el usuario para la compra de contenidos adicionales para un juego determinado (avatares de moda; habilidades que mejoran el juego; posibilidad de crear grupos; comprar objetos, ropajes; poder intercambiar objetos, eliminar anuncios, entre otros).

- Segmentación y recomendaciones algorítmicas: publicidad que aparece en los contextos de las interfaces vinculada a los intereses de los consumidores.

- Actualizaciones, contenidos, nuevos personajes, nuevas reglas, nuevos mundos, nuevas habilidades, nuevas recompensas.

- Expansiones: compra de armas, monedas, habilidades que mejoran las posibilidades en el juego, publicadas en paquetes después de los lanzamientos.

- Acceso simplificado: posibilidad, mediante pagos, de acceder al consumo antes del lanzamiento.

- *Play to earn*: basado en las cadenas de bloques, se ofrecen recompensas económicas por jugar en los metaversos, vinculados a los NFT (Non-Fungible Token) y la moneda digital. Los activos digitales tienen sus propios mercados.

¹⁰ La junta de clasificación de software de entretenimiento define como “acciones violentas de naturaleza fantástica que incluyen personajes humanos y no humanos en situaciones que se distinguen con facilidad de la vida real”.



Los chicos y las chicas nos cuentan...

Alma: “Hay una plata del juego que sí se paga con plata real..., pero el juego lo instalás solamente, no necesitás pagar para jugar, solamente porque esa plata del juego son como monedas para vestirse con otra ropa o jugar otros juegos que..., que valen esa plata. Vos te podés vestir como vos quieras, lo que pasa es que hay ropitas que se pagan, esas son las que todos queremos porque son mejores que las otras, que son medio truchitas. Pero, bueno, como salen creo que veinticinco robux, no las compramos, jajaja, porque no tengo las monedas y mi mamá no me las paga, jajaja”.

Renata: “Mirá, hay un botoncito que, si vos lo apretás, aparece la ropa disponible. Por ejemplo, camisas, pantalones... Y, por ejemplo, si apretás remeras, te aparecen remeras. Las que tienen numeritos en verde abajo es porque las tenés que comprar con plata de verdad. Creo que se llaman ‘robux’. No sé, me dijo Alma. Y los que están gris, creo que ponés ‘Obtener ahora’ y la podés tener. Pero eso, tipo, lo pagás con la plata que tenés en Roblox”. Ante la pregunta de cómo hace para tener plata en Roblox, contesta: “Yo no estoy segura de eso. Alma me dijo todo. Por ejemplo, ella me dijo que su papá, con la tarjeta de crédito, le compró \$200 en robux. Entonces, la ropa que está en verde ella la tiene que comprar con esos robux. Y creo que lo que está en gris es con robux que vos acumulás o juntás cuando jugás, como si fueran puntos, que después te sirven para canjear en ropa, por ejemplo”). “Ahhh, sí, eso sí se parece a la vida real. Porque yo, en la vida real, con Isidro, juntamos plata para comprarnos la patineta y, cuando llegamos a lo que salía la patineta, la pudimos comprar. Acá sería lo mismo”.

Alma: “Yo te cuento: en el juego, la plata por fuera depende de tu país. En Roblox, la plata para pagar son los robux, o la plata del juego es con dólares, y por dentro vos te podés comprar artículos, para entrar a juegos que tenés que pagar, para comprarte ropa y eso. Lo averigüé con mi papá una vez cuando quería..., no me acuerdo qué cosa, y había que pagarla, porque aparecía para que la pagues. Entonces le pregunté a mi papá y era así, para comprar con la tarjeta de crédito”.

Mirko: “Juego al Shindo Life y puedo comprar diferentes cosas con una plata virtual llamada ‘robux’, por ejemplo, ropa, ventajas en algunos juegos dentro de la plataforma...”.

Valentín: “Puedo comprar cosas para cambiar los personajes, subir de nivel haciendo misiones y conseguir cosas como experiencia y dinero”.

Magalí: “No hay publicidades exactamente, los robux solo para conseguir las monedas se tienen que comprar con la plata de la vida real, tenés que comprarlo para que... Los robux sirven como para comprarse ropa dentro del juego o algunas cosas dentro de otros juegos, cosas como pases premium, algunos juegos que podés jugarlos antes de que salgan para todos, no sé, mascotas, armas especiales, ventajas como pasar de nivel, ser más fuerte en algunos niveles, eso”.

Facundo: “Si lo querés jugar normal, no hace falta pagar, pero hay cosas que sí son caras. Yo a veces pido plata para mi cumpleaños, la junto y cuando quiero puedo comprarme lo que quiera”.

Máximo: “Cuando juego del celu, es gratis. A veces mi mamá me compra gemas, pero, cuando no las comprás, igual podés seguir jugando”.

Selene: “Yo antes le pedía a mi papá que me compre gemas así las ganaba más rápido. El juego tiene como una tienda dentro, como la que tiene el celu, para descargar cosas, pero vos ahí podés comprar distintas cosas del juego, y yo siempre que podía compraba las gemas, ahora no”.

Ludmila: “Yo lo juego gratis, nunca me apareció el cartelito para pagar algo, armé todo sin pagar. Todavía no aprendí a jugar de a dos, por eso juego sola”.

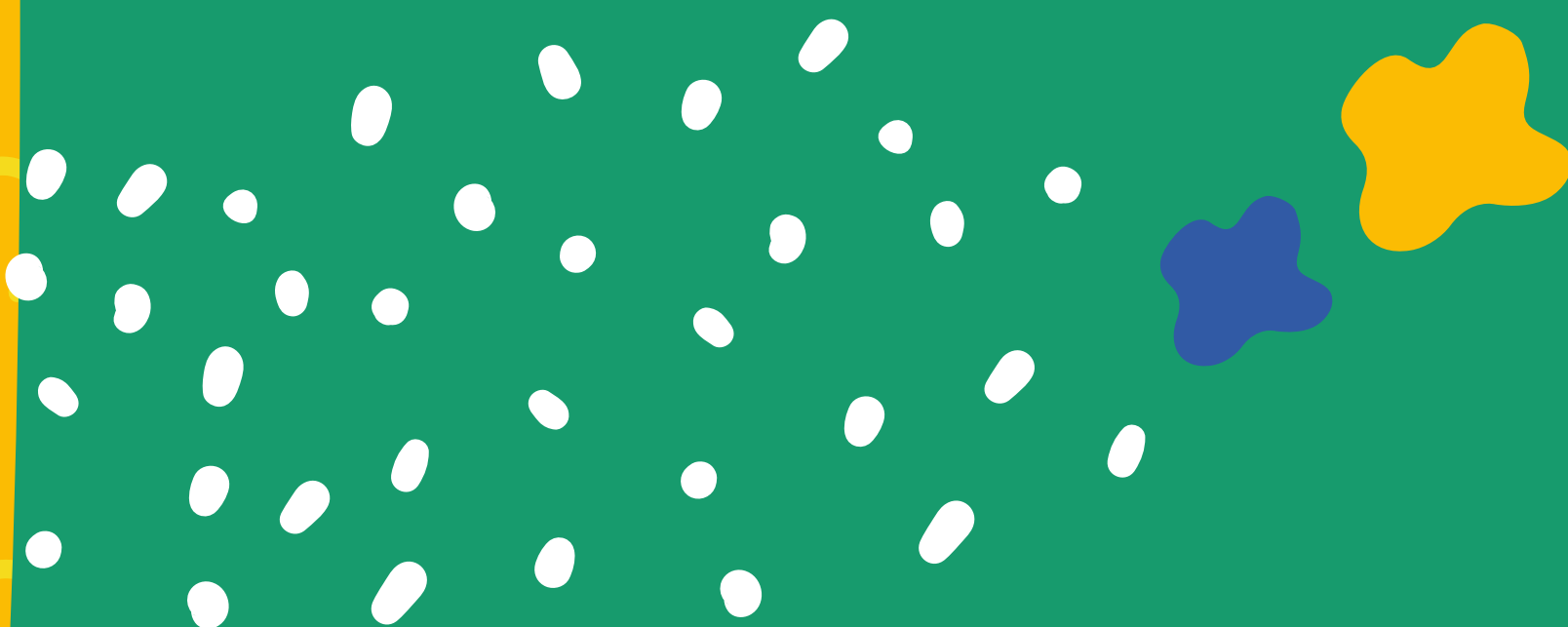


Tobi: “Cuando te toca un nuevo brawler, te emocionás y te sorprendés. Como que no te lo esperás y eso es redivertido. Y las batallas también” (se le volvió a consultar a Tobi al respecto, en sus palabras: “Las batallas están buenas porque jugás con tus amigos y los brawls son divertidos de usar. Se mueven rápido, disparan mucho o hacen muchos golpes y podés elegir distintos. Además, cada vez que subís de nivel o que conseguís más trofeos, te sentís como que mejoraste”).

Tiziano: “Cuando te toca un buen brawl, es lo mejor que te puede pasar. Es como que tenés un poco más de confianza en que te puede volver a pasar”.

Federico: “Para mí, lo divertido es jugar los modos que lanzan cada día. Y me divierte jugar con algún amigo que esté conectado y demás. También me divierte que me lleva a esforzarme en mis límites, me lleva a esforzarme para ser mejor jugando. El juego es como una competencia y siempre querés ganarles a tus enemigos. Para ganarles tenés que practicar y practicar, así aprendés las debilidades de los demás y ganás más batallas”.

Nahuel: “Quiero ganar y por eso sigo jugando y, si no gano, me doy cuenta de todo lo que me falta para ganar. El deseo de llegar a esa meta me genera adrenalina y el deseo de más velocidad, pero igual no llego. Entonces me frustro y quiero seguir y vuelvo a empezar”.





Daniel: “Si tenés una tarjeta de crédito de tus padres o Mercado Pago, podés comprar las gemas. Yo nunca lo hice, pero mi compañero del colegio sí”.

Juan Ignacio: “Me gusta jugar con los servidores online, porque hay islas flotantes (minijuegos del servidor, es decir, juegos dentro del juego) y muchos modos de juegos contra otros jugadores; también, unos cofres que se actualizan cada vez que otro jugador agarra lo que hay adentro, por ejemplo: encuentro espadas y muchos objetos que me sirven para vencer a otros usuarios”.

Benjamín: “El juego tiene la opción de jugar en ‘Modo creativo’, donde podés construir libre, entonces hay que buscar recursos para poder construir, y son ilimitados. Para hacer algunas cosas, tenés que usar dinero de verdad para poderte descargar los paquetes de cosas especiales. En este modo no te ataca nadie y no hay enemigos”.

Juana: “Se puede pagar, pero los modos son los mismos, pagues o no pagues. Si pagás, te dan otras cosas, como capas, o skins, que es la cara y la ropa que te podés poner. También podés comprar huevos de león o de mono, o los huevos de los monstruos de King Kong o de Godzilla. Los huevos que no tenés en ‘Modo creativo’ los tenés que comprar”.

Benjamín: “Si querés tener las mejores cosas, tenés que pagar, pero yo no tengo tarjeta y mi mamá le pedí una vez y no quiso, así que nunca más le pedí. Si pagas podés tener las mejores cosas y construir de todo, pero es caro y nadie lo hace. Podés comprar también juguetes de Minecraft que venden en todos lados. Yo tengo espadas de Minecraft y también otras armas”.

Magalí: “Uso la tarjeta de crédito de mi mamá cuando se la pido, pero por lo general no. Cuando le pido la tarjeta, es para comprar robux y usarla como monedas de juego”.

Claudio: “Yo juego el Minecraft gratis y, cuando quiero hacer algunas cosas, no puedo porque hay que pagar. Una vez para mi cumpleaños, mis papás me pagaron la cuenta premium, pero, cuando les llegó la boleta, me la sacaron”.

Juani: “Dentro hay una cuenta premium, hay más cosas y podemos entrar en servidores premium”.

Thiago: “Mis abuelos me pagan la cuenta premium porque un día se lo pedí porque amo este juego”.

Ramiro: “Primero están las tareas. Y, si no hago las tareas, no me dejan jugar. No se la tengo que mostrar la tarea hecha, termino y juego. Apenas abro la app, juego una partida para que se desbloqueen los tesoros y ahí sí me fijo en otras cosas”.

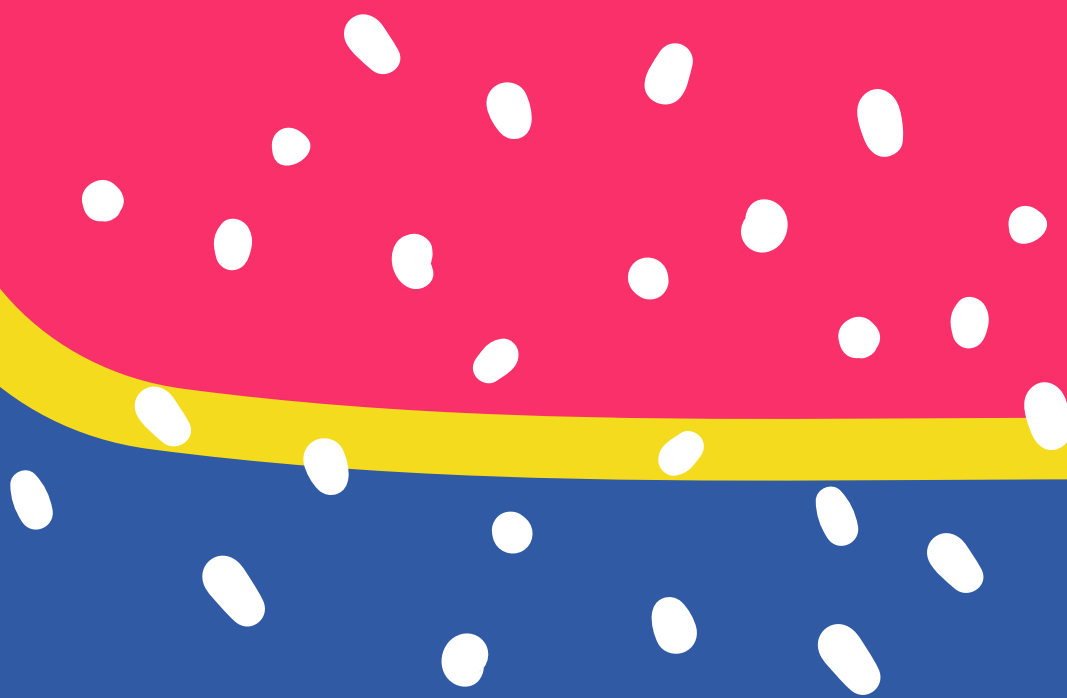
Tobi: “A ver, cuando no es fin de semana, me voy a las 17:20 de la escuela. Si cuando llego hago la tarea y meriendo, juego un rato si Rami me llama. Yo tengo mi propio celular y juego. Lo primero que me fijo son las “tareas” (del juego) para hacer esas y así conseguir más fichas para conseguir el pase de batalla. Las tareas son objetivos diarios, como jugar una cierta cantidad de partidas con algún personaje, derribar una cierta cantidad de enemigos, conseguir una cierta cantidad de trofeos. Cuando abro la app, a veces me quedo mirando la tienda un rato para ver si hay cosas nuevas y después juego una partida”.

Federico: “Yo, cuando llego del cole, me cambio, tomo la merienda y guardo las cosas donde las tengo que guardar. Y después, si tengo algo de tiempo, juego. Lo primero que hago cuando entro a la app es ver la tienda. Ahí me fijo si hay algo nuevo para comprar y después me fijo los modos de juego a ver si hay alguno nuevo y divertido”.



Privacidad, metadatos, logueo y conectividad

El problema de la privacidad surge en los momentos de logueo para entrar a las redes o videojuegos. Cuando los chicos y las chicas hackean normas de seguridad de franjas etarias, o bien cuando directamente los adultos cuidadores hacen los logueos de chicos y chicas, inmediatamente la dirección IP del dispositivo que están usando conectado a wifi -a través de mecanismos de extracción de datos, por ejemplo, *cookies*- permite que se recaben datos en servidores que no necesariamente están ubicados en nuestro Estado nación, que van a ser combinados algorítmicamente para segmentación y recomendaciones. Como mostramos al principio, no leer las bases y condiciones y aceptarlas habilita el uso de los datos privados para modelos de negocios vinculados a la segmentación y monetización del tiempo de ocio. De esta manera, el acceso a la información, dar la voz y participar, inclusive jugar y crear están asociados a la pérdida de la privacidad y a la tensión actual de los derechos que menciona la Observación 25 de Naciones Unidas.





Los chicos y las chicas nos cuentan...

Ulises: “Me lo descargué en el celular, me creé el usuario y nada más”.

Emma y Martina: “Mi papá nos lo descargó en la tablet y en su celular, te pide el mail, la edad y ya podés usarlo”.

Sofía: “Te lo podés descargar en el celular, en la computadora, en la tablet; te creás un usuario y ya está..., podés mirar y hacer videos”.

Ulises: “Para loguearse, no piden crear una cuenta, por lo que intuyo que almacenan la información, el progreso y demás a través de la dirección de IP que genera nuestro equipo al vincularse con internet. Sí el juego pide que establezcas un nickname o usuario, y tu edad. Esto sí me pareció raro: el sistema ofrece abrir una cuenta de Supercell¹, que es la empresa que comercializa e inventó el juego, pero esto es opcional. Uno puede vincular esa cuenta con alguna cuenta Google y ahí sí se solicita más información, pero en principio no es necesario para jugar”.

¹Políticas de privacidad de Supercell (<https://supercell.com/en/privacy-policy/es/>): ¿Quiénes pueden ver tu información?, aparecen los llamados “colaboradores publicitarios y de redes sociales”. Citando de la misma página antes mencionada: “El servicio incluye funciones de nuestros colaboradores, como herramientas de interacción en redes sociales, funcionalidades a través de interfaces de programación de aplicaciones (API) o kits de desarrollo de software (SDK) y publicidad en el juego. Hay una lista de estos colaboradores disponible en <https://supercell.com/en/partner-opt-out/>. “Estos colaboradores pueden acceder a su información y operar bajo sus propias políticas de privacidad. Le recomendamos que consulte sus políticas de privacidad para obtener más información sobre sus prácticas de procesamiento de la información. Estos colaboradores pueden acceder a información relacionada con sus actividades y su dispositivo (como, por ejemplo, su dirección IP, identificadores móviles, página(s) visitada(s), ubicación, hora del día). Asimismo, podemos combinar y compartir la información que hemos recopilado de usted con colaboradores publicitarios externos. Estos colaboradores publicitarios pueden utilizar esta información (e información similar recopilada de otros sitios web) para enviarle publicidad dirigida cuando visite servicios de terceros en sus redes. Estos colaboradores pueden operar bajo sus propias políticas de privacidad. Esta práctica se denomina habitualmente ‘publicidad basada en intereses’ o ‘publicidad en línea basada en el comportamiento’. Si desea no compartir su información personal con colaboradores publicitarios externos, puede seguir las instrucciones en ‘Sus derechos y opciones’ a continuación”.



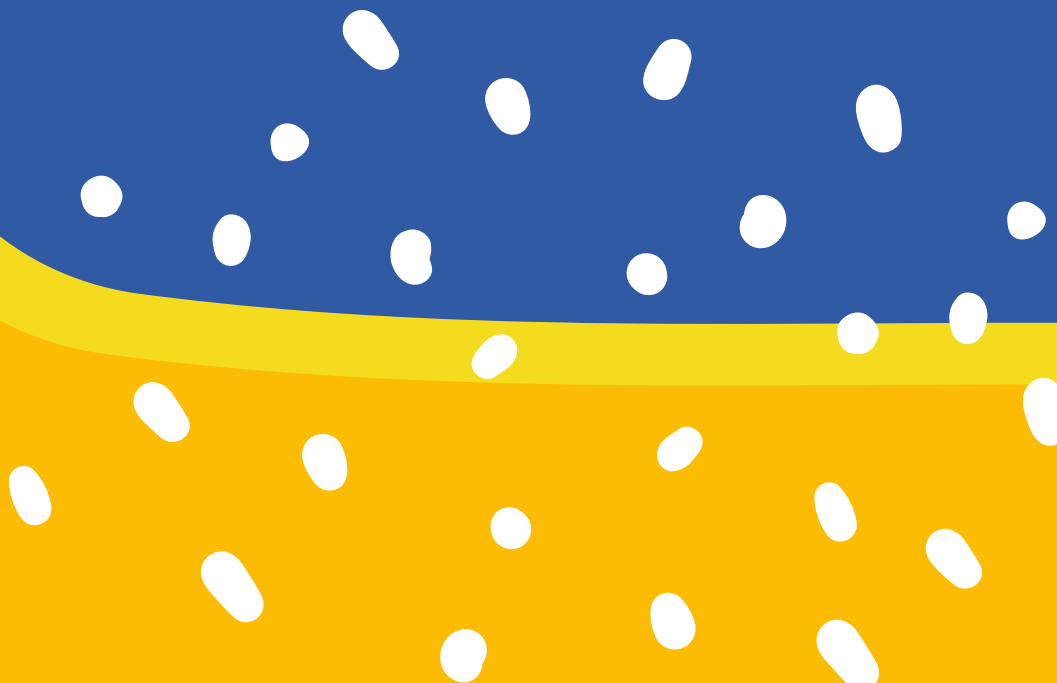
Recomendaciones algorítmicas y nuevas mediaciones

Las interfaces son espacios de visibilidad de la propia voz y de acceso a la información, es decir, son sitios que habilitan el derecho a la comunicación. En esos espacios de producción de sentido, en la cultura se ponen en juego diferencias y diversidad en la lucha por el reconocimiento. Hoy en día las redes sociales y los videojuegos son espacios de producción de la propia identidad y de relaciones sociales. Sin embargo, a raíz de la digitalización del espectro y el uso de software y hardware privativo y la posibilidad de la conectividad, aparece como nueva potencialidad expresiva la inteligencia artificial, el machine learning y el big data. Estos y otros procesamientos de metadatos hacen posible la segmentación algorítmica que conduce a una predicción probabilística de los comportamientos.

Estas posibilidades de predicción las utiliza la industria de telecomunicaciones para conducir ciertos comportamientos de consumo. De esta manera, esta segmentación realiza recomendaciones algorítmicas según perfiles e intereses. Así observamos que los chicos y chicas pueden visibilizar contenidos asociados a sus intereses y no tienen acceso a los contenidos vinculados a intereses diversos.

Todo lo que no esté relacionado con esos gustos predeterminados y predichos probabilísticamente sobre la base de los metadatos que se extraen de los dispositivos no aparece visible en los entornos de consumo de ese dispositivo. Esto, en lugar de posibilitar el acceso y la escucha de la diferencia y la diversidad, refuerza los estereotipos, unifica la mirada y reproduce el sentido común hegemónico y los clichés.

En relación con las mediaciones, cada vez más, los chicos y chicas miran y aprenden como proconsumir juegos y redes a través de todo tipo de influencers, youtubers, gamers y tiktokers, que tienen la particularidad de hacer mediaciones por pares. Estas nuevas alfabetizaciones no requieren personas adultas y suceden antes de entrar a las escuelas y en plataformas que son privativas.



Los chicos y las chicas nos cuentan...



Ulises: "Podés seguir a tus amigos que también tengan TikTok o, si subís un video y tenés muchos likes, te empieza a seguir mucha gente y ya pueden ver todos los siguientes videos que subís".

Martina: "Seguís a tus amigos de la escuela que ya tengan TikTok o te podés hacer amigos haciendo comentarios en los videos de gente famosa, y hay personas que te empiezan a seguir y vos mirás los videos de esa persona y viceversa".

Emma: "Haciendo videos y aparecés en él 'Para ti' (es donde aparecen todos los videos de la plataforma aleatoriamente, pueden aparecer videos de millones de likes o de menos de diez likes), entonces te siguen y hasta pueden hablar por mensaje privado, pero hay que tener cuidado".

Sofía: "Hay muchas maneras de socializar: haciendo videos y usando hashtag que se van poniendo de moda como, por ejemplo, #fyp, o de algún trend que esté de moda, eso te da más posibilidades de salir en 'Para ti' y hacerte famoso".

Ulises: "Lo descargué porque todos los youtubers, streamers que miro tienen; más que nada, por diversión".

Martina: "Lo descargué porque está re de moda, además porque me divierte y puedo imitar a las chicas que hacen los bailes, cómo se visten y demás".

Ulises: "A mí me gusta ver videos de youtubers o streamers entonces, mientras más me gusta les pongo a esos videos, más me van apareciendo en el inicio, sin que yo los busque".

Martina: "Yo sigo a tiktokers bailarinas o que hacen trends y cada vez me van apareciendo más sin que yo las siga o las busque".

Emma: "A mí también me pasa lo mismo: de todos los videos a que les doy like, después me aparecen videos parecidos a los que le puse me gusta".

Sofía: "TikTok se da cuenta de lo que te gusta entonces te 'ordena' todo el 'Inicio' según los videos que les das like o buscás".





Horizontes de interpelación: copia, imitación, automatización, acción-reacción

Observamos que la interactividad que habilitan las tecnologías digitales tan valorada por el hecho de hacer posible la participación es portadora, en algunos casos, de horizontes de interpretación que incitan a la copia o imitación. Por ejemplo, en los casos de TikTok y Just Dance, ya sea con celulares, consolas o desde YouTube, se proponen modelos de comportamiento que tienen que cumplir las expectativas de copia a la perfección para lograr los objetivos.

En Just Dance, además, en las interfaces hay íconos que reproducen los movimientos que hay que copiar. En el caso de que haya sensores, hay que copiar el movimiento a la perfección para lograr puntos/para no perder) En las redes sociales como TikTok, diferentes influencers interpelan con propuestas de danza que también hay que imitar.

En el caso de las danzas de los personajes de Fortnite, sucede lo mismo y, de hecho, observamos que los chicos y chicas se reconocen con bailes del juego usándolos como formas de saludo.

En relación con la participación, también en redes como en videojuegos, la velocidad es un valor fundamental. Un caso actual es Sonic. Interpelar para dar una respuesta inmediata lleva a que las interacciones que mejor funcionan para lograr objetivos tengan que ver con la acción-reacción. Esta respuesta tan rápida hace imposible la interrupción, para elaborar una contestación que pueda cambiar la intención de producción y que no reproduzca la velocidad del propio juego.



Los chicos y las chicas nos cuentan...



Martina: “A mí me encanta mirar TikTok porque me aprendo todos los trends (bailes que se ponen de moda, retos, tendencias). También podés ver a tus ídolos haciendo bailes. Miro TikTok casi todo el tiempo que tengo libre.”

Sofía: “Es superdivertido aprender los bailes nuevos que salen y después subirlos. Me gusta hacer los nuevos trends, como bailes nuevos que se ponen de moda o diferentes audios de humor y demás”.

Juana: “Intento copiar lo que hace Pacheco Cara Floja, que es un youtuber que es el mejor, que juega al Minecraft y hace las mejores cosas”.





Tecnologías de la vigilancia, geolocalización, biometría, predicción probabilística

Todas estas interfaces tienen, al mismo tiempo, potencialidades de nuevas formas de vigilancia. En muchos de los juegos y redes que usan las infancias, hay geolocalización, biometría, escuchas, cámaras de seguimiento, sensores de movimiento, mirada vertical de los drones y predicción probabilística. Observamos que, en algunas de las tramas de los consumos, se introducen estas potencialidades expresivas y se usan como parte de la historia.

Además, todos esos usos vinculados a la diversión funcionan como nuevas alfabetizaciones. Se aprende a usarlas y se instalan como naturales en la vida cotidiana y en las tramas de los consumos.



Los chicos y las chicas nos cuentan...



Alma: “Claro... En el juego este, hay un secreto, que era el que más me gusta, que era un búnker, podríamos decir. Te lleva a un lugar que estaba abandonado, más o menos, que está ahí cuando empezás el juego, y vos te metés a ese lugar y hay una lamparita que vos la apretabas y se abría una puerta en el piso y vos te metés ahí adentro y era el escondite de los ladrones, por ejemplo, había armas, bombas, había cámaras para mirar toda la ciudad y, bueno, ahora no me acuerdo de otros secretos..., solo ese”.

Alma: Claro, la gente te puede seguir. Mirá, yo te cuento: esto lo vi en un video. Tenés que ser mayor de 13 años, no sé a dónde vas y ponés quiénes pueden ver, quiénes te pueden seguir, quiénes se pueden unir a vos en el juego que estás jugando sin ser tu amigo. Cuando vos sos amigo de una persona, cuando está en un juego, te va a aparecer en qué juego está jugando y vos vas a poder unirte para poder jugar con él o ella. Pero, si una persona no es tu amigo, te busca en el buscador para mandarte una solicitud o para unirse con vos, pero depende cómo tengas configurada tu privacidad, porque podés poner quién te puede seguir o unirse a vos... Los que te siguen o mis amigos, o algo así, más o menos. Aunque no podés elegir quién te sigue o no, pero podés borrar a seguidores o bloquear. A mí nunca me siguieron, así que no sé bien si se puede hacer o no”.





¡MUCHAS GRACIAS!



**INVESTIGACIÓN CUALITATIVA
DESDE EL PUNTO DE VISTA DE
LOS ESTUDIOS CULTURALES
LATINOAMERICANOS**

AÑO 2021

DATOS DE CONTEXTO¹

El MINILAB de Pakapaka difunde una nueva investigación de campo realizada en 2021 sobre consumos culturales interactivos no lineales de chicas y chicos.

Es un trabajo de investigación en la instancia de reconocimiento sobre usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales de la región norte de la Provincia de Buenos Aires.

El análisis está basado en la observación de campo situado y en entrevistas en profundidad desde el punto de vista de los estudios culturales latinoamericanos, que ofrecen un acercamiento a los desplazamientos culturales asociados a los procesos de subjetivación *on/off line* de las infancias actuales en tiempos de consumos de videojuegos, redes sociales y series *on line*.

Para el análisis, se indagó en los contextos situados de apropiación y de los sentidos que los chicos y las chicas asignan a sus consumos. Nueva Economía, capitalismo de plataformas y conectividad hacen posible hoy nuevas formas de extracción de la renta en el consumo, a través de nuevos modelos de negocios basados en la monetización del tiempo de ocio, el extractivismo de datos y la economía de la atención. Esta coyuntura nos interpela a pensar, desde la convergencia digital pública infantil, cómo garantizar los derechos de las infancias actuales en entornos digitales y cómo repensar nuevos derechos que hagan posibles políticas de cuidado.

La digitalización del espectro electromagnético, las narrativas no lineales interactivas, la simulación virtual, los relatos hipermediales y las combinaciones algorítmicas sobre los metadatos de las infancias conectadas a Internet dan cuenta de las transformaciones culturales en un nuevo diagrama de fuerzas que habilita, en este momento histórico, algunos contenidos e invisibiliza otros.

En términos de representación, las pantallas digitales interactivas proponen nuevos horizontes de interpelación que convocan nuevos procesos de subjetivación. Las representaciones sociales hoy se producen en entornos de digitalización del espectro electromagnético y se consumen de manera diferenciada según los contextos de apropiación y dentro de opciones predeterminadas del hardware y del software.

Las posibilidades de la conectividad, el acceso a dispositivos digitales y la accesibilidad tanto web como comunicacional, hacen posible que los chicos y chicas establezcan lazo social y sentidos de pertenencia. Además, ofrecen nuevos lenguajes y potencialidades expresivas para narrar la identidad.



Un tipo de articulación de las identidades actuales sucede en una articulación *on/off line* novedosa que pone en relación procesos de subjetivación de las infancias dentro y fuera de las pantallas. Los discursos interpelantes y las representaciones producidos por la industria de las telecomunicaciones desde las pantallas proponen nuevas disputas por la hegemonía del sentido común, vinculados a las creencias del juego infinito, de que todo es posible en la web, del valor de la fuerza y la velocidad.

Los chicos y chicas consumen en mayor medida narrativas hipermediales interactivas en la web, series y dibujos animados que pueden mirar cuando ellos deciden a través de plataformas de *streaming*, en general, desde las habitaciones sin mediación adulta. Los modos de consumo se desarrollan en formato maratón sin interrupción y con actualizaciones constantes. Además, niños y niñas pasan la mayor cantidad de su tiempo de ocio jugando en plataformas multijugador, videojuegos y redes sociales, que son, en principio, de descarga gratuita, pero que luego demandan micropagos.

Esta reorganización de los espacios de visibilidad y de los modos de narrar nos demandan, por un lado, profundizar en el análisis crítico de la cultura digital para garantizar en los entornos digitales lo conseguido con los Derechos Humanos, los Derechos de los niños y las niñas y el Derecho a la Comunicación. Por el otro, vislumbramos la necesidad de pensar nuevos derechos debido a una nueva tecnicidad portadora de propuestas interpeladores de nuevas formas producción identitaria y relaciones de sociabilidad, en un contexto más amplio de nuevas formas de de gobierno y nuevos modelos de negocios.

¹ Metodología: etnografía y entrevistas en profundidad en la instancia de reconocimiento de consumos culturales interactivos

Cantidad de niños y niñas entrevistados: 46

Franja etaria: 6 a 12 años

Zonas geográficas de residencia: Región norte de la Prov. de Buenos Aires: Pachecho, Munro, Garín, Maschwitz, Tigre, Vte. López, Carapachay, San Miguel, Malvinas Argentinas, San Fernando

Espacios interactivos analizados: Roblox, TikTok, Minecraft, Fortnite, Naruto, Brawl Star, Free Fire, YouTube

Año de investigación de campo: 2021

Estudiantes de formación docente del ISFD 39 de la Provincia de Buenos Aires: 20

Directora de investigación: Carolina Di Palma

Los ejes analizados fueron

Representaciones y horizontes de interpelación propuestos por la industria de la telecomunicación y el entretenimiento desde las pantallas. Significados asignados por los chicos y chicas a sus consumos surgidos de entrevistas en profundidad.

- **Prácticas discursivas vinculadas a las identificaciones.**
- **Prácticas discursivas vinculadas a los deseos y placeres.**
- **Prácticas discursivas vinculadas a la ritualidad y rutinas que articulan la vida cotidiana *on/off line*.**
- **Prácticas discursivas de las articulaciones *on/off line* de la formación subjetiva y relaciones reales o simuladas de las identidades con cuerpos reales orgánicos o con avatares o *nicknames*.**
- **Prácticas discursivas vinculadas a los usos y accesos de los consumos vinculados a los espacios y dispositivos en la vida cotidiana.**
- **Modelos de negocios imbricados en las tramas de los consumos y categorizaciones del ESRB. Guía de clasificaciones global de consumos culturales: Entertainment Software Rating Board**
<https://www.esrb.org/ratings-guide/es/>
- **Afecciones del sueño, adicciones y cansancio en la vida cotidiana (vigilia y noche) vinculados a los mecanismos de recompensas que ofrecen los modelos de negocios en los consumos interactivos.**
- **Condicionamientos de formato. Tipos de interactividad y movimientos posibles dentro de las opciones predeterminadas tanto del *hard* como del *soft*.**
- **Transformaciones del juego digital, la simulación virtual y las mecánicas de juego dentro de las opciones predeterminadas.**

• A continuación, esbozaremos algunos de los desplazamientos actuales que observamos para este campo situado. Las interpretaciones de las prácticas discursivas que realizan los estudios culturales siempre refieren a los campos que analiza sin pretensión de generalización. Las continuidades que hallamos en este análisis se insertan en una coyuntura de transformaciones culturales más amplias que dan sentido a la especificidad de estos desplazamientos vinculados a una nueva tecnicidad.



Lo nuevo común: identidades, amigos y sentidos de pertenencia en la socialidad conectiva

Observamos que, hoy, la simulación virtual cambia los modos de producción de la identidad de las nuevas generaciones. Producir un relato que narra la propia vida y la vida en común demanda hoy, no solo los lenguajes escriturales sino, también, los hipermediales. Los chicos y las chicas narran el mundo con otros lenguajes que son performativos de su vida cotidiana y de la vida en común. Y, si bien aparece una nueva identidad virtual aún mantienen, en el armado de ese relato, articulaciones y continuidades con la vida off line. Las narraciones de las identidades de las infancias hoy son portadoras de componentes de la vida orgánica y de la vida digital extendida en los metadatos. Cada vez que las nuevas generaciones habitan la virtualidad están al mismo tiempo, habitando los espacios físicos territoriales. Es en esa continuidad que arman relatos identitarios, sentidos de pertenencia y lazos sociales.

La pandemia aceleró un proceso de digitalización de la vida que hizo posible el uso de otros espacios de la vida para producir cultura, lazo social y sentidos de pertenencia. Las redes sociales como Tik Tok, Instagram, Youtube y los videojuegos como Roblox, Minecraft, Free Fire, Fortnite, Among US, entre otros, habilitan espacios de juego, producción y consumo donde los chiques pueden compartir experiencias y encontrarse con otros. La producción identitaria actual se inserta en un contexto de comunicación social que hace posible el acceso a la información, el derecho a decir la propia voz y la posibilidad de interactuar y participar de los procesos de producción de las tramas que consumen, habitan y juegan. Sin embargo, esa interactividad, al mismo tiempo, produce otras escrituras que no son necesariamente voluntarias vinculadas a los metadatos que quedan como huellas de los recorridos, gustos e intereses. Estos metadatos que combinan los algoritmos sirven a un modelo de negocios llamado monetización del tiempo de ocio o sector del ocio interactivo. La venta de metadatos y la segmentación funcionan con recomendaciones algorítmicas que se extraen los consumos los chicos y las chicas cada vez que se loguean y hay conectividad y, que se pueden usar, cada vez que se aceptan las bases y condiciones (en general, se aceptan sin leerlas).



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Sofía: "Siempre sueño, a veces pienso que no es un sueño y estoy mirando Tik Tok de verdad, me levanto y sigo durmiendo".



Jugar a ser Dios, identificaciones y simulación virtual

Muchas de las cosas que aprenden en las prácticas de consumo, cuentan, les sirven para la vida *off line*. Y muchas otras, las hacen y las disfrutan porque no las podrían hacer en la vida fuera de las pantallas. Cuando tienen las opciones de crear sus identidades de avatares o usuarios cuentan con opciones predeterminadas que ofrecen las interfaces. Según los relatos de los chiques los arman como a ellos les gusta y les ponen nombres puesto que no tienen. Observamos que los conflictos actuales surgen en la articulación *on/off line* de la producción de subjetividad actual, porque los avatares o *users* no paran de jugar o producir interpelados por las tramas de la industria y los cuerpos físicos que quedan fuera de las pantallas comandando los movimientos virtuales. comienzan a tener problemas de sueño, cansancio y contracturas, entre otros.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Pía: "Es un juego como que parece la vida real; que no te crea Dios, te creás vos mismo".





El horizonte de posibilidad de la *creatividad* y las opciones predeterminadas de las interfaces

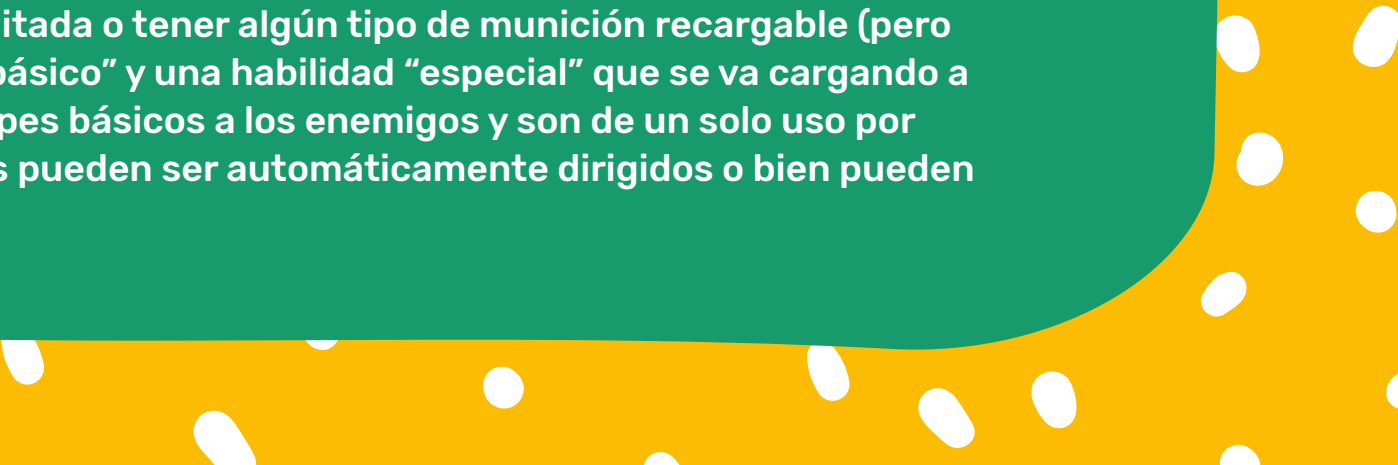
Estas posibilidades de narración actual en redes sociales o videojuegos son posibles porque los dispositivos digitales habilitan nuevas potencialidades expresivas. Los relatos no lineales, hipermediales, la interactividad, las estrategias de recorridos por navegación y mediante ensayo y error son algunas de lógicas no lineales de los modos de habitar y producir el mundo de las nuevas generaciones. Los videojuegos y redes sociales proponen horizontes de interpelación que apelan a la creatividad. En casi todos los consumos la industria propone espacios de creación de contenidos.

En el caso de Tik Tok la posibilidad de crear videos cortos y en el caso por ejemplo de Roblox de crear juegos. Sin embargo, observamos que todas estas opciones de creación son ofrecidas dentro de opciones predeterminadas del soft y del hard. Es decir que, si bien estas nuevas interfaces proponen la participación y el movimiento, esas opciones son finitas y determinadas por quienes producen la infraestructura y la programación. Esas acciones se aprenden en el proceso de consumo y con mediaciones YouTubers, Tiktores, gamers y todo tipo de *influencers* pares.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Tiziano: “En cada batalla cada jugador elige su brawler (luchador o luchadora) con el cual batalló solo esa partida. Con la mano izquierda se controla el joystick, el cual permite un desplazamiento por el campo de batalla en los ejes X e Y. Con la mano derecha se accionan las habilidades, de las cuales hay dos tipos: habilidad “común” que puede ser ilimitada o tener algún tipo de munición recargable (pero infinita), el llamado “golpe básico” y una habilidad “especial” que se va cargando a medida que se dan más golpes básicos a los enemigos y son de un solo uso por recarga. Los golpes básicos pueden ser automáticamente dirigidos o bien pueden dirigirse manualmente”.





Horizontes de posibilidad sobre el *juego sin fin y la libertad* y opciones predeterminadas de las interfaces

Los horizontes de interpelación propuestos en los videojuegos y redes se relacionan con la idea de libertad y creatividad. Tanto la idea de mundo abierto (sandbox), comunidades multijugador y redes sociales proponen como horizonte de posibilidad de “Elegir todo”, de “Llegar a ser lo que quieras ser y puedas imaginar”, de “Jugar infinitos juegos” de una “la comunidad infinita”², entre otras representaciones.

Observamos que esa idea propuesta de libertad significa autonomía para tomar decisiones de consumo dentro de los espacios virtuales. Y que, además, esas representaciones de libertad sin responsabilidad, está inserta en un conjunto finitas de reglas de juego que no se explicitan. Observamos que hay un aprendizaje sobre el uso de esas reglas sin toma de conciencia de los condicionamientos de formato que se invisibilizan.

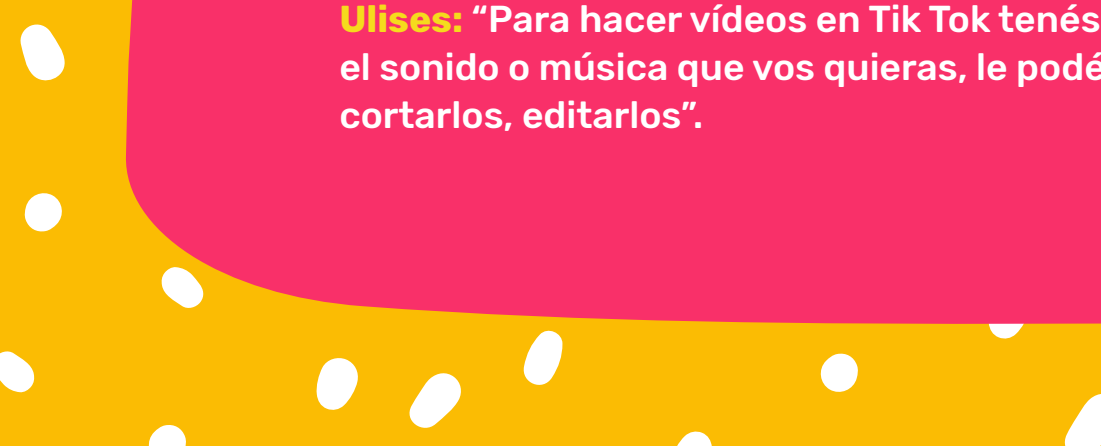
En relación a los contenidos, la creencia instalada es del acceso a la información pero la segmentación algorítmica reproduce estereotipos e imposibilita la discusión conflictiva dejando poco espacio (formato) para el debate con las diversidades y diferencias. Por eso escuchamos en el campo que los chicos y las chicas no saben bien si hay reglas de juego y muchas veces afirman que no las hay.

²Disney Infinity



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Ulises: “Para hacer vídeos en Tik Tok tenés que apretar en el botón + y podés poner el sonido o música que vos quieras, le podés agregar efectos a los vídeos, cortarlos, editarlos”.





Jugarse el tiempo libre y nuevas adicciones: la propuesta del juego infinito sin pausa y la libertad del elije todo

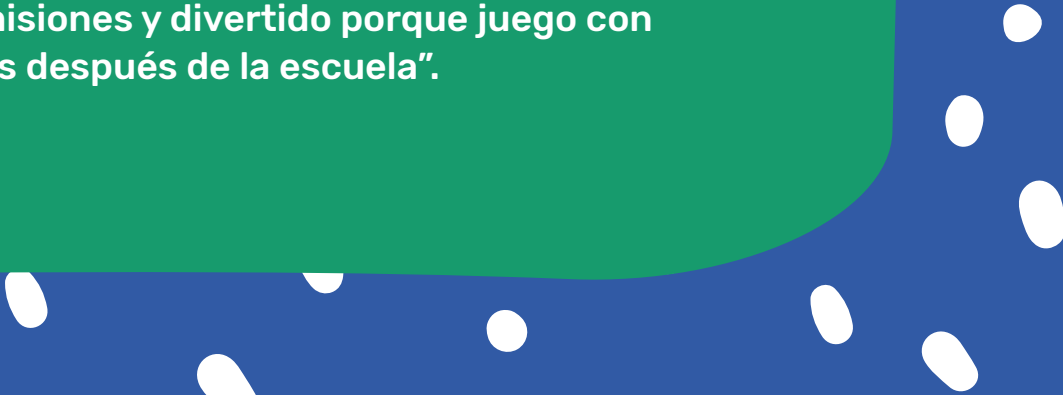
Las propuestas de interpelación de los videojuegos actuales convocan a la posibilidad de jugar hasta el infinito. Lo mismo ocurre con las redes sociales que proponen maratones y recomendaciones para visionados de contenidos sin pausa. Los videojuegos quitaron la posibilidad de pausar el juego y sin por alguna razón el juego se detiene, se pierde la vida o la partida. En el caso de las redes sociales como Tik Tok las recomendaciones algorítmicas aparecen cada vez que terminas de ver un contenido.

Las actualizaciones, los pagos premium de las plataformas de video y juegos y los micropagos dentro de videojuegos, consolida esta propuesta de la industria que interpela a chicos y las chicas al consumo sin fin.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Salma: Roblox es divertido, es entretenido porque puedo pasar todo el tiempo que yo quisiera jugando y tengo que cumplir las misiones y divertido porque juego con mis amigas cuando llegamos a nuestras casas después de la escuela”.





¿Cómo funciona lo divertido en los consumos? Aburrimiento, pasar el tiempo y adicciones

Cuando en las investigaciones consultamos por el sentido de jugar o consumir redes, los chicos y chicas nos responden automáticamente con el mismo significante: porque es “divertido”. Entonces, partiendo de que lo divertido es dar una nueva versión, nos pareció clave para reconocer esos nuevos sentidos que los chicos les daban a esa palabra “diversión” que legitimaba los consumos.

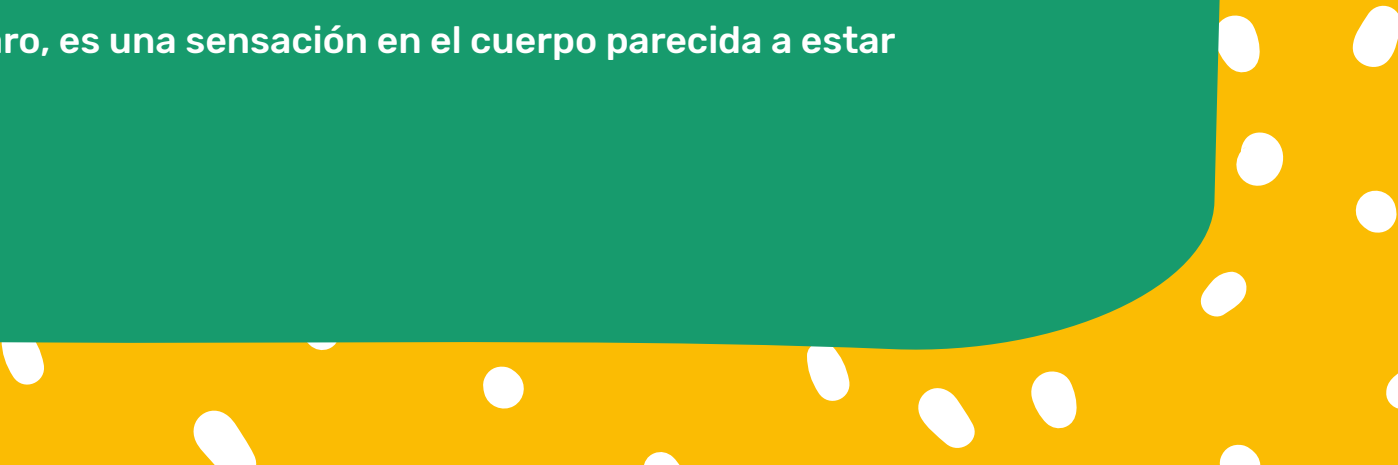
Ese *pasar el tiempo* tan mencionado tenía la particularidad de ser transcurrido con amigos, no solos. *Pasar el tiempo* o *matar el aburrimiento* en las pantallas es con amigos pares. Los chicos y las chicas dijeron que son momentos para “liberar la imaginación y hacer lo que quieras”.

En este sentido, observamos que cuanto más energía es gastada en las pantallas comandando dispositivos y consolas, más metadatos se extraen de esos consumos que sirven los nuevos modelos de negocios. Además, las actualizaciones tanto de dispositivos y como de contenidos propuestas de los videojuegos y las redes sociales, les demandan a los chicos y las chicas atención constante. Una mínima distracción implica pérdidas en el juego, exclusión de los clanes o equipos, pérdida de energía o vida, o no poder llegar a copiar exacto el modelo propuesto. Estas prácticas de consumo divertidas les generan en palabras de los chiques *felicidad, alegría, enojos y frustraciones*, emociones que surgen de los mecanismos de recompensas que ofrecen los consumos interactivos de las plataformas privativas basadas en la economía de la atención.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Martina: “Lo divertido es raro, es una sensación en el cuerpo parecida a estar feliz”.





El uso del tiempo libre y ritualidad, qué se repite y consolida en la vida cotidiana

En la investigación pusimos foco en la forma en que se consolidan rituales y rutinas en la vida cotidiana con relación a los consumos. Esto quiere decir que si pensamos en cómo se construye sentido común en las infancias necesariamente tenemos que dar cuenta de cómo se instalan estos sentidos al crear rutinas y rituales que se legitiman como lo normal.

Por un lado, los chicos y las chicas tratan de consumir en sus habitaciones, donde pueden tener menos interrupciones y distracciones para prestar atención. Además, las infancias cuentan que juegan y están en las redes todos los días, en un promedio de 5 horas al día y que intercalan los consumos con tareas de la escuela y momentos de descanso y nutrición. Muchos cuentan que comen con las tablets y se van a dormir de la misma manera.

Este año especialmente muchos contaron que van al baño también con el consumo de redes, sobre todo Tik Tok. Se establece en esa ritualidad el consumo de redes y juegos en los tiempos libres respecto de las obligaciones con las tareas de la escuela y ciertas relaciones de poder entre adultos y niños que usan la posibilidad de usar las pantallas en términos de castigo y recompensa. El consumo en las habitaciones aislado es desde la cama y acostados, con las piernas hacia arriba y las manos en alto con los dispositivos, en unos casos, y con computadores personales en escritorios en los cuartos. Observamos también el uso de auriculares para lograr mayor inmersión y concentración y el uso de celulares en simultáneo para llamadas por WhatsApp o chats de los juegos y redes. Acercarse a la pantalla para ver mejor y el acceso a una buena conectividad es fundamental para no tener tipos de pausa ni interrupción.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Thiago: "Juego Minecraft sentado en mi computadora, estirado y con los auriculares. Siempre estoy tranquilo jugando, hasta que me pongo inquieto (me muevo mucho en la silla o sea muevo todo mi cuerpo). También lo uso en el celular cuando salimos con mi familia en el auto ya que por el celular no necesito wifi para poder jugar".



Sueño, descanso y consumos

Observamos en las entrevistas que los chicos y chicas tienen nuevos vínculos con el sueño, la noche y el descanso. Entonces preguntamos cómo habitaban estos momentos y surgieron varias rutinas de juego y consumo antes de ir a dormir, o de consumo mientras se quedan dormidos, y sueños donde siguen jugando.

Nos contaron también que muchas veces sueñan que siguen jugando, que encuentran recompensas, que viven en las casas que armaron en Minecraft, y que rompen bloques con sus manos, que están mirando TIK Tok, que *sueñan estar literalmente ahí*. Los límites surgen con los adultos cuidadores que habilitan más o menos horarios de consumo pero muchas veces y, en habitaciones aisladas, las infancias siguen jugando mientras las familias duermen.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Sofía: "Siempre sueño, a veces pienso que no es un sueño y estoy mirando Tik Tok de verdad, me levanto y sigo durmiendo".





Modelos de negocios en las tramas de los videojuegos, dólares, moneda digital y tarjetas de crédito

Cuando observamos y entrevistamos a los chiques vimos que las tramas de los juegos y las redes sociales requieren en general logueos y conectividad y que esa acción habilita la venta de datos para segmentación. Los metadatos asociados a una IP en un dispositivo sirven como materia prima para orientar las ventas según perfiles cada vez más segmentados, y orientan los gustos y preferencias. Esto mismo trasladado a las nuevas generaciones significa que las energías gastadas por un cuerpo conectado a una consola o dispositivo digital se transforman en datos que luego son monetizados por las industrias de telecomunicaciones.

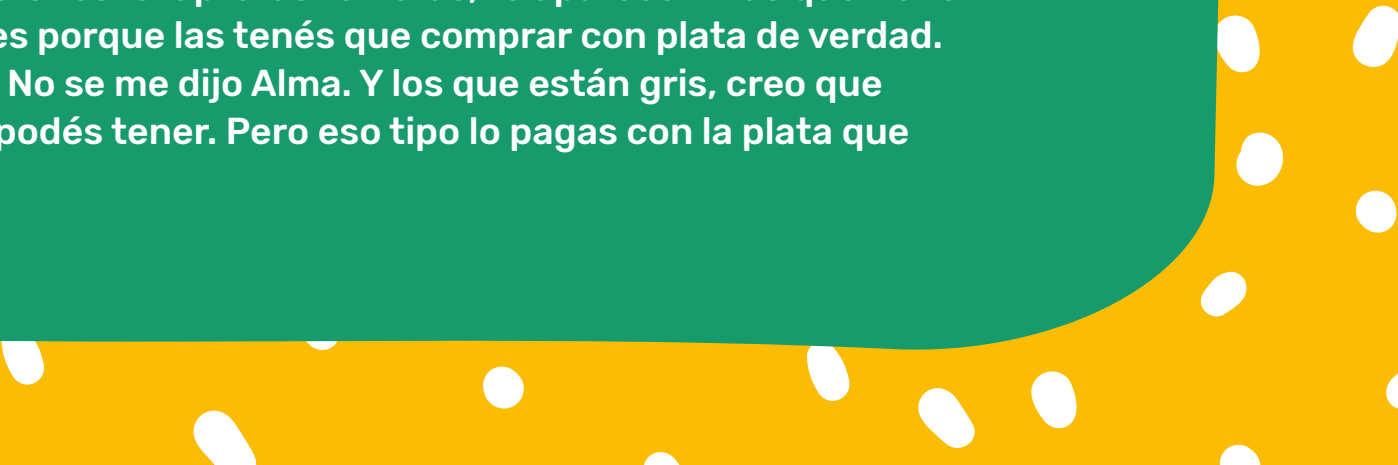
Nos parece importante dar cuenta de una de las clasificaciones para consumos que existe a nivel global (Search ESRB Game Ratings <https://www.esrb.org/ratings-guide/es/>) puesto que introdujeron una nueva descripción para mayores de 10 años que se llama "Violencia de fantasía"³. Además, encontramos ahí mismo que otros consumos tienen la descripción "adicción al tabaco y el alcohol".

²La junta de clasificación de software de entretenimiento la define como "acciones violentas de naturaleza fantástica que incluyen personajes humanos y no humanos en situaciones que se distinguen con facilidad de la vida real".



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Renata: "Mirá, hay un botoncito que si vos lo apretás aparece la ropa disponible. Por ejemplo, camisas, pantalones. Si apretás remeras, te aparecen. Las que tienen numeritos en verde abajo, es porque las tenés que comprar con plata de verdad. Creo que se llaman ROBUS. No se me dijo Alma. Y los que están gris, creo que pones "obtener ahora" y la podés tener. Pero eso tipo lo pagas con la plata que tenés en Roblox."





Recomendaciones algorítmicas y nuevas mediaciones

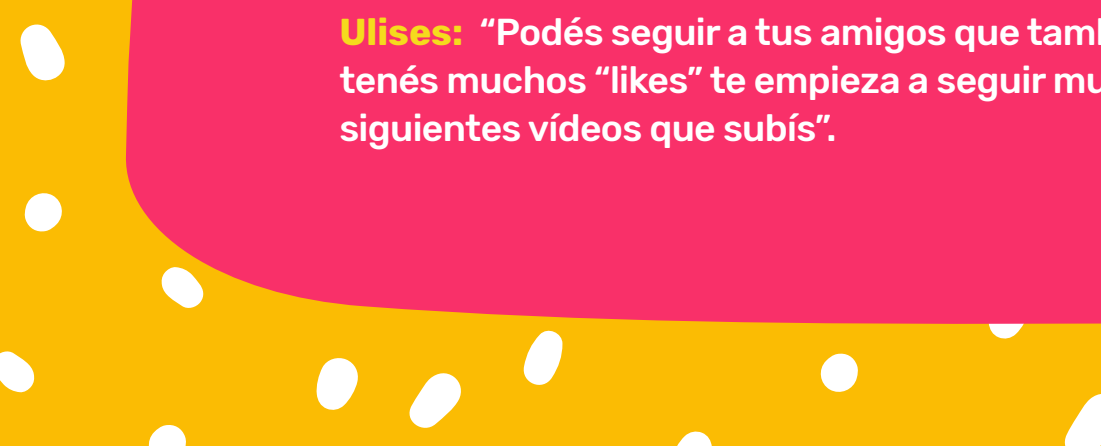
Las interfaces son espacios de visibilidad de la propia voz y de acceso a la información, es decir, son espacios que habilitan el derecho a la comunicación.

En relación con las mediaciones, cada vez más, los chicos y chicas miran y aprenden como pro-consumir juegos y redes a través de todo tipo de *influencers*: YouTubers, Gamers, Tik Tokers que tienen la particularidad de ser mediaciones por pares. Estas nuevas alfabetizaciones no requieren personas adultas y suceden antes de entrar a las escuelas y en plataformas que son privativas.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Ulises: “Podés seguir a tus amigos que también tengan Tik Tok o si subís un vídeo y tenés muchos “likes” te empieza a seguir mucha gente y ya pueden ver todos los siguientes vídeos que subís”.





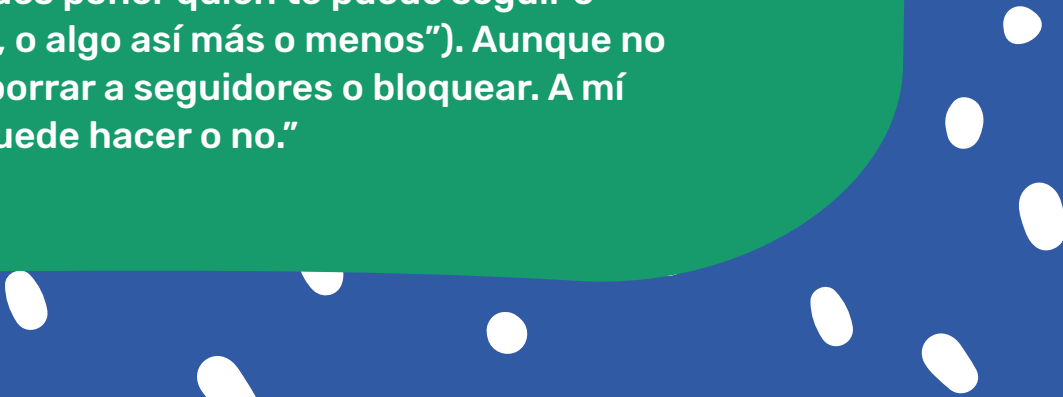
Tecnologías de la vigilancia, geolocalización, biometría, predicción probabilística

Todas estas interfaces tienen al mismo tiempo, potencialidades de nuevas formas de vigilancia. En muchos de los juegos y redes que usan las infancias hay geolocalización, biometría, escuchas, cámaras de seguimiento, sensores de movimiento, mirada vertical de los drones y predicción probabilística. Observamos que en algunas de las tramas de los consumos se introducen estas potencialidades expresivas y se usan como parte de la historia. Además, todos esos usos vinculados a la diversión funcionan como nuevas alfabetizaciones. Se aprende a usarlas y se instalan como naturales en la vida cotidiana y en las tramas de los consumos.



Los chicos y las chicas **nos cuentan...**

Alma: "Claro, la gente te puede seguir. Mira, yo te cuento.. esto lo vi en un video. Tienes que ser mayor de 13 años, no sé a donde vas y pones quienes pueden ver, quienes te pueden seguir, quienes se pueden unir a vos en el juego que estás jugando sin ser tu amigo. Cuando vos sos amigo de una persona, cuando está en un juego, te va a aparecer en qué juego está jugando y vos vas a poder unirte para poder jugar con él o ella. Pero si una persona no es tu amigo, te busca en el buscador para mandarte una solicitud o para unirse con vos, pero depende como tengas configurada tu privacidad (porque puedes poner quien te puede seguir o unirse a vos: "Los que te siguen o mis amigos, o algo así más o menos"). Aunque no podés elegir quien te sigue o no. pero podés borrar a seguidores o bloquear. A mí nunca me siguieron así que no se bien si se puede hacer o no."





¡MUCHAS GRACIAS!



¡MUCHAS GRACIAS!