

El juego contemporáneo y las nuevas plataformas: la construcción de nuevos espacios de juego y de interacción

Contemporary games and new platforms: the construction of new spaces of play and interaction

Jogo Contemporâneo e novas plataformas: construção de novos espaços de jogo e interação

DOI: 10.1590/1809-58442016111

Carolina Duek

(Universidad de Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina)

Resumen

El objetivo de este artículo es explorar la relación entre los juegos y los niños en la actualidad. El texto parte de considerar al juego como una práctica significativa para, luego, focalizar en las formas que adquiere vinculado con las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. A lo largo de la investigación, Facebook fue identificado como el espacio más importante que los niños y niñas asocian con sus juegos. Es por ello que el rol que “juega” Facebook organiza los ejes de este trabajo: los usos de la red social, los juegos y las articulaciones más relevantes entre los niños y niñas, la socialización y Facebook. No es nuestro objetivo analizar los juegos en profundidad sino ingresar al universo en el que se construyen los vínculos entre los niños y niñas, las representaciones, los medios y los adultos. En este camino, analizamos Facebook como la plataforma desde la cual la socialización, la exhibición y la competencia son construidas por los informantes.

Palabras clave: Juego. Juegos. Niños. Facebook. Redes Sociales.

Abstract

The objective of this paper is to explore the relationship between games, play and children in the contemporary context. The article begins with the consideration of children’s play as a meaningful practice focussing on new technologies of information and communication. Along the research, Facebook was identified as the most important place that children associated with games. That is why, the role that Facebook “plays” is one of the most important focusses of this paper: the uses that our informants report of the most used social network, the games they play and the most relevant

articulations between children, socialization and Facebook. It is not our objective to analyse games thoroughly but to enter the universe in which children, representations, media and adults are related and intertwined. And in this path, we analyse Facebook as the most important contemporary platform from which socialization, exhibition and competition are built by children.

Keywords: Play. Games. Children. Facebook. Social Network.

Resumo

O objetivo deste artigo é explorar a relação entre jogos e as crianças de hoje. O texto parte de considerar o jogo como uma prática importante para, depois, se concentrar nos modos associados com a aquisição de novas Tecnologias de Informação e Comunicação. No decorrer da nossa pesquisa, o Facebook foi identificado como o espaço mais importante que as crianças associam com seus jogos. É por isso que o papel “jogado” pelo Facebook organiza os eixos deste trabalho: os usos da rede social, os jogos e as ligações mais importantes entre crianças, a socialização e o Facebook. Não é nosso objetivo analisar em profundidade os jogos, mas entrar no universo em que são construídas as ligações entre as crianças, as representações, a Mídia e os adultos. Desta forma, analisamos o Facebook como plataforma a partir da qual a socialização, a exposição e competição são construídas pelos informantes.

Palavras chave: Jogo. Brincadeiras. Crianças. Facebook. Redes sociais.

Introducción

Cartas, muñecas, autos, dados, de cartón, de plástico, de madera, solos, en grupos o con adultos: jugar es un aspecto central de la vida cotidiana de los niños alrededor del mundo. Durante la infancia, el juego es sin dudas un gran organizador: las relaciones con pares y con adultos son frecuentemente configuradas por y a través de los juegos que los niños juegan durante sus interacciones sociales.

En suma, jugar es una actividad central para los niños y se vincula con otras dimensiones cruciales que analizaremos en este artículo. Analizar el juego nos demanda una reflexión sobre las infancias posibles en contextos específicos; indagar sobre los juegos permite a los investigadores ubicar a los sujetos sociales en un tiempo y un espacio de la experiencia que se desarrolla con posibilidades, limitaciones y deseos (MANTILLA, 1996). La exploración de las experiencias que son construidas durante y a través de los juegos es el foco principal de nuestra investigación y, también, de este artículo.

Sin embargo, no podemos caracterizar los juegos infantiles como si pudieran ser concebidos más allá de las condiciones específicas en las que los jugadores comienzan y

terminan esos juegos (CAILLOIS, 1967; HUIZINGA, 1938). Eso significa que el análisis de los juegos no puede realizarse sin las consideraciones de las especificidades y de las limitaciones de cada práctica. Esto ocurre porque las infancias son plurales, dinámicas y desiguales (CARLI, 1999). El acceso a determinados bienes, servicios y conocimientos organiza la relación que los niños y las niñas tienen con su entorno. Las infancias, mencionadas intencionalmente en plural, articulan y sintetizan las posibilidades y limitaciones que cada niño tiene para ser quién es (y para no ser quién no puede ser) (DUEK, 2013 y 2014). Educación, cultura, familia y posición económica serán aspectos claves para analizar no sólo las condiciones materiales específicas de cada niño sino también las particularidades simbólicas y culturales que se vinculan, sin dudas, con la educación, el conocimiento y la cultura (NUNES, 2013; BROUGÈRE, 1998, 2013).

La selección sobre la que organizaremos este artículo incluye a los niños y niñas que viven en grandes ciudades (en este caso, el foco será la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), que van a la escuela pública y que tienen al menos un televisor en sus hogares y alguna manera (no importa cuál o dónde) de acceder a internet (puede ser en sus casas, en la casa de un pariente o amigo, en espacios públicos, en la escuela, para nombrar algunos de los lugares de acceso más citados). La construcción metodológica de la muestra que presentaremos se realizó por medio de la técnica bola de nieve (STAKE, 2005) dado que fue muy difícil definir las entrevistas. Esto ocurrió, en primer lugar, porque son los padres quienes negociaban las condiciones de las entrevistas y fue muy complejo para muchos de ellos permitirnos (más allá de ser investigadores acreditados) entrar en sus casas y grabar los dichos de sus hijos. Una vez que los adultos nos permitían realizar la entrevista, nos “recomendaban” amigos de sus hijos. Esto facilitaba el contacto con esos padres dado que proveníamos de un conocido tal como sostiene el principio de la bola de nieve (DENZIN; LINCOLN, 2003; RUBIN; RUBIN, 2004).

Además, es necesario remarcar que los chicos entrevistados pertenecen a las clases medias urbanas (CAVIGLIA, 2006; ANTONELLI, 2004; MINUJIN, 1997). Nos enfocamos en las clases medias para identificar no solamente sus prácticas y representaciones en torno de los juegos y la relación con el mercado de bienes sino también los deseos que se construyen en sus vidas cotidianas. Los deseos operan, en nuestra investigación, como una síntesis de los discursos comerciales que rodean a los sujetos sociales y las formas a través de las cuales las “necesidades” son constantemente construidas en diversos soportes. Las clases medias urbanas son, para nosotros, un segmento muy productivo para indagar, analizar y reflexionar sobre las preguntas que organizan este artículo.

La muestra se compone por niños y niñas entre 6 y 10 años que viven en la Ciudad de Buenos Aires y que van a escuelas públicas. El material utilizado para este artículo

se basa en 35 entrevistas realizadas en las casas de los niños y fueron grabadas de forma digital utilizando un pequeño grabador.

Las entrevistas se realizaron en las habitaciones de los chicos y les solicitamos que elijan uno o dos amigos de su edad para que compartan la situación de entrevista. Hicimos un estudio piloto en 2009 (DUEK, 2012) en el que identificamos la necesidad de los chicos de compartir la situación de entrevista con un par para que se sientan más cómodos en una situación comunicativa artificial (BOURDIEU, 1999; MEUNIER; LAMBOTTE; CHUKA, 2013).

Una vez realizadas las entrevistas, los datos fueron analizados utilizando herramientas del análisis del discurso focalizando en el discurso de los informantes como referencias clave de sus prácticas, representaciones y deseos construidos en torno de los nuevos dispositivos y Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs). La saturación de la muestra fue determinada luego de análisis parciales de las entrevistas y de los objetivos de la investigación. Las preguntas fueron abiertas, el diálogo entre los niños y nosotros fue fluido y, cuando obtuvimos una cierta cantidad de entrevistas y de invariantes, decidimos cerrar parcialmente el segmento de entrevistas. Este recorte es el que presentaremos en las citas de nuestros informantes.

En lo que respecta al análisis de los discursos de los niños, no nos importó si lo que nos comentaban era “verdadero” o “falso”, analizamos sus palabras como una forma de ingresar al universo en el que construían significados alrededor de sus acciones y selecciones. El único tema ético que apareció en el curso de la investigación se vinculó con la protección de las identidades y pudimos resolverlo muy fácilmente (cambiando los nombres y las particularidades que podrían identificar a los informantes). Dado que los temas abordados no eran “polémicos” (los juegos que juegan, las preferencias, las dimensiones de interacción, sólo por nombrar algunas dimensiones recurrentes en las entrevistas) no generaron conflictos éticos considerables.

Trabajaremos con las infancias contemporáneas que acceden a los medios de Comunicación y, en consecuencia, a sus publicidades y ofertas. La escuela, la familia y los amigos son dimensiones cruciales de la vida cotidiana de estos niños (LEZCANO, 1999; TEDESCO, 1995): los tiempos y las estructuras familiares pueden variar, pero la escuela juega un rol central en la organización de hábitos, rutinas y horarios.

Dijimos que exploraríamos la experiencia del juego contemporáneo (ROSSI CARDOSO, 2001; ENRIZ, 2011) y que, para hacerlo, debíamos definir “puertas de acceso”. Seleccionamos un espacio muy importante desde el cual los informantes no sólo identificaron sus experiencias de juego sino también, la plataforma que les permite interactuar con pares

y con adultos cercanos. El uso de la red social Facebook develó negociaciones en el interior de las familias que son interesantes y productivas para analizar la relación entre niños, padres, nuevas tecnologías y dispositivos. Ese será el eje que recorreremos en las próximas páginas.

Conectados

En diferentes estudios publicados durante 2013 se estableció que el 75% de la población argentina está conectada a internet. Esto significa, en números, que casi 30 millones de personas están conectadas. Una cifra impresionante para un país tan desigual como la Argentina si tomamos en cuenta la distribución del ingreso en una dimensión macroeconómica. De esos 30 millones, ocho tienen un servicio de banda ancha. Esto significa que el suministro nunca se interrumpe (excepto por problemas técnicos). Los mismos estudios ubican a Brasil y a la Argentina como los países con la mayor cantidad de horas conectados por habitante comparados con otros países de América Latina (27,2 y 26,3 horas por mes por persona en los países mencionados). De acuerdo con comScore, Argentina es el país con mayor cantidad de horas en redes sociales del mundo y América Latina, como región, dedica 56% más tiempo a las redes sociales que el promedio del resto del mundo.

Todos estos números nos ubican en un tiempo y un espacio específicos: 7,5 de cada diez niños y niñas que viven en Argentina viven en hogares en los que hay una conexión a internet. Aunque existen diferencias y los números puedan parecer “fríos” y poco eficientes para ilustrar prácticas sociales, lo que queremos enfatizar es la importante presencia de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación tanto en Argentina como en América Latina como región. Los niños están creciendo en hogares que tienden a estar cada vez más conectados a los nuevos medios y redes.

Teléfonos con 3G (servicios de datos de internet) constituyen un nuevo espacio de conexión con las redes que coexisten con las consolas de juego disponibles en el mercado (“Playstation” en todas sus variables domésticas y portables, Wii, Xbox, para nombrar las más vendidas de las consolas existentes). La conexión a las redes y el uso intensivo de los dispositivos y potencialidades ha generado una gran transformación en el ecosistema comunicativo (MARTÍN-BARBERO, 2003; BUCKINGHAM, 2007, 2011) en el que las vidas de los niños y de los adultos son vividas. En Argentina, en 2013, existían 52 millones de teléfonos móviles activos... para 40 millones de habitantes. Una cifra a la vez impactante y que marca una tendencia de los contextos actuales y de sus posibilidades.

¿A qué jugamos?

En este contexto, si queremos reflexionar sobre los juegos y las experiencias lúdicas de las infancias contemporáneas en Facebook (DUEK, 2013), es imposible desplazar los dispositivos disponibles en el análisis. Más aún si aparecen en las palabras de nuestros informantes: durante 2012 realizamos entrevistas cualitativas a niños y niñas de 6 a 10 años en el contexto de un proyecto de investigación (Proyecto PICT 2010-1913 titulado: *Juegos, consolas y dispositivos electrónicos: ¿nuevos objetos para nuevos juegos (un análisis del juego contemporáneo)* (ANPCyT y CONICET, Argentina). Como ya mencionamos, las entrevistas se realizaron de a pares o tríos. Las entrevistas son, siguiendo a Bourdieu (1999), situaciones artificiales en las que dos sistemas de representaciones se encuentran y tienden a develar una *performance* orientada hacia los roles que cada participante imagina que tiene en el intercambio (GOFFMAN, 1974).

Las computadoras y las consolas de juego aparecieron en el comienzo de las entrevistas como el espacio principal en el que los más chicos pasaban el tiempo no escolar. Facebook era, por mucho, la plataforma más mencionada en lo que respecta a los juegos. Es curioso dado que Facebook no permite que niños menores de 13 años tengan una cuenta. Sin embargo, lo “único” que hay que hacer es fraguar la fecha de nacimiento (y “transformarse” en mayor de 13 años) y luego, sin chequeos ni controles, un niño menor de 13 años puede abrir su cuenta. No es una tarea dificultosa. Uno de los elementos sorprendentes en las entrevistas fue la naturalidad con la que los niños y niñas narraban la imposibilidad de tener una cuenta en Facebook debido a su edad y la solución de fingir su edad de manera simple. Ni los niños ni los adultos encontraron la solución cuestionable.

En contraste con el uso adulto de las redes sociales (ver TOURN, 2013; CANTORA; MOLINARI, 2012), la principal acción en Facebook es “jugar juegos”. El 77% de los usuarios de internet de la Argentina tiene una cuenta de Facebook según la consultora Social Bakers.

Amo Facebook. ¡Los juegos son taaaaaan copados! Me encanta saber los puntajes de mis amigos (...) y los *rankings* son geniales.... Si gano yo (Marcela, 8 años).

Marcela es una de las niñas que entrevistamos y a ella le gustan no sólo los juegos en las redes sociales, sino que identifica que existe un “plus” en saber los puntajes de sus amigos. Una de las principales características de los juegos en Facebook es que, entre las personas de las que los usuarios son “amigos”, se construye un *ranking* en función de sus desempeños. Es por ello que si dos amigos juegan el mismo juego, quieran o no (no es

opcional, sino que es una función que está diseñada dentro de los juegos), va a haber una notificación sobre la victoria sobre otros o sobre la derrota frente a un amigo. Cuando la informante menciona que es mejor si ella gana es necesario hacer una aclaración: ella no se refiere a haber ganado el juego o a haber superado un nivel; “ganar” se vincula con haber superado las performances de sus amigos de Facebook.

Los juegos en Facebook no necesitan ser simultáneos porque no importa cuándo juegan los más chicos dado que el *ranking* se actualiza a lo largo del día de forma automática y eso permite a los usuarios comparar y chequear constantemente su posición y la de sus amigos. Livingstone (2009) afirma que la relación entre los niños y niñas e internet es compleja y depende de varios aspectos de las vidas cotidianas de los más chicos: la relación con sus pares, el rol de los adultos que los rodean y las posibilidades de comprender diferentes aspectos de la vida a su alrededor. Es en esta dirección que construimos nuestra aproximación a Facebook, sus usos y apropiaciones: es allí donde encontramos la distancia más importante respecto de la relación entre los niños y niñas y sus padres. Luego de una de las entrevistas con dos niñas, la madre de la niña “anfitriona” comentó que estaba muy preocupada con la cuenta de Facebook de su hija:

Tengo miedo porque Daniela está usando mucho Facebook. No entiendo mucho de tecnología, pero sé que hay muchos riesgos para ella (...) Vi muchos casos en los noticieros que contaban sobre chicos habían sido secuestrados o asesinados después de haber contactado gente que no conocían por Facebook (Rita, 39 años, madre de Daniela de 9).

Las afirmaciones de Rita no son una excepción: muchos adultos nos dijeron de diferentes maneras lo mismo antes o después de las entrevistas realizadas en sus hogares. Es por ello que es fundamental escuchar las voces de los niños para entender no sólo lo que hacen cuando están en Facebook sino para limitar los miedos y pánicos provenientes del mundo adulto. Los medios, y la televisión como actor principal (HALL, 1981; WILLIAMS, 1974, entre tantos otros), son una variable para considerar en el momento de analizar las representaciones sociales del mundo. Gubern (2000) sostiene que los medios tienden a construir el *agora* como un espacio hostil y que tendemos a creer que estamos mejor “adentro”, lejos de posibles riesgos del mundo exterior. La televisión, como uno de los principales agentes constructores de representaciones sociales (SEPULCHRE, 2009) presenta el *agora* como un espacio lleno de riesgos que debemos evitar. Pero, paradójicamente, construye la relación entre los niños y Facebook como muy peligrosa presentando constantemente los casos más tenebrosos que terminan en muertes, secuestros y tráfico de personas.

El testimonio de Rita se enmarca en una relación muy cercana con la televisión y sus discursos. Su miedo es que su hija pueda ser capturada en redes que hacen “cosas malas” a niñas bonitas. Es interesante citar a Daniela, su hija, y la forma que describe los usos de Facebook:

¿Qué hago en el ‘Face’? Juego. Eso es lo que más me gusta. No subo fotos... eso es para adolescentes estúpidos. Tengo 9, ¿Sabés? (Daniela, 9 años).

Daniela se refiere a Facebook como “Face” indicando que hay una familiaridad entre ella y la plataforma. Pero, en tensión con los miedos de su madre, relata que lo que más le gusta hacer en el “Face” es jugar juegos. Esto significa que hay una importante distancia entre los temores adultos y lo que los niños efectivamente hacen cuando están en línea. No decimos que Facebook (ni ningún tipo de conexión) no sea peligrosa. Es necesario conocer y hablar con los niños sobre sus usos e interacciones en línea. Pero este caso específico indica que hay una distancia entre los usos y los miedos que pueden ser superados mediante el vínculo y la construcción de espacios significativos para Daniela y Rita, su madre, en los que puedan compartir sus pensamientos, miedos y pánicos. Daniela dice que ella juega en Facebook y que identifica a la plataforma con el juego y esto, si fuera claro para su madre, debiera ser suficiente para desplazar sus miedos (al menos, por el momento, claro).

Estos dos testimonios ilustran una distancia generacional vinculada con el uso de Facebook y la ausencia de orientación parental en relación con las nuevas tecnologías. Pero esto también señala las tensiones que se construye en torno de Facebook. Los padres encuentran dificultades al negociar con sus hijos: por un lado, no quieren que sus hijos sean dejados de lado de los grupos a los que pertenecen, pero, por otro, tienen miedo de los posibles “efectos secundarios” de su presencia en línea. Los miedos se superan por medio de la información y de la constante intervención: esas son las dos claves que contribuyen a modificar la relación entre los adultos y los niños mientras están conectados. En los siguientes párrafos trabajaremos sobre el concepto de negociación dado que apareció como aspecto central en la relación entre los adultos, los niños y Facebook.

Negociaciones

Los niños y las niñas que entrevistamos afirmaron que les gustaban mucho los juegos en Facebook y que sus padres se oponían en el comienzo a dejarlos tener una cuenta propia. Al final, todos lograron convencer a los adultos utilizando diferentes estrategias

persuasivas. Ser “amigo” de los padres, darles las contraseñas o usar las cuentas de los padres fueron las tres negociaciones intrafamiliares más mencionadas. Los padres, en el mismo sentido que el testimonio de Rita, afirmaron que tenían miedo por la exposición que supone tener una cuenta en la red social y que consideraban a la plataforma como un lugar peligroso en el que, con unos pocos *clicks*, podía poner a sus hijos en situaciones difíciles y complejas. Pero también mencionaron que querían limitar el tiempo que pasaban en línea: no estaban más asustados de la televisión como potencialmente adictiva (DUEK, 2014) sino que estaban preocupados por la “vida” en línea de sus hijos que podía significar una baja de su rendimiento escolar. Es decir, si los niños y niñas pasan mucho tiempo conectados, la fantasía es que no van a poder estudiar como “deberían”. La tensión entre las expectativas y miedos de los padres respecto de las vidas en línea de sus hijos se vincula con la falta de conocimiento que los padres identifican. No es que los adultos no sepan cómo funciona Facebook, sino que tienen dificultades para comprender los usos que sus propios hijos hacen de la plataforma.

Como Burke y Marsh (2013) afirman, existe un número de mundos virtuales en los que los chicos no sólo juegan, sino que también participan, aprenden y se vinculan con diferentes aspectos de la cultura contemporánea. La noción de mundo virtual es muy interesante para usar en Facebook dado que la plataforma supone la construcción de un espacio que articula tiempo y relaciones sociales en un solo lugar a escala global. El concepto que Turkle (2012) asocia con este proceso es *alone together* (solos juntos): la relación dialéctica entre estar siempre conectados, pero siempre solos. La confusión entre estar conectado y estar *con* otros es una de las dimensiones que son alentadas por Facebook: somos llevados a creer que como tenemos “amigos” en línea estamos “siempre acompañados”. Pero no lo estamos. Pahl (2003) sostiene que la amistad tiene muchas características que pueden cambiar en función de los sujetos involucrados pero que hay una condición general para ella: tiene que existir una relación significativa entre dos o más sujetos que sostenga el vínculo en una dinámica que no puede carecer de contacto cara a cara.

La apropiación que nuestros informantes mencionan sobre Facebook también se relacionan con dimensiones de género como identifica Kafai (2000, 2008). Algunos juegos aparecían específicamente diseñados para encajar con estereotipos de género. Juegos para vestir muñecas o para hacerlas “aptas” para casarse o que van a spas para tratar su cuerpo con diferentes cremas y ungüentos. Los que más aparecieron en nuestras entrevistas estaban relacionados con las “Sagas”: *Farmville* y *Pet Rescue*. Ambos juegos necesitan aliados en línea para ser jugados. Vamos a analizar *Farmville*, el segundo juego más jugado en Facebook (estadísticas oficiales de 2014) que apareció como muy relevante para nuestros informantes.

‘Yo dirijo una granja’

Farmville se organiza por medio de la construcción de una granja y por las semillas y plantaciones que son necesarias para comenzar a vender la producción y, en consecuencia, para ser exitoso en los “negocios”. *Farmville* es uno de los juegos más populares en Facebook (está en su segunda “era” que perfeccionó la primera en muchos aspectos, pero no en su dinámica principal). La granja es muy demandante y necesita cuidados constantes y aquí aparece la clave para todo el grupo de juegos similar a este: la única forma de ser exitoso administrando la granja es por medio del intercambio de “favores” con amigos de Facebook. Para construir el granero necesitamos ladrillos que sólo están disponibles para ser enviados por amigos si los invitamos a conectarse con nosotros *por medio* del juego. Si jugamos al *Farmville* la condición es que tengamos amigos en Facebook que también lo juegan. La dinámica cooperativa del juego demanda más y más amigos en línea para intercambiar materiales para mejorar la performance en el juego. Las granjas crecen y se diversifican en función de las cosas que produce. Cuanto más crece, más gana y puede comprar más elementos en el mercado virtual del juego. Si el “granjero” no tiene suficiente dinero, puede cargar su tarjeta de crédito (la del mundo “real”/no virtual) y comprar cosas para la granja con dinero “real”. Esta acción puede parecer extraña pero este juego, desarrollado por Zynga (una de las compañías más importantes y poderosas del mundo de los juegos), tiene un enorme éxito en el mundo de los juegos en redes sociales. Los informantes mencionaron que les gusta este juego porque:

Me encanta el *Farmville 2*. Tengo muchas vacas y cosecho todo el tiempo. Soy bastante bueno administrando. A veces le pido a mi papá que me ayude porque no entiendo algunas cosas del juego (...) tengo más de diez amigos que también juegan. Les mando cosas y ellos hacen *click* y me mandan muuuuuchas cosas para mi amada granja, awwwww (Camilo, 8 años).

Farmville es genial. Me encanta el campo y vivo en un departamento pequeño así que me puedo imaginar que vivo ahí y administro. Mis amigos también juegan así que es fácil conseguir las cosas que necesito (Daiana, 7 años).

Farmville aparece como un juego compartido con pares y que podría ayudar a los niños y niñas a administrar una granja. Es necesario aclarar de qué forma la propuesta del juego aparece reproducida en la palabra de los más chicos. La justificación de sus preferencias se organiza en los mismos términos propuestos por el juego:

Farmville 2 es el mejor juego gratis en redes sociales que permite sumergirse en un vibrante campo en 3D donde todo vive y reacciona ante cada toque. Vas a encontrar una variedad interesante de personajes que pueden jugar con amigos en un viaje nostálgico a las granjas de la infancia. Crear, personalizar y administrar tu propia granja donde los cultivos que crecen alimentan a una gran variedad de animales te permite tener recursos para construir. ¡Arboles hermosos, llamativos cultivos y animales adorables van a volverte loco! (página oficial de Zynga: <http://zynga.com/game/farmville-two>)

Crear, personalizar y administrar tu propia granja son las claves para comprender la lógica del juego que, como ya mencionamos, se organiza por medio de los contactos con otros jugadores que son “amigos” de Facebook. El juego está basado en la lógica del capitalismo (acumulación, producción, explotación del suelo y la maximización del ingreso) y se vuelve “natural” para los chicos desde que comienzan a jugar. No decimos que este juego es una herramienta para reproducir el capitalismo, pero nos enfocamos en las formas en las que el sistema productivo de las granjas, aunque parezca “socialista” (la necesidad de otros para alcanzar los objetivos deseados), se orienta a alcanzar metas capitalistas. La naturalización es, para Hall (1981) uno de los efectos ideológicos más importantes y problemáticos de los medios de Comunicación. Y eso es lo que queremos plantear respecto de *Farmville* que deviene un ejemplo de los muchos juegos disponibles en línea que son jugados por millones de usuarios alrededor del mundo.

‘Mirá qué genial que soy’

Farmville no se trata sólo de administrar una granja y de enviar “elementos” a otros jugadores: se trata también de mostrar a otros nuestro propio progreso. Todo lo que hacemos en los juegos de Facebook puede ser compartido. Cada logro, cada progreso, cada venta (en el caso de este juego en particular) puede ser publicado en nuestro perfil de Facebook. Toma solo un *click* mostrar a los otros qué estamos haciendo, que hicimos o qué planeamos hacer. La posibilidad de compartir información tiende a reforzar el “poder” del *ranking* entre los chicos que juegan al mismo juego. Muchos mencionaron en las entrevistas que cuando le ganaban a un amigo en los juegos de Facebook, usaban esa información para burlarse de la “víctima” por su performance en el juego utilizando todos los mecanismos de visibilización que habilita el juego:

Tengo el máximo puntaje no sólo de mi grado sino de todas las clases del mismo año del colegio (Ramiro, 8 años).

Una vez le gané a mi mejor amiga y publiqué en Facebook ‘¿quién es el mejor ahora?’ (...) Ella se puso mal y le pedí perdón para arreglar todo (Silvana, 7 años).

Status, reconocimiento y, en una articular escala, poder: un poder que se exhibe y disfruta. “Mirá qué genial que soy” sintetiza ambos extractos de las entrevistas. El segundo extracto menciona que tuvo que disculparse con su amiga después... pero no dudó en publicar sus desempeños cuando tuvo la posibilidad de hacerlo. Es tan simple hacer *click* y exhibir las performances en línea que pareciera ser que la plataforma nos está invitando a competir y a exhibirnos como si toda esa información fuera relevante para nuestros “amigos”.

Jugar en Facebook implica no sólo ser parte de diferentes *rankings* o ser “burlado” por quienes obtienen los puntajes más altos: es el espacio crucial en el que las luchas de poder entre pares se organizan. Exhibir desempeños termina siendo más importante que la experiencia (COBAN, 2014). La dimensión social que estos juegos habilitan desplaza tanto el contenido como la dinámica de los juegos. La competencia aparece junto con la visibilidad y es esta combinación que ocupa una gran parte de la experiencia de la vida cotidiana de los niños contemporáneos (DUEK; TOURN, 2014).

Pareciera ser que sin exhibición no hay necesidad de jugar, sin “compartir” jugar no parece ser una actividad muy interesante:

No sería tan genial jugar en Facebook si no se puede compartir. Eso es lo mejor de todo: yo sé qué hacen mis amigos y puedo mostrarles lo que yo hago todo el tiempo (Carina, 9 años).

Sin embargo, no podemos afirmar que la visibilidad sea una característica nueva en los juegos. Desde la infancia, la posibilidad de mostrarle a los otros un movimiento especial, un truco o una pirueta nos alentaba a alcanzar mejores resultados. También queríamos ganar, ser los primeros en *rankings* “reales” o imaginarios. El elemento que aparece como nuevo en la investigación es la transformación de la escala y del alcance de estos procesos de visibilización. Con dos o tres *clicks* podemos mostrarle a cientos de personas lo que podemos hacer, lo que queremos lograr o lo que estamos tratando de resolver. Todo parece potencialmente visible (HABERMAS, 1981) y somos constantemente alentados a compartir nuestros logros cotidianos cada vez más.

Conclusiones

El juego, la exhibición y la competencia se articulan desde el comienzo de los tiempos. Pero la visibilización de esta transformación se acompaña con la palabra de nuestros informantes que sostienen que eligen jugar en Facebook porque pueden ver quién juega a cada juego y competir o tratar de seguir a los “amigos” en los entornos electrónicos (DUEK, 2014).

La sociabilidad es uno de los elementos claves para considerar al analizar el juego de los niños y niñas en Facebook. *Tendencias*, tal como las llaman los publicistas, parecen estar ubicadas en las redes sociales y es desde esas plataformas que muchos chicos muestran y experimentan parte del mundo que los rodea. Facebook es uno de los principales espacios desde el cual los sujetos sociales construyen sus “caras” para mostrar a otros. Las redes sociales permiten a los sujetos la construcción de “caras” y de “máscaras” buscando la valoración de los otros y la inclusión en los intercambios.

En síntesis, Facebook es un espacio primordial desde el que los chicos organizan sus vínculos con otros, pero también sus expectativas, logros y juegos. Las redes sociales son más que plataformas desde las que podemos contactarnos: en muchos casos, Facebook es el lugar que permite a los niños estar en los grupos de pares que desean. Es por ello que las “máscaras” y tendencias son tan importantes y recurrentes en la palabra de nuestros informantes.

No importa si los juegos cambian, la dinámica de juegos propuesta por Facebook parece reducir las mismas condiciones para todos los jugadores: juegos simples, basados en un intercambio interesado con el objetivo de producir más, mejor y más caro. La lógica del capitalismo, como ya lo mencionamos, se cubre con una máscara de colaboración y con la necesidad de la ayuda de otras personas. Pero, detrás de todo eso, encontramos que los objetivos de los juegos son solamente individuales y son exhibidos de ese modo en Facebook.

Desde el comienzo de este artículo identificamos a los juegos en Facebook como un espacio mencionado por los niños y las niñas para sus interacciones. La exhibición, la competencia y los *rankings* son tres grandes ejes de este tipo de juegos. Estas dimensiones no son nuevas: lo que sí es nuevo es el alcance y la visibilidad de estas acciones (DUEK, 2014). Los niños y niñas no pueden decidir qué muestran y qué no en sus juegos dado que están constantemente ordenados por sus desempeños y por la comparación con el resto de sus “amigos”.

Los niños y niñas contemporáneos nacen en un contexto en el que los medios de Comunicación, las pantallas y los dispositivos están presentes en diferentes formas,

pero eso no significa que no puedan tener una aproximación crítica a su contenido y a sus representaciones (LIVINGSTONE, 2007). Debemos aceptar que las infancias urbanas crecen inevitablemente entre pantallas. Esta situación no nos quita responsabilidad como investigadores y adultos de cuestionar y aproximarnos a estos tipos de juego y contenido de manera crítica. Creemos que es necesario hablar con los chicos e intentar analizar *con* ellos las lógicas de interacción alentadas por Facebook (TOURN, 2013). Es crucial crear espacios en los que los niños y niñas puedan intercambiar miradas con un adulto que pueda contribuir a identificar estrategias, formas de funcionamiento y características de los juegos en línea y sus interacciones. Permitir que los chicos tengan una cuenta en Facebook debiera incluir un tiempo familiar para compartir, analizar y discutir sobre qué significa interactuar por medio de una red social y reflexionar sobre los límites y posibilidades que Facebook permite a sus usuarios.

Los juegos son un aspecto clave de la vida cotidiana de los niños y niñas y necesitamos comprenderlos para acompañarlos en esos juegos y espacios (en línea, con dispositivos, con la imaginación...) como responsabilidad adulta en la actualidad. Los juegos son una *excusa* para vincularse con otros y comenzar a comprender el complejo “ecosistema comunicativo” en el que todos vivimos. Es por ello que necesitamos alentar a los más chicos a crear categorías críticas desde las que puedan ser usuarios, pero con una reflexión sobre lo que hacen solos y con sus pares: la reflexión sobre sus prácticas apareció, a lo largo de nuestra investigación, como la clave para superar miedos, tensiones y “fantasmas” sobre la vida de los niños y niñas en línea. Niños críticos devienen ciudadanos adultos críticos: eso es lo que la investigación, los padres, los docentes necesitan construir, un futuro con subjetividades conectadas y reflexivas.

Referencias

ANTONELLI, M. **Cartografías de la Argentina de los '90**. Buenos Aires: Ferreyra, 2004.

BOURDIEU, P. **La miseria del mundo**. Buenos Aires: FCE, 1999.

BROUGÈRE, G. **Jogo e educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

_____. “El niño en la cultura lúdica”. **Revista Lúdicamente**, n.4, Buenos Aires, 2013.

BUCKINGHAM, D. **Beyond Technology**. Children's Learning in the Age of Digital Culture. Cambridge: Polity Press, 2007.

_____. **The Material Child**: Growing up in Consumer Culture. Cambridge: Polity Press, 2011.

BURKE, A.; MARSH, J. (Eds.). **Children's Virtual Play Worlds**: Culture, Learning and Participation. New York: Peter Lang, 2013.

CAILLOIS, R. **Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo**. México: FCE, 1967.

CANTORA, A.; MOLINARI, L. **Jugar a Mundo Gaturro**. Acerca del juego, la exhibición y el consumo en la plataforma online. Tesina final de grado (Carrera de Ciencias de la Comunicación), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2012.

CARLI, S. (Comp.). **De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad**. Buenos Aires: Santillana, 1999.

CAVIGLIA, M. **Dictadura, vida cotidiana y clases medias**. Buenos Aires: Prometeo, 2006.

COBAN, B. Sosyal Media D/evrimi. **Sosyal Medya devrimi**. Istanbul: Su Yayinlari, 2014.

DENZIN, N.; LINCOLN, Y. **Strategies of Qualitative Inquiry**. New Delhi y Londres: Sage y Thousand Oaks, 2003.

DUEK, C. **Infancias entre pantallas. Las tecnologías y los chicos**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2013.

_____. C. **El juego y los medios. Autitos, muñecas, televisión y consolas**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2012.

_____. **Juegos, juguetes y nuevas tecnologías**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2014.

DUEK, C.; TOURN, G. Sosyal Medya: Egitimin dönüsümü. In: COBAN, B. (Comp.). **Sosyal Medya devrimi**, Istanbul: Su Yayinlari, 2014.

ENRIZ, N. **Jeroky Porã, Juegos Saberes y Experiencias infantiles Mbyá guaraní en Misiones**. Muenchen: Lincom Europa, 2011.

GOFFMAN, E. **Frame Analysis**. Boston: Northeastern University Press, 1974.

GUBERN, R. **El eros electrónico**. Madrid: Taurus, 2000.

HABERMAS, J. **Historia y crítica de la opinión pública**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1981.

HALL, S. La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. In: CURRAN (Comp.). **Sociedad y comunicaciones de masas**. México: FCE, 1981.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens**. Buenos Aires: Emecé, 1938.

KAFI, Y. Video game designs by girls and boys: variability and consistency of gender differences. In: CASSEL; JENKINS (Eds.). **From Barbie to Mortal kombat**. Boston: MIT Press, 2000.

_____. Gender play in a tween gaming club. In: KAFI, Y.; HEETER, C.; DENNER, J; SUN, J. (Eds.). **Beyond Barbie and mortal kombat**. Boston: MIT Press, 2008.

LEZCANO, A. Las miradas sociológicas sobre los procesos de socialización. In: CARLI, S. (Comp.). **De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad**. Buenos Aires: Santillana, 1999.

LIVINGSTONE, S. Do the media harm children? Reflections on new approaches to an old problem. **Journal of Children and Media**, vol.1, n.1, Londres, Routledge, 2007.

_____. **Children and the Internet**. Cambridge: Polity, 2009.

MANTILLA, L. La clasificación de los juegos y su práctica regulada y vigilada en torno al género. **Revista la Tarea**, Guadalajara, México, 1996.

MARTÍN-BARBERO, J. Retos culturales de la comunicación a la educación. Elementos para una reflexión que está por comenzar. In: MORDUCHOWICZ, R. (Comp.). **Comunicación, medios y educación**. Octaedro: Barcelona, 2003.

MEUNIER, D.; LAMBOTTE, F.; CHOUKAH, S. Du bricolage au rhizome : comment rendre compte de l'hétérogénéité de la pratique de recherche scientifique en sciences sociales ? **Questions de communication**, n.2, France, 2013.

MINUJIN, A. *Estrujados: la clase media en América Latina*. **Empleo y globalización: la nueva cuestión social en la Argentina**. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 1997.

NUNES, A. Entre juegos y tareas: Una etnografía de las actividades cotidianas de los niños A'uwë-Xavante (MT, Brasil). **Revista Lúdicamente**, n.4, Buenos Aires, 2013.

PAHL, R. **Sobre la amistad**. Madrid: Siglo XXI, 2003.

ROSSI CARDOSO, S. **Memórias e jogos tradicionais infantis: lembrar e brincar é só començar**. Londrina: Editora da Universidade Estadual de Londrina, 2001.

RUBIN, H.; RUBIN, I. **Qualitative Interviewing. The Art of Hearing Datation**. New Delhi y Londres: Sage y Thousand Oaks, 2004.

SEPULCHRE, S. Susan Boyle, la Fabuleuse histoire de la télévision et d'internet. **Recherches en communication**, n.31, Louvain-La-Neuve: ReCom, 2009.

STAKE, R. Qualitative Case Studies. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. New Delhi y Londres: Sage y Thousand Oaks, 2005.

TEDESCO, J. C. La crisis del sistema tradicional. **El nuevo pacto educativo**. Buenos Aires: Grupo Anaya, 1995.

TOURN, G. Del face to face al face to Facebook. Redes sociales, videojuegos e interacciones digitales. Tesina final de grado (Carrera de Ciencias de la Comunicación), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2013.

TURKLE, S. **Alone together: Why we expect more from technology and less from each other**. New York: Basic Books, 2012.

WILLIAMS, R. **Television. Technology and cultural form**. Hanover y Londres: University Press of new England, 1974.

Carolina Duek

Doctora en Ciencias Sociales e investigadora adjunta en el CONICET. Es profesora en la Universidad de Buenos Aires en la materia “Teorías y prácticas de la comunicación I”. Realizó su investigación durante los últimos diez años sobre los juegos, los niños y niñas y los medios de Comunicación. Sus últimos libros analizan la relación entre los chicos y los medios – *Infancias entre pantallas* (2013, Capital Intelectual) –, y sobre los juegos y las nuevas plataformas y medios – *Juegos, Juguetes y nuevas tecnologías* (Capital Intelectual, 2014). Fue profesora investigadora visitante en la Université Catholique de Louvain-La-Neuve (Bélgica) y dirige proyectos de investigación financiados por PICT (ANPCyT) y PIP (CONICET). E-mail: duekcarolina@gmail.com

Recibido em: 22.06.2015

Aceito em: 30.12.2015