Universidad de Buenos Aires

Facultad de Ciencias Sociales

Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

Materia: Taller de Orientación Anual en Comunicación y Procesos Educativos

Cátedra Minzi

Trabajo final

Docente: Ayelén Attías

Alumna: Andrea Belén Madero

A) Instancia sobre el proceso de indagación

1) Descripción del caso

C, es un niño de 12 años de edad. Vive en la ciudad de San Carlos de Bariloche, junto a su familia: su papá F, su mamá R, y su hermana menor, A. Va a una escuela primaria de gestión pública, en donde está cursando actualmente 6° grado.

C está atravesando la pandemia en su casa, junto a toda su familia. Desde marzo, continúa sus estudios primarios exclusivamente desde la virtualidad, con una propuesta pedagógica en la que el equipo docente les envía tareas vía whatsapp, es decir, que no tiene ningún contacto sincrónico, ni con sus docentes, ni con sus compañeros y compañeras desde lo institucional.

Durante la pandemia, su consumo preferido fueron los videojuegos, especialmente el "Rumble Hockey", un juego de hockey sobre hielo para celulares con alcance mundial, en el que forma parte de la selección Argentina y de un equipo que se rankea entre los mejores del mundo. Si bien ya había jugado esporádicamente a "Rumble Stars" y "Clash Royals", recién con la llegada de la pandemia y del Aislamiento Preventivo y Obligatorio (ASPO), comenzó a jugar con más regularidad, a entrenar para mejorar en el juego y hasta a participar de competencias junto a su "clan" y en la selección argentina del juego.

Además, C dedica su tiempo de ocio a escuchar y componer música electrónica y pop. Desde hace cuatro años, cuando su tío le enseñó a usar el programa Expert Studio, comenzó a hacer sus propias canciones, y hasta le propuso al profesor de música de su escuela compartir sus temas en el aula.

C, también disfruta de ver series, películas y documentales, generalmente acompañado de su familia.

Por último, se identificó el uso de redes sociales como TIk Tok e Instagram, a las que no manifestó dedicarles demasiada atención. En cambio, resaltó el uso de Facebook y Youtube como redes sociales que le permiten informarse y aprender.

2) Descripción del abordaje del caso

<u>Fundamentación metodológica</u>

Desde la propuesta del "Exploratorio de prácticas culturales y narrativas multimediales", planteamos el abordaje del proyecto con el objetivo principal de "acercarnos, comprender y

visibilizar experiencias significativas que aporten al conocimiento de las culturas infantiles y juveniles". En este sentido, es importante recuperar el interrogante que guía y estructura el proceso de indagación, la pregunta sobre qué aporta el campo de la comunicación al campo de la educación. Así, la aproximación a los procesos de consumo y apropiación infantil y juvenil, se realiza desde una perspectiva comunicacional y cultural que entiende al niño o a la niña informante como un otro simbólico, es decir, como un sujeto con formas individuales de comprender y de hacer, que a través de sus prácticas y experiencias construye una identidad diversa.

La metodología de abordaje y análisis utilizada a lo largo del proceso de indagación fue una metodología cualitativa. Siguiendo a Guardian (2010), sabemos que la principal característica de la investigación cualitativa es *"su interés por captar la realidad, en este caso socio-educativa, a través de los ojos de las y los sujetos actuantes, [mediante] la percepción que ellas y ellos tienen de su propio contexto".* Al respecto Guardian subraya que *"la realidad se construye socialmente, es histórica y cambia constantemente" (Guardian: 2010, 183).* A diferencia de las investigaciones cuantitativas, lo que tiene nodal importancia en este tipo de abordaje no es la búsqueda de un dato, sino la comprensión de los procesos individuales y colectivos que cristalizan determinadas prácticas y experiencias.

Al mismo tiempo, el abordaje fue etnográfico, una forma de investigar que tal como explica Rockwell (2008) se caracteriza por "*documentar lo no-documentado de la realidad social*" mediante la exposición del trabajo analítico en descripciones densas de los resultados obtenidos, la centralidad del etnógrafo en tanto sujeto social, la atención a los significados que emergen de los objetos de estudio, y la construcción de conocimientos a partir del trabajo analítico.

Siguiendo a Martinez Carazo (2006), se partió de un estudio de caso, el cual permite investigar un fenómeno contemporáneo en su contexto real, utilizando múltiples fuentes de datos por tener la posibilidad de estudiar casos individuales o múltiples, y abordar situaciones en las que las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes.

Así, la investigación se llevó a cabo en diferentes instancias: una primera entrevista a modo de aproximación general, que constó de chats informales, intercambio de materiales, investigación de los consumos culturales y selección de un consumo de preferencia, además de un análisis del producto preferido; una segunda entrevista en profundidad; y una instancia de interacción con el juego.

Alfabetización multimedial y paradigma representacional

Para aproximarnos al análisis de Rumble Hockey en tanto producto mediático o cultural, nos situamos en la alfabetización multimedial como gran marco analítico, recuperando, entre otros, los aportes realizados por el Instituto Británico de lo Audiovisual (BFI), en relación al desarrollo de una educación en los medios de comunicación.

Uno de los principios rectores de la **alfabetización multimedial**, como explica Masterman, se refiere a que *"los medios son sistemas simbólicos (o de signos) que necesitan ser leídos de manera activa y que no son reflejo incuestionable de la realidad externa ni se explican por sí mismos"*. Es decir que, la educación mediática se propone como objetivo principal desnaturalizar las representaciones de los medios que se presentan, tal como explica Buckingham, como una "ventana al mundo", cuando en realidad son una versión mediada -y mitificadamente fragmentaria- del mismo.

Es por eso que el presente trabajo se sitúa dentro del **paradigma representacional** como perspectiva guía de análisis. Los productos mediáticos o culturales siempre son resultado de un proceso de representación del mundo inmediato a través de operaciones de sentido, por lo que implican un recorte de la realidad (lo que se elige mostrar), y de operaciones de sentido para representar ese recorte (cómo se muestra), como parte de un proceso ideológico, cultural y político.

En este sentido, el paradigma de las representaciones opera como una suerte de vigilancia epistemológica que aporta a la deconstrucción de las representaciones mediáticas desde una mirada activa y crítica, con el propósito de construir una mirada equilibrada que evite el extremo de condenar a los medios de comunicación, o por el contrario, idealizarlos.

Contexto

La indagación sobre las prácticas culturales y las narrativas multimediales, se da en un contexto en el que podemos identificar dos características que resultan trascendentales para el exploratorio.

La primera característica es el contexto de **tecno culturalidad** en el que nos encontramos insertos. Tal como explicita Balardini (2003), "*Las innovaciones del nuevo mercado-mundo global, constituido en un entramado de nuevos saberes y viejos poderes, han multiplicado la presencia de bienes de tecnología digital en los hogares, dando nacimiento a una robótica doméstica que nos acecha a cada paso" (Balardini; 2003, p. 1)*. La penetración a nivel global de las Tecnologías de la Información y la Comunicación", han dado lugar a una serie de cambios profundos a nivel social y cultural. Uno de ellos, siguiendo al autor, es el hecho de que las tecnologías se han extendido especialmente en las nuevas generaciones, que

acceden a los diferentes consumos a partir de las segmentaciones y productos particulares que ofrece el mercado para cada "nicho" (con una fuerte impronta generacional), lo cual se traduce en un uso diferenciado, tanto en el consumo como en su apropiación. Así, tal como explica Balardini, los adultos acceden a la tecnología para utilizarla como una herramienta, mientras que las nuevas generaciones de niños, niñas y adolescentes la experimentan como su entorno. En este sentido, se produce una brecha digital, que separa las diversas "experiencias tecnológicas" de unos y otros.

La segunda característica a mencionar, es la emergencia de las **culturas infantiles y juveniles**. Tal como explica Minzi (2003), "*el avance de políticas neoliberales y el proceso de globalización económica implicaron la reorganización de las relaciones de fuerza entre el Estado y mercado, donde el primero tuvo que someterse a la lógica del segundo*" (Minzi: 2003, p. 253). Siguiendo a la autora, se dio una expansión sin precedentes de la oferta y la demanda que impactó en diversos ámbitos de la vida, y que a su vez, suscitó cambios culturales y sociales. Así, el mercado comenzó a posicionarse como agente socializador. En este contexto es que emergió una cultura de mercado destinada específicamente a las infancias, con una explosión de productos de la industria de la tecnología y el entretenimiento destinada a las niñas, niños y adolescentes, desde distintos soportes y formatos.

Así, los avances tecnológicos y de mercado, destinados a las infancias y juventudes, implicaron una reconversión de los procesos de socialización, consumo y apropiación cultural.

Estudio de caso

En primer lugar, es importante explicitar los motivos de selección del entrevistado. C es hijo de un amigo que vive en la Ciudad de San Carlos de Bariloche- de la que soy oriunda-, al que conozco desde sus 5 años de edad, pero con el que no tengo un contacto cotidiano ni un vínculo cercano. Esto me pareció interesante, ya que si bien había confianza, facilidad de contacto para las distintas instancias de indagación y predisposición de su lado, al mismo tiempo, el hecho de que no fuera una persona muy cercana iba a permitirme generar cierta distancia para el abordaje de la exploración, y al mismo tiempo, más perspectiva para realizar el análisis. Por otro lado, entendí que podía ser significativo para el exploratorio el hecho de sumar el aporte de un informante de una provincia del sur de nuestro país, para dar cuenta, aunque sea de forma aproximativa, de las prácticas culturales y narrativas multimediales en otros puntos de la Argentina.

El primer paso fue ponerme en contacto con Mauro, el papá de C, para comentarle sobre la propuesta del exploratorio e invitar a que el niño participe del proceso de indagación, a lo que

posteriormente le siguieron una serie de intercambios vía Whatsapp con C, en los que le comenté de qué se trataba el proyecto, cómo iba a ser el proceso de intercambios y qué objetivos perseguía el análisis.

En este punto, como parte de las acciones previas a la llegada de la primera entrevista exploratoria se delinearon los primeros interrogantes que iban a estructurar el intercambio: ¿Cuáles son sus consumos culturales preferidos y por qué?; ¿qué prácticas atraviesan estos consumos?; ¿se tratan de consumos individuales o colectivos?; ¿de qué forma el niño se identifica y se apropia de esos consumos?; ¿alguna de estas experiencias es retomada por la institución escolar a la que asiste?.

Durante la primera entrevista exploratoria con C, hicimos un recorrido sobre distintos tipos de consumos culturales, buscando reconocer cuáles eran de su preferencia y qué prácticas y experiencias había suscitado cada uno de los productos mencionados. Pasamos por distintos temas como la música, series, películas y documentales, redes sociales, entre otros. A lo largo de toda la entrevista, el único consumo que C compartía con un grupo de "pares", fue el videojuego "Rumble Hockey", sobre el que manifestó haberle dedicado mucho tiempo y especial atención a partir del comienzo de la cuarentena, con el objetivo de mejorar, y tal lo expresó, "entrenar para poder destacarse". En el videojuego, como ya mencionamos anteriormente, C participa de un equipo o "clan"- según la jerga del juego- de más de cien personas, y es jugador en la selección Argentina.

En este sentido, me llamó poderosamente la atención que la gran mayoría de sus consumos fueran individuales, o bien compartidos con miembros de su familia, y que ninguno involucrara en sus prácticas a un grupo de amigos o pares. En este sentido, decidí traer el interrogante a la entrevista y preguntarle a C, en relación a los diferentes consumos de preferencia, cuáles compartía con sus amigos, a lo que respondió: "Yo soy diferente a los que conozco. A mí me gustan muchas más cosas, yo hago música, juego juegos, soy muy diferente". A su vez, frente a la pregunta de qué fue lo que más le costó durante el aislamiento, respondió: "Me cuesta no poder salir a encontrarme con amigos. Para mí es muy divertido ir a la escuela". De esta manera, advertí la importancia de la escuela como espacio de socialización, y la pérdida de contacto con su grupo de pares a partir del ASPO, ya que no sostuvo el contacto con sus compañeros desde lo virtual.

A partir de esto, me propuse estructurar los próximos pasos del exploratorio, seleccionando como producto cultural de preferencia a Rumble Hockey, a partir de las preguntas: ¿Qué rol cumple Rumble Hockey en los procesos de socialización y la construcción de vínculos de C?, ¿A qué responde el objetivo de destacarse o "ser el mejor" en el juego?.

Luego del primer encuentro, mantuvimos conversaciones informales a través de Whatsapp, en las que C me compartió referencias de algunos de los consumos de los que habíamos hablado. Entre ellos, algunos videos de su participación en el mundial de Rumble Hockey, una partida en la que había enfrentado a uno de los mejores jugadores del mundo - según el ranking del juego-, y videos de youtubers sobre gaming mediante los que conoció el videojuego.

El paso siguiente fue profundizar la investigación y análisis del producto de preferencia, Rumble Hockey. En este punto, como ya mencionamos, la estructura del análisis fue guiada por los conceptos y categorías elaborados por el Instituto Británico de lo Audiovisual (BFI), y a su vez, por el paradigma representacional. Los ejes del análisis fueron las categorías de agencia y audiencia, y los conceptos de representación y valores.

Finalmente, realizamos una segunda entrevista exploratoria, en la que profundizamos el diálogo acerca del consumo de diferencia, con el objetivo de conocer y comprender de manera más compleja, los procesos que estructuran el uso del videojuego. A su vez, compartimos una instancia de navegación por la aplicación y conversamos sobre la "jugabilidad", es decir, sobre la experiencia de juego.

3) Análisis relación sujeto y apropiación del producto de preferencia

La recepción como un proceso sociocultural complejo

Para aproximarnos al análisis de la relación entre el sujeto entrevistado y la **apropiación** del producto de preferencia, es importante mencionar, a modo introductorio, la noción del consumo como un proceso complejo, con implicancias en la configuración identitaria, y en los procesos culturales y de socialización. En este sentido, tal como sostiene Minzi (2003) *"El consumo es un proceso complejo y sociocultural (...) no se agota en su compra. Los objetos, más allá de su materialidad, se convierten en símbolo, y los niños construyen sus identidades a partir, también, de aquellos productos que se apropian y manipulan" (Minzi: 2003, p. 257).*

A su vez, es interesante el aporte de Orozco Gómez (1989), para comprender la complejidad de los procesos de consumo. Si bien el autor se enfoca en el análisis del consumo televisivo, sus nociones pueden ser trasladadas a otros tipos de consumos. Una primera noción a destacar es el cambio de paradigma que propone el autor para el análisis de la interacción de los sujetos con los consumos como procesos que exceden al acto mismo de interacción con el producto: el sujeto receptor trae consigo una serie de repertorios culturales que se ponen en relación con los repertorios propuestos por las agencias, y a su vez, lleva ese

mensaje a otras instancias sociales, dando lugar a un proceso de interacción social múltiple, en el que el mensaje es apropiado una o varias veces.

C y Rumble Hockey

Para el análisis sobre la relación del sujeto y apropiación del producto de preferencia, vamos a trabajar sobre tres ejes nodales: **los procesos de socialización, la identidad y los contenidos.**

Como ya se mencionó anteriormente, uno de los interrogantes que guiaron el proceso de indagación, fue la relevancia del videojuego en relación a los procesos de socialización de C. En este sentido, es importante nombrar que el ASPO tuvo un impacto muy fuerte en los vínculos del entrevistado con sus pares por la suspensión de todas las instancias presenciales en sus dos espacios de socialización más importantes: la escuela y el club de fútbol.

Al respecto, C manifestó que le gusta mucho ir presencialmente a la escuela, ya que es su lugar de encuentro con su grupo de amigos: "Fue *como una super amistad grupal de grado, todos nos conocemos desde chiquitos*". Además, remarca que lo que más extraña de ir al colegio, es la relación que tiene con ellxs, ya que no tuvo más contacto durante la pandemia en instancias virtuales: "*Extraño a mis amigos… el ambiente del grado, todo eso. Hace como dos meses hicimos una llamada pero después no hicimos nada. Está bueno ir a la escuela*".

A su vez, con la llegada de la pandemia, C no pudo seguir yendo a jugar al fútbol en "Escuela Rica", una espacio al que va hace años y a través del que juega competitivamente en distintos torneos locales y regionales. La respuesta de C al ser consultado por su relación con el fútbol como deporte fue distinta a todas las anteriores en relación a otras prácticas y consumos, su gestualidad se transformó por completo y expresó: *"No sé cómo explicarte… el fútbol es el fútbol, es mi deporte, es lo que hago*". A su vez, yendo al consumo de videojuegos, C manifestó que "sus amigos del colegio o de fútbol juegan solamente a juegos para Play como el Fortnite o el Minecraft", por lo que al no contar con una playstation en su casa, no pudo formar parte de los intercambios que se dieron entre ellos a lo largo del año en dichos juegos.

En este contexto, "Rumble Hockey", aparece como un nuevo espacio de socialización online para C, que viene a reemplazar desde la virtualidad a sus espacios presenciales de vínculo con sus pares. En este sentido, es necesario retomar el concepto de socialización al que Lezcano (1999), define como *"un proceso continuo en el que el o los individuos aprehenden, aprenden y transmiten aspectos sustantivos, significativos y simbólicos del mundo social que*

los involucra en un espacio y tiempo determinados". A su vez, siguiendo a Van Dijk (2016), entendemos que actualmente la virtualidad se presenta como un nuevo espacio de socialización, ya que nos encontramos insertos en un ecosistema digital de medios que configura un nuevo estrato de la vida cotidiana en internet a partir de estructuras tecnológicas, ideológicas y económicas. Compuesto por una serie de medios digitales, el ecosistema digital ha sentado las bases de nuevos espacios de sociabilidad e interacción humana. Tal como explica la autora, en este contexto, los "mundos" online y offline se afectan mutuamente, dando lugar a la configuración de nuevas subjetividades, modificando así el modo en el que los sujetos se relacionan con los otros y con el mundo que los rodea.

Yendo al caso específico de los videojuegos, podemos retomar a Piracón (2012), para hablar de los espacios de significación construidos por las propias audiencias: "*Para pensar los sentidos que construyen los jugadores de su actividad, se proponen tres categorías diferentes, la construcción de lazos sociales y la consecuente conformación de comunidades de jugadores, el cuerpo como eje esencial de la identificación y la cotidianidad como escenario en el que transcurre la práctica de los videojuegos*" (Piracón: 2012, p. 7). En el caso de Rumble Hockey esto puede verse de manera muy clara, a partir de una comunidad gamer que participa activamente de los procesos de significación del juego y de relación con otros a partir del mismo.

En este sentido, y tal como sostiene Piracón (2012), existen múltiples espacios significativos para las comunidades gamers dentro y fuera del juego en sí mismo: "Hay por lo menos tres espacios significativos de la online community de videojuegos: el juego mismo, las salas de chat externas y los foros. Con la aparición de motores de realidad virtual lo suficientemente potentes y el incremento de la velocidad de transferencia de los datos, se hizo posible sostener grandes grupos de usuarios conectados simultáneamente e interactuando sobre la misma interfaz sincrónicamente. Así, dependiendo el juego y el software específico, buena parte de las interacciones suceden en situación de juego, combinando chat, acciones de juego, mensajes de texto, etc", (Piracón: 2012, p. 8).

Así, los videojuegos online se configuran no sólo como un espacio de socialización virtual, sino que además durante la pandemia, se transformaron en uno de los principales espacios de encuentro entre niños, niñas, adolescentes y jóvenes, en un contexto de aislamiento social. Si bien C, distingue a sus amigos de la "vida real", con aquellos que conoce a través de Rumble Hockey, a los que identifica como "amigos del juego", podemos aproximarnos a decir que de alguna forma, esta instancia operó como una sustitución de los vínculos que se interrumpieron durante la pandemia.

En este sentido, C manifestó a lo largo de los intercambios que conoció a muchas personas a través del Rumble Hockey, y que la comunicación con ellxs se da en diversas instancias, “adentro” y “afuera” del juego. Si bien el principal lugar de encuentro es el juego en sí mismo, la comunicación e intercambio sigue a través de aplicaciones de chat como Whatsapp y Discord, y también a través de las redes sociales, como Facebook, Twitter y Youtube. En estos espacios, conoció a más de 100 personas, con las que comparte “el clan” y la “selección argentina”, entre otros torneos, pero aclara que todos los intercambios “son puro juego”, es decir, advierte que no se forma un vínculo con el resto de los jugadores por fuera de lo que los une, que es el juego en sí: “En el clan hay un chat donde podés hablar con personas desconocidas y ahí hablamos. Se habla del juego. También estoy en un grupo de whatsapp, pero es puro juego, no se habla de nada más”.

A su vez, en relación con el proceso de consumo y apropiación del juego por parte del entrevistado, es importante mencionar que C, organiza un torneo del que participan aproximadamente 35 personas, en el que se ocupa de contactar a los jugadores, armar grupos de Whatsapp, organizar los grupos y los distintos encuentros de juego. De esta forma, vemos la iniciativa por generar espacios de encuentro propios, y afianzar el vínculo con sus pares a través del juego.

Por otro lado, siguiendo a Lezcano (1999), es importante mencionar que este proceso multifactorial, cumple un rol muy importante en la constitución social de **identidad** de los individuos, ya que la interrelación con los otros influye, ya sea positiva o negativamente, en su identidad social. En este sentido, es fundamental retomar los aportes de Gilberto Gimenez, para comprender la relación entre los procesos de constitución identitaria, los procesos de socialización y la cultura: “Nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad (...). La identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores” (Lezcano: 1999, cap. 2). En este sentido, más allá de la imposibilidad de vincularse con sus pares por la falta de acceso a la Playstation, C manifestó en varias instancias de las entrevistas que él “es muy diferente a los demás”. Lo remarcó en varias oportunidades, argumentando que sus gustos son diferentes y mucho más amplios que los de sus pares: “Soy muy diferente a los que conozco. Me gustan muchas más cosas, yo hago música, juego juegos, es muy diferente. Ellos ven otras cosas que yo no veo”. Este punto me pareció muy interesante, ya que el niño advierte que sus consumos lo constituyen identitariamente y lo distinguen de sus pares, llegando a la

conclusión de que “es diferente al resto”, cuestión que, podemos suponer a priori, debe interferir en sus procesos de socialización con niños y niñas de su edad.

Por último, en relación a los contenidos y al proceso de apropiación del producto cultural por parte de C, podemos inferir que se da en Rumble Hockey una interpelación del entrevistado en tanto deportista. Al comienzo de la exploración, tomando como bases sus testimonios durante el primer encuentro y el análisis del producto cultural, mi primer hipótesis fue que en C se daba un reconocimiento en base a una interpelación en tanto jugador o “gamer”, y que lo que estructuraba el proceso de apropiación del producto era la posibilidad de “ser exitoso como gamer”, de destacarse y ser a futuro un profesional de los videojuegos. Esto porque, por un lado, en el producto se dan una serie de operaciones ideológicas y de valor a partir de los sentidos que se ponen en circulación. Al respecto, en la narrativa de Rumble Hockey, hay una apelación constante al éxito como valor y a través de él, una interpelación identitaria al usuario en tanto “gamer”, para alcanzarlo. Ya desde la página web del juego, en donde el usuario hace un primer acercamiento para descargarse la aplicación en su dispositivo móvil, debajo del tráiler se lanza la frase: “Sumate a la acción y convertite en el campeón mundial”.

Si bien hay un interés en C de destacarse, escalar en el ranking nacional y mundial, y ganar trofeos y competencias, al profundizar en el proceso de apropiación e interpelación identitaria del juego, durante el segundo encuentro, se puso de manifiesto que el interés del niño por destacarse y “entrenar para ser mejor en el juego”, tiene que ver más con una necesidad de feedback positivo por parte de sus pares, que con una búsqueda de ser exitoso como gamer. En este sentido, el hecho de que se trate de un “deporte digital”, y habiendo entendido que el niño se concibe como deportista o futbolista, podemos inferir que el reconocimiento se dio en base a una interpelación en tanto deportista. Así, tener “amigos del juego”, y “entrenar para ser el mejor” dentro de ese grupo de pares, se constituyen como los ejes que estructuran el consumo.

4) <u>Comunicación orientada a la mediación</u>

a) Ficha artístico- técnica

Videojuego Rumble Hockey. Dispositivo: Celulares. Año: 2020

Género: E- Sports y estrategia.

Modelo de negocios: Juego gratuito modelo “free to play”, con compras en la aplicación para mejorar la experiencia.

Origen: Finlandia - Empresa Desarrolladora Frogmind, estudio de Supercell. Disponible a nivel mundial

Apto para mayores de 13 años

Sinopsis:

Rumble Hockey o “Hockey estruendoso” en castellano, es un videojuego multijugador en tiempo real de hockey sobre hielo para dispositivos móviles, con animales antropomorfos y personajes animados, llamados “Rumblers”, como protagonistas. Fue lanzado en abril de este año por la empresa finlandesa Supercell, de la mano de Frogmind, uno de sus estudios de desarrollo. Este es su trailer oficial: https://youtu.be/muxEAEjngKI

Con una jugabilidad veloz y épica, las partidas de hockey enfrentan a dos usuario en el campo de juego, con equipos de jugadores compuestos por seis Rumblers, en batallas que duran tres minutos. Gana el juego quien logre anotar un máximo de 3 goles primero. Durante el encuentro, cada equipo cuenta con su arquero y hasta dos Rumblers en la cancha. El resto espera en el banco de suplentes, otorgando al usuario la potestad de decidir qué Rumbler entra en juego.

Cada Rumbler tiene características y habilidades diferentes, descritas en sus cartas de jugador, en las que se detalla su nombre, descripción, resistencia, tamaño, tiempo en el campo, peso, velocidad, objetivos, potencia de disparo del disco y daño de lanzamiento.

Al poseer cualidades y objetivos distintos, cada Rumbler puede aportar de manera única a las partidas. Es por eso que un factor fundamental para ganar las batallas, es la selección de jugadores y la alineación estratégica de los mismos, planteada por el usuario de manera que estos se complementen para poder anotar goles e impedir que lo haga su rival.

A medida que el jugador va ganando batallas, es premiado por el juego con oro, gemas o cofres, mediante los que puede comprar nuevos Rumblers e ir subiendo de nivel. A su vez, se obtienen copas que los posicionan en rankings nacionales e internacionales, y les otorgan la posibilidad de integrarse a clubes de juego y participar de competencias.

Por otro lado, se utiliza el modelo “Free to play”, que se caracteriza por permitir a los usuarios acceder al videojuego de manera gratuita, pudiendo acceder a todas las funciones sin

necesidad de gastar dinero. ¿Cómo es que generan ganancias?, se ofrecen compras “In-app” para mejorar la experiencia de juego, pudiendo acelerar los tiempos de progreso y acceder a beneficios exclusivos.

- **Propuesta de actividad**

Tomando a David Buckingham (2018), uno de los desafíos fundamentales que afronta actualmente la escuela como institución educativa es la comprensión, reflexión y visibilización sobre el modo en que el sistema educativo formal se relación con lo que pasa por fuera de él. En este sentido, dice el autor, la clave es “*hacer más relevante la escuela*”, no con el objetivo de cambiar radicalmente los procesos de enseñanza y aprendizaje, sino de “*reflejar en ellos al resto del mundo, descubrir cómo la escuela y el mundo exterior deben interactua*r”.

En esta línea, de acuerdo a lo ya mencionado, la alfabetización multimedial y el paradigma representacional son aliados al momento de generar espacios de indagación, reflexión y construcción de una mirada crítica respecto de los productos culturales que consumen los niños, niñas y adolescentes.

En el caso específico de los videojuegos, siguiendo a Gonzalo Frasca (2012), podemos decir que actualmente, los videojuegos en muchos casos son espacios de aprendizaje: “*Los juegos son como laboratorios de experimentación político-social y sirven para descubrir el mundo, explorar sus límites y ver qué pasa. Es un poco contrario a la lógica del trabajo y el estudio normales, ya que permiten equivocarse, probar, asumir riesgos y colaborar. El videojuego del siglo XXI superó ampliamente las fronteras del entretenimiento. Es una herramienta para entender la realidad. En los videojuegos educativos para niños, nadie viene y les dice cómo tienen que jugar: se tiran al agua de cabeza, empiezan a chapotear y lo descubren solos*” Frasca (2012).

Es por ello que es interesante generar actividades y propuestas pedagógicas, que se enfoquen en retomar lo que sucede por fuera de la institución educativa, buscando que los procesos pedagógicos sean relevantes, situados, y a la vez, fomenten un pensamiento crítico sobre el mundo.

Con este propósito, una actividad que podríamos plantear para estudiantes de educación secundaria, en el marco de una materia en la que se trabaje con los postulados y metodología de la alfabetización multimedial es el siguiente.

El objetivo de la presente actividad es analizar críticamente los consumos culturales, particularmente de videojuegos, en adolescentes que cursan el nivel secundario, partiendo de la base de una instancia previa de indagación sobre sus consumos culturales y habiendo constatado que son consumidores de este tipo de productos. A su vez, la propuesta es generar una instancia de reflexión y análisis crítico a partir de un intercambio y balance grupal.

Actividad sobre el videojuego Rumble Hockey en grupos de a dos o tres personas:

1. Reflexionar con los compañeros y compañeras del grupo sobre el videojuego:

¿Qué es lo que más les gusta del juego?, ¿Con qué Rumbler se sienten más identificados? ¿Por qué?, ¿Qué es lo que más disfrutan que pase al jugar?, ¿Qué emociones les genera?.

2. Sobre los “Rumblers”:
   a) ¿Cuál es su personaje favorito? ¿Por qué?
   b) ¿Qué características encuentran en común entre los distintos “Rumblers” personificados en animales? Detallar qué puntos identifican en común en cuanto a sus características físicas, vestimenta, gestualidad, actitud, etc.
   c) Tomando los rasgos comunes de los “Rumblers” identificados en el punto anterior: ¿Creen que el videojuego podría incluir personajes con otras características físicas o de otro género? Por ejemplo: animales usuarios de silla de ruedas, mujeres, animales más gordos o menos atléticos.

3. Sobre los escenarios de juego:
   a) ¿Cuál es su campo o arena de juego preferida? ¿Por qué?
   b) ¿Les parece que los escenarios podrían adaptarse para incluir personajes con otras características, como los del punto anterior?

4. En base a los puntos 2 y 3:
   a) Inventar nuevos personajes para el Rumble Hockey, pensando en armar un equipo más “inclusivo”, que represente a distintos tipos de personas a través de los animales del juego.
   b) Inventar nuevos escenarios que se amolden a los nuevos personajes creados.

5. Crear una pieza audiovisual en la que presenten los nuevos personajes y escenarios inclusivos que inventaron a “Frogmind”, la empresa creadora del videojuego. En el video

pueden incluir dibujos que representen cómo serían sus invenciones, detallen sus características principales y expliquen qué rol tendrán en el desarrollo del juego.

5)

a) **Bibliografía**

- David Buckingham: ¿Qué te conecta con el futuro de la educación?. Video disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=JBwva6mNeRE

- Jaime Andrés Piracón, "¿Qué es eso de jugar videojuegos? Notas para entender los videojuegos como práctica social".

- Van Dijck, José (2016) “La producción de la socialidad en el marco de una cultura de la conectividad”. En La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Gurdián, Fernández, (2010). El paradigma cualitativo en la investigación socio-educativa. Editorial UCR, Costa Rica.

- Frasca, Gonzalo (2012). Los videojuegos enseñan mejor que la escuela. Montevideo: TEDxMontevideo. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=TbTm1Lkm18oSegal

- Gilberto (2003) “La Cultura como identidad y la identidad como cultura” , Instituto Investigaciones Sociales UNAM, México.

- Balardini, Sergio (2004) Impacto y transformaciones de la cultura escolar ante la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación.

- Minzi, Viviana, (2003) "Mercado para la infancia o una infancia para el mercado. Transformaciones mundiales e impacto local" en Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada sobre las transformaciones recientes en Argentina, Carli, S. Compiladora, La Crujía, Bs. As

- Lezcano, Alicia, (1999) "La mirada sociológica sobre los procesos de socialización", en De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad, Carli, S. Compiladora, Santillana, Bs. As.

- El avance de la industria cultural destinada a la infancia y la juventud el doc "Encuesta nacional de consumos culturales 2017" disponible en https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx

- Ferguson, Bob, (1997) “Educación en medios de comunicación: desarrollo de una pedagogía adecuada” en Los medios de comunicación y la representación cultural, ADIRA.

- David, Buckingham (2005), “Tratando de ser creativo” en Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea, Paidós, Buenos Aires.

- Rockwell, Elsie, (2008). “La relevancia de la etnografía”.

- Orozco Gómez, Guillermo (1989). “Del acto al proceso de ver televisión”.

b) Sobre la experiencia individual

El recorrido del “Exploratorio de prácticas culturales y narrativas multimediales”, en tanto experiencia pre-profesional, fue una instancia de aprendizaje muy rica y compleja, que me permitió adquirir no sólo una serie de nociones y teorías fundamentales a la hora de ejercer la práctica docente, sino que además me ofreció la oportunidad de experimentar con un otro instancias de intercambio y diálogos significativos.

Una primera cuestión que me gustaría resaltar es el hecho de haberme adentrado en el conocimiento de la alfabetización multimedial como gran marco analítico, y como herramienta poderosa a la hora de poder problematizar y abordar críticamente los productos de la industria cultural, procurando, como se menciona desde los distintos aportes del BFI y autores como Buckingham o Ferguson, encontrar un punto medio en la práctica pedagógica que evite los extremos de condena e idealización, y apunte a recuperar de un modo complejo aquello que sucede fuera del aula, retomar las culturas infantiles y juveniles- y lo que el mercado pone en circulación para los niños, niñas y adolescentes-.

A lo largo de mi recorrido en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, me tocó en muchas materias e instancias de aprendizaje analizar productos mediáticos y culturales desde distintos enfoques teóricos y perspectivas. Sin embargo, no recuerdo haberme interesado, ni haber llegado a instancias de indagación que me resultaran tan relevantes y significativas como en el presente análisis. A modo aproximativo, creo que esto tiene que ver con el hecho de haber puesto en diálogo a los aportes del campo de la comunicación y la educación, haber tenido la posibilidad de transitar el proceso con un otro protagonista de la recepción de ese consumo, y además, haber podido compartir el proceso en los espacios de tutorías, tanto con la docente como con mis compañerxs.

A su vez, me llamó poderosamente la atención el nivel de penetración a nivel mundial de los videojuegos y las diversas instancias de significación y socialización que estos comprenden. Sin dudas, era para mí un producto completamente extraño, ya que si bien en mi niñez y adolescencia jugaba esporádicamente a videojuegos para computadoras, la industria, los productos y las narrativas, han cambiado por completo en estos años, y desconocía completamente el mundo "gamer". En este sentido, tuve que deshacerme de muchos prejuicios para comenzar el abordaje, una vez seleccionado el producto de preferencia de C, investigar a nivel macro- aunque sea de forma aproximativa- de qué se trataba "el mundo gamer", y forzarme en muchos casos a comprender las lógicas y prácticas internas del videojuego analizado.

En esta línea, otra cuestión que me gustaría resaltar es la propuesta desde la cátedra de realizar el abordaje desde una perspectiva comunicacional y cultural, como guía para la construcción de vínculos de enseñanza y aprendizaje a partir del encuentro con otros simbólicos. El hecho de reconocer en lxs alumnxs en tanto otrxs. con sus propias formas de entender y de hacer en el mundo, recuperando además una mirada antropológica, respetuosa de la diversidad cultural, no sólo que me llamó la atención sino que me conmovió y significó un desafío personal para poder llevarlo a la práctica.

En este sentido, creo que me resultó más difícil a lo largo de todo el exploratorio, fueron las instancias de entrevista, en las que tal como se propuso desde la cátedra, intenté llevar a la práctica las nociones de la entrevista antropológica, y sobre todo, la construcción de instancias de diálogo significativas, y la generación de un vínculo de confianza con C.

Me llevo muchísimos interrogantes y ganas de seguir profundizando en cada uno de los temas trabajados, y con la certeza de que es fundamental seguir profundizando sobre cada uno de los ejes trabajados para poder construir instancias relevantes y significativas de enseñanza y aprendizaje, con un sistema educativo que, tal como dice Buckingham, se acerque más al "afuera".

c) Anexo

Adjunto un video en el que se recopilaron fragmentos de la segunda entrevista con C. Las imágenes audiovisuales corresponden en primer lugar a una partida de Rumble Hockey del entrevistado, y en segundo lugar, un video de Youtube de @álvaro945, uno de los

Youtubers preferidos de C, mediante el que conoció el juego. El link para ver el video original es: https://www.youtube.com/watch?v=9an5tdbW5UY&t=221s

Aclaración: no pude incorporar al informe final fragmentos de audio o video de la primera entrevista exploratoria, ya que la computadora que use durante ese encuentro se rompió, y en consecuencia, perdí el archivo de registro.