

.UBA sociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Materia: TAO de Comunicación y Educación 2020

Cátedra: Viviana Minzi

Comisión 1

Profesora: Susana Bermúdez

Segundo cuatrimestre 2020 – Trabajo Final

Gestido, María Cecilia DNI 31.642.196

ceciliagestido@gmail.com

AMONG US: ENTRE NOSOTROS

Semblanza del Caso

JM tiene 15 años de edad, vive en Morón, en la zona oeste del conurbano, con su familia, conformada por su papá, mamá y su hermano menor de 12 años. JM asiste a una escuela técnica de gestión privada. Este año, empezó a cursar la especialidad de economía (debió elegirla al finalizar tercer año en el 2019), por lo que a varios de sus compañeros los conocía de la primaria, pero otros eran nuevos para él.

JM, como la mayoría de los adolescentes de su edad, tienen su propio Smartphone con él, y por ende pasa mucho tiempo del día con su móvil. Entre sus preferencias, mira videos de diversos contenidos en YouTube, la aplicación de fútbol, la del diario *Ámbito Financiero* que son de su interés y jugar a *Among US*.

En cuanto a la consola de juegos, tiene una Xbox que está en el living de la casa, dónde se entretiene con su hermano y a veces en familia. En la habitación que comparten no tienen tele ni consola; por lo que ésta práctica se realiza en un espacio común de la casa. Sin embargo, sí tienen, una computadora de escritorio, desde que JM comenzó el secundario y este año en particular la utiliza para las reuniones virtuales, y para realizar las tareas del colegio. Esa máquina tuvo que compartirla con su hermano para las clases online, por lo que en muchas oportunidades se conectaba desde su celular o desde la máquina de su mamá, que utiliza para trabajar.

En su tiempo libre, previo al aislamiento social preventivo y obligatorio, JM asistía los sábados a un grupo scout, actividad que no pudo continuar durante todo el año; pero si mantuvo contacto con los jóvenes a través de reuniones por zoom.

Respecto a sus amigos del colegio, el contacto por medio de la tecnología fue más fluido por las clases virtuales, los trabajos en grupo que tuvo que realizar y el videojuego al que todos pueden acceder desde el celular.

JM es un adolescente reservado con los adultos de la familia, respecto a sus gustos y a contar las actividades que realiza. Sin embargo, cuando se le consultó si quería participar de la entrevista, y se le contó la modalidad de los encuentros (solo nosotros dos por medio de zoom) aceptó sin problemas. En sus respuestas se expresó libremente, describiendo los productos y

destallando características de las mismas. Una vez finalizada la primera entrevista, comentó que tenía vergüenza al principio porque no sabía si iba a poder responder las preguntas, pero luego le gustó.

Semblanza del Estudio

Los adolescentes pasan muchas horas al día frente a las pantallas, por lo general la del celular que le gana a la televisión, la computadora y la consola de videos juegos. En el smartphone tienen todo en un solo dispositivo, pueden ver videos de YouTube, capítulos de una serie de Netflix, escuchar música, descargarse juegos, informarse, navegar en las redes sociales, aunque podríamos seguir enumerando.

En la primera charla, JM reconoció que *“estaría más tiempo (con el teléfono en relación a la consola), pero no todo el día porque soy consciente que no está bien, pero si digamos eso”*. Al indagar cuales eran sus consumos culturales en el teléfono, la respuesta fue amplia. JM no tiene un Youtuber preferido, las redes sociales no las mencionó en el relato, y los contenidos que mira (memes, videos y noticias) no los comparte con sus compañeros. Al preguntarle qué contenido le interesa y en qué plataformas navega por Internet; JM expuso que en *“YouTube, los videos que miro son muy variados. De la nada te miro cómo hacer una restauración de un hacha abandonada, y de la nada te miro un video de Minecraft. Es como muy variado, no gira sobre un tema. Miro videos de Fútbol, o de FIFA, videos de juegos o algo así, o de supervivencia; muy abierto. Si veo algo que me interesa, entro. YouTube, me va recomendando según lo que vi”*.

Al retomar el rol de la consola de juego en su tiempo de esparcimiento, comentó que por lo general juega con su hermano, con sus amigos no puede jugar en red porque: *“tengo Xbox, y la mayoría de mis compañeros tienen Play que es lo más normal. Depende del juego porque hay juegos que son multiplataforma, significa que podés jugar con alguien de Xbox o con alguien de Play; ahí sí puedo jugar con mis amigos, como es el caso de Fornite, por ejemplo”*.

En esa primera instancia no surgió de manera explícita un consumo cultural que se destacara sobre otro. También, estuvimos hablando de Netflix, para indagar si hay una serie o una saga de películas de su interés. JM nos contó

cómo es el consumo de esa plataforma; *“En el fin de semana intentamos ver alguna película por Netflix, pero es muy complicado, a mamá, papá y F les gusta ver películas, a mí no tanto”*; y respecto a las series señaló: *“Si es una serie, generalmente la miro solo en el celular. Tampoco es que miro muchas series, a veces me atrapan más una serie, tenes más tiempo con los personajes”*.

Por lo tanto, para el segundo encuentro se decidió profundizar en los videojuegos, en los que jugó más tiempo, durante los últimos meses, teniendo en cuenta el contexto social del 2020, con los adolescentes dentro de casa, sin poder encontrarse con sus pares para realizar otras actividades (en el caso de JM no asistir al grupo scout o de juntarse a jugar al fútbol con sus compañeros).

El escenario virtual puede convertirse en un espacio de cultivo de narrativas lúdicas, educativas y de comunicación personal. Y si nos centramos en el uso de los videos juegos, hablamos de una formación multidisciplinar, sin horarios fijados formalmente, en espacios diversos y con un amplio espectro de utilidades y posibilidades para la participación personal y colectiva¹. Por lo tanto, quisimos saber cuál es el rol de los videojuegos para JM como práctica cultural y para relacionarse con sus amigos.

En la charla mencionó, primero el que le gusta a él y estuvo compartiendo con el hermano, y luego nombró Among Us, que lo juega con sus amigos y se hizo conocido en el último tiempo porque *“un montón de youtubers lo están jugando, además de compañeros y todo; como que es el juego más de moda que está actualmente”*. El juego llegó al entrevistado por medio de una trasnarrativa, al ver cómo era, decidió compartirlo con los amigos para jugarlo entre todos.

Los videojuegos, en definitiva, se convierten en foco de relaciones sociales entre colegas, conocidos, ya que permiten la competición en red. Son frecuentes los diálogos y discusiones online de forma paralela al juego. Esto es importante ya que son partícipes de un lenguaje específico que identifican como propio².

¹ Muros, B., Aragón, Y. & Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. Comunicar, n°40, pp 31-39.

² Ibidem 1

JM contó que Among Us le permitió jugar con todos sus amigos *“esta bueno porque el juego lo puede tener cualquiera, en el celular es gratis”*. Esta democratización que presenta el juego facilitó la comunicación, el estar más en contacto con sus compañeros: *“Con mis amigos nos seguíamos hablando, pero casi nada, o muy poco. Hicimos un grupo en la aplicación³ y ahí estamos más activos que antes, no sólo para el jueguito, sino que el jueguito fue la excusa decimos ‘che chicos jugamos’ bueno si, y después seguimos hablando, pero no específicamente del juego”*.

A su vez, el principal atractivo de juego, según nuestro informante, es que se puede jugar con amigos, *“ese juego si vos lo jugas sólo lo haces en partidas públicas, pero tenés que estar escribiendo por el celular porque se hacen reuniones, y con gente que no conoces, tal vez están escribiéndose media hora, como que no tenés buena comunicación se complica”*. En cambio, explica *“lo bueno de ese juego, lo jugas con amigos en una partida privada”*, en la que pueden usar otras aplicaciones, en la que hablan mientras juegan. *“O sea está preparada para que puedas hablar mientras jugas, entonces podés hacer esas charlas de ¿che vi a tal o tal? Como mejor, porque te comunicas mejor con tus amigos”*.

En el estudio del caso pudimos indagar acerca de los otros usos que pueden tener los videojuegos, no solo para la diversión o la evasión; sino que nos muestra la posibilidad de crear grupos, actividades que permiten que el juego fomente las relaciones sociales.

Relación sujeto y apropiación del producto de preferencia

Los juegos ocupan un lugar central en la vida de los niños desde muy chicos, a medida que van creciendo, y con la continua actualización de nuevos soportes tecnológicos para los juegos (computadoras, consolas, celulares, tablets), permite que los videojuegos tengan un rol clave en las prácticas de consumos de los niños, niñas y adolescentes. A partir de la recopilación de entrevistas e informes de consumo que realizó la cátedra del TAO en años anteriores, las consolas de videos con los juegos multiplayer online son los

³ Discord un programa gratis que te permite hablar a diario y divertirse más a menudo, ya formes parte de un club escolar, un grupo de jugadores, una comunidad o un grupo de amigos que solo quieren pasar tiempo juntos.

favoritos por este segmento que destacan los conceptos relacionados a “grupos”, “momentos grupales”, “comunidades” y “modas”⁴.

En el estudio del caso, JM, nos permite acercarnos más a la recepción de los consumos culturales en los adolescentes y cómo es su apropiación. Él menciona que Among Us *“se hizo re conocido, porque en este último tiempo lo vio en YouTube, o sea un montón de youtubers los están jugando, además de compañeros y todo; como que es el juego más de moda que está actualmente”*. El entrevistado lo conoció por medio, de lo que Carlos Scolari (2013: 24) define como una trasnarrativa del juego; una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). En la actualidad los consumos culturales tienen varias trasnarrativas, por lo que no llama la atención que los adolescentes primero conozcan una de ella, para luego llegar el producto final. Los seguidores de Among Us crearon memes, subieron partidas a YouTube, temas musicales, comparten trucos de juegos, entre otras que podemos mencionar.

Among US, nuestro producto a analizar en este estudio del caso, es un juego que no está disponible en las consolas de juegos, se lo puede descargar en el celular. Este dispositivo tecnológico es el que la mayoría de los adolescentes tienen, por su fácil descarga, y que pasan mucho tiempo, ya sea para estar en contacto o para ver algún contenido que comparten con sus pares, que reproducen y/o replican en sus redes. En el juego JM encontró el espacio para jugar y comunicarse con sus compañeros: *“esta bueno porque el juego lo puede tener cualquiera, en el celular es gratis, está en el playstore y después para lo que no está es para consolas; ya que esté para celulares, la mayoría de tus amigos lo puede tener”*. La democratización del juego, les permitió a los adolescentes que puedan jugar en red, entre todos: y no así pasa cuando se tiene por un lado la consola de juegos, tanto Play como Xbox; con los que no poseen ninguna. Además, sin poder juntarse en una casa para compartir momentos grupales; el juego se transformó es su punto de encuentro. Se enviaban mensaje para ver si todos están disponibles o establecer un horario para el encuentro.

⁴ Tao de Comunicación y Educación Informe sobre Consumos Culturales de NNyA 2018

El juego permite hacer partidas privadas en las que se ingresa por medio de un código y si faltan jugadores se hace pública para completar la cantidad de jugadores. JM comenta porque este dato es una ventaja *“Lo bueno de ese juego, lo juegas con amigos en una partida privada, se meten todos los amigos en una aplicación que se llama Discord, que está preparada para que puedas hablar mientras juegas, entonces te comunicas mejor con tus amigos”*. Entre los participantes, hablar y escuchar en el juego, aumenta la diversión.

En relación a este punto es interesante señalar, una vez más, a Piracón (2019: 6-7) que explica “en los juegos que funcionan sobre las plataformas de las redes sociales, la competencia con amigos cercanos es un motivador importante, un criterio esencial de las elecciones, como determinante del flow del jugador”. JM confirma esta idea y señala que jugar con sus amigos tiene otro condimento: *“Si, después todos mintiendo, defendiéndose, acusando (...al otro...) es ahí, como que también descubris como es cada uno, si miente por como habla. En cambio, sí juegas en una partida pública y todos escribiendo, no te das cuenta, es complicado también, no es lo mismo”*.

Es interesante señalar que los adolescentes se enfrentan a los juegos con un repertorio cultural (concepto que Orozco aplica a la recepción de la televisión) acerca de sus preferencias propuestas por el argumento y el qué hacer en el juego. Among Us no es un juego bélico, que es el género preferido entre los adolescentes, por el contrario, es un juego con un objetivo grupal entre los tripulantes, que es eliminar al impostor, que los quiere matar y sabotear la nave. Remite al juego de carta “Mafia”⁵ en el que hay que descubrir al asesino, y este debe llevar adelante una serie de estrategias para no ser descubierto. Esta comparación que hizo JM durante la charla, nos permitió descubrir la satisfacción que tienen los adolescentes, a partir del rol que el juego le da al azar (tripulante o impostor), de ganar la partida. Juegan entre amigos, se conocen, saben si uno se ríe cuando miente, si cambia el tono de voz, las estrategias que van utilizando al momento de jugar la partida. Las emociones se intensifican: cuando te acusan de matar a un amigo en el juego, te acusan a vos o la identidad que el juego te adjudicó. ¿Somos capaces de no deschavarnos en el chat durante el debate?, ¿Podemos confiar de nuestro

⁵ Mafia, el juego de cartas soviético al que seguro que has jugado alguna vez <https://mundo.sputniknews.com/sociedad/201701021065999139-mafia-asesino-estrategia-davidoff/>

amigo en el juego? Porque él puede ser el impostor por más que intente convencerme que no lo es. A la inversa, puedo decirle que confíe en mí y me diga si es el impostor, y en el siguiente debate lo acuso para echarlo de la nave y ganar la partida.

Los valores son otra cuestión que destacamos en el análisis: la verdad, el compañerismo, el engaño, la seducción, la persuasión, la mentira, el sobrevivir y la solidaridad; los encontramos en quienes participan de las partidas en este juego. Ya sea para un bando o para el otro Among Us conlleva al trabajo en equipo para encontrar la verdad o a utilizar la verosimilitud para conquistar el triunfo mintiendo. Además, estas acciones resultan atractivos para que adolescentes prefieran jugar entre los amigos.

El juego tiene un chat para las discusiones acerca de quién es el impostor; pero a su vez está “el servidor de audio” que usan porque “es más cómodo y divertido”, explica JM. En ese servidor arman un grupo los propios amigos, aunque estén en una partida pública que completaron con “extraños”, sólo ellos pueden interactuar en ese servidor, hablar, pensar una estrategia para completar las tareas o intentar desenmascarar al impostor.

A su vez, estos canales de audio “los usamos cuando queremos hablar de la vida y no necesariamente para jugar”. El juego, en el caso de JM y sus amigos se convirtió en la excusa para comunicarse entre ellos, estar en contacto, compartir un momento de amigos, que no habían hecho antes de jugar Among US. *“No lo jugamos muchas veces al final, pero seguimos teniendo el grupo ahí, y a veces hablamos, aunque no juguemos, porque algunos tienen problemas con la conexión, o decimos nos juntamos a tal hora y al final terminamos jugando media hora nada más porque nos quedamos hablando y hasta que el otro puede entrar. Pero fue más una excusa para hablar entre nosotros que para jugar”*, señaló JM. (Anexo figura 1)

Piracón explica que “los videojuegos lograron ocupar un lugar protagónico en la construcción de los referentes culturales de nuestra sociedad y nutren las formas de contar historias, las formas de relacionarse con los otros y las formas de diversión” (2019:1). Podemos concluir, que esta definición aplica a nuestro estudio de caso y la apropiación del juego Among Us.

Comunicación orientada a la mediación

- Ficha técnica: Link
<https://view.genial.ly/5fa531dad53aab0d1c665d1e/presentation-among-us>
- Pieza de sensibilización: Link
<https://view.genial.ly/5fda4fbaf1f56c0d09a92627/interactive-image-among-us>

Bibliografía

- Scolari, Carlos (2013) “Qué son las narrativas Transmedia” en Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Ed. Deuto, Barcelona.
- Piracón, Jaime (2019) ¿Qué es eso de jugar videojuegos? Notas para entender los videojuegos como práctica social.
- Masterman, Len (1993) “La enseñanza de los medios de comunicación”, Ediciones de La Torre, Madrid (capítulo 2)
- Ferguson, Bob (1997) “Educación en medios de comunicación: desarrollo de una pedagogía adecuada” en Los medios de comunicación y la representación cultural, ADIRA
- Orozco Gómez, Guillermo (1991) Del acto de ver televisión. Una aproximación epistemológica sobre el producto y convergencia, en Recepción televisiva tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuaderno de comunicación y prácticas sociales, Universidad Iberoamericana, México.
- Martínez Carazo, Piedad (2006) El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. Pensamiento & Gestión, núm. 20, julio, pp. 165-193. Universidad del Norte .Barranquilla, Colombia.
- Muros, B., Aragón, Y. & Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. Comunicar, n°40, pp 31-39.
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=40&articulo=40-2013-05>
- Sin ningún lugar para reunirse, los adolescentes acuden masivamente a jugar “Among Us”
<https://www.infobae.com/america/the-new-york-times/2020/10/19/sin-ningun-lugar-para-reunirse-los-adolescentes-acuden-masivamente-a-jugar-among-us/>
- Tao de Comunicación y Educación Informe sobre Consumos Culturales de NNyA 2018

