

Usos, apropiaciones e interacciones en entornos virtuales infantiles. El caso de Mundo Gaturro.

Max Pérez Fallik.

Cita:

Max Pérez Fallik (2019). *Usos, apropiaciones e interacciones en entornos virtuales infantiles. El caso de Mundo Gaturro. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/563>

Usos, apropiaciones e interacciones en entornos virtuales infantiles. El caso de Mundo

Gaturro

Max Pérez Fallik

Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades
Mesa 95: Mesa Jóvenes y usos de las TIC:
entretenimiento, información, sociabilidad y sexoafectividad

UBA - UNSAM

mpfallik@gmail.com

Resumen

El presente trabajo tiene por objetivo analizar la propuesta interactiva del entorno virtual Mundo Gaturro y su efectivo uso y apropiación por parte de sus jóvenes usuarios, desde un estudio comunicacional de la plataforma, de los ámbitos de socialización primaria en ella representados y de las modalidades de participación e interacción virtual entre sus usuarios.

Mundo Gaturro es un entorno virtual con videojuegos multijugador en línea y espacios de intercambio entre usuarios, que se suma a una serie de productos culturales multimediatos basados en Gaturro -personaje creado por el humorista gráfico argentino Cristian Dzwonik (Nik) en 1993- incluyendo casi ochenta libros editados por siete editoriales, revistas, discos, obras de teatro, películas, series y redes sociales.

De una gran llegada al público infantil, Gaturro es una figura altamente convocante que posibilita diversas identificaciones según el segmento de mercado al que apunta cada producto de la marca. Entendiendo a las Tecnologías de la Información y el Conocimiento como dispositivos socioculturales históricamente situados y de desigual apropiación por parte de los niños, podremos distinguir las formas de interacción prediseñadas y prefijadas, las sugeridas o habilitadas, y los usos alternativos que sus usuarios (4 a 12 años) le dan a uno de sus productos.

Introducción

En las últimas décadas se han desarrollado procesos de transformación social, cultural, económica y política en los que las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC) han tenido un lugar clave. Estas transformaciones, con sus rupturas y continuidades que requieren un enfoque histórico y cultural, nos interpelan de manera desigual y modifican particularmente las relaciones intrageneracionales, los procesos de subjetivación, identificación, socialización y educación.

La cultura digital se ha ido instalando (aunque ni mecánica ni homogéneamente) en gran parte de los hogares del mundo. Considerar las TIC como dispositivos culturales e históricos más que meros instrumentos tecnológicos nos permite acercarnos a las nuevas maneras de interacción social y

construcción de la identidad, que en la niñez se formulan cada vez más desde el consumo masivo de bienes y de los medios de comunicación¹, compartiendo de manera conflictiva un rol asociado tradicionalmente a la escuela.

El objetivo del presente trabajo es precisamente analizar una de las plataformas virtuales más populares entre los chicos en edad escolar de la Argentina y de la región, Mundo Gaturro, para dar cuenta de la propuesta de interacción y su efectivo uso y apropiación por parte de sus jóvenes usuarios, desde un estudio comunicacional de la plataforma, de los ámbitos de socialización primaria en ella representados y de las modalidades de participación e interacción virtual entre sus usuarios.

Martín Barbero encuentra que la revitalización de las identidades y la revolución de las tecnicidades son los dos procesos que están transformando radicalmente el lugar de la cultura en nuestras sociedades². Es en la interrelación social donde se dirime y negocia la construcción identitaria de cada persona, que nunca deja de ser contingente. Y si bien las tecnologías digitales presentan tanto oportunidades como riesgos para niños y jóvenes, se acepta que "la nueva tecnología hace posible la intensificación de las relaciones interpersonales y las redes sociales en el grupo de pares"³.

Videojuego, red social, entorno de interacción, espacio de construcción de identidades digitales, generador de discursos mediáticos espontáneos; Mundo Gaturro es un producto mediático, multimodal, tecnológico y de la cultura digital que convoca e interpela a un gran número de estudiantes. El esquema que Buckingham propuso para la alfabetización en medios^{4 5} nos brindará claves para su lectura desde las categorías analíticas de producción, lenguaje, representaciones y audiencias y nos allanará el camino para distinguir las formas de interacción prediseñadas y prefijadas, las sugeridas o habilitadas, y los usos alternativos que los usuarios le dan a Mundo Gaturro.

La producción de Mundo Gaturro

Según Buckingham "el término producción implica el reconocimiento de que los textos mediáticos son fruto de una elaboración consciente [...] esto implica el reconocimiento de los

¹ Dotro, V. y Minzi, V. "Los niños de 'hoy' no son como los de 'antes'", en *De 0 a 5 años. La educación en los primeros años*. Tomo 63. Buenos Aires: Ediciones Novedades Educativas. 2005.

² Martín Barbero, J. "Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación", en San Martín Alonso, A. (Coord.). *Convergencia Tecnológica: la producción de pedagogía high tech [monográfico en línea]*. Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. Vol. 10, n° 1. España: Universidad de Salamanca. 2009, p. 23.

³ Buckingham, D. *Más allá de la tecnología: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Manantial. 2008, p. 108.

⁴ Buckingham, D. "Alfabetizaciones en medios" y "Delimitando el campo" en *Educación en medios*, Paidós, Barcelona. 2005.

⁵ Buckingham, D. "Alfabetizaciones en medios digitales", en *Más allá de la tecnología*. Ed. Manantial, Buenos Aires. 2008.

intereses económicos que están en juego en la producción mediática”⁶, y no se limita sólo a su génesis tecnológica o material. Mundo Gaturro es un entorno virtual / videojuego de multijugador en línea basado en los personajes de *Gaturro*, tira cómica de gran difusión en los medios masivos y de un elevado consumo por parte de la población infantil. El personaje de Gaturro fue creado por el humorista gráfico argentino Cristian Dzwonik (Nik) en 1993, aportando en sus comienzos una reflexión final o comentario a las viñetas de humor gráfico político que publicaba por entonces en el diario argentino La Nación, tomando el recurso que popularizó Juan Carlos Colombres (Landú) en la década del 60. Para 1996, Gaturro había crecido en popularidad y logrado una tira diaria propia, abandonando sus orígenes de humor político y virando hacia un destinatario infantil. El éxito de esta publicación llevó a Nik a editar numerosos libros recopilatorios y a ser galardonado con el premio Kónex de Platino en el 2002. Uno de los ternados al mismo, el humorista gráfico Miguel Repiso (Rep), renunció al premio a través de un comunicado publicado en el diario Página/12 donde criticaba algunos aspectos de la producción de Nik, principalmente la discriminación y racismo⁷.

De hecho, el autor ha sido objeto de numerosas críticas por parte de diferentes actores sociales; principalmente, sus colegas. En efecto, humoristas gráficos e historietistas han manifestado de forma casi unánime⁸ su rechazo a Nik en función del aparente plagio a Quino, Daniel Paz, Rudy, Fontanarrosa, Landrú, Caloi, Kappel y otros⁹. De igual manera, se le ha acusado de copiar chistes y *tweets* en la red social *Twitter*¹⁰ y de demostraciones de intolerancia política, falta de respeto, autoplagio y banalización del proceso dictatorial en Argentina¹¹. Estos datos no son menores, en tanto han sido argumentos esgrimidos en críticas extensivas a Mundo Gaturro, como se verá más adelante.

A pesar de estas críticas, las tiras fueron ganando popularidad entre los lectores (particularmente, entre los niños) lo que llevó al creador a incurrir en nuevos formatos con una fuerte impronta multimodal¹² abarcando diferentes soportes (papel, pantalla), tecnologías (libros, televisión, internet, dispositivos móviles), formatos y lenguajes representacionales (texto escrito, gráficos, lenguaje

⁶ Buckingham, D. “Alfabetizaciones en medios” y “Delimitando el campo” en *Educación en medios*, Paidós, Barcelona. 2005, p. 94.

⁷ Rep, M. “Discriminación”. Diario Página/12. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-5738-2002-05-31.html>. 31 de mayo de 2002. Última consulta: 10 de abril de 2019.

⁸ Maristain, M “Quinografía”. Diario Página/12. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-1247-2004-02-22.html>. 22 de febrero de 2004. Última consulta: 10 de abril de 2019.

⁹ Dimango, M. “Nik, el humorista eternamente acusado de plagio”, Big Bang News. Recuperado de <http://www.bigbangnews.com/actualidad/Nik-el-humorista-eternamente-acusado-de-plagio-20150720-0026.html>. 20 de julio de 2015. Última consulta: 10 de abril de 2019.

¹⁰ “Twitter estalló contra el dibujante Nik porque le ‘robó’ a una humorista”. Portal 24CON. Recuperado de <http://www.24con.com/nota/77757-twitter-estallo-contra-el-dibujantenik-porque-le-robo-a-una-humorista/>. 30 de noviembre de 2012. Última consulta: 10 de abril de 2019.

¹¹ “Nik festejó el feriado y fue repudiado”. Diario Tiempo Argentino. Recuperado de <https://www.tiempoar.com.ar/nota/nik-festejo-el-feriado-y-fue-repudiado>. 24 de marzo de 2017. Última consulta: 10 de abril de 2019.

¹² Area, M.; Moreira, A; Gutiérrez, M.; Vidal Fernández, F. *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Fundación Telefónica, Buenos Aires. 2012, p. 24.

audiovisual, hipertextos, etc.). Además de los casi ochenta libros editados (a la fecha) por siete editoriales diferentes, Gaturro ha participado y protagonizado obras de teatro (*El despertar de la música*, 2001 y *El show de Gaturro*, 2009), una película (*Gaturro*, 2010), un entorno virtual de entretenimientos (*Mundo Gaturro*, 2010), una red social (*Picapón*, 2013), cuatro videojuegos para dispositivos móviles, una revista, un lanzamiento discográfico y una serie de televisión en 3D transmitida por la señal *Cartoon Network*¹³. El presente artículo se limita al análisis de la plataforma virtual, pero baste decir al respecto de los otros productos que a pesar de las lógicas diferencias debido a la multiplicidad de lenguajes, soportes y tecnologías involucradas, es común a todos las referencias cruzadas y la constante promoción de venta y marcas comerciales.

En el 2009 la Compañía de Medios Digitales, a cargo de Horacio Duhalde y perteneciente al grupo Clarín, comenzó el desarrollo de una plataforma virtual dirigido a usuarios de entre 4 a 12 años en el que puedan interactuar y jugar a través de los personajes de Nik (principalmente, Gaturro y Agatha). Guido Corsini, su *Project Manager*, destacó que el éxito obtenido se debió esencialmente a los personajes del humorista argentino que ya eran muy conocidos y seguidos por los chicos¹⁴. La versatilidad y adaptabilidad de la figura de Gaturro lo conforman en una figura altamente convocante, que posibilita diversas identificaciones según el segmento de mercado al que apunte cada producto de la marca¹⁵.

Mundo Gaturro consiste en un portal interactivo en el que los usuarios navegan con sus avatares por distintos lugares de la ciudad, pudiendo participar en diferentes juegos, modificar la apariencia visual de sus personajes, interactuar con otros usuarios y decorar sus propias casas virtuales. Dentro de la plataforma puede accederse a las tiras cómicas del personaje, videos, música y adelantos de películas, continuando con la inscripción multimodal característica de la marca. Asimismo, y a pesar de contar con una red social específica (*Picapón*), tiene un formato que cruza elementos de videojuegos MMO (*Massively Multiplayer Online*) y redes sociales. En la comunicación dirigida a los padres el espacio se destaca por su seguridad y gratuidad de acceso.

Todos los juegos son individuales, aunque en algunos figuran tableros con posiciones. La gran mayoría se centra en destrezas manuales o coordinación visual. Cuanto mejor sea el desempeño al jugar mayor será la recompensa en monedas, que servirán para comprar diferentes atuendos y

¹³ “Nik”. Recuperado de <http://www.gaturro.com/nik>. Última consulta: 10 de abril de 2019.

¹⁴ “Mundo Gaturro: una manera exitosa de reactivar los mundos virtuales”. Diario La Voz. Recuperado de <http://www.lavoz.com.ar/mundo-gaturro-manera-exitosa-reactivar-mundos-virtuales>. 8 de julio de 2011. Última consulta: 10 de abril de 2019.

¹⁵ Ver al respecto Cantora, A. y Molinari, L. *Jugar a Mundo Gaturro. Acerca del juego, la exhibición y el consumo en la plataforma de juego online*. Tesis de grado de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. 2012; y Muñoz Larreta, F. “Reseña: Mundo Gaturro: del consumo y la exhibición al juego online” en *Ludicamente* Año 2 N°4, Buenos Aires, 2013.

accesorios para decorar los avatares de usuario. La mayoría de estos adornos, sin embargo (así como algunos de los lugares en el mapa), son exclusivos para usuarios con Pasaporte, que tiene un precio equivalente a 4 dólares por mes¹⁶ e incluye una buena cantidad de monedas virtuales. El espacio, por lo tanto, está altamente mercantilizado. Además, hay una importante presencia de marcas en eventos especiales rotativos según la contratación de pauta (Imágenes 1 y 2). El juego es periódicamente actualizado, incluyendo nuevos lugares en el mapa con nuevas tiendas de accesorios y vestimentas, con el fin de mantener la fidelidad de los usuarios.

La plataforma ha sido patrocinada por UNICEF, que ha organizado concursos e incluso cuenta con un espacio propio dentro del entorno con juegos más orientados a los contenidos curriculares escolares. José Machain, Consejero de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires y Miembro del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI-AFSCA), criticó duramente el apoyo y promoción de UNICEF a Mundo Gaturro en una carta abierta en la que destaca el perfil comercial de la plataforma, cuya jugabilidad “depende bastante de microcompras extras que los pequeños consumidores cautivos exigirán a sus padres (vía compras con Tarjetas de Crédito): ropas, accesorios, beneficios, juegos, etc. [...] Sorprende entonces que el concurso ‘gratuito’ patrocinado por UNICEF Argentina esté incentivando y promocionando el ingreso a un Portal de Juegos para el mundo Infantil, en donde se destaca la propensión al consumo”¹⁷. En este documento se recuperan algunas de las críticas al autor, como plagio y expresiones discriminatorias.

Representaciones en la plataforma

Toda producción mediática implica una selección y combinación de significantes, construyendo acontecimientos, personajes y relaciones sociales. En el presente apartado se analizarán diversas representaciones dentro de Mundo Gaturro, prestando particular atención a aquellas relacionadas con los ámbitos de socialización primaria (la familia y la escuela) y la presencia de dispositivos TIC¹⁸.

El modo de habitar el mundo virtual de la plataforma es a partir del constante desplazamiento por diferentes locales comerciales. Así, nos desplazamos entre la Florería, el Bazar, la Peluquería, la Mueblería, el Centro Comercial, la Galería de Arte, la Discoteca, la casa de Belleza, numerosos Bares y Tiendas, etc. Hay un puñado de lugares públicos (las calles, el parque, la plaza, la playa), algunos

¹⁶ A marzo 2019.

¹⁷ Machain, J. “Ni ‘Gaturro’ ni ‘Nik’ son modelos para nuestros niños”. Agencia Paco Urondo. Recuperado de <http://agenciapacourondo.com.ar/secciones/miscelaneas/13685-ni-gaturroq-ni-qnikq-son-modelos-para-nuestros-ninos-por-jose-machain>. 15 de abril 2014 .

¹⁸ Se tomará principalmente el diseño de la imagen, debido a la primacía del lenguaje visual sobre el textual en la plataforma.

de fantasía (la casa de la Bruja Angélica, el Bar Espacial, la Isla, etc.) en los que de todas formas hay tiendas para adquirir vestimentas y accesorios temáticos del lugar. Además, cada usuario tiene un espacio virtual propio (Mi Casa) al que pueden invitar a otros usuarios, pero su decoración debe comprarse con monedas y/o el Pasaporte. En Mundo Gaturro, la ciudadanía es comercial. Hay únicamente dos lugares pertenecientes a instituciones públicas: el Museo de Ciencias Naturales y la Escuela. Esta última, por otra parte, tiene una arquitectura moderna, colorida y atractiva (Imagen 3). En su interior, los personajes circulan libremente y sin código de vestimenta. En la tienda de la escuela, los usuarios pueden comprar diversos uniformes escolares, entre los que se encuentra el guardapolvos pero priman los conjuntos característicos de instituciones escolares privadas e incluso extranjeras. Los personajes están hiperdiferenciados a partir de sus accesorios y vestimentas. Entran y salen a gusto de una clase sin temporalidad ni materiales, y deciden participar de los juegos de la escuela si así lo desean. No son estudiantes; son visitantes y consumidores.

El aula tiene un diseño desestructurado, despojado y moderno, sin el ordenamiento de pupitres enfrentados a la figura jerárquica docente de la pedagogía tradicional y con la marcada presencia de elementos tecnológicos (Imagen 4). Hay una completa ausencia de materiales educativos (excepto un pizarrón, al que los usuarios siempre dan la espalda) y de la figura del docente, que con motivo de campañas especiales llegó a encarnarse hasta en una marca de yogures en el 2012 (Imagen 5).

La única vez que aparece la figura de un docente es, paradójicamente, en el *no-lugar* por antonomasia de la red: la pantalla de error. En ella, aparece la maestra Ruda Vinagreti (uno de los personajes recurrentes de la tira) junto al texto de error, problema de conexión o detalle de suspensión de la cuenta (Imagen 6). En las tiras, la maestra Vinagreti siempre aparece en la escuela interactuando con Gaturro como un personaje duro, autoritario y exigente, que castiga a los estudiantes gritando “¡Cero!” y en ocasiones con golpes. En el pasaje de la historieta a la plataforma virtual Vinagreti quedó desplazada a un personaje lateral, con funciones casi “meta”, que señala el impedimento al acceso al mundo virtual. El maestro como lugar de la prohibición, de la negativa. Y en ese mismo recorrido, desaparecieron los pupitres, los guardapolvos, los libros de texto y los estudiantes (presentes en la historieta), y aparecieron las computadoras, los almohadones de diseño, y las marcas.

Los dispositivos tecnológicos, por su parte, no sólo tienen una presencia pregnante en el salón de la escuela, sino que atraviesan todos los lugares del mundo virtual. Abundan los celulares, laptops y diversas TIC; así como terminales informáticas y computadoras a través de las cuales se acceden a muchos de los juegos. Hay también numerosos lugares planteados desde lo estético como futuristas o hipertecnologizados, como el Bar Espacial, la *Pixel Room*, el Planeta UNICEF, o la tienda de Celulares (Imagen 7). Asimismo, uno puede comunicarse con los usuarios amigos a través de un

smartphone, con el cual también puede accederse a una Tienda de aplicaciones especiales y a la red social *Picapón*.

La familia, por otro lado, no tiene un lugar específico en Mundo Gaturro más que la presencia de la Casa, el hogar personalizable que cada usuario puede decorar adquiriendo muebles y accesorios en las tiendas desperdigadas en el mundo virtual, del que hablaremos más adelante. Curiosamente, sin embargo, la falta de profundización en la familia y la no representación de las relaciones vinculares y espacios de socialización familiares (temas que por otra parte son centrales en las tiras gráficas originales) es compensada por la particular apropiación que los usuarios hacen del entorno.

Desde el diseño, sin embargo la mayoría de los lugares del mundo virtual remiten a espacios de interacción tradicionalmente asociados a la adultez. En Mundo Gaturro, los jóvenes usuarios van a bailar a la Discoteca, donde pueden tomar exóticos tragos; sacan pasajes y viajan a diferentes partes del mundo desde el Aeropuerto; y van a diversas Tiendas donde pueden comprar ropa, mascotas, muebles, autos, bicicletas, celulares, etc. Los adultos están representados a través de NPCs (*Non-Player Characters*, personajes que no son controlados por el usuario), con los que se puede interactuar conversando, comerciando o jugando. Su diseño, sin embargo, es siempre estático, lo que representa un gran contraste con los objetos y fondos en constante movimiento. De esta forma, mientras que los chicos, a través de sus avatares, se encuentran en constante movimiento, personalización y cambio, el mundo adulto resulta inmóvil y prefigurado.

Y es precisamente la personalización, la diferenciación a través de elementos visuales, lo que resulta particularmente atractivo. Cada juego y cada compra se orienta a poder conseguir y lucir rasgos identitarios, visuales (vestimenta, accesorios, muebles) y sonoros (a cada Casa se le puede poner una musicalización personalizada: cumbia, electrónica, rock, etc.). Los ítems más buscados suelen ser o bien los más vistosos, con cambios de colores, efectos de luces y sombras, y brillos; los que se sabe que son caros y requieren muchas monedas y el Pasaporte para su obtención, lo que marca un determinado estatus y jerarquía; o bien aquellos con alta ponderación social fuera de la plataforma (“ropa cheta”). Hay, asimismo, una distinción de géneros tajante: los avatares de Agatha son muy femeninos y los avatares de Gaturro muy masculinos. La gran recurrencia de *looks* más usados es interesante desde la perspectiva de elecciones culturales: así, mientras la gran mayoría de los avatares femeninos manifiesta la presencia de rasgos socialmente valorizados (pelo rubio y lacio) y vestimentas asociadas a la femineidad (vestidos con brillos, polleras) los avatares masculinos tienen más variedad y suelen tener patrones de moda más fantasiosos (robots, punks, piel de colores, *aliens*, etc.). Y si bien no se puede decir que haya una fuerte representación de los roles sociales de los géneros en la plataforma, sí es cierto que se van generando modelos hiperestetizados de los varones y las mujeres, que se asocian al tipo de comportamiento socialmente asignado a cada género. Al decir

de Isabel Ponce “las redes sociales se convierten en parte de su aprendizaje social, que si bien puede ser beneficioso utilizado convenientemente, en muchos casos crea modelos alejados de la realidad generando comportamientos y actitudes que suscitan problemas de autoestima y estrés, entre ellos están los relacionados con el cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital”¹⁹.

Lenguaje multimodal

El análisis de los lenguajes “puede ayudarnos a comprender mejor el proceso de creación de significados”²⁰, dando cuenta de los posibles efectos de sentido y emociones evocadas a partir del uso de imágenes, texto, sonidos, etc. Mundo Gaturro presenta una multiplicidad de lenguajes que se articulan de diferentes formas, no siempre coherentemente.

Comenzaremos por el lenguaje visual. La imagen está siempre sobrecargada de colores vibrantes y cambiantes. Toma parte de la paleta tradicional de la historieta Gaturro, pero con mayor variedad y brillantez, lo que sumado a las transformaciones y desplazamientos cromáticos da un efecto histriónico. Y más aún en los casos donde se encuentran muchos avatares de usuarios juntos, cada uno personalizado y con efectos visuales (brillitos, luces, sombras y movimientos), lo que resulta en composiciones caóticas (Imagen 1 e Imagen 8).

Las perspectivas y proporciones son caricaturescas, pero no siempre armónicas o bien logradas²¹. Prima una estética isométrica, pero conviven los edificios, objetos grandes y cuerpos de los avatares con un ángulo de tres cuartos, con la cabeza de los avatares y los objetos pequeños en frontales totales. Estas perspectivas son fijas, y los avatares miran al frente aun cuando caminan para sus espaldas, siempre manteniendo el contacto visual imaginario e interpelando de forma directa a los jugadores. Todas las líneas son curvas, lo que sumado a la redondez de todas las formas y ángulos y la paleta chillona y cambiante da un efecto de dinamismo y alegría.

El texto escrito, por otro lado, tiene tres posibles funciones. La primera es la explicativa: numerosos NPC's y dispositivos permiten el acceso a diferentes juegos, y las instrucciones siempre parten de inscripciones textuales, pudiendo o no incorporar imágenes. La segunda, es la interactiva-comunicativa. En efecto, se puede interactuar con casi todos los personajes de Mundo Gaturro, y clickeando en ellos dirán dos o tres líneas. Pero más protagonismo tiene en el diálogo entre usuarios: según el nivel de seguridad de la cuenta, los avatares pueden escribir libremente en el chat (con filtros

¹⁹ Ponce, I. “Redes Sociales - Definición de redes sociales” en *web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España*. Recuperado de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/en/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=1>. 2012

²⁰ Buckingham, D. “Alfabetizaciones en medios” y “Delimitando el campo” en *Educación en medios*, Paidós, Barcelona. 2005, p. 97.

²¹ Cabe destacar que estas incongruencias no resultan inmediatamente chocantes para el ojo, debido a la estética de historieta o *cartoon*.

de palabras), o bien elegir entre una serie de frases armadas. Este diálogo permanece visible tan sólo unos segundos, por lo que las conversaciones públicas entre usuarios son sumamente fragmentadas y, en ocasiones, hasta de una palabra a la vez. Debido a estas limitaciones, la mayoría de los diálogos en la plataforma consiste en anuncios (de compraventa, de eventos en las Casas de los usuarios) y juegos de rol (madre-hija, novio-novia, fiestas temáticas). Las restricciones de la comunicación escrita, motivadas sin duda alguna por la política de moderación y control de las conversaciones de los creadores de la plataforma, tiene dos consecuencias: la superficialidad de las interacciones entre usuarios y la canalización de un exceso de comunicación no satisfecho por Mundo Gaturro hacia otras plataformas, como *Facebook*, *Youtube* o *blogs*, como se analizará en el próximo apartado.

Finalmente, otra función de la letra escrita es la denotativa o publicitaria, con la que los diferentes lugares están mencionados (Peluquería, Gatuparque, etc.) y promocionados (“¡Nuevos cortes!”, etc.), junto con las correspondientes marcas (*Personal*, *Visa*, *Freddo*, *Yogurísimo*, y otros productos derivados de Gaturro). Mientras que los textos con las funciones anteriormente descritas comparten una única tipografía (la misma que la de la interfaz de usuario), en este caso hay una multiplicidad de formatos, tamaños y colores, según la identidad visual del lugar.

El diseño sonoro es sencillo, pero bien logrado. Construye una identidad musical al tener la misma progresión de notas pero con diferente estilo, según el lugar en el mapa en el que se esté. Por otro lado, los movimientos y expresiones que puede hacer cada avatar son acompañados de sonidos similares a un maullido, lo que evita tener que poner voces a los personajes y su consecuente demarcación de acentos y nacionalidades. Esta “neutralidad” atraviesa todo el diseño de la plataforma, como se verá a continuación.

Los usuarios

En este caso, se ha reemplazado la categoría de análisis mediático de audiencias o público²² por la de usuarios, en tanto es más descriptiva del fenómeno de participación en una plataforma virtual. La relación entre el público y el producto no es de mera observación, sino que al tratarse de un entorno interactivo y lúdico se manifiestan apropiaciones y usos *in situ*. Estudiar las audiencias, dice Buckingham -los usuarios, diremos en el presente trabajo-, “significa prestar atención a los procesos de elección y medición de las mismas, a cómo circulan y se distribuyen los medios, y a las diferentes

²² Buckingham, D. “Alfabetizaciones en medios digitales”, en *Más allá de la tecnología*. Ed. Manantial, Buenos Aires. 2008, p. 205.

formas que tienen los individuos y grupos sociales de utilizar e interpretar los medios y de responder a ellos”²³.

Como se aclaró anteriormente, Mundo Gaturro está dirigido a un público infantil, de entre 4 y 12 años. Sin embargo, es un rango de edad bastante amplio, considerando los diferentes niveles de alfabetización, sociabilidad e intereses que hay entre un chico de 4 y otro de 12 años. Es por eso que la plataforma tiene una navegabilidad muy sencilla, y la lectura de textos (que si bien, como se señaló en el apartado anterior, explican e informan) no es imprescindible para jugar e interactuar. A su vez, los juegos presentan diferentes niveles de complejidad, desde adivinar colores y memoria visual hasta juegos de coordinación de *mouse* y teclado de creciente dificultad, por lo que chicos de diferentes edades pueden encontrar algo diseñado especialmente para ellos. Por otra parte, y en tanto el producto está diseñado para ser consumido desde distintos países, los textos están redactados en español neutro. Lo que define el avance y la narrativa en la plataforma es la compra e intercambio de vestimentas, adornos, muebles, mascotas, etc. Estas características nos permiten reconstruir la perspectiva desde la cual se concibe a los usuarios de la plataforma por parte de su productor: como consumidores. Según indican Cantora y Molinari, “la infancia para Mundo Gaturro es nada menos que un producto de alta rentabilidad”²⁴ por lo que sería de esperar un desarrollo de la marca aún más segmentado, con el objeto de captar y fidelizar nuevo público.

Sin embargo, y pasando del diseño al uso, es interesante constatar cómo los diferentes espacios fueron siendo habitados por los usuarios de maneras que no siempre se corresponden con la propuesta y jugabilidad de la plataforma y cómo se fueron reglando interacciones sociales no determinadas por el diseño. El Rosedal tiene la particularidad de ser un espacio vacío, prácticamente despojado de objetos interactivos, y de un fondo sencillo pero agradable. Tal vez por esto, es uno de los lugares más concurridos para realizar intercambio de objetos, ropas y muebles, y para invitar a otros usuarios a que entren a sus Casas (Imagen 8). Por su parte, en la Plaza (plaza seca en el medio de la ciudad) es donde se forman las “familias”, en las cuales algunos usuarios con avatares de Gaturro o Agatha bebé se relacionan con otros de avatares adultos (Imagen 9), y se llaman a sí mismos en función de las relaciones establecidas (“hijita”, “bebe”, “mami”, “hermanita”, etc.). Este juego de roles es sostenido en el comportamiento y en lenguajes: aquellos con avatares de bebés se comunican de forma infantilizada (“¿Pedo ir a tu casa, mama?”, “oda, emanita”, “bb quede chupete”, etc.). Algunos usuarios diseñan sus Casas con elementos infantiles, y convocan a todos los usuarios con avatares de bebés a ir allí, llamándolos “orfanatos”. Los usuarios reconstruyen uno de sus principales ámbitos de

²³ Buckingham, D. “Alfabetizaciones en medios” y “Delimitando el campo” en *Educación en medios*, Paidós, Barcelona. 2005, p. 103.

²⁴ Cantora, A. y Molinari, L. Op. Cit.

socialización a través de la apropiación de elementos del entorno ante la falta de un espacio interactivo diseñado a tal fin.

Estos espacios públicos suelen estar mucho más poblados que los locales (particularmente, aquellos donde no hay tiendas), lo que marca la tendencia de que, al menos para los usuarios avanzados, el atractivo de Mundo Gaturro pasa por la interacción y sociabilidad con otros usuarios más que los juegos. Dentro de éstos últimos, hay una clara preferencia por los de deportes o habilidad y coordinación, mientras que los de mundo UNICEF (aún incluso aquellos que tienen modalidades deportivas o de habilidad), que están categorizados según materias escolares (lengua, matemáticas, ciencias naturales y ciencias sociales) están prácticamente desiertos en todo momento.

Las tres actividades más comunes son, entonces, el intercambio, la visita a las Casas, y el establecimiento de relaciones (familiares, pero también de amistad y noviazgos virtuales). En todos los casos, se basa en relaciones de reconocimiento de pares “tras la capitalización de cierto status que se logra con la acumulación ‘material’ de objetos virtuales”²⁵. Los avatares más populares son aquellos con los accesorios y vestiduras más vistosos y caros. Muchos de estos, sin embargo, sólo son obtenibles a través del Pasaporte y comprando con tarjeta de crédito las monedas virtuales que permiten alcanzar los objetos más caros. La diferencia entre los usuarios pagos y los gratuitos (que obtienen sus productos a partir de sacar puntajes altos en los juegos) es particularmente notoria en las Casas de cada uno (Imágenes 10 y 11).

Los usuarios se segmentan, de esta manera, según su poder adquisitivo. La diferencia se naturaliza, y el intercambio, las fiestas y visitas en cada una de las Casas es su espacio de legitimación.

Mundo Gaturro ofrece disfrute por la ludicidad, la interacción social y el estatus o jerarquía. “Estos mundos artificialmente contruidos no solo permiten generar un avatar o personaje que nos representa, sino también vivenciar intensas emociones de comunicación e interacción social²⁶ Y si bien Mundo Gaturro se articula con la red social Picapón, a través de la cual los chicos pueden subir sus últimas actividades en la plataforma o bien escribir lo que les guste, ésta aún no ha logrado fidelizar a sus jóvenes usuarios y tiene un consumo más bien modesto. Y es que el entorno de Mundo Gaturro ya es, en sí mismo, una red social. Isabel Ponce define a las redes sociales on-line como “estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real [...]. No sólo nos

²⁵ Íbid.

²⁶ Area, M. y Pessoa, T. “De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0”, en *Revista Comunicar* N° 38. 2012, p. 17.

relacionamos y compartimos con los demás, sino que, además, exponemos abiertamente y en tiempo real nuestros gustos y tendencias, expresando la propia identidad”²⁷.

Personas con intereses y actividades recreativas comunes, encuentros sociales, preferencias de consumo, expresión de identidad²⁸: todo ello ofrece Mundo Gaturro, pero exclusivamente en tiempo real. No hay un registro de las actividades del día que puedan consultar otros usuarios (como sí lo hay en Picapón), lo que implica que las interacciones sociales *in situ* sean más espontáneas y superficiales.

Pero fuera de la plataforma, Mundo Gaturro ha generado una gran comunidad de usuarios que se relacionan a través de foros, *blogs* personales, redes sociales (*Facebook*, *Taringa!* y *Twitter*, principalmente), etc. En *Youtube*, incluso, pueden encontrarse más de seiscientas “historias de Mundo Gaturro”, en la que diferentes usuarios toman capturas de pantalla de Mundo Gaturro y las combinan con música e intertítulos para generar diferentes cuentos y relatos. Hay por lo menos cincuenta de estas producciones con más de cien mil visualizaciones cada una, y hay un fluido diálogo entre el o los autores y otros usuarios de *Youtube* que comentan los videos. Sin profundizar en un análisis detallado de estas narraciones (lo cual sería sumamente interesante para dar cuenta de los modos de producción mediática espontánea de los chicos), se destaca su elevada elaboración y complejidad, requiriendo en la mayoría de los casos la colaboración de varios usuarios en la plataforma y un buen manejo de software de edición de audio y video. La estructura narrativa suele ser muy sencilla, resolviendo el conflicto ni bien es presentado. Los temas suelen ser clichés o telenovelescos (en ocasiones, versionando cuentos populares), pero con importantes variaciones (la historia de un noviazgo homosexual, de padres que se separan y violencia familiar, etc.) y siempre desarrollándose en ámbitos familiares.

Merecen también mención los *blogs* dedicados a Mundo Gaturro, que incluyen novedades en la plataforma, entrevistas a usuarios y a moderadores, capturas de pantalla, trucos para ganar monedas, y más. Algunos cuentan con millones de visitas. Dos aspectos de estos espacios son particularmente interesantes.

Por un lado, son comunes las leyendas sobre objetos (como la remera de QB9, la empresa dependiente de CMD que desarrolló la plataforma, que supuestamente permitiría romper las reglas del juego), personajes (como Camugata, una *hacker* experta que habría logrado *hackear* al mismísimo Nik), y lugares ocultos. Si bien no puede decirse que se construyan relatos míticos (en tanto el origen

²⁷ Ponce, I. Op. Cit.

²⁸ La identidad digital es el producto de las participaciones y relaciones de los usuarios con otros usuarios y el contenido de la red. Ver Bartolomé, A. y Grané, M. “Interrogantes educativos desde la sociedad del conocimiento”, en *Revista Aloma*, Vol. 31, Nº 1. Barcelona. 2013, p. 79. Esta identidad es fundamentalmente polifónica, múltiple y contingente. Ver Doueihi, M. *La gran conversión digital*. FCE, Buenos Aires. 2010, p. 17.

de Gaturro y de la plataforma misma son a grandes rasgos conocidos por los usuarios, que entienden que se trata de un producto comercial), la elaboración social de narraciones “populares” y construcción de leyendas da cuenta de una creciente cohesión y demarcación de una comunidad que tiene sus normas, sus tradiciones, sus identidades, y sus relatos. Es por esto que Doueihy entiende a la cultura digital como un proceso civilizatorio: “las normas de admisión y de pertenencia a los grupos en línea contienen elementos fundamentales de la identidad digital y la dinámica grupal que ésta hace posibles. Bajo el velo de la civilidad, aquí encontramos los principios rectores –siempre en transformación, puesto que están influenciados por la evolución tecnológica y por la expansión y la diversificación de la comunidad de los miembros– de un nuevo orden social”²⁹.

Por otro lado, muchos de estos blogs se encuentran actualmente cerrados. La última entrada suele ser una despedida del autor o autora, donde agradece a sus seguidores y amigos y aduce como justificación del cierre nuevas responsabilidades (escolares), edad, o intereses. Algunos jóvenes *bloggers* detallaron incluso que escribir periódicamente para el blog los ayudó a despertar vocaciones: periodismo, literatura, o historietas.

En contra de la imagen de los niños o jóvenes encerrados jugando con la computadora en lugar de relacionarse con chicos de su edad, algunos autores destacan que, en las comunidades virtuales de videojuegos, los jugadores se ponen en relación unos con otros en un diálogo que produce conocimientos nuevos, alentando la solidaridad más allá del juego³⁰. La escuela incluso podría valerse de esta inteligencia colectiva e incluir a los videojuegos como medios de enseñanza y como objeto de estudio. Otros sostienen que el conocimiento generado por las comunidades virtuales ya no es compartido, sino colectivo, imposible de reunir en un solo individuo³¹. Cabría preguntarse si todas las comunidades virtuales de videojuegos construyen conocimiento, qué tipo de conocimiento se pone en juego y cómo se conecta con la experiencia cotidiana de los usuarios. De alguna manera, Mundo Gaturro construye conocimientos técnicos (armado de videos y espacios virtuales), narrativos (las buenas historias son alabadas y las malas duramente criticadas), de lenguaje y ortografía (los usuarios se corrigen y señalan los errores mutuamente), profesionales (trabajo en equipo, proyectualidad), de diseño y estéticos, y sociales. Los conocimientos son construidos socialmente, en un diálogo constante y producción colectiva; sin embargo, y paradójicamente, son construidos *a partir y afuera* de Mundo Gaturro, a través de los usos y apropiaciones de los jugadores no planificadas en el diseño original de la plataforma.

²⁹ Doueihy, M. Op. Cit. p. 22.

³⁰ Armando, J. “Lo que podemos aprender de los videojuegos sobre la enseñanza y los materiales educativos”, en *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa* RELATEC, Vol. 9, N° 1. 2010, p. 33.

³¹ Levy, P. *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge Mass, Perseus Books. 1997.

Pero aún estas producciones espontáneas y parcialmente colaborativas tienen horizontes de sentido reducidos. Muchos de los videos y entradas de blogs anuncian develar grandes secretos, contar “la mejor historia” y enseñar trucos ocultos, pero en verdad tienen contenido fantasioso. Son usuales las historias de ficticios encuentros con Nik y otras celebridades, y las instrucciones para tener un “blog exitoso”, “hacer los mejores videos”, “ser famoso en MG [Mundo Gaturro]”. Y es que de lo que se trata es de ser (re)conocido por sus compañeros y los otros usuarios. Todos los blogs, y muchos de los perfiles de *Youtube*, tienen un espacio donde se enlistan todas las redes sociales en las que participan los usuarios y en los que se solicita la adhesión o suscripción de los visitantes. “En un 'entorno rico en información', la nueva moneda de cambio es la percepción de los que buscan información; como consecuencia, estamos asistiendo a un auge de la 'economía de la atención' en la que el valor de llamar la atención de cualquier mensaje pesa más que el valor real de su significado o su intención”³². El mismo diseño de Mundo Gaturro promueve un tipo de relaciones jerárquicas basadas en símbolos de estatus estéticos, comerciales e informacionales, y tanto las producciones visuales como las textuales no escapan a esta matriz de relaciones.

Al basar la interacción entre los usuarios de la plataforma en el intercambio de objetos y su exhibición a otros jugadores, Mundo Gaturro cercena las potencialidades de construcción de conocimiento colectivo que la propia práctica y apropiación de los chicos estimula.

Algunas ideas finales

Estamos acostumbrados a pensar las configuraciones sociales, culturales y económicas contemporáneas como subproductos de transformaciones tecnológica. Según Crary, “una de las consecuencias de representar la contemporaneidad global bajo la forma de una nueva época tecnológica es la sensación de inevitabilidad histórica atribuida a los cambios en la economía a gran escala y en los microfenómenos de la vida cotidiana. La idea del cambio tecnológico como algo cuasi-autónomo impulsado por un proceso de autopoiesis o autoorganización permite que muchos aspectos de la realidad social contemporánea sean aceptados como circunstancias necesarias e inalterables, como hechos de la naturaleza”³³. En ese sentido, el conjunto de dispositivos y plataformas que anuncian y prometen nuevas y mejores formas de interacción social mediatizan, condicionan e intervienen en las relaciones sociales según sus propios criterios comerciales o políticos, y no tecnológicos.

³² Bouchard, P. “Las promesas de la red y sus implicaciones”, en *El impacto de las redes sociales en la enseñanza y el aprendizaje*. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 8, N° 1. 2011, p. 277. Recuperado de <http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v8n1-bouchard/v8n1-bouchard>

³³ Crary, J. *24/7*. Buenos Aires: Paidós. 2015 p. 63

En esa línea, no está de más recordar que la conceptualización de cultura digital fue acuñada por alfabetizados analógicos. Lo que analíticamente es concebido como una importante modificación en la realidad socioeconómica y en el "conjunto de abstracciones y conceptos que operan sobre nuestros horizontes sociales, culturales y políticos generales"³⁴, por las nuevas generaciones es vivido sencillamente como un "hoy". Mundo Gaturro es atractivo para los niños desde el lenguaje multimodal y la construcción de relaciones sociales, identidades digitales, y comunidad virtual. La diversidad de videojuegos garantiza una buena cuota de entretenimiento. Más allá de las limitaciones que tienen los usuarios gratuitos, tiene una gran variedad de espacios y actividades, lo que sumado a las interacciones con otros jugadores contribuye a conformar un producto que ha logrado establecerse en el mercado y en el consumo de los chicos en edad escolar y ha generado una fiel comunidad de usuarios que tienen mecanismos de producción de discursos de una elaboración nada despreciable (*a pesar y no debido a* las posibilidades que ofrece la plataforma).

Mundo Gaturro propone una interacción entre usuarios superficial, limitada y comercializada y construye un universo donde la diferenciación visual es la contracara de la estandarización y homogeneización de las posibilidades vinculares. Participando de la plataforma, sin embargo, muchos usuarios encuentran vías de vinculación virtual alternativas partiendo del mismo entorno pero llevado a otros espacios que favorecen más la interacción. La lógica del producto original, sin embargo, permea fuertemente (aunque no determina) estos intercambios.

³⁴ Doueihy, M. Op. Cit. p. 15.

Anexo de imágenes

Imagen 1



Imagen 2

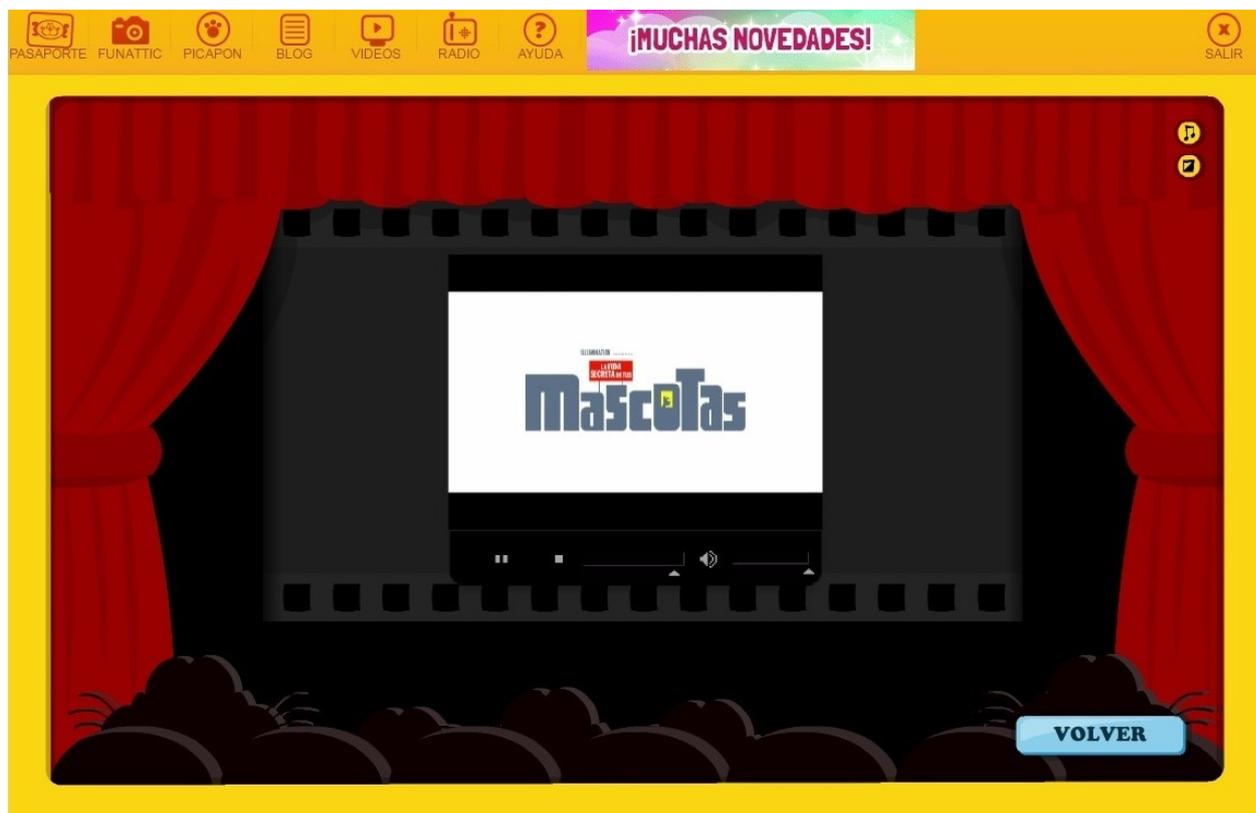


Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6

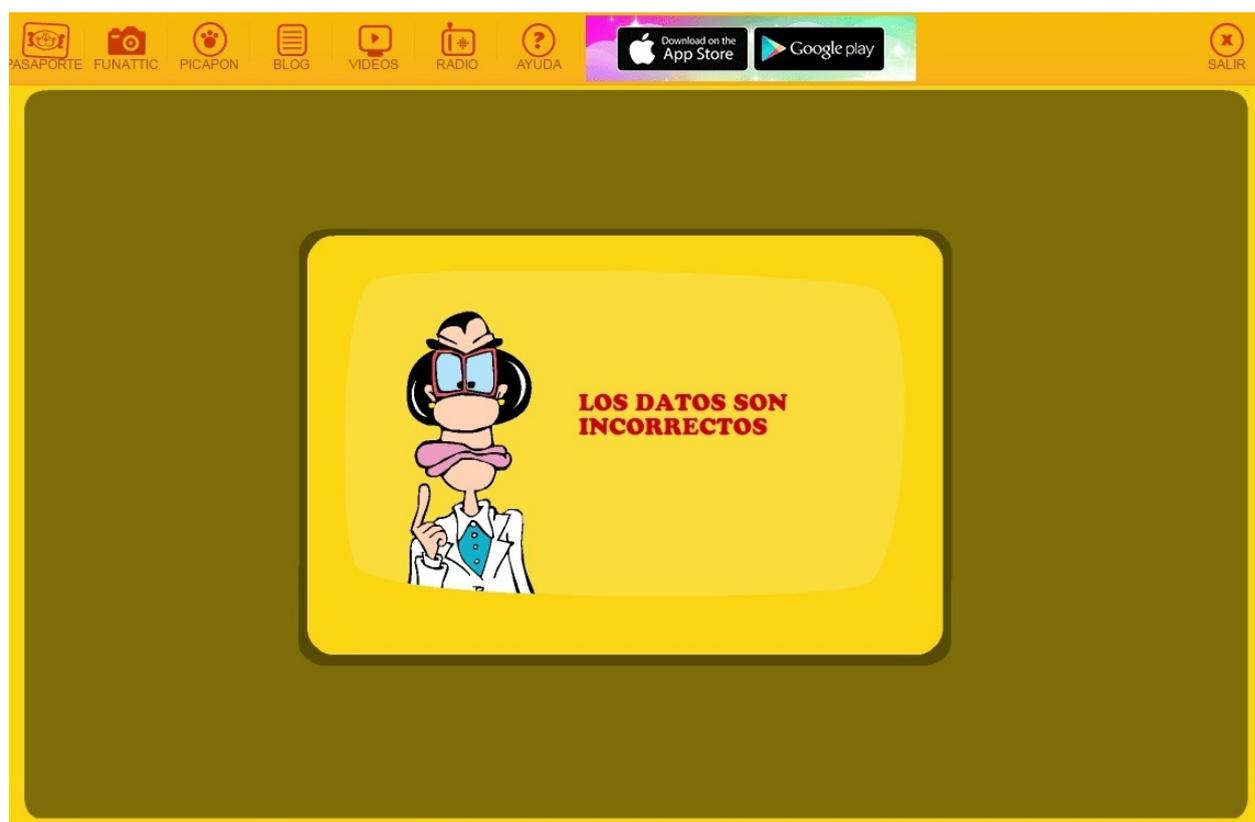


Imagen 7



Imagen 8



Imagen 9



Imagen 10



Imagen 11

