

# Interpelación Discursiva Y Reconocimiento De La Convergencia Digital: Derecho Al Juego Digital De Las Infancias Actuales En Tiempos De Digitalización Y Conectividad

**Carolina Di Palma**

Magister en comunicación y educación

Universidad Nacional de la Plata

Candidata a Doctora en comunicación

Universidad Nacional de la Plata

carolina.dipalma@gmail.com

Fecha de recepción del artículo: (10 noviembre 2022); Aceptado: (02 mayo 2023)

## Resumen

El MiniLab de Pakapaka difunde una nueva investigación de campo realizada en 2021 sobre consumos culturales interactivos no lineales de las chicas y chicos. Es un trabajo de investigación en la instancia de reconocimiento sobre usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales de la región norte de la Provincia de Buenos Aires. El análisis está basado en la observación de campo situado y entrevistas en profundidad desde el punto de vista de los Estudios Culturales latinoamericanos que ofrecen un acercamiento a los desplazamientos culturales asociados a los procesos de subjetivación on-off line de las infancias actuales en tiempos de consumos de videojuegos, redes sociales y series on line.

Capitalismos de plataformas y conectividad, hacen posible hoy nuevas formas de extracción de la renta en el consumo, a través de nuevos modelos de negocios basados en la monetización del tiempo de ocio. Esta coyuntura nos interpela a pensar cómo garantizar los derechos de las infancias actuales en entornos digitales.

**Palabras clave:** Derechos digitales, Economía de la atención, Hipermedial, Infancias, Interactividad, Micropagos, Redes Sociales, Transmedia, Videojuegos.

## Abstract

Pakapaka's MiniLab disseminates a new field research carried out in 2021 on non-linear interactive cultural consumption of girls and boys. It is a research work in the instance of recognition on uses and appropriations of interactive cultural consumption of current children in the northern region of the Province of Buenos Aires. The analysis is based on field observation and in-depth interviews from the point of view of Latin American Cultural Studies that offer an approach to the cultural displacements associated with the processes of subjectivation on-off line of current childhoods in times of consumption of video games, social networks and online series.

Capitalisms of platforms and connectivity make possible today new forms of income extraction in consumption, through new business models based on the monetization of leisure time. This situation challenges us to think about how to guarantee the rights of today's children in digital environments.

**Keywords:** Attention economy, Children, Digital rights, Hypermedia, Interactivity, Micropayments, Social networks, Transmedia, Video games.

## Introducción

El MiniLab de Pakapaka difunde una nueva investigación de campo realizada en 2021 sobre consumos culturales interactivos no lineales de las chicas y chicos. Es un trabajo de investigación en la instancia de reconocimiento sobre usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales de la región norte de la Provincia de Buenos Aires. El análisis está basado en la observación de campo situado y entrevistas en profundidad desde el punto de vista de los Estudios Culturales latinoamericanos que ofrecen un acercamiento a los desplazamientos culturales asociados a los procesos de subjetivación *on-off line* de las infancias actuales en tiempos de consumos de videojuegos, redes sociales y series *on line*. Para el análisis se abordaron los contextos situados de apropiación y de los sentidos que los chicos y chicas asignan a sus consumos. En esta coyuntura actual de capitalismo de plataforma y conectividad, encontramos que las tramas y mecánicas de juego y participación propuestas desde las pantallas hacen posible hoy nuevas formas de extracción de la renta en el consumo, a través de modelos de negocios basados en la monetización del tiempo de ocio, el extractivismo de datos y la economía de la atención. Observamos que en los contextos de apropiación se instala y disputa un sentido común en la infancia de “juego y consumo infinito sin pausa” que legitima un

uso sin límites de gasto de energía monetizado en la virtualidad. Además, la instancia de extracción de datos, su posterior combinatoria y venta para segmentación y recomendación no está por el momento regulada por el Sistema de Derecho.

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

### **Del derecho a la comunicación a la sociedad global de la información y la gobernanza en Internet**

En términos de representación, las pantallas digitales interactivas proponen nuevos horizontes de interpe-lación que convocan nuevos procesos de subjetivación. Las representaciones sociales hoy se producen en entornos de digitalización del espectro electromagnético y se consumen de manera diferenciada según los contextos de apropiación y dentro de opciones predeterminadas del *hardware* y del *software*. Un tipo de articulación de las identidades actuales sucede en una articulación *on-off line* novedosa que pone en relación procesos de subjetivación de las infancias dentro y fuera de las pantallas.

Los discursos interpeladores y representaciones producidas por la industria de las telecomunicaciones desde las pantallas proponen nuevas disputas por la hegemonía del sentido común vinculados a las creencias del juego infinito, de que todo es posible en la web, del valor de la fuerza y la velocidad. Los chicos y chicas consumen en mayor medida narrativas hipertextuales interactivas en la web, series y dibujos animados que pueden mirar cuando ellos deciden a través de plataformas de streaming como Netflix, Youtube, HBO Max, Disney Plus, Steam, Playstation Plus, Wii Play, entre otras, en general desde las habitaciones sin mediación adulta. Los modos de consumo son en formato maratón sin interrupción y con actualizaciones constantes. Además, pasan la mayor cantidad de su tiempo de ocio jugando en plataformas multijugador, videojuegos y redes sociales, que son en principio de descarga gratuita pero que luego demandan micropagos. Esta reorganización de los espacios de visibilidad y de los modos de narrar nos demandan, por un lado, profundizar en el análisis crítico de la cultura digital para garantizar en los entornos digitales lo conseguido con los Derechos Humanos, los Derechos de los niños y niñas y el Derecho a la Comunicación. Por el otro, vislumbramos la necesidad de pensar nuevos derechos debido a una nueva tecnicidad portadora de propuestas interpeladoras de nuevas formas producción identitaria y relaciones de socialidad, en un contexto más amplio de nuevas formas de gobierno y nuevos modelos de negocios que explicaremos más abajo en este documento.

### ¿Desde dónde nos posicionamos? Escucha y reconocimiento desde los estudios culturales latinoamericanos

Partiendo de una concepción de cultura como producción simbólica tanto como material (Williams, 1981), la propuesta fue la de indagar en grupos a través de la observación participante y de entrevistas en profundidad, en campos situados (Guber, 2001) como entornos hogareños, salones de escuelas y cibercafés, usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las nuevas generaciones con el objetivo de reconocer (Huergo, 2013) el universo vocabular (Freire, 1986) de las nuevas infancias y juventudes con las que producen sus modos de ser y de estar el mundo .

En ese sentido, nuestro foco estuvo puesto desde el principio en las transformaciones culturales asociadas a esta nueva tecnicidad y no al uso instrumental de las nuevas tecnologías. Una tecnicidad quiere decir que algún nuevo dispositivo aparece en un momento histórico determinado, en medio de transformaciones culturales que habilitan nuevos procesos de subjetivación. Como resultado, proponen modos de comportamiento, formas de encarnar los cuerpos, modos de habitar tiempos y espacios que no son los que conocimos. Además, las tramas discursivas hacen posibles nuevas formas de socialidad. Y si bien las pantallas proponen algunos modelos posibles de habitar el mundo, también los cuerpos y sus prácticas discursivas, que son performativas, entablan todo tipo de diálogos donde intervienen resistencias, concesiones y negociaciones, según los contextos de la vida cotidiana.

Nuestros trabajos de campo tuvieron como objetivo reflexionar acerca del diagrama de fuerzas en el que están haciéndose visibles nuevas relaciones de poder-saber (Deleuze, 2015) que proponen algunos horizontes de interpelación posibles e invisibilizan otros. Sostenemos que los medios interactivos digitales también proponen modelos de identificación que disputan sentido común en la infancia en ese continuum *online/offline* que hacen posible hoy los nuevos dispositivos: formas de ver, de sentir y de actuar, agendas temáticas, modos de relacionarse y de resolver los conflictos, de hacer cuerpo. Y, como además decía Huergo (2013), los sentidos mediáticos que proliferan no están «afuera» como un objeto, sino que se han hecho cultura, se han hecho hilos en la trama cultural.

### Metodología

*Tipo:* etnografía y entrevistas en profundidad en la instancia de reconocimiento de consumos culturales interactivos

*Cantidad de niños y niñas entrevistados:* 46

*Franja etaria:* 6 a 12 años

*Zonas geográficas de residencia:* Región norte de la Prov.

<sup>1</sup> Las observaciones específicas están desarrolladas en MiniLab 2022 y se pueden ver en este enlace [https://www.academia.edu/89259936/Presentaci%C3%B3n\\_MiniLab\\_Consumos\\_culturales\\_de\\_infancias](https://www.academia.edu/89259936/Presentaci%C3%B3n_MiniLab_Consumos_culturales_de_infancias)

de Buenos Aires: Pachecho, Munro, Garín, Maschwitz, Tigre, Vte. López, Carapachay, San Miguel, Malvinas Argentinas, San Fernando

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

*Año de investigación de campo:* 2021

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

*Directora de investigación:* Carolina Di Palma

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

Prácticas discursivas vinculadas a las identificaciones.

Prácticas discursivas vinculadas a los deseos y placeres.

Prácticas discursivas vinculadas a la ritualidad y rutinas que articulan la vida cotidiana on/off line.

Prácticas discursivas de las articulaciones on/off line de la formación subjetiva y relaciones reales o simuladas de las identidades con cuerpos reales orgánicos o con avatares o nicknames.

Prácticas discursivas vinculadas a los usos y accesos de los consumos vinculados a los espacios y dispositivos en la vida cotidiana.

Modelos de negocios imbricados en las tramas de los consumos y categorizaciones del ESBR. Guía de clasificaciones global de consumos culturales:

Entertainment Software Rating Board <https://www.esrb.org/ratings-guide/es/> Aficciones del sueño, adicciones y cansancio en la vida cotidiana (vigilia y noche) vinculados a los mecanismos de recompensas que ofrecen los modelos de negocios en los consumos interactivos.

Condicionamientos de formato.

Tipos de interactividad y movimientos posibles dentro de las opciones predeterminadas tanto del hardware como del software.

Transformaciones del juego digital, la simulación virtual y las mecánicas de juego dentro de las opciones predeterminadas.

A continuación, esbozaremos algunos de los desplazamientos actuales que observamos para este campo situado. Las interpretaciones de las prácticas discursivas que realizan los estudios culturales siempre refieren a los campos que analiza sin pretensión de generalización. Las continuidades que hallamos en este análisis se insertan en una coyuntura de transformaciones culturales más amplias que dan sentido a la especificidad de estos desplazamientos vinculados a una nueva tecnicidad. Lo nuevo común: identidades, “amigues” y sentidos de pertenencia en la socialidad conectiva. Observamos que hoy la simulación virtual cambia los modos de producción de la identidad de las nuevas generaciones. Producir un relato que narra la propia vida y la vida en común demanda hoy no solo los lenguajes escriturales, sino también los hipermediales. Los chicos y chicas narran el mundo con otros lenguajes que son “performativos” de su vida cotidiana y de la vida en común. Y, si bien aparece una nueva identidad virtual, aún mantienen, en el armado de ese relato, articulaciones y continuidades con la vida off line. Las narraciones de las identidades de las infancias hoy son portadoras de componentes de la vida orgánica y de la vida digital extendida en los metadatos. Cada vez que las nuevas generaciones habitan la virtualidad, están, al mismo tiempo, habitando los espacios físicos territoriales.

Es en esa continuidad donde arman relatos identitarios, sentidos de pertenencia y lazos sociales. La pandemia aceleró un proceso de digitalización de la vida que hizo posible el uso de otros espacios para producir cultura, lazos sociales y sentidos de pertenencia. Las redes sociales como TikTok, Instagram, YouTube y los videojuegos como Roblox, Minecraft<sup>2</sup>, Free Fire, Fortnite, Among Us, entre otros, habilitan espacios de juego, producción y consumo donde chicos y chicas pueden compartir experiencias y encontrarse con otros y otras. La producción identitaria actual se inserta en un contexto de comunicación social que hace posible

el acceso a la información, el derecho a alzar la propia voz y la posibilidad de interactuar y participar de los procesos de producción de las tramas que consumen, habitan y juegan. Sin embargo, esa interactividad, al mismo tiempo, produce otras escrituras que no son necesariamente voluntarias, vinculadas a los metadatos que quedan como huellas de los recorridos, gustos e intereses. Estos metadatos que combinan los algoritmos sirven a un modelo de negocios llamado “monetización del tiempo de ocio” o “sector del ocio interactivo”. La venta de metadatos y la segmentación funcionan con recomendaciones algorítmicas que se extraen del consumo de los chicos y chicas cada vez que se loguean y hay conectividad, y que se pueden usar cada vez que se aceptan las bases y condiciones (en general, se aceptan sin leerlas). En este contexto histórico de digitalización del espectro electromagnético, la simulación virtual -potencialidad expresiva que habilita la participación en primera persona y en tiempo real- transforma el sentido común que se naturaliza en las infancias en nuestros días. Para que esto se produzca, existen, en la cultura digital, por un lado, representaciones portadoras de horizontes de interpelación propuestos por la industria de las telecomunicaciones y, por otro, modos de apropiación singulares de los chicos y chicas que escuchamos en las entrevistas según los contextos de apropiación.

### Jugar a ser Dios, identificaciones y simulación virtual

Observamos que los conflictos actuales surgen en la articulación on/off line de la producción de subjetividad actual, porque los avatares o usuarios no paran de jugar o producir, interpelados por las tramas de la industria, y los cuerpos físicos que quedan fuera de las pantallas y que comandan los movimientos virtuales comienzan a tener problemas de sueño, cansancio y contracturas, entre otros. Los horizontes de interpelación propuestos por las pantallas convocan a la creación infinita, al juego y consumo sin pausa. Play has no limits (“Jugar no tiene límites”), de Play Station; Infinite Loop, de Apple (el loop infinito, un círculo); Free Play (“juego libre”); Disney Infinity (comunidad multijugador); Viví en estado Play (PS3), entre otros ejemplos, consolidan este sentido común cada vez que chicas y chicos entran a las pantallas. Las tramas proponen maneras de recomponer la vida en el juego y de seguir mirando lo que a cada uno le gusta con actualizaciones, recomendaciones algorítmicas, suscripciones y micropagos que

mejoran la navegación y el consumo como usuarios. El hecho de jugar videojuegos y la participación en redes como “prosumidores”, siempre dentro de las opciones predeterminadas, son experiencias que -según lo que cuentan chicos y chicas- hacen ellos mismos. Son ellos los que juegan o participan más allá de que lo hacen a través de avatares y usuarios. Y muchas veces tienen la creencia de que, si el avatar corre dentro del juego, ellos no se cansan fuera del juego. Las relaciones entre realidad y virtualidad surgen constantemente en los relatos. Muchas de las cosas que aprenden en las prácticas de consumo cuentan ellos y ellas les sirven para la vida off line. Y muchas otras las hacen y las disfrutan porque no las podrían hacer en la vida fuera de las pantallas. Cuando tienen las opciones de crear sus identidades de avatares o usuarios, cuentan con opciones predeterminadas que ofrecen las interfaces. Según los relatos de chicas y chicos los arman como a ellos les gusta y les ponen nombres, dado que no tienen. Observamos que los conflictos actuales surgen en la articulación on/off line de la producción de subjetividad actual, porque los avatares o usuarios no paran de jugar o producir, interpelados por las tramas de la industria y los cuerpos físicos que quedan fuera de las pantallas y que comandan los movimientos virtuales. Comienzan a tener problemas de sueño, cansancio y contracturas, entre otros.

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

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

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

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

Juli: ¿Los personajes son siempre los mismos?

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

Juli: ¿Podés crear tus propios personajes?

J: Sí. Juli: ¿Qué habilidades tienen?

J: No tienen poderes no tienen poderes como los superhéroes porque son personas dentro del

juego, jajaja, o sea, no son cosas de otro mundo, sino otra persona en otro lugar que entra a jugar.

Juli: ¿Hay malos y buenos?

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

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

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

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

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

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

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

Benjamín: “Yo deseo ser el mejor jugador de Minecraft, tener todos los mundos y poder cons-

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

Juli: “Después de sobrevivir podés hacer lo que vos quieras”. Mirko: “Roblox es un juego divertido, pero a la vez también aprendo cosas, ya que se puede, en algunos juegos, conseguir trabajo, cocinar, pagar las cuentas de la casa. Me parece interesante, ya que tiene muchas opciones de juego y es entretenido”.

El horizonte de posibilidad de la creatividad y las opciones predeterminadas de las interfaces. Estas posibilidades actuales de narración en redes sociales o de videojuegos son factibles porque los dispositivos digitales habilitan nuevas potencialidades expresivas. Los relatos no lineales, hipermediales, la interactividad, las estrategias de recorridos por navegación y mediante ensayo y error son algunas de las lógicas no lineales de los modos de habitar y producir el mundo de las nuevas generaciones. Los videojuegos y las redes sociales proponen horizontes de interpelación que apelan a la creatividad. En casi todos los consumos, la industria propone espacios de creación de contenidos, en el caso de TikTok<sup>3</sup>, la posibilidad de crear videos cortos y, en el caso, por ejemplo, de Roblox, de crear juegos. Sin embargo, observamos que todas estas opciones de creación son ofrecidas dentro de opciones predeterminadas del software y del hardware. Es decir que, si bien estas nuevas interfaces proponen la participación y el movimiento, esas opciones son finitas y determinadas por quienes producen la infraestructura y la programación. Estas opciones predeterminadas habilitan ciertos movimientos de participación y acciones y otras no. Observamos que algunas de las posibilidades de acción son “Adelante”, “Atrás”, “Agarrar”, “Tirar”, “Matar”, “Saltar”, “Imitar”, “Copiar el modelo”. A nivel lenguaje simbólico, en general, son frases predeterminadas, y otras veces, emoticones. En este sentido, observamos que la corporalidad de la vida off line se mueve no necesariamente igual que en el interior de las pantallas -es decir, on line-, sino de otras maneras, puesto que, para moverse como avatar o usuarios, hay que estar en un mismo lugar, o bien, hacer movimientos con los dedos, quizá pararse o saltar si hay sensores, hablar y, sobre todo, prestar atención

a la pantalla. creación de contenidos, en el caso de TikTok en el caso, por ejemplo, de Roblox, de crear juegos. Sin embargo, observamos que del software y del hardware. Es decir que, si bien estas nuevas interfaces proponen la participación y el movimiento, esas opciones son finitas y determinadas por quienes “Agarrar”, “Tirar”, “Matar”, “Saltar”, “Imitar”, “Copiar el modelo”. A nivel lenguaje En este sentido, observamos que la corporalidad de la vida off line se mueve no Hay que estar concentrado para comandar los dispositivos con el objetivo de copiar el modelo o hacer clic, apretar o tocar los comandos de las diferentes interfaces para usar las habilidades de los personajes lo mejor posible en los juegos. Las acciones codificadas dentro de las opciones de los programas de las pantallas generan movimientos dentro de ellas. Esas acciones se aprenden en el proceso de consumo y con mediaciones de youtubers, tiktokers, gamers y todo tipo de influencers pares.

Recomendaciones algorítmicas y nuevas mediaciones. Las interfaces son espacios de visibilidad de la propia voz y de acceso a la información, es decir, son sitios que habilitan el derecho a la comunicación. En esos espacios de producción de sentido, en la cultura se ponen en juego diferencias y diversidad en la lucha por el reconocimiento. Hoy en día las redes sociales y los videojuegos son espacios de producción de la propia identidad y de relaciones sociales. Sin embargo, a raíz de la digitalización del espectro y el uso de software y hardware privativo y la posibilidad de la conectividad, aparece como nueva potencialidad expresiva la inteligencia artificial, el machine learning y el big data. Estos y otros procesamientos de metadatos hacen posible la segmentación algorítmica que conduce a una predicción probabilística de los comportamientos. Estas posibilidades de predicción las utiliza la industria de telecomunicaciones para conducir ciertos comportamientos de consumo. De esta manera, esta segmentación realiza recomendaciones algorítmicas según perfiles e intereses.

Así observamos que los chicos y chicas pueden visibilizar contenidos asociados a sus intereses y no tienen acceso a los contenidos vinculados a intereses diversos. Todo lo que no esté relacionado con esos gustos predeterminados y predichos probabilísticamente sobre la

base de los metadatos que se extraen de los dispositivos no aparece visible en los entornos de consumo de ese dispositivo. Esto, en lugar de posibilitar el acceso y la escucha de la diferencia y la diversidad, refuerza los estereotipos, unifica la mirada y reproduce el sentido común hegemónico y los clichés. En relación con las mediaciones, cada vez más, los chicos y chicas miran y aprenden como proconsumir juegos y redes a través de todo tipo de *influencers, youtubers, gamers y tiktokers*, que tienen la particularidad de hacer mediaciones por pares. Estas nuevas alfabetizaciones no requieren personas adultas y suceden antes de entrar a las escuelas y en plataformas que son privativas.

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

Observamos que la interactividad que habilitan las tecnologías digitales tan valorada por el hecho de hacer posible la participación es portadora, en algunos casos, de horizontes de interpretación que incitan a la copia o imitación. Por ejemplo, en los casos de TikTok y Just Dance, ya sea con celulares, consolas o desde YouTube, se proponen modelos de comportamiento que tienen que cumplir las expectativas de copia a la perfección para lograr los objetivos. En Just Dance, además, en las interfaces hay íconos que reproducen los movimientos que hay que copiar. En el caso de que haya sensores, hay que copiar el movimiento a la perfección para lograr puntos/para no perder. En las redes sociales como TikTok, diferentes influencers interpelan con propuestas de danza que también hay que imitar. En el caso de las danzas de los personajes de Fortnite, sucede lo mismo y, de hecho, observamos que los chicos y chicas se reconocen con bailes del juego usándolos como formas de saludo. En relación con la participación, también en redes como en videojuegos, la velocidad es un valor fundamental. Un caso actual es Sonic. Interpelar para dar una respuesta inmediata lleva a que las interacciones que mejor funcionan para lograr objetivos tengan que ver con la acción-reacción. Esta respuesta tan rápida hace imposible la interrupción, para elaborar una contestación que pueda cambiar la intención de producción y que no reproduzca la velocidad del propio juego.

## Conclusiones

A partir del desarrollo y análisis del campo situado de esta investigación, observamos algunas cuestiones que resultaban claves para reconsiderar derechos actuales y sobre todo lo que concebimos como Derechos de los niños y niñas y el Derecho a la Comunicación tal como observan las recomendaciones 25<sup>2</sup> sobre los Derechos de los niños y 16<sup>3</sup> de Naciones Unidas.

Por un lado, la digitalización del espectro que hace posible nuevos lenguajes para narrar el mundo, narrarse a sí mismos y a los otros. En este sentido se habilita el derecho a la participación y la lucha por el reconocimiento en espacios de visibilidad que son ofrecidos por plataformas privadas como YouTube, Google, TikTok, Steam, Instagram, videojuegos, entre otros. Y, al mismo tiempo, se pierde la privacidad y el derecho a la intimidad cuando esos metadatos se usan para modelos de negocios vinculados al ocio interactivo.

Por otro, nuevos soportes para la expresión y la visibilidad en los entornos digitales y la simulación virtual hacen posibles nuevos procesos identitarios y disputan un nuevo sentido común que surge en y desde las interfaces en una continuidad on-off line con los espacios físicos territoriales cuando hay conectividad de Internet y las cosas. Sin embargo, la predicción probabilística de los comportamientos, la segmentación y las recomendaciones algorítmicas no habilitan el acceso a la diversidad de la información puesto que lo que se empieza a ver dentro de las interfaces está orientado a los intereses de los usuarios según las recomendaciones. Además, la segmentación según intereses no hace posible el acceso a la diferencia y la posibilidad de una disputa conflictiva de la producción de hegemonía.

Si bien el derecho al juego está en aumento con la “gamificación” y los videojuegos con opciones de creatividad ofrecidas por los consumos en las pantallas, las mecánicas de juego y creatividad, están dentro de opciones predeterminadas que no definen los usuarios y que no pueden modificar.

El derecho a la felicidad es otra de las menciones realizadas por los chicos y chicas cuando juegan. Sin embargo, los mecanismos de recompensas ofrecidos por la industria ponen en riesgo el derecho a la salud y el derecho a la vida cuando observamos el incremento de padecimientos actuales como, por ejemplo, las adicciones sin sustancias como efecto de las gratificaciones instantáneas ofrecidas por las tramas de los consumos culturales interactivos.

La potencialidad expresiva de la simulación virtual hace posible el derecho a la comunicación a través de otras narrativas, sobre todo enriquece el derecho a la participación en primera persona. Sin embargo, si las propuestas de juego tienen que ver con tramas vinculadas a la guerra y la lógica de la competencia, y todo esto es habitado en la simulación virtual a través de avatares, ese daño provocado a través de avatares no tiene registro del dolor. Fuera de la vida digital, la vida orgánica es frágil, vulnerable, limitada y sensible. Las estrategias de crueldad imbricadas en las tramas de los juegos no generan daño alguno sobre la sensibilidad de los avatares que pueden conseguir recargar la energía, obtener más poderes, ganar o comprar más vidas. Eso trasladado a la vida off line generaría un incremento de las situaciones de violencia y la pérdida de empatía porque se instalaría como normal y como sensorium de época, un horizonte de vida infinita, sin límites y sin dolor. Una tendencia a la desensibilización y automatización vinculada a la velocidad, la instantaneidad y la acción- reacción, nos demanda pensar desde nuestras prácticas colectivas cotidianas cómo ampliar horizontes sensibles que puedan registrar la vulnerabilidad, la fragilidad, los límites propios y de los otros. Poder establecer diferenciaciones entre la vida orgánica física territorial y la simulación virtual nos habilitaría la posibilidad de cuidar la vida, los derechos conseguidos hasta ahora y la democracia como posibilitadora de lazos de socialidad de cooperación de unos con otros.

<sup>2</sup> Recuperado de UN OBB 25 <https://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2FPPRiC.AqhKb7yhsq1kirKQZLK2M58RF%2F5F0bE-G%2BcAAx34gC78FmnmZXGFO6kx0VqQk6dNAzTPSRN:x0myCaUSrDC%2F0d3UDPTV4y05%2B9GME0qMZrb9UPKTXc012>

<sup>3</sup> Recuperado de [https://www2.ohchr.org/CRC.C.GC.16\\_sp.doc](https://www2.ohchr.org/CRC.C.GC.16_sp.doc)

## Referencias

- Agamben, G. (1995). *Homo Sacer I, Homo Sacer II y Estado de Excepción*. Adriana Hidalgo.
- Agamben, G. (2003). *Estado de Excepción*. Adriana Hidalgo.
- Apple. (s.f). *Apple Infinite Loop*. Recuperado de <https://www.apple.com/retail/infinitemloop/>
- Baricco, A. (2019). *The Game: Historias del Mundo Digital Para Jóvenes Aventureros*. Anagrama.
- Betancourt, V. (2004). *La Cumbre mundial sobre la Sociedad de la Información, proceso y debates*. Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC).
- Berradi, F. (2016). *Generación post alfa*. Tinta Limón.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.
- Costa, F. (2017). *Omnes et singulatim en el nuevo orden informacional. Gubernamentalidad algorítmica y vigilancia genética*. *Poliética. Revista de Ética e Filosofía Política* 5(1), 1-22. [https://ficcionalarazon.org/wp-content/uploads/2019/01/omnes\\_et\\_singulatim\\_en\\_el\\_nuevo\\_orden\\_in.pdf](https://ficcionalarazon.org/wp-content/uploads/2019/01/omnes_et_singulatim_en_el_nuevo_orden_in.pdf)
- Deleuze, G. (2015). *Sobre el Poder, cursos sobre Foucault y La subjetivación, cursos sobre Foucault III*. Cactus.
- Deleuze, G. (1991). *Post-scriptum sobre las sociedades de control en G. Deleuze (Ed.), Conversaciones* (pp. 277-282) Editorial Nordan.
- Di Palma, C. (2017). *Interpelación y reconocimiento de la cultura mediática en la convergencia digital pública infantil: nuevos sentidos político-estratégicos del campo Comunicación/Educación para ampliar horizontes de significación en la era de la onda cuadrada*. [Tesis de Maestría para optar al título de Magister en Comunicación y Educación]. EDULP UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/60194>
- Di Palma, C. (2017). *Consumo cultural y recepción mediática*. Investigación comunicación Educación [Diapositiva de PowerPoint]. Gugul. [https://drive.google.com/file/d/1JJ4Ldgt-oDO5uyWVbT\\_aYw9KUT7\\_OANr/view](https://drive.google.com/file/d/1JJ4Ldgt-oDO5uyWVbT_aYw9KUT7_OANr/view)
- Di Palma, C. (2020). *Youtubers: Mi Vida en Primer y Segundo Plano en R. Longhi, A. Lovato & A. Giffreu (Eds.), Narrativas Complexas* (pp. 109-138). Editorial UNR. [https://www.academia.edu/42953670/Narrativas\\_Complexas](https://www.academia.edu/42953670/Narrativas_Complexas)
- Di Palma, C. (2020). *PKPK Convergencia digital, Investigación 2020*. Recuperado de [https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ZB88EAN\\_3-GkE-TuUewALdQ7x5UPBhXyJ](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1ZB88EAN_3-GkE-TuUewALdQ7x5UPBhXyJ)
- Di Palma C. (2020). *Análisis Investigación 2020. Consumos culturales interactivos*. Academia de c a - chorros. Recuperado de <https://docs.google.com/document/d/1i5Q6xPeqDEVr98HuAGVcX28N-QBOSXFCd3pwcp-Z9WNQ/edit#heading=h.24566dgy3glq>
- Di Palma, C. (2021). *Derecho al juego digital: usos y apropiaciones de consumos culturales interactivos de las infancias actuales*. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (130). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi130.4894>
- Espitia, U. & Valderrama, C. (2009). *Hacia una apertura política del campo comunicación-educación*. *Revista Nómadas*, (30), 164-179. <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n30/n30a13.pdf>
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio y población*. Fondo de Cultura Económica.
- Fundación Vía Libre (s.f) *Publicaciones*. Recuperado de <https://www.vialibre.org.ar/publicaciones/>
- Haraway, D. (2016) *Manifiesto Cyborg*. *El sueño irónico de un lenguaje común para las mujeres en el circuito integrado*. Puente aéreo.

- Huergo, J. (2013). El reconocimiento del universo vocabular y la prealimentación de las acciones estratégicas. Centro de Comunicación y Educación de la UNLP.
- Huergo, J. (2008). La relevancia formativa de las pantallas. *Comunicar*, 15(30), 73-77. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/29447>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los Medios de comunicación*. Paidós.
- Marazzi, C. (2014). *Capital y lenguaje. Hacia el modelo de las finanzas*. Tinta limón.
- Martín-Barbero, J. (2002) *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. *Diálogos de la Comunicación*, 64, 9-24.
- Martín-Barbero, J. (2013). *Saberes hoy: Diseminaciones, competencias y transversalidades*. *Revista Iberoamericana de Educación*, 32, 17-34. <https://rieoei.org/historico/documentos/rie32a01.pdf>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los Medios a las mediaciones*. Editorial Norma.
- Martín-Barbero, J. (2017). *Jóvenes. Entre el palimpsesto y el hipertexto*. Biblioteca de infancia y juventud.
- Novomisky, S. (2020). *La marca de la convergencia. Medios, tecnologías y educación*. [Tesis doctoral para optar al título de Doctor en Comunicación]. Editorial de Periodismo y Comunicación (EPC), Universidad Nacional de La Plata.
- Salviolo, C. & Di Palma, C. (2022). Discursive interpellation, metadata and algorithmic combinations in digital interfaces: new strategic political meanings for thinking about public digital convergence and new rights of children. *French Journal for Media Research*, (16). <https://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=2158>
- Scott, L. (2005). *Crítica de la información*. Amorrortu.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Srnick, N. (2020). *Capitalismo de Plataformas*. Caja Negra.
- Sadin, E. (2020) *La siliconización del mundo*. Caja Negra.