



Universidad Rey Juan Carlos
Facultad de Ciencias de la Comunicación

TESIS DOCTORAL

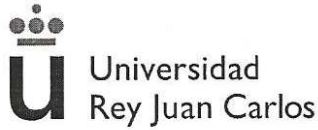
Club Penguin de Disney:

**Los nuevos modos de construcción social de la infancia a
través de plataformas masivas multijugador en línea**

Presentado por:
Sergio Alvarado Vivas

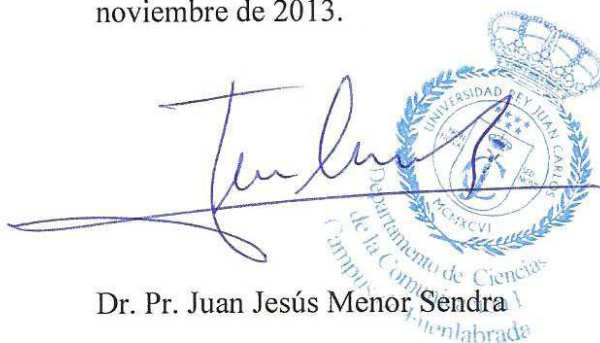
Dirigido por:
Prof. Dr. Juan Jesús Menor Sendra

Madrid, 2013



Dr. Pr. Juan Jesús Menor Sendra, Doctor en Sociología de la Universidad Complutense de Madrid y Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, como director de la Tesis Doctoral **“Club Penguin de Disney: Los nuevos modos de construcción social de la infancia a través de plataformas masivas multijugador en línea”** realizada por el doctorando Sergio Alvarado Vivas, hace constar que dando cumplimiento a la normativa vigente que regula la obtención de título de Doctor, esta tesis reúne los requisitos necesarios para su defensa y aprobación.

Para que conste y surta los efectos oportunos se firma en Fuenlabrada, a 13 de noviembre de 2013.



Dr. Pr. Juan Jesús Menor Sendra

Agradecimientos

Quisiera agradecer en primer lugar a mi director de tesis Prof. Dr. Juan Jesús Menor Sendra por todo el apoyo brindado en las altas y bajas durante todo este tiempo, gracias a él por sus constantes arengas a continuar y no bajar los brazos en este devenir investigativo.

También quiero agradecer a todos mis compañeros y profesores con los que compartí durante la Maestría en Comunicación y Problemas Socioculturales en la URJC, de donde surgieron valiosos lazos de amistad y donde nació la idea incipiente, en aquel tiempo, de embarcarme en esta travesía doctoral.

Le doy gracias sinceras a España, y particularmente a Madrid, porque abrió sus puertas a este bogotano permitiéndome crecer no solo profesionalmente sino también crecer como persona.

Finalmente y como no podría ser de otra manera, le agradezco a mi familia por toda la confianza depositada en mi durante estos años, gracias a mis padres Juancho y Tiva, como los llamo de cariño, a mi hermano Camilo, su esposa Yohana y a mi sobrina Juliana. Agradecimiento infinito a todos ellos porque más allá de la distancia geográfica que tuvimos por varios meses siempre fueron el motor para continuar el periplo en tierras foráneas. Gracias, muchas gracias a todos.

Tabla de contenido

Introducción	11
Capítulo 1: Infancia.....	13
1.1. Recorrido histórico de la infancia	13
1.2. La antigüedad: Antiguo Egipto, apogeo griego y romano	14
1.3. Edad Media.....	20
1.4. Renacimiento	22
1.5. Siglo de las luces	25
1.6. Edad Contemporánea	26
Capítulo 2: La industria de los dibujos animados y el fenómeno Disney.....	36
2.1. El cómic y el cine	36
2.2. Dibujos Animados	38
2.3. ¿Series animadas para adultos o para niños?	41
2.4. Walt Disney Inicios	45
2.5. Disney: El crecimiento de un emporio	47
2.6. La ideología Disney	51
Capítulo 3: Internet y plataformas multijugador	58
3.1. Infancia e internet	58
3.2. Redes Sociales	64
3.3. Massively Multiplayer Online (MMO)	70
3.4. Las plataformas multijugador para niños	74
3.5. Club Penguin, el creciente fenómeno	76
Capítulo 4: Acerca de la cultura	80
4.1. Cultura	80
4.2. Cultura Popular	85
4.3. Industrias Culturales	89
4.4. Construcción social de la realidad	94
Capítulo 5: Presentación y formulación del problema	98
5.1. Descripción y definición del objeto de estudio	98
5.2. Justificación	99

5.3. Objetivos	100
5.3.1. Objetivo General	100
5.3.2. Objetivos Específicos	100
5.4. Hipótesis	101
Capítulo 6: Metodología y resultados	102
6.1. Descripción del contenido web de Club Penguin	107
6.2. Descripción del contenido del MMO Club Penguin	124
6.3. Navegación en Club Penguin	139
6.4. Los usuarios Club Penguin	142
6.5. Los padres de familia	151
Capítulo 7: Conclusiones	159
7.1. Conclusiones post navegación	159
7.2. Conclusiones surgidas de con los usuarios	164
7.3. Conclusiones surgidas de los padres de familia	167
7.4. Conclusión en relación a la hipótesis de investigación	171
7.5. Posibles futuras líneas de investigación	177
Bibliografía	179
Índice de cuadros e imágenes	194
Anexos	196

Introducción

Internet ha proporcionado nuevos modos de comunicarse, lo que ha propiciado el surgimiento de redes sociales de todo tipo donde usuarios de todo el mundo interactúan entre sí intercambiando información y estableciendo lazos de comunicación multimediales. Sin embargo, la exposición de datos e información a través de Internet supone un peligro latente para cualquier tipo de usuario. A consecuencia de ello, colectivos como el infantil puede encontrarse amenazado por ciberacosos o suplantaciones de identidad con fines diversos, pero negativos en todos los casos.

Por consiguiente, la preocupación generalizada en la sociedad por la vulnerabilidad de los niños impulsó el surgimiento de aplicaciones dedicadas exclusivamente al público infantil, entre ellas nacieron plataformas masivas multijugador online (MMO) donde una de sus pioneras sería Club Penguin, que comprada años más tarde por el emporio Disney, marca la pauta en el campo de las MMO como alternativas y espacios que ofrecen seguridad y modos de control por parte de los padres.

Ante esta situación, la presente investigación parte de la hipótesis de que las plataformas MMO (Massively Multiplayer Online) dirigidas a niños, tales como Club Disney propician nuevos modos de construcción social de la realidad, al trasladar a un territorio seguro del ciberespacio, diversas dinámicas y espacios del mundo real, tales como la adquisición de bienes y servicios, la interacción con otros sujetos con fines diversos, el desenvolvimiento en lugares privados y públicos. Sin embargo, esto supone la inducción al público infantil, a su vez, a dinámicas consumistas y materialistas desde

edades tempranas, deformando en parte la idea inicial de territorio seguro y ausente de peligros.

A razón de ello, lo que pretende este estudio de corte eminentemente cualitativo es analizar y evidenciar los nuevos modos de construcción social de la realidad de la infancia a través de la plataforma masiva multijugador en línea (MMO) de Disney, Club Penguin. Y para ello ha sido necesario identificar a qué tipos de interacciones, de herramientas y aplicaciones recurren las plataformas MMO, observando de igual manera, las libertades y los límites que Club Penguin les da a sus usuarios; aspectos que se han investigado desde dos perspectivas: primero desde la experiencia vivencial como un usuario más de la plataforma y en segundo lugar, partiendo de la información suscitada por las versiones oficiales de representantes de Disney.

Pero antes de entrar de lleno a abordar el objeto formal de estudio, es pertinente conocer a manera exploratoria varios aspectos útiles, tales como la historia de la de infancia a lo largo de los principales momentos históricos de la humanidad, el nacimiento la animación y su gran maquinaria encabezada por Disney, el desarrollo de los videojuegos, la cultura de masas, industrias culturales y la revolución comunicativa a raíz del apareamiento de nuevos medios como internet; todo con el fin de recoger insumos valiosos para comprender con mayor claridad que aspectos de la sociedad han influido, propiciado y aportado a lo que hoy observamos como ese neófito fenómeno denominado “plataformas multijugador online para público infantil” que en cabeza de Club Penguin se perfilan como el “second life” para los usuarios infantiles del ciberespacio .

Capítulo 1: Infancia

1.1. Recorrido histórico de la infancia

Para entender y dimensionar la relevancia de la infancia en los tiempos actuales es indispensable mirar su devenir a lo largo de la historia, para de esta manera comprender el por qué de las dinámicas de nuestros tiempos, donde los niños cada día son trasladados al territorio de lo seguro y de la protección de peligros latentes en sus entornos.

Sin embargo, si se revisa la historia con detenimiento nos podemos percatar de la escasa información que existe sobre la niñez, la infancia y su importancia en los fenómenos sociales. No obstante, esto no debe ser un impedimento para poder identificar rasgos significativos y varias de las características de lo concebido con relación a la infancia en las épocas más representativas de las civilizaciones de la raza humana.

Al iniciar la exploración de la historia de la niñez podemos encontrarnos con dos grandes postulados opuestos entre sí, por un lado está Philippe Ariès (1962) con su obra *Siglos de Infancia*, quien entiende al niño tradicional de antaño como un sujeto feliz al tener más libertades de mezclarse con personas de diferentes clases sociales, situación que se vio truncada en el momento de la venida de la modernidad, ya que esta época, a su manera de ver, generó una serie de privaciones, limitaciones, prohibiciones y cercamientos que hicieron del niño un individuo sometido y condicionado a dictámenes

provenientes de esferas privadas y públicas. Por ende, Aries afirma la no existencia de un concepto como tal de infancia en la premodernidad, cuyo origen real se daría en el siglo XV con la llegada de la modernidad.

Por otro lado, encontramos al norteamericano Lloyd deMause (1991) quien, reitero, contrario a Ariès, establece que entre más antiguo sea el punto cronológico que observemos, menor será el nivel de la arte de la crianza de los niños y mayor la cantidad de flagelos sufridos, tales como violencia física o los abusos sexuales. Añadiendo como punto débil de la historia tradicional, el escaso interés mostrado por ahondar en estudios de acontecimientos privados, tales como la familia y sus maneras de desarrollarse en cada uno de los momentos históricos de la humanidad, proponiendo a su vez, la importancia de conocer toda esa atmósfera privada con el fin de comprender cómo cada una de las generaciones crean determinadas problemáticas que posteriormente son proyectadas en la vida pública.

Así pues, DeMause junto a otros investigadores del tema que él mismo recopila, nos dan algunos visos de cómo fue el devenir histórico y la relación de la niñez con la sociedad particular de cada una de las épocas, insumos que sumándolos a los aportes de Philippe Ariès, y de otros autores que tratan el tema, dilucidan aspectos fundamentales en relación al niño y su papel en la sociedad.

1.2. La antigüedad: Antiguo Egipto, apogeo griego y romano

Por aquella época los grandes imperios como el egipcio (2500 A.C.) en materia de infancia eran muy ignotos, por lo que se daban una serie de contradicciones a razón

de ser un tema que en su momento era escasamente explorado. Por una parte cumplían importantes papeles en ritos y actividades religiosas, pero a su vez, se daban situaciones contrarias donde las madres egipcias creían todo un honor el sacrificar a sus hijos a los cocodrilos del Nilo, ya que esto significaba tener contenta a esa deidad (Sobek), caso que se solía replicar con otros de los innumerables dioses que por ese entonces tenían.

A razón de lo neófito del tema, era muy relativa la manera que se diferenciaba a un adulto de un niño, casos como el de la antigua Mesopotamia, donde como nos describe Buenaventura (1998), las niñas eran consideradas adultas a los doce años pese a seguir bajo la supervisión de parientes, mientras que los niños gozaban del “privilegio” de ser considerados adulto a los catorce años y poderse emancipar si era voluntad de ellos hacerlo. Por ello, era habitual encarcelar tanto adulto como niños por temas de impuestos y deudas, ya que los infantes adquirían responsabilidades a tempranas edades y eran tratados bajo la ley como cualquier otro habitante.

En materia de literatura, las historias que se referían a niños tocaban temas como el abandono, aquellos relatos narraban las penurias y desventuras de chicos que abandonados en bosques o lugares alejados de sus hogares se debían enfrentar a toda una serie de situaciones dramáticas y llenas de dificultades, aquellos infantes serían reseñados a lo largo de la historia como “expósitos”.

No obstante, también existieron relatos de sobrevivientes como el del famoso Moisés, quien fue abandonado a su suerte en las corrientes del Nilo para evitar su asesinato a manos de los egipcios; historia similar a la que vivió Jesucristo ante la orden de Herodes de asesinar a todos los recién nacidos, estas y muchas otras reflejaban la

constante lucha por el poder, especialmente por parte de las familias reales, donde situaciones de este tipo eran frecuentes con el fin de prolongarse en el poder y/o evitar la subida al trono de descendientes o personajes referentes del pueblo.

Esta constante relacionada al abandono en mitologías como la romana son evidentes; no hace falta irse muy lejos para poner en evidencia relatos como el de los niños gemelos Rómulo y Remo, los legendarios fundadores que sobrevivieron amantados de una loba, que fueron abandonados por su madre para evitar que su esposo el rey Amulio se enterase de su infidelidad. Por su parte, cosmogonías como la griega tocaban los temas de abandono de niños de forma recurrentes, donde los errores, dejaciones y errores de los humanos eran justificados por sus dioses, así que si sus grandes deidades devoraban niños (tal como lo hizo Neptuno con sus hijos a excepción de Zeus o Júpiter) para conservar su trono, porque no ha de justificarse el abandonar en frondosos bosques a los niños que en algún momento dado podían representar una carga.

Sumado a esto, los griegos reforzaban la poca relevancia de la niñez en cada uno de sus relatos, especialmente al basar buena parte de sus historias en héroes adultos que no eran educados por un padre sino por centauros del bosque, como el personaje Aquiles quien desde muy niño intentaba tomar vinos y licores para intentar demostrar su “madurez” como hombre (Buenaventura, 1998). Así pues, la mitología griega parecía insistir en la superación rápida de la infancia para llegar al apogeo de la juventud.

Todo esto resulta paradójico más si tenemos en cuenta que en los siglos V y VI antes de Cristo los griegos vieron como su emblemática ciudad de Atenas vivía una

época de oro, donde vivieron los puntos más culminantes de su civilización, lo que se tradujo en que la metrópoli se convirtiera en un centro cultural y arquitectónico de referencia, trascendencia que se reflejaría incluso en los tiempos modernos.

Pese a ello, esto no se reflejaba en la infancia, ya que los griegos no parecieron estar muy preocupados por lo que conocemos en la actualidad como niñez, de hecho todo apunta a una ausencia casi total de un término o algún tipo de clasificación clara que permitiese establecer una frontera entre el adulto y el infante. Para no ir muy lejos sólo basta con mirar de manera general la representación artística del colectivo infantil para darnos cuenta de su casi nula presencia.

Sin embargo, los griegos inmersos en su crecimiento cultural y en el conocimiento de diversas áreas crean un concepto en relación a la escuela y la educación que apunta hacia una concepción de niño, donde el hombre en desarrollo es un ser que debe ser educado para que a la postre cuenten con el poder de la palabra y conciba la importancia del tiempo libre como un espacio para pensar y aprender. Incluso, el propio Platón en una de sus importantes obras titulada “Las Leyes” afirma la necesidad de las madres de prepararse de maneras adecuadas para el parto a lo largo de toda la etapa de gestación, lo que denotaba una preocupación expresa por la maternidad y lo que ello implicaba, pero que a la luz de los hechos no se aplicaba de una manera efectiva.

Platón en medio de sus discernimientos, logró aproximarse de una manera asertiva a lo que se conoce hoy por hoy como niñez. Para él los infantes son tiernos, blandos, abiertos al aprendizaje, fáciles de persuadir, liberales y humildes, lo que quiere

decir que los niños son poseedores de muchas virtudes y escasos vicios (Huarte de San Juan en Buenaventura, 1998). Dado que uno de los principales intereses de referentes de la época como Sócrates, Platón y Aristóteles era el de estudiar la naturaleza humana, encontrarían en lo desarrollado por Hipócrates (para muchos el padre de la medicina) una clasificación de diferentes etapas de la vida, donde el lapso como bebé iba de cero a siete años y la niñez comprendía de los siete a los catorce años; un gran aporte si se tiene en cuenta que esta clasificación se usaría hasta bien entrado el Medioevo (Buenaventura, 1998).

Ante este panorama, sería en manos de los romanos donde comenzarían a profundizarse y ahondarse en conceptos de infancia, dando más presencia en su arte al niño en desarrollo y dando pie a la aparición de conceptos como el del pudor, donde el adulto encubre elementos y conocimiento al que se desarrolla, situación que va cambiando en la medida que el infante va creciendo física y mentalmente.

La época romana que comprende desde el 250 AC hasta principios del siglo V, donde como describen Richard Lyman Jr. (En deMause, 1991), también marca una entrada muy fuerte de las religiones en relación a la fecundidad y la niñez, las cuales comenzaron a aportar una serie de aspectos en principio positivos a lo que concernía a la vida privada, tales como la tolerancia y el aprovechamiento de la infancia como parte relevante la familiar.

Al igual que los griegos, la gran y extensa presencia de deidades en la cultura romana era indiscutible, existían entes divinos para todos, incluso para los niños, a los que se les “asignaban” genios o ángeles quienes eran los protectores no sólo en el

nacimiento del bebé sino a lo largo de la infancia de sus facultades tanto intelectuales como físicas.

Sin embargo, a su vez surgen una serie de leyes (el emblemático derecho romano) que si bien no inducen a conductas crueles sobre los niños, no son del todo cumplidas a cabalidad y se reinterpretan a conveniencia especialmente en materia de educación y formación religiosa; tal es la situación que prácticas como el castigo físico es tolerado en ciertas proporciones por las comunidades cristianas, lo que con el tiempo degeneraría en acciones como el abandono y el infanticidio, e incluso el aborto, no obstante la iglesia intentaría luchar contra estos agravios presionando la creación de leyes que limitaran tales acciones.

Pedagógicamente en la Roma de aquellos tiempos, el niño como tal no existe, ya que se concibe el término de alumno como aquel que ha de ser transformado a adulto lo más rápido posible, haciendo especial énfasis en evitar una experiencia poca satisfactoria en su proceso educativo que conlleve a un distanciamiento del campo intelectual, por ello se intentaba evitar que los flagelos durante el aprendizaje se redujeran para evitar que el alumnado engendrara el odio hacia la educación.

Un hecho fundamental en el devenir de la historia de la infancia está marcada por la llegada del cristianismo, ya que en principio venía dotada de discursos que apuntaban a nuevos aires donde la igualdad de todos ante la mirada de un mismo Dios, más allá de factores de género, edades o precedencia. La vida pública de Jesucristo defendía a los niños en especial, además del nuevo mandamiento de “amaros los unos a los otros como yo los he amado” (Buenaventura, 1998).

Si bien la iglesia trataba de officiar como ente regulador, lo que es cierto, es que la venida de la era cristiana no supuso una mejora real en el bienestar de los niños ya que el tema de los abusos pese a las legislaciones estuvieron siempre presentes, donde el castigo con mesura que predicaba la iglesia no era siempre cumplido por los padres de familia, quienes al contrario transgredían las escasas protecciones legislativas que por la época existían para la protección de los niños.

1.3. Edad Media

Seguida al esplendor de la época romana llegaría la Edad Media, donde en general los intentos de representar la infancia eran muy escasos, no por dificultades o faltas de capacidad sino por el simple hecho de que los niños no tenían un espacio claro en el arte ni en las diferentes formas de representación de aquella época. Phillippe Ariès da cuenta de ello, al poner como ejemplo pinturas donde los protagonistas son evidentemente los niños; escenas provenientes de los evangelios como la de Jesús pidiendo que los niños se acerquen a él, son representadas en aquellos años como hombres pequeños, de menor talla que Jesucristo pero sin ningún rasgo visible de niño.

Representaciones como la de bebés con rasgos y musculaturas propias de un adulto, dan cuenta de un creciente sentido de la infancia y su papel, no obstante, apenas si se pueden diferenciar por su estatura lo que pareciese dar más una impresión de hombres de proporciones reducidas que la de un infante participando de alguna acción o suceso trascendente.

Coincidiendo con Ariès, es evidente que la sociedad medieval no perdía demasiado tiempo en la imagen de infancia, lo que puede traducirse en terrenos más cotidianos de la época, donde todo apunta a que la infancia se trataba más de una época de transición donde más allá de recibir educación no resultaba ser una etapa muy relevante para la sociedad.

Sin embargo, Ariès nos habla de un progresivo cambio de esta situación en el siglo XIII, cuando empiezan a aparecer representaciones más ceñidas a lo que se concibe en la actualidad como infancia. Uno de los más evidentes es “El ángel de Reims” una estatua ubicada en la Catedral francesa de Reims, que con detalles más suaves, un poco afeminados transmite un aire más de niñez o pubertad que la de un ángel fuerte y/o recio.

En esta progresiva inclusión del niño en las representaciones, el modelo del niño Jesús se convertiría en uno de los más fuertes precursores al portar el gran respaldo de la religión católica, que lo sostenía aún más con la figura de la Virgen María y el misterio de su concepción. Al igual que otras representaciones, en un principio el niño Jesús era plasmado como un pequeño hombrecito, pero su evolución en los Siglos XII y XIII comienza a dar un giro y a transmitir un aire de niñez al fraternizar fuertemente con su madre María.

Enmarcado en el terreno de lo celestial, la imagen del niño comienza a abrirse paso, tomando lugar incluso como una alegoría al alma, refiriéndose al principio y fin de la vida mediante la presencia de entes sobrenaturales que como pequeños niños semidesnudos (que solían ser asexuados) simbolizan el alfa y omega de una vida

terrenal. Así pues, es gracias a la concepción de maternidad y ternura de María que la niñez comienza a ocupar un lugar en el campo del arte, lo que inevitablemente comienza a recalar en la sociedad del Medioevo.

Desafortunadamente, esta progresiva y lenta inclusión de la niñez en la cultura y en las representaciones marcó al Medioevo como una época de abandono de la niñez. Mary Martin McLaughlin en (En deMause, 1991) nos describe el crudo panorama entre el siglo IX y el XIII donde la desatención a la infancia continúa, quienes se veían obligados a servir a otras familias oficiando como servidumbre, todo como parte de una costumbre asumida en aquellos años. Sumado a esto, prácticas como el infanticidio eran toleradas, donde se daba que mujeres trabajaran como criadas de niños ajenos, habiendo atentado a la vida de los propios.

En materia educativa a los niños se le privaría de educación física, a razón de la concepción de dar sólo castigo y disciplina al cuerpo como manera de escarmiento a quienes desobedecieran los dictámenes estipulados, una situación que sería reforzada constantemente por la religión, la cual en vez de otorgar aspectos alusivos al perdón y compasión, se centraría en una postura recriminatoria hacia los niños y su conducta, aunque intentando borrar la concepción de los infantes como un objeto de propiedad de los padres.

1.4. Renacimiento

Luego de varios siglos, la llegada del renacimiento (Siglo XIV) se continuará con la evolución de las representaciones de los niños, Ariès (1962) destaca en especial

lo que a temas de religión se refiere, enfocándose primordialmente en cómo los artistas de aquel tiempo resaltan detalles alusivos a la ingenuidad, a la gracia, al juego, a la sensibilidad propias de un niño que busca regazo en los cálidos brazos de su madre.

Todo esto llevó a que la escena de la Virgen María y el niño Jesús comenzara a trascender como una escena real, propia de una situación cotidiana y que se replicaría en otras figuras religiosas tales como la infancia de Juan Evangelista, donde las nociones maternidad e infancia se harían más y más sólidas. No obstante, esta reiterada representación de impúberes estrechamente relacionados con lo divino y religioso empezaría a trascender en el terreno laico en los siglos XV y XVI (Ariès, 1962).

Así pues, comienza a haber cabida para representaciones de escenas costumbristas, cotidianas donde los niños comienzan a ser parte de todo tipo de situaciones, entornos y sucesos. No se trataba de un protagonismo repentino de la infancia, pero sí de unos primeros pasos donde los niños figuraban como actores secundarios, pintorescos o complementarios.

Ante este panorama artístico, lo que es cierto es que la brecha entre lo representado y lo real aún era muy grande, ya que la época renacentista traería consigo nuevas complicaciones para la infancia, y es que por aquella época el niño es visto como un sujeto rebelde, donde se recurren a castigos físicos y psíquicos para la “corrección” de sus conductas inapropiadas, sufriendo todo tipo de torturas propias de un delincuente o preso de la peor calaña.

La iglesia, por su parte, transmitía un proceder que consistía en la mujer como el eje de la educación de los niños y el padre como aquella figura encargada de realizar correctivos, lo que se trasladaría más tarde a el ámbito escolar (James Bruce Ross en DeMause, 1991), donde los niños se encontraban bajo presión y confusión a razón de la poca estabilidad familiar, generada por las enfermedades (peste negra) y la constante competencia de afecto con otros miembros de la familia (que podían ser hermanos, hermanastros, etc.).

Ante esta cruda perspectiva, era difícil que un padre o madre se apegara en demasía a sus hijos, si tenemos en cuenta las altas tasas de mortandad y que los núcleos familiares se encontraban disgregados a razón de las decadentes condiciones de vida y bienestar que por aquellos años se tenían (viudez y enfermedad), donde básicamente los niños eran educados para la adversidad y asumir el agresivo entorno donde debían de desenvolverse para sobrevivir; ya que la indiferencia misma ante su eventual deceso era tan alto, que las más frecuentes representaciones infantiles en las piezas artísticas eran las del niño “capaz” de ser superviviente y de traspasar esa etapa de crecimiento en la cual no tenía una participación real en la sociedad.

A pesar de todo esto, al final del renacimiento (Siglo XVII), comienzan a conformarse mayores sentidos de infancia, dándole cabida a representaciones como los retratos y pinturas familiares, eso sin dejar a un lado su fuerte influencia medieval donde aquellos pequeñitos entes asexuados y semidesnudos que representaban el alma, repercutieron en los retratos y representaciones en general de los niños, a quienes en su mayoría se les ponía con escasos ropajes como parte de una pose y una idea

preconcebida del niño (una convención estricta) que poco a poco se va convirtiendo en el protagonista de cada una de las composiciones artísticas.

1.5. Siglo de las luces

Con la llegada de la ilustración o siglo de las luces (Siglo XVIII) inicia lo que en palabras de Ariès sería el descubrimiento de la infancia. Se empiezan a emplear sobrenombres y/o maneras diferentes para referirse a los niños, llámese chiquillo, nene o chaval (por poner ejemplos en nuestro idioma español), lo que en los ámbitos privados (familiares) comenzaron a ser muy usados, promovidos por las nodrizas quienes eran las que tenían bajo su cuidado la mayor parte del tiempo a los infantes.

Podría decirse que por aquella época se empieza a consolidar una jerga de la infancia, que se refleja en obras literarias del momento tales como la “Divina Comedia” donde además de la terminología parece arrojar un sentimiento de interés por la infancia y los factores que se viven en esa etapa del desarrollo humano. Luego de contados casos antes de la época de la ilustración, se da un panorama opuesto, donde las referencias a la infancia son mucho mayores, aunque aún sin dar demasiadas precisiones en lo que respecta a las diferencias entre adolescencia y niñez.

Así pues, se comienzan a interesarse en los perfiles psicológicos de la niñez, lo que les llevaría a formular que aquel sujeto no era más que un adulto incompleto por lo que era necesario realizarle correctivos y duros sometimientos que los llevara a ser “disciplinados” tal como un adulto. Para el infortunio de la niñez de aquella época, los

abusos sexuales no disminuyeron, lo que sumado a la presión psíquica bajo la cual se encontraban, los llevó a estar sumidos en un estado de incertidumbre y temor constante.

Sin embargo, tal como expresa John Walzer (deMause, 1991) el panorama en la sociedad norteamericana parece ir mostrando ligeras variaciones en relación a lo acontecido en Europa. Si bien, se mantienen las costumbres de mandar a los niños al cuidado de amas de cría, también empiezan a surgir guarderías y los padres asumen con mayor valor el hecho de tener un hijo y el apego hacia su descendencia es mucho mayor, quizás en gran parte, gracias a una fuerte influencia cristiana, quienes proyectaban una concepción del niño como la continuación y semilla del futuro linaje de cada familia, concepción que sería constante en los padres incluso cuando sus hijos alcanzaban edades adultas, lo que propiciaría los sentimientos de emancipación por parte de los jóvenes para evitar apegos excesivos de sus progenitores.

1.6. Edad Contemporánea

Uno de los fenómenos más fuertes durante aquellos años (siglo XIX) donde se vio reflejado todo el panorama de la sociedad fue en la literatura. Gracias a la invención de la imprenta varios siglos atrás, más exactamente en 1450 por Gutenberg, comenzaría un progresivo incremento en la difusión de escritos de toda clase. Dicha situación con el pasar de los siglos llevaría a despertar el interés por parte de diversos autores europeos por recolectar y consignar de manera escrita muchos de los relatos populares, que llevarían a la niñez a verse cada vez más participe de este tipo de historias.

Coincidiendo por lo dicho por Manila & Santos (1990), son las formas lúdicas y los juegos los que nos introducen en nuestra cultura, por ello, los cuentos se constituyen en una forma de conocer el mundo mientras se fantasea y sueña con el relato, sin temor a escuchar contenidos altamente manipulados por otros actores (historiadores, gobernantes), puesto que la tradición oral marcaba en cada territorio la forma más efectiva, hasta entonces, de preservar su cultura local y su memoria histórica. Es pues sólo hasta el siglo XVIII cuando se puede hablar de literatura infantil, tal como nos exponen Jiménez, García & Maroto (1999), quienes afirman que los importantes aportes de Locke, Rousseau y Herder aportarían nuevas miradas hacia la infancia cambiando la percepción del niño como un ser falto de habilidades y poco útil, y reforzaría la idea por recuperar cultura de los territorios.

De esta manera se comienzan a mover unas fuertes corrientes por el territorio europeo, empeñadas en recuperar y preservar el “Folklore” (término acuñado por William John Thoms en 1846 que se refiere al saber popular) que comenzarían a dar sus frutos en el campo de la literatura para niños gracias al francés Perrault, quien sería uno de los primeros en publicar un libro de cuentos y relatos populares dirigidos a público infantil (*Cuentos de mamá Oca* 1697) y que curiosamente pese a no ser en principio dirigida a ese tipo de lectores, serían los que responderían de mejor manera a aquellas historias inmersas en fantasías y aventuras (Jiménez, García & Maroto, 1999).

Tendría que pasar cerca de un siglo para que corrientes románticas como la de los hermanos Grimm hicieran su aparición en la literatura germana, publicaciones que fueron grandes aportes a lo que a la postre sería la literatura infantil de referencia en gran parte del mundo occidental. Si bien, en principio estas fabulas no se dirigían a

niños, ya que se trataba de una recopilación de relatos transmitidos oralmente durante muchos años, y las cuales conservaban muchas de las cargas eróticas, sexuales y violentas, con el pasar de los años a razón de su creciente éxito fueron modificándose y matizándose con el fin de llegar a públicos como el infantil.

La mezcla entre fantasía y realidad de estos cuentos permitían entrever situaciones latentes en la sociedad de aquellos años. Abandono de los niños, roles de los miembros de la familia, jerarquías y en general toda una serie de comportamientos alrededor de la infancia y factores que influían inevitablemente en su desarrollo.

Asimismo, Buenaventura (1998) nos expone cómo este fenómeno se replica en diferentes latitudes; uno de los más referentes y conocidos por todos son las novelas de Charles Dickens, que arroja datos sobre la vida infantil por aquellos años, en medio de metáforas y relatos autobiográficos. Una de sus obras más famosas, “*Oliver Twist*”, retrata un escenario posible de la niñez de aquella época, donde abandonado aparentemente por sus padres y recluido en un orfanato, se ve forzado a escapar y a ser sometido posteriormente a explotación por parte de personajes malvados que lo utilizan para robar y hurtar a la gente sus pertenencias, situación que es sobrellevada valientemente por el niño, que movido por su fuerte deseo de conocer sus orígenes y sus padres biológicos, sortea toda una serie de peligros y peripecias propias de un gran aventurero.

“*Oliver Twist*” tendría una gran acogida en Inglaterra, a razón de ser la primera novela que ponía como protagonista a un niño en medio de las condiciones sociales más precarias que se podían encontrar por ese entonces en la isla británica. Sin embargo, hay

otra obra del mismo Dickens que aporta más insumos acerca de la infancia de aquella sociedad, “David Copperfield” su obra más autobiográfica, donde se escenifica las condiciones de parto más usuales, las maneras de crianza, las fracturas de los núcleos familiares (viudez y la aparición de las figuras sustitutas como los padrastros), la orfandad y la incidencia de las creencias populares en los infantes (tales como el nacer a la media noche, lo que se consideraba de mal agüero).

Pero el movimiento literato no fue algo aislado, ya que sin lugar a dudas lo ocurrido en Europa, más exactamente en Francia aquel julio de 1789 fue el detonante de toda una revolución que caló en ese país y a la postre en todo occidente, difundiendo la declaración los derechos del hombre y del ciudadano, que se traduciría en sentimientos de libertad igualdad y fraternidad que ineludiblemente comenzarían a repercutir en la niñez y su situación.

Así que el siglo XVIII por consiguiente se vio influenciado por todo ese movimiento que vendría a consolidarse de una manera decidida en la edad contemporánea (Siglo XIX), donde el duro devenir de la niñez no cesó, a razón de las situaciones dadas en los procesos de colonización, revoluciones y por tanto de guerras, lo que llevaría a la infancia a verse inevitablemente inmiscuida.

Sumado a esto, la llegada y posicionamiento del capitalismo y las grandes bancas e industrias lleva a un panorama dividido, por un lado el de las familias del campo que reticentes a los cambios de la sociedad conservan las condiciones de vida de los siglos pasados mientras que por otra parte, se encuentran las familias que viven en

zonas industriales y viven cada uno de los cambios socioeconómicos de manera muy cercana.

Como bien nos ilustra Buenaventura (1998), en materia científica el siglo XX inicia una acelerada carrera para conocer el mundo infantil, partiendo de la psicología y la pedagogía, todo bajo investigaciones experimentales que permitieron avanzar en temas como la educación especial para niños con algún tipo de deficiencia mental, escuelas al aire libre, boyas scouts, gimnasia y actividades complementarias a la actividad académica. Así pues todas estas áreas y modalidades mencionadas respondieron a lo que se denominó paidología, la cual se dedica exclusivamente al estudio del niño y que fue acuñada por Oscar Chrisman al publicar en 1896 sus primeros estudios experimentales con la infancia.

Otros decisivos aportes fueron los hechos por Montessori y Decroly, quienes en principio se enfocaron en la educación a niños especiales, pero a la postre se replicaría en ámbitos de la enseñanza tradicional, partiendo de la concepción de Escuela Nueva, donde un niño bajo determinadas condiciones, tales como la libertad y el respeto, le van a permitir desarrollarse satisfactoriamente y proyectar todo el potencial de su personalidad (Buenaventura, 1998).

Otro aporte fundamental al conocimiento del niño, fue lo realizado por Freud, quien se enfocó en el desarrollo de la personalidad del infante a lo largo de varias etapas. Como lo explica Buenaventura (1998), su concepción de infancia (la de Freud) apuntó a la de un ser sometido y presionado por conflictos internos y externos pero que dado su escaso poder de expresión, se vuelve un sujeto incapaz de defenderse que se ve

rodeado de dificultades similares a las de un adulto, una mirada completamente contraria a la del ser angelical y enaltecido incluso a grados de divinidad en el campo religioso.

A consecuencia de ello Freud como abanderado del psicoanálisis hizo hincapié en la importancia de las primeras relaciones afectivas del niño, ya que esto marcará en gran medida su desarrollo individual, su forma de relacionarse con los demás e incluso su salud a posteriori. Con ello, despertó la preocupación de aquellas primeras etapas de los infantes y cómo sus padres y/o tutores propiciaban o no un desarrollo satisfactorio de los pequeños (Buenaventura, 1998).

Por otra parte, a razón de los grandes acontecimientos bélicos de la primera mitad del siglo XX, el niño empezó a ser visto como una mano de obra barata y un nicho a explotar con fines particulares, donde a razón de las dos guerras mundiales la niñez fue un foco de explotación en diversas áreas, especialmente en los bandos soviéticos y alemanes como manera de suplir la ausencia de infantería suficiente para las confrontaciones territoriales.

Sin embargo, la postguerra comenzaría a ser el principio de un cambio trascendental con respecto a la infancia, ya que a razón de la gran barbarie dada en Europa por los acontecimientos bélicos, se daría cabida a la protección de la infancia con la declaración de los derechos del niño en 1959, donde en una carta magna se consignó una serie de lineamientos a cumplir en el mundo entero más allá de la raza, etnia, nacionalidad, religión o estatus económico.

En aquella carta se destacaron derechos tales como el derecho a una nacionalidad, a un nombre, a seguridad social, a recibir afecto y amparo, a recibir educación, a no ser abandonados, entre otros. Dictámenes que hasta hoy en día se defienden y se tratan de hacer cumplir a cabalidad con tal de permitirles a los niños alcanzar y preservar un bienestar y unas condiciones de vida adecuadas.

La postguerra a su vez dio pie a fenómenos bien conocidos como el “baby boom”, dado en varios de los países implicados en las dos guerras mundiales y que entre los años 1946 y 1960 supuso una notable explosión de natalidad luego de la vuelta a la vida civil de muchos de los combatientes que estuvieron en la prolongada confrontación bélica. Estados Unidos e Inglaterra serían los países que mostrarían mayores incrementos en su densidad demográfica (Abellán & Rodríguez, 2004), dicha situación llevo a la concepción y la necesidad de ayudar a la familia en la crianza de los niños comenzaría a tomar un valor mucho mayor a otras épocas.

Como ya hemos repasado a lo largo de los siglos, la infancia ha sido víctima de sinnúmeros de flagelos, pasando por el abuso sexual, trabajo forzado, abandono, maltrato e incluso llegando a niveles extremos tales como el infanticidio. Así pues, en la segunda mitad del siglo XX con el aparecimiento de marcos legales y de derechos mínimos a los que un niño debe tener acceso para su libre desarrollo, se empezaron a controlar y a denunciar con mayor vehemencia casos de vulneración a la infancia.

Este progresivo cambio hacia los temas de infancia comenzó a darse gracias a una serie de sucesos acaecidos en el siglo XX que vale la pena reseñar. Tal como nos describe Unicef (2005), en 1919 la inglesa Eglantyne Jebb, promovió la creación de un

plan de asistencia a niños vulnerados por aquellos años de grandes conflictos bélicos, dicho proyecto se denominó “Save the children fund” y sería el primer paso de lo que más tarde se convertiría en la Unión Internacional de Protección de la Infancia radicada en Suiza.

Años más tarde, más exactamente en 1924, sería la ya mencionada Unión Internacional de la Infancia, la que redactaría la declaración acerca de los derechos del niño:

La Declaración establece que el niño tiene derecho al desarrollo material, moral y espiritual; a recibir ayuda especial cuando está hambriento, enfermo, discapacitado o huérfano; a que se le socorra en primer lugar en situaciones graves; a quedar exento de cualquier explotación económica y a recibir una educación que le inculque un cierto sentido de responsabilidad social. (Unicef, 2005)

Otro gran momento de la infancia, se da gracias a la célebre aprobación de la Declaración Universal de Derechos Humanos por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948, en aquel documento se menciona al niño “como poseedor de derecho a cuidados y asistencia especiales” (Unicef, 2005). Seguido a esto, una década más tarde en 1959 (Como ya se señaló en párrafos anteriores) sería el turno para la aprobación de la Declaración sobre los derechos del Niño, donde se daría cabida a derechos fundamentales como el de tener nombre, nacionalidad, a no ser discriminado, a tener acceso a la salud y a la educación.

Posterior a estos hechos, 1979 se declara como el año internacional del niño, donde las Naciones Unidas inician la conformación de una Comisión de Derechos Humanos. Luego en 1989 se aprueba la Convención sobre los Derechos del Niño: “La Convención, a lo largo de sus 54 artículos, reconoce que los niños (seres humanos menores de 18 años) son individuos con derecho de pleno desarrollo físico, mental y social, y con derecho a expresar libremente sus opiniones” (Unicef, 2006).

Un año más tarde, en 1990 en la ciudad de Nueva York, se realizó la Cumbre Mundial a favor de la Infancia, donde un gran número de dirigentes mundiales firman la Declaración Mundial sobre la Supervivencia, la Protección y el Desarrollo del Niño, que plantea unas metas y desafíos a enfrentar en los años venideros.

En medio de este creciente fenómeno de reivindicación de la niñez, 1994 se denomina el año internacional de la familia, donde se hacen grandes esfuerzos por resaltar el papel de la misma en el proceso de desarrollo de los niños, que sumado a la prohibición de diversas formas de trabajo infantil realizado por la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en 1999, contribuyeron en gran medida a la regulación y a la creciente defensa de los derechos de la infancia.

El nuevo milenio ha planteado nuevos objetivos para la defensa de la infancia, uno de los asuntos más prioritarios por la Unicef (2005) es la lucha contra las tasas de mortalidad. A su vez, temas como la prostitución y pornografía infantil se tornan como puntos prioritarios y se visibilizan como factores a tener en cuenta, en especial con el apareamiento nuevos medios, como Internet. Así pues, ahora mismo el niño se encuentra en una atmosfera mucho más propicia que siglos atrás, ya que gracias a los

grandes esfuerzos de diversos organismos internacionales en las últimas décadas, se ha reivindicado su importancia y relevancia dentro de la sociedad.

Capítulo 2: La industria de los dibujos animados y el fenómeno Disney

2.1. El cómic y el cine

El hombre a lo largo de su evolución ha estado buscando prácticas diversas con las cuales puedan representar su realidad de las formas más fieles, y objetivas. Incluso en épocas remotas ya se realizaban las primeras representaciones pintadas en las grutas, donde plasmaban y daban cuenta de sus entornos, es decir, la flora y la fauna que observaban a diario. Por ende, las ideas grabadas en las cuevas resultaban ser una manera de consignar aquella realidad que era consensuada entre el colectivo bajo el cual los individuos de la época se desenvolvían (Cassen & Vaquero, 2003).

El desarrollo icónico fue muy diverso y dado en diferentes latitudes, pasando por los jeroglíficos egipcios, los códigos aztecas y mayas, los textos de los conquistadores de América e incluso llegando a papeles protagónicos en publicaciones populares a partir del siglo XIX (Castro & Sánchez, 1999). Y es que desde 1800 ya se daba una circulación asidua en Europa de historias satíricas, acontecimientos de interés general y asuntos de corte religioso, que eran enriquecidas por el acompañamiento de imágenes e ilustraciones.

El progresivo mejoramiento de las tecnologías para la reproducción icónica permitió una democratización de las imágenes, que hasta el siglo XIX se reservaban en su mayoría a la aristocracia. Sumado a ello, a finales de dicho siglo se dio un apogeo en

la prensa estadounidense, lo que supuso la cabida de los cómics en el medio que por ese entonces representaba la cultura de masas (Castro & Sánchez, 1999). Fue así como periódicos de referencia por aquellos años como *World*, *Morning Journal* y el *Herald* abrieron espacios a revistas y a secciones de crítica política a través de ilustraciones y secuencias de dibujos.

Fue de esta manera como la historieta se consolidó y se diversificó, una derivación icónica que cuenta con la particularidad de ser “una historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados que representan una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador” (Martin, 1978 en Castro & Sánchez, 1999).

Uno de los primeros cómics de gran tiraje fue “*The Yellow Kid*”, publicado en *World*, el periódico de Joseph Pulitzer, y que daría pie, junto a otros cómics pioneros, a establecer tres claves fundamentales de una historieta, tal como nos lo desglosa Roman Gubern (1972): La secuencia de viñetas articuladas de un relato que denoten unidad, la permanencia de por lo menos un personaje estable a lo largo de cada una de las entregas y los bocadillos donde se introducen los diálogos de cada uno de los personajes. Como valor adicional, la evolución de los cómics continuaría y aportaría incidentalmente a otros campos como el del cine.

Como es bien sabido, el cinematógrafo inventado por los hermanos Lumiere en 1895, fue uno de los primeros pasos fundamentales en lo que al estudio del movimiento se refiere, que sumado a diversos aportes tales como el de Niepce en 1816, al descubrir la manera de fijar químicamente imágenes reflejadas a través de una cámara oscura y al

potencial que Georges Méliés vio en las películas, idea que se reforzó gracias a los avances hechos por Thomas Alba Edison al concebir la película celuloide de 35 milímetros que acompañada de unas perforaciones en sus bordes permitía ser arrastrada por el mecanismo del cinetoscopio para generar el efecto de movimiento de las imágenes fijadas en la celuloide. Todos estos elementos constituyeron el inicio de una lucrativa industria de la imagen en movimiento que hoy por hoy no deja de dar dividendos.

Así pues, la industria del cine empezaría su exitosa carrera a principios del siglo XX, donde gracias a Méliés (Quien produjo cerca de 500 películas a lo largo de casi dos décadas) se desencadenaría una acelerada producción de películas (Castro & Sánchez, 1999), que año tras año acogería más públicos y tecnificaría sus modos de creación y producción, lo que inevitablemente llevaría a la imagen en movimiento al siguiente nivel: a la animación de objetos inanimados y a su reproducción masiva hacia públicos diversos.

2.2. Dibujos Animados

El hombre en esa constante y creciente ansia por representar y percibir el mundo tuvo un marcado desarrollo en el siglo XX donde la animación tendría cabida ante un acelerado crecimiento de las industrias de consumo y los avances tecnológicos.

Si bien no hay un consenso acerca del inventor de los dibujos animados, está claro que el invento “paso de manivela” disputado por Méliés, Chomón y Stuart Blackton, fue el paso fundamental para el nacimiento de la animación (Gubern, 1977 en

Castro & Sánchez, 1999). Pese a las acaloradas discusiones entre diversos autores, muchos coinciden en que Emile Cohl, caricaturista francés de la revista “Gato Negro”, es el padre de los dibujos animados, quien propició la curiosidad de reemplazar en la película celuloide fotografías por dibujos, para generar la misma sensación de movimiento pero a personajes fantasiosos (Ford, 1995).

Pero esta circunstancia no surgió de la nada, ya que además de contar con los aportes del cómic, la fotografía y el cine, podemos hacer un rápido ejercicio de repasar algunas de las fechas relevantes que dicen mucho de la influencia de muchos avances técnicos y conceptuales a la animación de dibujos.

En primera instancia, podemos ubicar la primera fecha relevante en 1892 donde surgen las primeras pantomimas animadas. Posteriormente en 1905 el inglés Earl Hund logra avances en cuanto a la independización de la figura y el fondo, lo que se traduciría en el ahorro de recursos. Luego, a finales de la primera década del siglo XX, más exactamente en 1908, sería Emile Cohl el encargado de producir la primera serie de cortos animados con un personaje constante. Mientras que a su vez, el norteamericano Winsor Mc Kay en 1909 ya realizaba espectáculos de animación, donde él desde la tribuna interactuaba y amaestraba a un dinosaurio que se proyectaba en el teatro (Cassen & Vaquero, 2003).

En 1917, el australiano Pat Sullivan (sucedido posteriormente por Joseph Oriolo) sería uno de los primeros en posicionar a un personaje de éxito: “Félix el gato”, protagonista que sería el primero en ser llevado del cómic a la animación. En 1920 gracias al ingenio de Max Fleischer surge “Betty Boop”, objeto de críticas por la

inmoralidad que aducía tener, según sus detractores, aquella animación terminó por desaparecer de las pantallas de la época, en buena medida por la censura promovida por la Liga de la Decencia de los Estados Unidos (Castro & Sánchez, 1999), pero sería retomada en los últimos años como una figura de gran significación dentro de la animación.

Uno de los hitos de la animación se gestó en 1928 donde Walter Elías Disney da a luz el corto “Steamboat Willy” protagonizado por el ratón que a la postre se convertiría en el pilar de un imperio de la animación. Seguido a esto, en 1937 se estrena el primer largometraje animado de gran éxito, Blancanieves, el cual al año siguiente ganaría un Oscar.

Ante una cada vez más estructurada industria de la animación surge a mediados de los años treinta “Popeye el marino”, otro personaje que tendría popularidad hasta los tiempos de hoy, que inicialmente hizo parte de una publicidad para promover la venta de conservas y que gracias a su éxito llegó a ser empleado en campañas de reclutamiento en Estados Unidos, previo al inicio de la Segunda Guerra Mundial (Castro & Sánchez, 1999). Además uno de los más inmediatos rivales de Disney, Walter Lantz, presentaría en 1941 al conocido “Pájaro Loco”. Por otro lado, en 1940 Norman Mc Laren funda el Filmboard de Canadá, institución especializada en la animación experimental. (Cassen & Vaquero, 2003).

Otros personajes de gran peso dentro del mundo de la animación, William Hanna y Joseph Barbera popularizan en los años cincuenta las aventuras de “Tom y Jerry”; posteriormente recogerían más éxitos gracias al boom televisivo de series como

“Los Picapiedra” y “Don Gato y su Pandilla”. Actualmente son quienes dirigen a Cartoon Network uno de los canales de mayor importancia en la animación de los últimos años.

Ya a finales del siglo XX, las compañías especialistas en la animación inician una nueva travesía hacia las técnicas de animación a través de ordenadores, dentro de las que se destacan Dreamworks y Pixar-Disney; las cuales darían toda una revolución en la animación 3D, gracias a los recursos tecnológicos que en la actualidad se encuentran a su disposición.

2.3. ¿Series animadas para adultos o para niños?

Si bien a lo largo del tiempo se ha asociado a los seriados animados como contenidos principalmente para audiencias infantiles, podemos llevarnos una sorpresa al percatarnos de una situación diferente desde el inicio mismo de seriados animados de culto y gran acogida televisiva. Uno de los dibujos más representativos fue el aparecido en los años veinte, el polémico animado “Betty Boop”, el cual levantó toda serie de debates sobre sus contenidos inmorales, para muchos, ya que resultaba muy insinuante el vestuario de la cabaretera que en poco tiempo logró acaparar toda la atención de la época.

Sería Walt Disney el encargado de liberar tensiones y comenzar toda una serie de animaciones claramente dirigidas hacia públicos infantiles lo que desencadenó en un olvido y una caída en la penumbra de las animaciones para adultos. Situación que por

décadas prevaleció y marcó la tendencia a lo largo del siglo XX de una animación dirigida a público preadolescente. (Larson, 2003 en Walters, K. 2007).

Seriados como “Los Picapiedra” (The Flintstones) o “Los Supersónicos” (The Jetsons) creados por Hanna y Barbera, si bien fueron clasificados de contenido familiar, fueron inicialmente pensados para público adulto. Es aquí, donde se deja sobre la mesa la gran duda sobre que considerarse contenido adulto y cual otro no. A razón de ello, no sólo hay que asociar contenido adulto a todos aquellos contenidos relacionados con desnudos o aspectos sexuales, ya que se pueden encontrar otras temáticas que están presentes en estas animaciones: temas sociales y comentarios o críticas de tipo político (Walters, 2007); como ejemplos claros podemos identificar a “Los Simpsons” y “Southpark”, donde desarrollan a través de cada uno sus episodios discursos y juicios sobre temas que atañen a la sociedad.

A razón de ello, resulta necesario partir de una clasificación de los cuatro géneros, que en estas dos últimas décadas han predominado, y bajo los cuales se puede concebir los dibujos animados para adultos: La Familia disfuncional, Los adolescentes delincuentes, el bizarro y la parodia (Walters, K. 2007); para así poder diferenciar con mayor claridad el abanico de propuestas que circundan hoy en día en cuanto a seriados animados de contenido adulto se refiere.

La familia disfuncional, marca su nacimiento real con el éxito suscitado por la serie animada “Los Simpsons”, la cual empezaría desde 1989 un crecimiento acelerado hacia la cumbre y lograr así, posicionarse dentro de las series de culto en el mundo entero. El argumento de este género es mostrar a una familia de clase media americana

que viven problemas típicos de una familia, escollos que son afrontados de maneras atípicas, he ahí el punto de inflexión de lo referido a disfuncionalidad.

En consecuencia, la familia disfuncional pretende representar a la clase trabajadora donde el padre bebe, es despreocupado, tiene un trabajo promedio o donde la esposa se muestra como una figura tolerante y unificadora dentro de la familia. Además de “Los Simpsons”, series como “Padre de Familia” (Family Guy), “Los Reyes de la Colina” (King of the Hill) o “Padre Americano” (American Dad), se amoldan a este modelo que pareciera equiparar una familia en particular a todas las de clase media de la nación norteamericana (Alters, 2003 citado en Walters, K. 2007).

Por otra parte, los dibujos animados pueden decir cosas que otros géneros no se arriesgarían a abordar, sumado a esto, la violencia de un show de esta clase tiende a ser mucho más tolerado a razón de que no se es visto como un suceso real y de igual manera sucede con los discursos políticos o los temas álgidos que puedan tocar estas series, ya que las críticas se enmascaran detrás de una figura animada enmarcada en la ficción (Stanton, 2006 citado en Walters, K. 2007).

Los adolescentes delincuentes, resulta ser otro de los géneros de las series animadas para adultos, dentro de los shows más destacados podemos hallar seriados como “Beavis and Butthead” y “Daria”. Su argumento más allá de un humor poco refinado o de bromas referentes a temas tabú, gira en torno al comportamiento de los adolescentes bajo unas condiciones poco usuales (disfuncionales si se quiere) a las que se pueden hallar en la vida real; resultan ser personajes fundados en su libertad de

efectuar y experimentar todo tipo de aventuras donde la figura tutora de los padres nunca está presente, lo que los lleva a inmiscuirse en todo tipo de problemas.

Los personajes protagonistas y antagonistas aparecen en los programas favoritos de los más jóvenes actuando, resolviendo conflictos, tomando decisiones e interactuando con el grupo y el entorno en el que se desenvuelve la acción narrativa. Es por ello que pueden llegar a marcar estilos, modas, modelos a imitar, construyendo o fortaleciendo así determinados estereotipos. (López-Sánchez, Tur Viñes, & García del Castillo, 2010, pp.553 - 560)

Dentro del género en el último tiempo, como relevo de las series mencionadas salió al aire “Southpark”, donde un grupo de niños agrupan muchas de las polémicas, cuestionamientos y críticas de las sociedades contemporáneas. En “Southpark”, nuevamente el tema de los disfuncional resulta ser uno de los ejes para sobrellevar los polémica temas que a lo largo de cada uno de sus episodios desarrolla, donde nuevamente la figura de los responsables de los niños parece difusa, además, los personajes representan roles típicos de la sociedad americana y estos actúan de maneras imprevisibles a razón de su disfuncionalidad con respecto a la representación habitual que se suele tener acerca de cómo proceder en determinadas situaciones.

Los dibujos animados del género bizarro, son caracterizados por la humanización de diversos objetos o animales, es decir, los personajes no necesariamente son representaciones de seres humanos, al contrario, suelen ser objetos parlantes o animales que se desenvuelven bajo reglas diferentes a las que se está acostumbrado. Un personaje puede morir, ser gravemente herido durante un episodio,

sin embargo, en el siguiente puede aparecer sin un rasguño como si el suceso del otro episodio no le hubiera acaecido a él.

Por consiguiente, las secuencias de estos animados son impredecibles, no continuas, ilógicas dentro de nuestra manera de concebir el tiempo y el espacio, situación que no es un impedimento para desarrollar argumentos críticos y paradójicas situaciones. Dentro de los seriados más destacados podemos encontrar a “Bob Esponja” (SpongeBob SquarePants) o a “Aqua Team Hungerforce”, donde un antropomorfo grupo de comidas chatarras (Unas patatas fritas o una Soda) luchan contra el crimen de su ciudad (Walters, 2007).

Como cuarto género y no menos importante encontramos al dibujo animado parodia (The Parody Cartoon), el cual se basa en el tratamiento de temas polémicos como la religión, el racismo y la cultura popular de una manera provocativa e irónica. Los personajes suelen ser estereotipos o inspiraciones basadas en los medios y la cultura popular. Los episodios no poseen una continuidad clara, y las secuencias se caracterizan por ser cortas donde una no se relaciona necesariamente con otra.

2.4. Walt Disney Inicios

El gran imperio de la industria Disney tiene sus orígenes a mediados de los años 20, cuando Walter Disney un joven e inquieto hombre junto a su hermano Roy, fundan Disney Brothers Cartoons Studios (que a la postre cambiaría de nombre a Walt Disney Studio), quienes llevarían a la realidad una serie de animados denominados “Alice in Cartoonland” (Fonte, 2004), aquellos cortos consistían en una mezcla entre imágenes

reales y animación; aquella serie le daría cerca de cuatro años (1923 – 1927) de experiencia en el campo además de un reconocimiento en los Estados Unidos, donde el fenómeno de los dibujos animados tomó muchísima más fuerza que en Europa (Castro & Sánchez, 1999). Sin embargo, luego perdió los derechos de explotación de los personajes, lo que sería un amargo episodio que lo llevaría a trabajar de forma independiente concentrándose de lleno en sus creaciones sin compartir ideas con otros.

Sería 1928 el punto de partida de su ascendente industria, donde crearía el primer cortometraje de animación sonoro, este primer producto se llamó “Steamboat Willie” donde haría la estelar aparición de su nuevo personaje, de aquel ratón ahora de fama mundial y que constituye el emblema tradicional de su compañía: Mickey Mouse (Vidal, 2006).

Además de las innovaciones técnicas plasmadas en aquel corto animado “Steamboat Willie”, uno de los mayores méritos de Walter Disney fue, parafraseando a María Pérez (1987), responder a las necesidades históricas y culturales de su tiempo y entorno; en lo que coincide Edward Rozental (1987) quien afirma que “Mickey Mouse” representa un estadounidense promedio que conserva el optimismo a pesar de las dificultades, “Es el optimista idiota que no hace mal a nadie y que propugna que la propiedad privada es inamovible y sagrada”.

Así pues en medio de su acelerado crecimiento el sagaz Walter Disney, y aprovechando los momentos circunstanciales de la sociedad, tales como la gran depresión económica que azotaba a gran parte del mundo, crearía en los años 30 la primera escuela de animadores, adiestrando a jóvenes recién egresados y con

necesidades de laborar. Dicha situación llevó a la postre, a conformar con mayor efectividad todo un personal competente para trabajar en otro de sus grandes hitos, la realización del primer largometraje animado, la historia elegida: Blancanieves y los Siete Enanitos, cuya salida a la luz se daría en 1937, y que marcaría una larga lista de producción de largometrajes, dominando ampliamente en volumen y calidad de producción por durante cerca de treinta años, lapso en el que produjeron veinte de los treinta largometrajes hechos en los Estados Unidos en aquellas décadas (Castro & Sánchez, 1999).

Para fortuna de Disney la incursión en el mundo de los largometrajes animados fue un rotundo éxito en cuanto a calidad cinematográfica y acogida de audiencias, llegando de esta manera a públicos de todo tipo, y atrayendo en gran medida al público infantil, audiencia que sería la que le traería a la postre los mayores dividendos a su compañía.

2.5. Disney: El crecimiento de un emporio

Para comprender la importancia de Disney y el calado de su industria en la sociedad, es pertinente observar algunas de las áreas donde incursionó y generó que su presencia mediática se hiciera cada vez más fuerte.

En primera instancia su incursión en el mundo mediático fue con el cine de animación, donde más que en técnicas como tal, comenzaría por dar importantes aportes a lo que respecta a ideas, argumentos y narrativa de los cortos que por ese entonces se producían, al parecer su éxito radicó, según afirma Giroux (1995), en la constante

orientación estética sobre la audiencia de masas, es decir, partiendo de prácticas y representaciones sociales básicas que llevaron a la asociación de cultura popular con Disney y sus productos.

Por supuesto que otro aspecto importante en el campo del cine de animación sería la creación de Mickey Mouse, quien al ser el personaje protagonista del primer corto animado con sonido, sería el trampolín de Disney para comenzar a acumular dinero y explotar gradualmente la imagen de este personaje gracias a mercadotecnia que comenzó a girar en torno de este ratón. A razón de ello, su popularidad lejos de perder vigencia pareciese consolidarse aún más, y no está de más decir que la representación iconográfica de Mickey Mouse es una de las más reproducidas a lo largo del siglo XX (Vidal, 2006).

Sin embargo, Disney no se conformaría con abordar tan sólo la industria de la animación, al contrario, en búsqueda de su ampliación de mercado aprovecharía el baby boom después de la segunda guerra mundial para incursionar en las películas de imagen real. Tal como explica Vidal (2006), a razón del crecimiento en la demanda de entretenimiento familiar Disney se concentraría en ofrecer lo que el público quería, logrando posicionarse como parte esencial del entretenimiento familiar en los años 50 y 60, no sólo de los Estados Unidos, sino también en el resto del mundo, logrando rotundos éxitos tales como la inolvidable “Mary Poppins”.

¿Pero a que se debía su gran audiencia?, sin duda fue por ser conscientes del entorno y el momento histórico que pasaban por ese entonces, donde introducirían y promoverían los valores tradicionales de la familia, aspectos que en la posguerra

resultaban muy valoradas por las familias (en especial las estadounidenses). Así pues su éxito no se ligó tanto a la calidad artística de sus películas sino a la gran capacidad de satisfacer al público, previendo que tipos de contenidos podían ser de gran aceptación por la gente.

Los años 50 serían el momento donde Disney comenzaría su relación con la televisión, al contrario de otras productoras que veían la televisión como una amenaza contra la pantalla gigante, Walt Disney utilizó el medio para promocionar otros proyectos suyos tales como el de Disneyland. Le sería de gran utilidad el medio que gracias a la gran audiencia que tenía le fue posible conseguir empresas de todo tipo que le auspiciasen el parque temático, que desde su misma inauguración (17 de julio de 1955) sería célebre.

Dadas sus habilidades y su gran conocimiento e intuición acerca de lo que las audiencias querían aprovechó también la televisión para entretenimiento familiar, revitalizando la popularidad de “Mickey Mouse” y de todo su repertorio de animación, además de producir documentales de naturaleza, siendo incluso uno de los pioneros del color en la televisión en los años 60.

Toda esta estructura del cine y la televisión, nunca estuvo sola, ya que desde la misma aparición del primer cortometraje de Mickey en 1928, se publicaron libros para público infantil para promocionar sus películas e ir tomando poco a poco mayor popularidad. Sobra decir que existieron desde un principio una gran diversidad de formatos de libros, cómics y revistas alusivas a Disney. Como muy bien explica (Vidal, 2006), su acogida fue tal que buena parte de la infancia y juventud se familiarizaron con

obras clásicas de la literatura infantil, gracias a las adaptaciones hechas por Walt Disney.

Por supuesto que el campo de la música fue otro de los nichos a explotar por la compañía Disney, quien logró conseguir grandes beneficios económicos y de reputación a partir de su producción de discos diversos de temas y jingles que se volvieron característicos de la época, incluso uno de los temas, llamado “Who’s afraid of the big bad wolf” se convertiría en una de las canciones simbólicas de los efectos de la depresión económica sufrida por los Estados Unidos en 1929.

A esta larga lista de incursiones de la industria Disney hay que agregarle el haber sido la pionera en la creación del concepto de parque temático, cuyo objetivo principal era suministrar en un sitio entretenimiento para todas las generaciones donde todos los integrantes de la familia pudieran pasar un rato agradable. La explosión de la natalidad en Estados Unidos luego de la segunda guerra mundial contribuiría a que este costoso proyecto saliera a flote más fácilmente, desarrollándose a lo largo de los años de una manera sólida a tal punto que en la actualidad existen parques temáticos de Disney en Estados Unidos, Japón y París.

Pese a vivir un ocaso de casi dos décadas a partir de la muerte de su fundador Walter Elías Disney, la compañía supo reponerse e iniciar una segunda era de rotundos éxitos. En la actualidad Disney se compone básicamente en seis grandes grupos: Cine y televisión, productos de consumo, parques temáticos, productos interactivos, desarrollo creativo de ideas y deportes. Una de las claves para la consecución de estos importantes logros consiste en que cualquiera de sus productos es a la vez un vehículo de promoción

de otros, de esta manera sus productos de consumo se convierten a la vez en el mecanismo de publicitar otros productos de la misma empresa (Vidal, 2006).

Los medios de comunicación, en su conjunto, son el pilar básico de la sociedad de nuestros días. Ellos homogenizan comportamientos, transmiten novedades, sirven de sistemas de equilibrio y de regulación social y son también el principal escenario de mucho de los conflictos, pero sobre todo son el principal vehículo de funcionamiento del engranaje mercantilista y de consumo. (Aguaded-Gómez, 2012, pp. 147-148)

En este orden de ideas, a partir de estos grandes grupos que componen la industria Disney, se inserta uno de los más recientes productos: Club Penguin, una plataforma interactiva que se accede a través de internet y permite relacionar a una infinidad de usuarios en lo que se denomina un mundo virtual. “Los medios y las tecnologías han dejado de ser meras herramientas preparadas para servir a quienes las usan, para convertirse en parte del sistema cultural que las acoge” (Aguaded-Gómez, 2012, p. 148).

2.6. La ideología Disney

Como es bien sabido, la industria creada por Walter Disney es sinónimo casi obligado de inocencia infantil, eso en cuanto al pensamiento popular claro está, donde la constante asociación con símbolos de seguridad y felicidad que resguardan a los niños con el pasar de los años se vuelven más fuertes y sólidos (Giroux, 2001). Así pues,

resulta valioso recorrer algunos de los aspectos más sobresalientes que se refieren a Disney y su manera de insertarse en la cultura popular de la gente para comprender su amalgama inevitable que combina familia, infancia y consumo.

Como ya se ha dicho anteriormente, Walt Disney consciente de la situación de la sociedad donde se desenvolvía, adquirió como uno de sus estandartes a la inocencia como su forma de expresar una serie de relatos que se soportaron en esa asociación de niñez, inocencia y entretenimiento. Como bien lo expresa Giroux (2001), quien nos expone que la concepción disneysiana nació de la elaboración de un lenguaje donde los niños y los mayores encontrarán placer y/o diversión sumado a un conjunto de elementos identitarios.

De esta manera los relatos portadores de la “inocencia Disney” se incluyeron poco a poco dentro de cada uno de los hogares, mezclándose no sólo con una serie de elementos propios de la cultura popular sino además fomentando un ambiente propicio para el consumismo de los productos, al otorgar un determinado status dentro de los cánones populares, como contenidos “adecuados” y desprovistos de elementos negativos para el niño y su familia.

Y es que el encanto Disney se construyó a partir de un discurso que se basaba en el lado alegre de la vida, donde tomando ejemplos descritos por Dorfman y Mattelart (1973) podemos evidenciar caracterizaciones en las cuales hasta el más avaro de los personajes, Rico McPato, un tacaño millonario, muestra en determinados momentos rasgos de humanidad con sus sobrinos en medio de las diferentes aventuras que atraviesan con el fin de conservar intacta su fortuna. Así pues, se trata de un constante

juego entre la fantasía y lo real, donde existen semejanzas con la realidad pero a su vez expresa ideales y aspiraciones de patrones de conducta.

Si bien Walter Disney y sus inicios nos remiten a la década de los años veinte, su real aporte por intermedio de sus productos a temas tales como la importancia de la familia nuclear y el acompañamiento de la infancia en su desarrollo, se dio sólo hasta 1953 donde con un magazine denominado “What I’ve Learned from the Animals” (Que he aprendido de los animales) se plasmó un gran sentido de familia y cuidado de la infancia (Watts, 1997). Esta idea partía de la concepción de la postguerra donde la familia primaba sobre cualquier bien individual, donde se dejaba a un lado conceptos por separado de mujer y hombre para juntarlos en un sólido constructo denominado familia, aunque tal como nos lo describe Watts (1997), estos contenidos acarrearían influencias sociales, en primera instancia en la familia americana y años más tarde a medida de su crecimiento mundial, a lo largo y ancho del globo terráqueo.

Si bien la identificación busca que el niño asuma, asimile e incorpore los rasgos característicos del héroe, presentador o mascota que se identifica, la proyección consiste en infundir a esos “héroes protagonistas”, los deseos, temores o intenciones que no son otros que los que el niño siente o quiere sentir. (López-Sánchez, Tur Viñes, & García del Castillo, 2010, pp.553 - 560)

Por aquella mitad del siglo XX, Watts (1997) nos describe que el calado de la influencia Disney fue tal, que logró difundir e implantar lo que vendría a ser la doctrina de este emporio creado por Walter Elías Disney: por un lado la noción de la importancia de la familia nuclear como soporte del matrimonio y todos sus rituales, y por otro, la

trascendencia de la paternidad y de su influencia a la hora de formar individuos emocional y espiritualmente, no sin olvidar el consumo como uno de los elementos claves del modelo de vida americano.

Sin embargo, es importante aclarar que dicho énfasis se dio en el marco de la Guerra Fría, mientras que antes de esta situación coyuntural sus contenidos eran completamente contrarios, donde se rechazaba al matrimonio y los temas de orfandad y abandono eran los destacados en los personajes protagonistas de las historias, tal giro representaría la consolidación de la industria Disney, ya que de allí en adelante los factores familia, infancia y consumo se convirtieron en la triada fundamental para la producción de material de todo tipo con el “trademark” Disney.

Pero Walter Elías Disney consideraba un elemento adicional a los tres ya mencionados (familia, infancia, consumo), dicho elemento va de la mano del entretenimiento desde su perspectiva: la educación. Ya que a su juicio él consideraba que la escuela no podía ser el único canal educativo, para Disney era clave la cultura popular como productora de conocimiento y como entorno próximo a sus audiencias, y en consecuencia para Walt el entretenimiento y la diversión era la clave para articular educación y cultura popular, “imagino la mente de un niño como un libro en blanco. Durante los primeros años de su vida, mucho se escribirá en sus páginas. La calidad de su contenido afectará profundamente su vida.” (Disney en Giroux, 2001).

Esta postura descrita, llevó a que Disney efectuara una inevitable formación de una frontera muy difusa entre educación y entretenimiento que le permitió insertar y justificar las figuras comerciales tales como Disneylandia, eso sin contar todo el

llamado merchandising que se fundió con la cotidianidad y el devenir de cada una de las familias que de una u otra forma le fueron abriendo sus puertas al universo Disney. Y es que cuando nos referimos a los elementos familia, infancia y su apertura a lo que Giroux (2001) denomina esfera de consumo, es inevitable recurrir a Dorfman y a Mattelart (1973), quienes identifican en los personajes y relatos de Disney todo un cúmulo cultural que se ha insertado en cada hogar. Situación que retribuye la industria Disney al hacerlos partícipes de una gran familia, el hogar Disney.

Más allá de la cotización bursátil, sus creaciones y símbolos se han transformado en una reserva incuestionable del acervo cultural del hombre contemporáneo: los personajes han sido incorporados a cada hogar, se cuelgan en cada pared, se abrazan en los plásticos y las almohadas, y a su vez ellos han retribuido invitando a los seres humanos a pertenecer a la gran familia universal Disney, más allá de las fronteras y las ideologías, más acá de los odios y las diferencias y los dialectos. (Dorfman & Mattelart, 1973)

Así que todo este panorama nos lleva a ver de primera mano la fuerza y el impacto de la industria cultural promovida por Disney, que ha sido capaz de influir en gran parte de las facetas de nuestras vidas. Pero aún algo más importante se da, y es cómo el niño establece una relación entre inocencia, ciudadanía y consumo, lo que en palabras de Giroux (2001) se traduce en el cómo la infancia enlaza valores cívicos y valores mercantiles. De allí surge la preocupación generalizada por parte de los críticos hacia el fenómeno Disney, la cual se fundamenta en el temor a la voraz cultura corporativa de conglomerados que generan gran atracción en el público infantil y que apuntan hacia incentivar el gasto de capital por parte de los niños y las familias, que

juegan con el peligroso postulado social que se insinúa en términos generales, donde la juventud que no consume sencillamente no cuenta por ser eminentemente potenciales sujetos problemáticos.

Así pues, la dinámica de Disney radica en sus incansables intentos porque su mundo sea aceptado como natural, y que enmascarado en el mundo animal representado en sus animaciones y relatos, les permite jugar con lo real y lo fantasioso pero no precisamente con ánimos pedagógicos, ya que coincidiendo con Dorfman y Mattelart (1973), el recurso de los animales es realmente para envolver a los niños en un mundo que en principio les ofrece libertad de creación y desenvolvimiento al encontrarse con personajes igual de “inocentes” y cariñosos con los cuales no corren ningún peligro, por el contrario, pueden sentirse con la tranquilidad y el libre albedrío de jugar, interactuar y mezclarse.

Se trata de un juego donde Disney usa cuerpos y ambientes si se quiere impostores o sustitutos, donde pone a personajes que bien podrían equipararse con un individuo de la vida real en cuerpos de animales domésticos y silvestres de todo tipo: por un lado podemos ver al “Pato Donald” un haragán que vive a costa de su familia, “Tribilín”, un perro que representa el hombre común clase media que vive con sus errores y torpezas pero que es feliz con su estilo de vida y bueno para no ir muy lejos el emblemático “Mickey Mouse” que en sus polifacéticas caracterizaciones en algún momento ha representado diversos fragmentos de la sociedad (Dorfman & Mattelart, 1973).

Retomando postulados de Giroux (2001), Disney le ha dado un nuevo significado al papel narrativo de la inocencia, la cual se ha encargado de moldear la memoria colectiva y generar un cúmulo de señas de identidad además de permitirle a la compañía desviar la atención de aspectos consumistas, mercantiles e ideológicos que en la dinámica lógica de una empresa son prioridades reales dado su expresa consigna de ánimo de lucro. Sin embargo, Michael Eisner, presidente de la compañía entre 1984 y 2005, si bien reconoce el poder de la cultura corporativa de Disney y todas sus derivaciones, no considera que la compañía genere o articule dinámicas consumistas en la infancia, pese a su evidente presencia en diferentes ámbitos y entornos próximos a los niños. Aquí es donde se pueden identificar rasgos del mercadeo Disney, los cuales responden a procesos de mercado, que en palabras de Victoria Tur y Carmen López-Sánchez (2012) abarcan aspectos como el mercado de tipo primario, de influencia parental, de influencia infantil directa, de mercados de futuro y de mercado como beneficiarios.

Lo que es cierto, es que el constante uso de la inocencia por parte de Disney permite que a simple vista se muestren como benevolentes e incansables en reivindicar a la infancia, pero a su vez la mercantiliza enmascarándola con la fantasía y metáforas que suscitan sentimentalismos, uno de los mejores ejemplos son los famosos parques temáticos que apuntan a “una exaltación sin contradicciones del pueblo americano y de su historia” (Watts, 1997), lo que impide una directa identificación de la compañía con el mundo de los negocios, ubicándose con mayor facilidad, reitero, en cada hogar y familia no sólo de América del Norte sino en diversas latitudes del mundo entero.

Capítulo 3: Internet y plataformas multijugador

3.1. Infancia e internet

Aquel medio concebido en los años sesenta por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos como una red de comunicación, sería el primer paso de lo que en los años noventa se convertiría en todo un fenómeno en las formas y en los tiempos para comunicarse y acceder a todo tipo de información (Rice, 2000). Así fue el nacimiento de internet y su red de nodos que hoy por hoy encabeza toda una revolución tecnológica de las comunicaciones que permite realizar contacto con usuarios e información proveniente de todas las latitudes, un nuevo medio que en esencia es neutral por naturaleza pero que por una serie de motivaciones (eminentemente económicas) han conducido a trasladar al mundo virtual una serie de peligros de lo que concebimos como mundo real.

Como parte de muchos de los esfuerzos que actualmente se realizan en pro de la defensa de los derechos del niño, la libertad de expresión e información se constituye en uno de los de mayor relevancia en medio de una realidad provista de grandes y diversos circuitos de información, tal como se promulga en el artículo 13 de “la Convención de los Derechos del Niño”:

El niño tendrá derecho a la libertad de expresión, ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o

impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño. (Unicef, 1989)

Ante este panorama, se han hecho incansables esfuerzos tanto de Unicef como de otros organismos de diversas índoles, en pos de garantizar y ofrecer condiciones adecuadas para que nuevos medios como internet sean territorios más seguros y velen por la protección de los niños. Así pues, resulta inevitable hablar de temas como pederastia, pornografía, racismo y violencia como tópicos que son recurrentes en la web, y que día a día registran miles de aperturas de portales que de alguna u otra forma promueven contenidos de ese tipo.

Internet dada sus múltiples libertades, expone de manera evidente a los niños y adolescentes a contenidos que pueden amenazar sus modos de actuar e incluso su integridad misma, tal como lo comentan Ortega y Villena (Diciembre 2002) quienes exponen que palabras tales como Disney o Barney introducidas en los motores de búsqueda pueden dar resultados de contenidos pornográficos, lugares que reciben a diario más de diez millones de visitas. “Hablar de niños es hablar de diversidad, de complejidad, de cambios continuos pero también de responsabilidad, educación y protección” (Tur Viñes, & López-Sánchez, 2012, p. 190).

Si le sumamos a esta situación la brecha tecnológica entre una generación y otra, se detecta una dificultad en cuanto a un conocimiento claro por parte de los padres o tutores de los niños acerca de medios como internet. Es decir, nos encontramos por un lado con padres más acostumbrados a la linealidad mientras que los niños se encuentran creciendo en medio de hábitos que apuntan más a una simultaneidad de tareas (Mcluhan

en Balaguer, S.F.). Tomando palabras de Luis Nuñez Ladevéze (2012) “el salto de la pantalla del televisor a las múltiples pantallas generadas como terminales de la red y de los móviles tiene especial trascendencia social y familiar, pues ha generado una inusitada desproporción en los conocimientos tecnológicos entre distintas edades y de diferentes estratos sociales” (pp. 14-15).

En consecuencia, para muchos la denominada la “generación @”, resulta ser una categorización que expresa no sólo los cambios suscitados en los últimos años sino además porque representa a la generación que crece ahora mismo bajo la influencia de Internet. Esto se traduce, en una niñez y juventud que interactúa con todo tipo de artefactos electrónicos y que repercute inevitablemente en sus formas de aprender y relacionarse. Se trata de tal como lo dice Prensky (2001), de unos “nativos digitales” que privilegian y dedican mayor parte de su tiempo a actividades inherentemente relacionadas con nuevas tecnologías tales como los videojuegos, el correo electrónico, Internet, los teléfonos móviles y los mensajes instantáneos son partes integrales de sus vidas. Así pues, la mayoría de los preadolescentes (9 - 14 años) de la actualidad son nativos digitales, quienes más allá del acceso continuo o no a internet se encuentran asociados a las tecnologías desde su mismo nacimiento.

Sorprendentemente, los niños han pasado a ser nativos digitales, se han socializado como diestros usuarios de una tecnología que sus padres son incapaces a veces de comprender o de hacer funcionar con la natural destreza con que lo hacen sus hijos. Puede decirse que los niños aprenden a usarla casi por instinto, de modo que, se puede hablar de una lengua materna o de lengua natural, también podría hablarse ahora de un adiestramiento espontáneo o de un uso familiarizado

en el manejo de las nuevas tecnologías por parte de los menores. (Ladevéze, 2012, p.15)

Otro factor característico de los denominados “nativos digitales” es que vuelven difusos, si se quiere casi inexistente, la frontera ente las interacciones del mundo virtual y al mundo real (Piscitelli, 2005). Dentro de los cambios que se dan en las interacciones sociales, Prensky (2001) da cuenta de cómo se conocen mutuamente las personas de esta generación, donde intercambian mensajería instantánea con usuarios de todo el mundo y se interconectan en tiempo real las 24 horas del día.

Bajo el marco de la Sociedad de la Información, Frick (2007) pone sobre la balanza lo positivo y lo prejudicial con respecto al acceso a estos medios por parte de los niños. Por ello Frick expresa que internet otorga nuevas modalidades y posibilidades de acceder al conocimiento, lo que presupone que la red posibilita espacios de aprendizaje y de educación, situaciones que se han comprobado pedagógicamente en varias latitudes, donde la incorporación de las nuevas tecnologías mejoraron las habilidades intelectuales y la motivación ante los procesos de enseñanza, eso sin contar unas condiciones potencialmente mucho más democráticas en la medida que niños de sitios remotos están en la capacidad de acceder a contenidos de igual calidad que la de un niño ubicado en un lugar más “privilegiado” o próximo a la información.

Sumado a esto, Frick (2007) afirma que la “generación @” al convivir con este gran mundo tecnológico desarrolla grandes destrezas creativas en la medida que los usuarios juegan con el abanico de posibilidades disponibles tanto textuales como

visuales, lo que viene a hacer parte de lo que actualmente se conoce como Web 2.0 la cual es la evolución del uso tradicional de las aplicaciones de internet.

Sin embargo, en el otro lado de la balanza Frick nos pone en evidencia las perspectivas negativas o pesimistas acerca de internet en relación a los niños. Uno de los aspectos es la posible fractura que eventualmente se puede dar entre infancia y edad adulta a razón de los contenidos diversos disponibles en internet y que en muchos casos no son los más apropiados para un infante, aspecto en el que afirma Gordo (2006), se corre con el peligro de destruir la inocencia de los más jóvenes.

Sumado a esto, los peligros latentes en internet, dentro de los cuales sobresale la figura del “ciberacoso”, se constituyen en indiscutibles riesgos para un usuario infantil, que ante las libertades del ciberespacio se ven expuestos a contenidos que no necesariamente son los más apropiados para ellos. Así pues, Frick describe varios de los aspectos tanto de ciberacoso como de los diferentes contenidos relacionados a violencia, sexo, drogas e incluso temas de alimentación (males o desinformación acerca de bulimia o anorexia) que en cualquiera de sus formas pueden transgredir la seguridad de un niño que no esté lo suficientemente permeado de protecciones o de información preventiva.

Los jóvenes y adolescentes valoran la red como una continuación del mundo real, mientras que para los padres se trata de un sitio distinto. Hay una preocupación en las familias al respecto del límite de horas que se puede utilizar y la intensidad de uso, pero esto interpela a las dinámicas familiares construidas en las fronteras de la tecnología. (Busquet, Ballano, Medina & Uribe, 2012, p. 49)

De más no está decir, que todos los peligros se potencian en la medida que los nativos digitales infantiles dediquen poco o mucho de su tiempo, es decir que se trata de una relación directamente proporcional donde a mayor exposición en el medio no sólo será mayor su peligro de ser víctima de algún tipo de afectación, sino que además a la postre se puede traducir en síntomas de adicción al medio. Ante todo lo comentado, Unicef (2005) promulgó un decálogo especial dedicado a la interacción de los niños con las nuevas tecnologías donde se consignaron recomendaciones y aspectos a tener en cuenta a la hora de entrar en contacto con el ciberespacio.

1. Tenemos derecho de acceso a la información y la tecnología. Sin ser discriminados por motivo de sexo, edad, nivel económico, nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento... En especial todos los discapacitados.
2. Tenemos derecho de expresión y libre asociación. A buscar, recibir y difundir informaciones de todo tipo en la Red.
3. Tenemos derecho a ser consultados y dar nuestra opinión cuando se apliquen leyes o normas de Internet que nos afecten: restricciones de contenidos, lucha contra los abusos, limitaciones de acceso, etc.
4. Tenemos derecho a la protección contra la explotación, el comercio ilegal, los abusos y la violencia de todo tipo que se produzca en Internet.
5. Tenemos derecho al desarrollo personal y a la educación y a todas las oportunidades de formación que aporta Internet y demás nuevas tecnologías.
6. Tenemos derecho a la intimidad de las comunicaciones por medios electrónicos.
7. Tenemos derecho al esparcimiento, al ocio y el juego por Internet y otras tecnologías.
8. Nuestros padres/madres y profesorado tienen el deber de orientarnos, educarnos y acordar un uso responsable de Internet.
9. Los gobiernos de los países desarrollados deben comprometerse a cooperar con los países más pobres para facilitar el uso de Internet y nuevas tecnologías a sus ciudadanos, evitando la marginación y la desigualdad.
10. Tenemos derecho a beneficiarnos de las nuevas tecnologías para avanzar hacia un mundo más saludable, más pacífico, más solidario, más justo y más respetuoso con el medio ambiente.

Cuadro 1. Decálogo proclamado por la Unicef sobre infancia e internet.

Estas consignas marcan los retos que se tienen en cuanto a niños e internet se refiere, y que dan muestra de las potencialidades edu-comunicativas de la web (habilidades para lectura, comunicación, aprendizaje, investigación, entretenimiento e interacción y acceso a información a bajo coste), pero también prende las alarmas ante los peligros y al reclamo de mayores garantías de territorios seguros en el ciberespacio,

donde temas como la pornografía y la pederastia son temas ampliamente distribuidos en la red dada su alta demanda y altos beneficios económicos. Panorama que se evidencia en palabras de Busquet et al. (2012) quienes expresan que “es posible afirmar que hay una búsqueda de control a través de las nuevas tecnologías” (p. 50) y si bien los jóvenes son conscientes de su alto grado de alfabetización tecnológica no se consideran superiores en todos los aspectos del ciberespacio ya que asumen que un adulto está en plena capacidad de entrenarse en el uso de esas tecnologías y generar contenidos de mayor complejidad (Busquet et al.,2012)

3.2. Redes Sociales

Uno de los ejes en los que se soporta el éxito de internet es su constante y dinámico funcionamiento como una red. Por supuesto que este concepto no es novedoso ni algo salido de la nada; Para encontrar los primeros pasos de las teorías de redes podemos remontarnos hasta finales del siglo XIX donde un grupo de alemanes concibieron la muy conocida Teoría de la Gestalt. Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka afirmaban, como recopila J. Scott (1991), que la percepción de un objeto se realiza dentro de una totalidad conceptual que se da gracias a una suma de conceptos de forma compleja y organizada. Seguido a ello, Kurt Lewin, otro destacado teórico de la Gestalt, llevó el proceso a otro nivel al evidenciar que el comportamiento, la percepción y la estructura de un grupo individuos están inevitablemente conectados con los espacios y campos donde se relacionan y como los van configurando a medida que se dan las interacciones entre los diferentes actores del grupo.

Con el pasar de los años los estudios fueron extendiéndose y fue ya en la segunda mitad del siglo XX cuando surgieron postulados algo más desarrollados que tocaban temas y principios referentes a la concepción de red. El interés por la estructura de grupos y las implicaciones de sus relaciones comenzaron a tomar un mayor protagonismo.

Desde Moreno en los años 30 con lo que él denominó sociometría, ya se daba cuenta de unas primeras aproximaciones y estudios que pese a ser un tanto rudimentarios marcaban una tendencia creciente referente al tema. No obstante, el momento clave se daría en los años setentas con la llegada del estructuralismo, cuando se llevan a cabo avances metodológicos, teóricos y conceptuales. Sumado a ello, el desarrollo progresivo de la teoría de grafos (un conjunto conformado por una serie de vértices o nodos conectados por un sinnúmero de aristas) sería fundamental para posteriores estudios que se traducirían en una consolidación de varios conceptos que se usan actualmente a fenómenos emergentes como las redes sociales en medios multimediales como internet (Lozares, 1996).

Si bien los primeros estudios se inclinaron más hacia metodologías cuantitativas, con el pasar de los años fueron creciendo progresivamente los estudios referentes a las redes sociales y la incidencia de ellas en los lazos de comunicación de un grupo determinado.

Por lo tanto y tomando aportes como los de Mitchell (1973), Wasserman y Faust (1994), podemos definir a las redes sociales como un conjunto bien delimitado de actores de cualquier tipo que establecen un vínculos unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales, lazos que permiten identificar, interpretar y establecer comportamientos de quienes hacen parte de ella, hablamos de un sistema

que sostiene y permite la fluidez de comunicación de diversas formas dependiendo de las relaciones de poder específicas según sea el caso.

Con la definición señalada es mucho más fácil hacerse a una idea de lo que entrañan las redes sociales. Sin embargo, es pertinente mencionar brevemente los conceptos acuñados por Stanley Wasserman y Katherine Faust que detallan en su escrito “Social Network Analysis” (1994) para así entender con mayor integralidad lo que implica hablar de una red social y los fenómenos que la componen.

En primera instancia, nos hablan de los diversos tipos de actores sociales, aquellos que establecen los vínculos sociales, podemos hablar de actores tales como individuos o grupos, o también se puede hablar de empresas, entidades o agrupaciones construidas intencionalmente para lograr un objetivo particular.

Como un segundo aspecto es inevitable hablar de lo que ellos denominan lazos relacionales, los cuales pueden ser variados, ya sea de transferencias de recursos (información, dinero, bienes, etc.), de tipo personal (amistad, respeto, etc) o de interacción y comportamiento, esto por mencionar sólo unos cuantos.

Otro concepto acuñado por Wasserman y Faust (1994) es la díada, que se traduce en la relación específica entre dos actores, su conexión o posible relación mutua. Sumado a este, existe uno denominado la tríada donde como su nombre lo indica permite establecer las relaciones de poder y de balance entre tres actores sociales.

Grupos es otra los aspectos importantes a tener en cuenta, ya que es una manera de delimitar a un conjunto de actores como un sistema y que según sea el caso puede verse como un gran constructo que a su vez puede potencialmente relacionarse con otro grupo. Dentro los grupos es natural la existencia de subgrupos, que en momentos dados permiten trazar líneas imaginarias entre un grupo, relaciones y funcionamiento de un grupo finito.

Ahora bien, todo lo ya expuesto se fundamentó en la concepción de red social aún sin la revolución internet, lo que no significa que pierda su validez, por el contrario nos permite concebir con mayor certeza varias de las dinámicas de la redes sociales en el mundo 2.0, ya que si bien la web se mueve con cierta autonomía, no se puede desconocer que su éxito radica en la potenciación y materialización de muchas de las aspiraciones que en el 1.0 resultaban físicamente casi imposibles de llevarse a cabo.

Con la llegada de redes sociales como MySpace, Facebook, Orkut, Twitter o Tuenti la concepción de socializar con otros se vio trastocada, por ende la forma de compartir información y de ampliar nuestro círculo de personas con las cuales relacionarnos comenzó a sufrir un giro. “Los jóvenes buscan en ella [La red social] nuevos medios de sociabilidad y de manejo de las emociones” (Busquet et al., 2012, p. 50). Compartir fotos, información, gustos, preferencias, intereses a través de la web comenzó a tener un significado y un sentido dentro de las relaciones sociales, no obstante, esto acarrió que rápidamente grandes empresas y multinacionales se interesaran en esta información y estuvieran dispuestos a pagar millonarios sumas con tal de poder acceder a toda una base de datos más que propicia para estudios de marketing (Jones & Soltren, 2005).

Hablamos de un fenómeno que pese a su relativa juventud ha crecido de una manera acelerada y que permitió que a la postre que plataformas MMO (Massively Multiplayer Online) como Club Penguin acentuaran su éxito al tomar varios elementos de las redes sociales de referencia y que sumados a la concepción de video juego de rol permitió concebir una comunidad 2.0 para niños con rotundo éxito.

Baumann (2007) por su parte, afirma que entornos digitales como las redes sociales promueven que los jóvenes ahora estén equipados con confesionarios electrónicos portátiles, los cuales son dinámicas que responden a la sociedad confesional de los últimos años, una sociedad que se caracteriza por haber hecho difusos los límites tradicionales de lo privado y de lo público. Por ello, se ha vuelto una obligación pública el exponer abiertamente lo privado. Ya han dejado de existir las “fronteras naturales” y aquellos lugares evidentes que uno debía ocupar (Baumann, 1999). Más allá del lugar en el cual nos encontremos, ya no se puede ignorar la capacidad de ubicuidad que nos brinda la red para estar en otra parte u espacio de manera simultánea y virtual.

Si bien las redes sociales siempre han sido presa de críticas de todo tipo, especialmente por el tema de privacidad y seguridad de sus usuarios, lo que es cierto es que su impacto ha sido tal que ha despertado la atención por su gran poder de difusión. Sin duda uno de los momentos claves fue el acontecido con la campaña de Barack Obama, se trató de toda una estructura 2.0 que difundió y promovió la candidatura de quien a la postre se convertiría en el presidente de los Estados Unidos de América (Flores, 2009).

Fue allí dónde se impulsó aún más el cambio de forma definitiva acerca de de la red social como una mera plataforma para mantener contacto con amigos, familia, etc. Ahora se trataba de la red social como una posibilidad de generar ingresos reales a sus creadores; un factor económico que cobró un valor aún mayor al comenzar a generar beneficios por cuenta de la publicidad colgada en dichas plataformas y por el posicionamiento de productos entre los usuarios asiduos. Panorama que se ha potenciado con el apareamiento de los social games, es decir, los videojuegos a los que se tiene acceso a través de las redes sociales, los cuales se convirtieron en un diferencial de entretenimiento electrónico (Tourn, 2013), crucial para terminar de encumbrar a sitios web como Facebook.

Sumado a esto, O'Neill (2008) argumenta que estas aplicaciones digitales son una actividad que no está dejada al azar, ya que tiene reglas contextuales donde los usuarios se involucran unos con otros. Son estos denominados social games los que abren la posibilidad de jugar en comunidad con nuestros contactos, seguidores y amigos digitales. Esta concepción multijugador se caracteriza por estar basado en el cambio de turnos, por estar incrustada en el marco de una red social y por poner en juego intangibles como el prestigio, el conocimiento o la habilidad con el fin de fortalecer o definir la identidad de un usuario en particular.

En ese orden de ideas, se consolidó la concepción de que el valor de una red era proporcional a su número de usuarios (Katz, 2008). Por lo que la creación de redes que despertarán interés, crecieran y posteriormente alcanzarán una estabilidad se volvió un deseo generalizado en el mundo virtual. Sin embargo, han sido pocas las que realmente

han alcanzado éxito en su afanosa carrera para captar usuarios y lo más importante, mantenerlos e incentivarlos a ser usuarios constantes.

Por otra parte, no se puede desconocer que los acelerados crecimientos de las redes sociales han dejado grietas que han propiciado casos de pederastia, ciberacoso y delitos informáticos por lo que con el pasar del tiempo a estas plataformas se les mire aún con mucho más cuidado. Como afirman Jones y Soltren (2005), redes sociales como Facebook transmiten una sensación de falsa seguridad, todo acaecido en buena parte a lo que expone Jesús Miguel Flores (2009), quien establece que se cayó en una sobrevaloración de las redes sociales en internet dejando a un lado los peligros latentes presentes en Internet. “Sabemos que muchos adultos no aceptan que niños y niñas no sólo son nuestro futuro, sino también ciudadanos del presente, y que deben considerarse nuevas formas de impulsar procesos que socialicen para una ciudadanía responsable” (Casas, F., Alsinet, C., Pérez Tornero, J.M., Figuera, C., González, M. & Pascual, S.,2000, p. 338).

Esta situación sin duda fue uno de los detonantes para que las MMO para niños surgieran como una alternativa clara y sólida para combatir flagelos y las fisuras de seguridad existentes en internet, unas con mayor éxito que otras. Aunque tomando aspectos de las redes sociales, las MMO se estructuran de forma un tanto diferente ya que toman aspectos provenientes de los videojuegos, por lo que resulta clave reseñar parte de su historia, surgimiento y dinámica.

3.3. Massively Multiplayer Online (MMO)

Para hablar de plataformas como Club Penguin, es necesario hablar de los juegos multijugador en línea (denominados MMO), los cuales parten de la idea básica de un videojuego de consola convencional, con el plus de que este se juega a través de internet, lo que permite la participación de un sinnúmero de jugadores en lo que se denomina un mundo virtual.

Así pues este tipo de plataformas se desenvuelven bajo una serie de características que las definen y distinguen de, por ejemplo, las redes sociales u otro tipo de comunidades virtuales disponibles en la red.

El surgimiento de estas plataformas tiene como orígenes la idea clásica de los juegos de tablero, tales como “Calabozos y Dragones”, sin embargo, su traslado al mundo tecnológico iniciaría a mediados de los años 80, una de los primeros productos fue Islands of Kesmai, su impacto en principio fue bastante limitado, dadas las condiciones que internet tenía por esa época. Sería hasta entrados los 90 cuando varias compañías comenzaron a impulsar de manera masiva varios juegos online tales Dragons Gate o Gemstone (Steinkuehler, 2005).

Lucas Arts, AT&T, junto a otras compañías desarrolladoras continuaron expandiendo sus esfuerzos y distribuyendo masivamente estos productos a precios altos y que se cobraban por horas con el fin de captar mayores beneficios de los jugadores compulsivos. Ya a finales de los años 90 con unas condiciones mucho más propicias de internet, sería posible una rápida subida y crecimiento de estos juegos que se consolidaron con el pasar de los años (mejorando especialmente la accesibilidad y ofreciendo precios más asequibles), gracias a títulos como EverQuest, Ultima Online y

a títulos referentes en la actualidad como Second Life y World WarCraft (desarrollado por Microsoft), el cual en la actualidad es el de mayor usuarios suscritos en todo el mundo (Belli & López, 2008).



Imagen 1. MMO más populares

De acuerdo con cifras de la web especializada GigaOM, los juegos Online llamados Warcraft (8.5 millones de usuarios) y Habbo Hotel (7.5 millones de usuarios) lideran la lista como los títulos referentes en materia de juegos online. Se destaca además que en el listado que detalla los diez primeros en este campo, se encuentran dos plataformas MMO dedicadas a público infantil, por un lado Club Penguin (4 Millones de usuarios) pionera en cuanto a target infantil se refiere y por el otro Webkinz, plataforma que sigue de cerca los pasos con alrededor de 3.8 millones usuarios (GigaOM, Junio, 2007). Ante números tan altos, si tenemos en cuenta la juventud de las plataformas es pertinente describir algunos rasgos de las mismas.

Los MMOs se destacan por ser juegos sostenidos y ambientados en universos y personajes ficticios, es decir, antes que nada un MMO tiene una temática, la cual es la que le da sentido y coherencia al mundo virtual. Sumado a ello, estas plataformas

ofrecen la posibilidad de crear un personaje, más conocidos bajo la denominación de avatares. En este tipo de mundos virtuales, la gente diseña representaciones antropomórficas 3D de ellos mismos (Messinger, Ge, Stroulia, Lyons, Smirnov & Bone, Noviembre, 2008), los cuales han de evolucionar en la medida del desempeño del jugador, llámese cúmulo de experiencia, adquisición de determinados elementos, herramientas, objetos, etc.

Aquí es donde aparece el factor de adquisición de artículos, bienes y servicios en los mundos virtuales, donde en plataformas tales como Second Life se evidencia que los usuarios se muestran más satisfechos en la medida que los productos que consumen en el mundo virtual tienen una relación con los artículos, bienes y servicios que adquieren en el mundo real (Messinger, Stroulia, Lyons, Bone, Niu, Smirnov & Perelgut, 2009). En relación a ello, Zygmunt Baumann (1999) nos permite entrever el factor decisivo que cumple la capacidad de consumo, característica que aplica tanto a lo real como a lo virtual. Baumann expresa que el consumo se destaca por su empeño en jamás darle descanso al consumidor. Se le debe mantener despierto y alerta, bombardeando incesantemente sus sentidos, exponiéndole nuevas tentaciones para que permanezca en un estado de excitación perpetua y de insatisfacción permanente. Por ende, esto permite no sólo el crecimiento y evolución del avatar del usuario sino además adquirir un status o nivel dentro de ese mundo virtual y en otros momentos fuera de él.

Cuando se habla de status es inevitable hablar de otra de sus principales características: la sociabilidad, es decir la posibilidad de los jugadores de comunicarse con otros (similar a las redes sociales), con la potencialidad de crear pequeños colectivos (clanes o parejas) con un objetivo particular. Como valor agregado, los

MMO cuentan con moderadores (ya sean softwares o personas físicas) con los que se supervisa toda la información, el lenguaje, las acciones y en general el devenir del mundo virtual, con el fin de garantizar condiciones ideales para que los usuarios disfruten a placer de la inmersión (Jakobsson & Taylor, 2003).

Del mismo modo al hablar de la inmersión que se da en estas plataformas, vale la pena tener claro que los comportamientos no son homogéneos, por el contrario, son diversos en relación al tipo de MMO y a características propias del usuario. Messinger et al. (Noviembre, 2008) destacan que en los mundos virtuales los participantes exhiben un espectro de comportamientos a través de sus avatares, donde a través de diversas acciones en esos entornos digitales se identifican comportamientos que marcan dos tendencias: unos que se ciñen al mundo real y otros que por el contrario son completamente desviados, opuestos y/o alejados de la realidad. Incluso algunos análisis alrededor de las MMO apuntan a que los usuarios que son más atractivos físicamente tienden a ser más seguros y extrovertidos en su comportamiento en mundos virtuales como Second Life (Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallam, & Smoot, 2000), dejando entrever que más allá del tipo de usuario, si existe un nexo permanente entre lo real y lo virtual.

3.4. Las plataformas multijugador para niños

Partiendo de la idea básica de una MMO convencional, este tipo de plataformas que se dirigen a un público infantil (menores de 14 años), han tenido un acelerado crecimiento en los últimos años. Como punto de partida podemos ubicar a Club Penguin, un MMO para niños que fue desarrollado por un grupo de informáticos

canadienses en 2005, y se convirtió en una de las pioneras en cuanto a público de infantes (Barnes, 2007, 2 de Agosto).

A diferencia de los MMO convencionales estos proveen un plus de mayores restricciones a la hora de comunicarse y relacionarse con otros usuarios, esto con el fin de proteger a los usuarios menores de edad de posibles ciberacosos o uso indebido de sus datos personales. Así pues, estas plataformas, ambientadas en diagramaciones claramente dedicadas a niños se esmeran en la protección y en vender esos mundos virtuales como territorios seguros donde los padres o tutores han de tener mucha más tranquilidad a la hora de dejar a sus niños navegando por la red (Nathan, Meyers & Unsworth, 2009)

Hablamos de un fenómeno que apenas nació en 2005 y que por ende ofrece aún muchas incógnitas sobre la incidencia real sobre los usuarios infantiles. Lo que es cierto es que su crecimiento ha sido acelerado, lo que al día de hoy permite tener una oferta considerable de plataformas variadas, gratuitas o por cobro que se dedican a captar público infantil, tal es el caso de ya mencionado Club Penguin, Boom Bang, Webkinz, ToonTown, Moshi Monsters, entre otros.

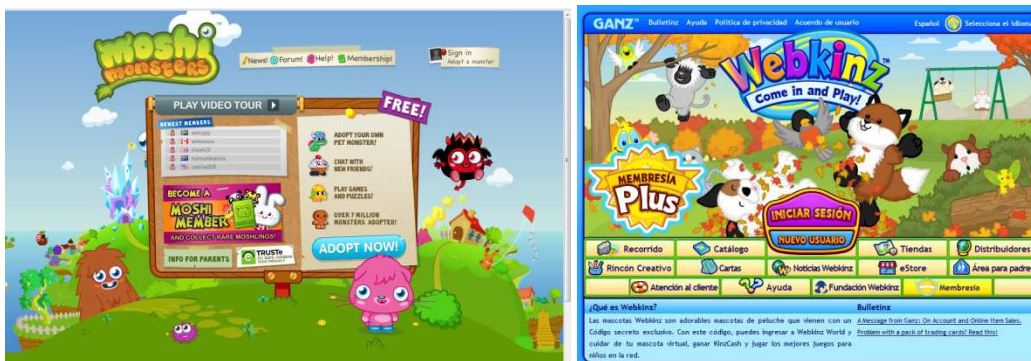


Imagen 2. MMO para niños: Moshi Monsters y Webkinz.

3.5. Club Penguin, el creciente fenómeno

No sólo por ser la plataforma pionera sino además por su acelerado crecimiento en cuanto a suscripción de usuarios han hecho de esta plataforma la de mayor importancia para público infantil, a tal punto llegó su éxito que dos años después de estar en funcionamiento, el emporio Walt Disney compraría todos los derechos sobre el “website” al percatarse del importante nicho que se estaba gestando en este juego masivo en línea (Barnes, 2007, 2 de Agosto). Su creación radicó a partir de la necesidad de un grupo de canadienses de ofrecerles a sus hijos la posibilidad de navegar en la red sin contratiempos y con las mayores garantías de seguridad posibles.

Al tener en la actualidad más de 12 millones de usuarios, en principio parece ser la plataforma de mayor calado, al estar soportada por Disney, lo que le permite ofrecer mayores calidades en cuanto a control, empleo de moderadores 24 horas y diversidad en sus opciones de navegación.



Imagen 3. Página de inicio Club Penguin.

Pero ¿de qué trata esta plataforma en concreto?, en principio Club Penguin se muestra como un mundo virtual cubierto de “nieve” en el que los niños juegan e

interactúan con amigos a través de pingüinos que usan como avatars. Su funcionamiento es similar a otros MMO, donde los jugadores crean su avatar (en este caso un pingüino) y luego recorren la isla de Club Penguin, donde pueden realizar diferentes actividades como chatear, enviar postales, usar emoticones o bien realizar acciones predeterminadas tales como saludar o bailar. Además de esto, los usuarios también asisten a fiestas y otros eventos especiales; pueden actuar en obras de teatro, adoptar mascotas y cuidar de ellos (Nathan, Meyers & Unsworth, 2009).

Como aspectos adicionales cabe agregar que los usuarios no sólo participan de juegos sino que también esto les permite ganar “monedas” virtuales que pueden utilizar para diseñar sus propios iglús (espacio o profile) y comprarse miles de conjuntos de ropa para sus pingüinos (upgrade de sus avatares). Todo esto con el condicionante de que estén suscritos pagando una mensualidad que sus padres o tutores han de asumir para que así el avatar del niño tenga plena libertad de desenvolverse en la plataforma.

Los usuarios gratuitos de Club Penguin son fácilmente identificables a causa de que se muestran sin ropa, sin cabello o accesorio alguno (Burley, Diciembre, 2010). Lane Merrefield jefe ejecutivo de Club Penguin hasta 2013 afirma que la cuota de de suscripción que se le cobra a los usuarios es la mejor vía para garantizar que los niños no se encuentren expuestos a material ofensivo y potencialmente peligroso (Richtel & Stone, 2007, 6 de Junio).

En materia de seguridad como parte de su compromiso con la creación de un ambiente online seguro para los niños, Club Penguin dispone de dos opciones de chat:

- Chat de alta seguridad: El cual limita lo que los usuarios pueden decir a un menú predeterminado de saludos, preguntas y comentarios; emoticones, postales y otras acciones.

- Chat de seguridad estándar: Permite que los jugadores redacten sus propios mensajes y se los envíen a otros usuarios. Todos los mensajes se filtran de modo tal que sólo se utilicen palabras y frases previamente aprobadas, y que cualquier intento de comunicar números de teléfono o cualquier otro tipo de información personal es bloqueado por parte de los moderadores (Club Penguin, 2009).

El público al cual se dirige concretamente es a niños de 6 a 14 años, sin embargo, está abierto a usuarios de todas las edades. A razón de ello, ofrece filtros de seguridad que permite proteger a los niños de posibles acosadores o de personas que quieran hacerse con sus datos personales. A diferencia de otras plataformas esta tiene no sólo softwares que ofician como filtros sino además emplea a personas que ofician como moderadores 24 horas lo que garantiza mayor protección para los usuarios (evitar grooming o ciberacoso).

La plataforma permite controlar y monitorear el tiempo que dedican los niños en Club Penguin, todo esto gracias a funciones que limitan el tiempo total de juego del infante, según lo crea conveniente el padre o tutor y como valor añadido no contiene publicidad de terceros (a diferencia de otros MMOs que si la tienen a razón de sostenibilidad), lo que evita en gran medida posibilidades latentes en las cuales el infante pueda salirse de la interfaz de la plataforma y navegue por páginas de otro tipo.

Tal como Lane Merrefeld expresa, Club Penguin resulta ser la antítesis de plataformas como MySpace o Facebook donde su objetivo primordial es compartir información, por el contrario en este MMO para niños no se permite que los usuarios compartan información personal (Richtel & Stone, 2007, 6 de Junio).

A causa del empeño de preservar la seguridad y el hermetismo de los datos privados de los usuarios, es mucho más comprensible entender el porqué experiencias como las realizadas por Burley (Diciembre, 2010) al observar a profundidad la experiencia de inmersión una niña de 8 años en la plataforma Club Penguin, arrojan datos iniciales que direccionan todos los focos a afirmar que los usuarios de Club Penguin como en cualquier mundo virtual, más allá de la edad del usuario, definen las características de su propio avatar, donde no necesariamente lo crean en relación a su género sino que producto de la curiosidad prefieren ver que se podría sentir al desenvolverse como alguien del sexo opuesto. Del mismo modo, esa seguridad que transmite en principio la plataforma hace que los usuarios se desenvuelvan en todo tipo de espacios con diversas actividades y juegos, los cuales permiten obtener monedas (dinero virtual) que posteriormente les permiten adquirir artículos variados. Situación que propicia que los niños sientan mayor dominio y confianza en los mundos virtuales para integrar a sus familiares en los juegos diversos que ofrece la plataforma

Capítulo 4: Acerca de la cultura

4.1. Cultura

Como ya hemos observado, la infancia a lo largo de la historia ha sido un tema de creciente importancia, y todo radica en la evolución de las civilizaciones que como colectivos portan lo que denominamos cultura, y es este concepto el que encierra toda una serie de entramados relacionados al por qué de unas nociones que definen la realidad en la cual nos desenvolvemos. Por ello, es pertinente dar una mirada hacia lo que podemos entender por cultura, para así detallar con mayores luces bajo que contexto se mueve el niño, internet y su inevitable relación entre sí donde no necesariamente hay una comunicación ausente de jerarquías.

En consecuencia para entender el devenir de lo hegemónico en relación a la cultura es necesario recordar los estudios culturales promovidos por Stuart Hall, quien apoyado en 2 paradigmas establece el panorama que permite concebir a la cultura como un campo de acción donde las aproximaciones al conocimiento son diversas indistintamente si se trata de “baja” o “alta” cultura tal como lo expresa Frank Leavis (Hall & Whannel, 1964).

Así pues, por un lado encontramos el paradigma culturalista en cabeza de Hoggart y Williams, quienes asumen a la cultura como esa materia prima que emplean grupos sociales de todo tipo para afrontar su existencia misma y de ese modo desarrollar sus prácticas. Y como otro gran paradigma de referencia se encuentra el clásico

estructuralismo donde el factor ideológico, claramente de herencia marxista, entra como el predominante a la hora de considerar que la cultura se funde con componentes inconscientes del sujeto donde termina ineludiblemente por ser parte de una lógica, de una estructura dictada por factores económicos y de mercado (Hall, 1994).

Teniendo en cuenta los paradigmas mencionados, Stuart Hall y Tony Jefferson (1976) definen a la cultura como el nivel donde se desarrollan diversas formas sociales y materiales, el cual se evidencia en modos y formas que dan cuenta de esa existencia social de un grupo determinado. Eso sí, sin olvidar que las condiciones bajo las cuales se lleva a cabo no son elegidas por el sujeto, por el contrario, son predeterminadas por el contexto donde se desenvuelve.

Siguiendo esta línea, es válido decir que la cultura tal como nos ilustra García Canclini (2000), parte de la noción elemental de decir que es un cúmulo de conocimientos y capacidades intelectuales y estéticas. Sin embargo, esto entraña toda una serie de factores que inciden en el devenir del desarrollo de cultural de un colectivo. Dentro de los aspectos relevantes podemos hablar de un proceso hegemónico que se da inevitablemente en una sociedad, es decir, si bien un colectivo trabaja en procura de una cohesión social, lo que es cierto es que las relaciones interculturales ya sean externas (con otras culturas) o internas (entre subculturas) conllevan a cambios constantes en las formas de ese siempre voluble término llamado cultura.

Así pues, las relaciones interculturales llevan a tensiones entre dos o más partes, donde si bien se pueden dar procesos de aceptación también es posible un síntoma de rechazo. Por ello, y partiendo de la posición marxista, es mucho más certero hablar de

un compendio de culturas y no de una sola, culturas que dentro de su multidimensionalidad están atadas por una organización u ordenamiento que denota dominancia. Si, al hablar de dominancia o hegemónicas sin lugar a dudas nos referimos a culturas que por una u otra razón histórica marcan mayor poderío sobre otras de menor calado.

Como muy bien referencian Hall et al. (1977), lo hegemónico y parafraseando a Gramsci, no hace referencia solamente a la coerción clásica de estructuras en un estado, sino que se refuerza en la medida que esas esferas dominantes logran grados de autoridad social a tal nivel que pueden estructurar y delimitar las oportunidades de elección de un grupo social determinado, lugar donde la cultura puede llegar a cumplir un papel protagónico para reforzar la sumisión y subordinación en un territorio.

A consecuencia de esto, a lo largo de la historia grandes civilizaciones, imperios, colectivos y en general, influyentes sociedades han marcado las pautas de la cultura del momento histórico particular, la muestra inequívoca de un universalismo, o sea, de la asimilación en el pensamiento colectivo que una cultura es mejor que otra. Empero, sería equivocado hablar de la cultura y de la sociedad como un todo, ya que es importante aclarar que existen varios niveles de la cultura que van de lo particular a lo colectivo o viceversa dependiendo de la situación, aspecto que para Robert Redfield (1965) serían tres niveles: Individual, grupal y universal. Y es a través de estos niveles que se mueven y/o trascienden muchos aspectos como las tradiciones, las creencias, costumbres, actitudes y formas de concebir la realidad.

Para que estos tres niveles que menciona Redfield se desenvuelvan debe existir una estructura que vendría a ser lo que Manuel Castells (2000, 7 de octubre) denomina como la sociedad de la información y que sumada a una sociedad informacional la cual es donde se dan tensiones entre el poder material (político social) y el simbólico (cultural) permiten concebir lo que se entiende como la sociedad red, cuyo funcionamiento radica en las dinámicas donde el funcionamiento de la sociedad de la información y la informacional llevan a una cohesión de los nodos de tránsito de información de todo tipo, en cualquiera de los niveles (llámese individual o colectivo).

Indiscutiblemente la construcción social de la infancia a través de una plataforma MMO se incrusta en estas dinámicas de la cultura, lo cual se hace evidente si miramos de cerca su accionar transversal por las dimensiones de la cultura que establece Castells. Por una lado encontramos la dimensión material donde se refiere al conocimiento, la ciencia y la tecnología, que nos remitirían a las plataformas MMO como el instrumento que “delimita” el accionar de los usuarios infantiles, por otro lado, hallamos la dimensión institucional donde se ubican organizaciones y grupos con fines particulares tales como emporios económicos presentes en diversos campos, organizaciones como Disney que se dedican de lleno al entretenimiento. Y como una tercera dimensión tenemos a la que se refiere a la mediatización, donde Castells nos habla de los diversos modos de vehicular la información y/o el conocimiento de un punto a otro, aspectos que se pueden desglosar en medios masivos, comunicaciones a través de ordenador (internet), la multimedialidad y la comunicación “face to face”.

Al observar a detalle los procesos que conlleva la cultura a través de sus niveles y dimensiones entran a jugar muchos más factores, que implican la asimilación de la

identidad como un elemento que juega un papel fundamental a la hora de hablar de construcciones de la cultura, ya que de esta dependerá los consensos que se den entre los actores y la existencia o no de tensiones entre aspectos simbólicos y materiales. Situación que cobra mucha más importancia si tenemos en cuenta que la llegada de internet cambia especialmente las temporalidades de la comunicación entre los diferentes niveles culturales y la concepción de local y global. O sea, que con internet el tiempo social (tiempo real) viene a ser sucedido a un segundo plano por el tiempo atemporal que ofrece el ciberespacio donde la red pareciese ofrecer ilimitadas posibilidades que trascienden los límites convencionales de un territorio y por ende, de una cultura particular ya sea grupal o colectiva.

Dicho lo anterior, es mucho más congruente concebir a la cultura como un complejo constructo que sumando diversos elementos podría definirse como:

Un conjunto de procesos a través de los cuales representamos e intuimos imaginariamente lo social, concebimos y gestionamos las relaciones con otros, o sea, las diferencias, ordenamos su dispersión y su inconmensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de las sociedad (local y global) y los actores que abren a lo posible. (García Canclini, 2000, p. 63)

4.2. Cultura Popular

Sus primeros pasos se remontan aproximadamente a la Europa del siglo XVI, donde se empezaron a dar las primeras nociones de la cultura popular, la cual ha tenido todo un proceso de construcción como concepto y estudio sistemático como disciplina. Si bien, en principio nació como una postura de los anticuarios europeos para organizarse, reunirse, además de permitirles categorizar e intercambiar impresiones acerca de antigüedades populares, el concepto comenzó a acuñarse realmente con fuerza en Inglaterra y Francia bien entrado el siglo XIX como una manera de hacer lectura de la realidad de un colectivo (Ortiz, 1980).

Y es que en principio el tema de la cultura popular se dio en países como Alemania, Portugal y España, todo a consecuencia de unos continuos procesos de búsqueda de identidad nacional que por aquella época (siglo XVI –XVII) aún no era del todo clara para algunos territorios del continente europeo. En principio tal como nos ilustra Burke (1976), la distinción de la cultura de la elite de la popular era bastante difusa por aquellos tiempos, y se daba el caso que muchas de las prácticas tradicionales del pueblo eran avaladas o patrocinadas por los de la elite, es decir, el sujeto culto estaba en la capacidad de desenvolverse tanto en su grupo exclusivo y cerrado como también en la cultura popular, donde se daban las prácticas más tradicionales del pueblo.

Sin embargo, la participación de las elites no era garantía de que aquella minoría no se empeñara en descalificar aquellas practicas de subalternos y clases trabajadoras, al contrario, en aquel momento todos lo relacionado a lo popular se estudiaba con el fin de

descalificar y difundir discursos peyorativos de todo lo popular, que reforzado por posiciones como las eclesiásticas, contribuyeron a subrayar a lo popular como algo ordinario, efímero y de poca importancia. Así pues, con el pasar de los siglos, las diferencias entre unos y otros se fueron haciendo más marcadas, todo con el fin de único de las elites de desmarcarse de la cultura popular y todos sus contenidos asociados a supersticiones, mitos y relatos carentes de argumento y de adecuadas composiciones gramaticales y de sintaxis.

Empero, con la llegada del renacimiento, llegarían las condiciones propicias para que la cultura popular pasara de ser el “patito feo” a ser visto por los intelectuales como un nicho desde el cual analizar y reflexionar sobre las diferentes manifestaciones del pueblo. Así pues, los siglos XVIII y XIX fueron el momento donde la lenguaje del pueblo y diversos tipos de expresiones fueron un revulsivo para muchos de los pensadores del momento, quienes asumieron lo que parafraseando a Herder (1964) se trata de la manera de un pueblo de expresar su esencia y por ende de construir nación.

Para Peter Burke (1976), el periodo romántico marcó en firme el nacimiento de lo que concebimos hoy en día como cultura popular, ya que gracias a los aportes de Alemania por intermedio de Herder y posteriormente con los hermanos Grimm, los relatos populares tomaron valor y fueron recogidos y consignados en libros que más allá de exaltar valores artísticos y el raciocinio, se centraron en transmitir aquella dimensión intuitiva del pueblo, la denominada poesía de la naturaleza referida a los mitos, leyendas y canciones populares construidas a lo largo de la tradición oral de un colectivo (Ortiz, en Aparici & Marí, 2003).

Así pues como nos lo describe Ortiz, los hermanos Grimm darían un gran paso en la construcción escrita de la tradición popular, ya que sus publicaciones radicaban en un cúmulo de relatos bajo la etiqueta del anonimato, lo que le daba un aire de inclusión, de un todo, de un consenso popular, lo que llevaba a sentir que se trataba de una historia mal que bien conocida y aprobada por todos. Sobre todo este marco de nociones iniciales y primeros abordajes a la cultura popular, llegaría un nuevo espíritu con el ánimo de estudiar las tradiciones populares como una disciplina, hablamos por supuesto de la Folclore Society, que fundada en 1878 formalizaría los estudios relacionados a lo que a cultura popular se refiere.

Básicamente todo apuntó hacia diferenciar las prácticas modernas de las primitivas, con el fin de analizar el desenvolvimiento de lo que denomina Tylor (1958) como cultura salvaje, la cual se encuentra incrustada en la mentalidad del hombre, incluso en la del hombre moderno. Así pues, lo salvaje encierra o si se quiere, protege, las tradiciones populares en su esencia pura, lo cual le da un valor etnográfico muy alto y esto a lo largo de la evolución de los estudios del folclor y la cultura popular serían el estandarte clave para que aún hoy en día lo popular (lo proveniente del pueblo) sea considerado un objeto válido de estudio para desentrañar comportamientos, actitudes y modos de vida de un colectivo particular que suele pertenecer a grupos no progresistas o escasamente incluidos o representados en las dinámicas políticas y de desarrollo de un territorio; en palabras de Gomme (citado en Aparici & Marí, 2003), “La historia del pueblo que escapó de la observación del historiador”.

Ya entrado el siglo XX en cierto modo se mantienen varias de las tendencias de siglos anteriores, por un lado quienes ven en la cultura popular como la esencia de un

colectivo y por ende es pura y verdadera, dicha corriente romántica tiende a nacionalizar esa cultura, es decir universalizarla para la cohesión de un pueblo, país o territorio. Por otro lado, encontramos corrientes más iluministas que consideran dicha cultura como atrasada y muy tradicional, por lo que resulta necesaria una actualización de la misma mediante diversos mecanismos educativos promovidos esencialmente por el Estado, ya sea para formar a la gente con populismos de derecha y así convertirse en el sostén del Estado, o para adquirir actitudes más de izquierda, que apuntan a recibir una “conciencia correcta” que les permita una actitud más revolucionaria y si se quiere vanguardista (Chauí, Octubre, 2008).

Dada la dinámica de la cultura popular en el siglo XX, se propiciaron los orígenes de fenómenos alternos a lo que tradicionalmente considerábamos bienes culturales, tales como la literatura, la opera o el arte (pinturas). Fue así como tendencias como el cómic y el jazz se insertaron no sólo en la cultura popular, sino que a su vez, con el pasar del tiempo escalaron peldaños para instalarse en la cultura letrada (Chauí, Octubre, 2008). Por otra parte, dada la rápida evolución en infraestructura mediática en el siglo XX, se logró difundir todo tipo de productos culturales, los cuales a su vez fueron artífices del surgimiento de subculturas o las hoy en día llamadas tribus urbanas, con características particulares y que suelen alejarse o diferenciarse de lo masivo pero que inevitablemente portan herencia de lo que tanto quieren desmarcarse.

Es allí donde surge la comercialización de los contenidos de la cultura popular, que son los ingredientes primarios para que los grandes grupos económicos y poseedores de medios puedan generar beneficios económicos a partir de contenidos culturales como la música, el cómic y a los que se ha sumado en las últimas décadas el

gran fenómeno videojuego. Hablamos por consiguiente, de toda una industria que hoy en día habita muchos aspectos de nuestra vida y que se presenta ante nosotros como una cultura popular conocida y hasta cierto punto aceptada por todos.

En consecuencia a todo lo mencionado, no hay que olvidar que la cultura popular y su discusión tal como nos lo dice Renato Ortiz, pasa inevitablemente por lo político, tanto regional como nacionalmente, por lo que se debe ser cuidadoso a la hora de hablar de una cultura popular auténtica. Por consiguiente, tal y como en su momento los hermanos Grimm recolectaron relatos y mitos alemanes con el fin de buscar una cohesión literaria del folclore de su territorio, ahora mismo existen muchos constructores del concepto de lo popular que lo hacen con un fin predeterminado (llámese político o económico), lo que conlleva a hilar fino sobre lo que está detrás de un relato popular, que en principio, pareciera carente de cualquier interés de por medio. Y para hablar de este tema, es inevitable mencionar de lo que se conoce como Industria Cultural.

4.3. Industrias Culturales

El acelerado desarrollo del capitalismo en el Siglo XX y el negro episodio acaecido a raíz del aparecimiento del Nazismo en la primera mitad del siglo, sumado a la gran fuerza de los mass media, darían como resultado que la cultura de masas se volviera un tema de discusión por aquellos años. Fenómenos como el de la propaganda Nazi promulgada por Hitler en Alemania, generaron discusiones que no tardaron en trascender en las reflexiones teóricas del momento.

Así pues en 1944, cuando la segunda guerra mundial vivía su época más álgida, la escuela de Frankfurt sacaría a la luz un texto llamado “Dialéctica del Iluminismo” cuyo tema principal era el de la cultura de masas. El escrito realizado por Horkheimer y Adorno, como originarios del país germano, al ver lo ocurrido en su país, pretendía desentrañar el por qué de la cultura de masas y establecer los modos de manipulación y reducción del carácter crítico del sujeto, que llevaban inexorablemente a desvanecer lo particular, prevaleciendo la cantidad y lo homogéneo.

Al leer a Horkheimer y Adorno (1944) se puede establecer las dotes que la cultura de masas posee:

Una cultura dotada de múltiples estrategias de poder, como la de reproducir y estandarizar una versión de la realidad; reproducción en serie de las condiciones de posibilidad del sistema capitalista en el terreno de lo simbólico y en el espacio del ocio y del esparcimiento. (p. 119)

Es así como en su reflexión pasan a denominar dicha cultura de masas como “Industria Cultural”, lo que pretende acentuar y evidenciar la ideología del sistema y sus modos de operar con la cultura hacia los sujetos. Es decir, ya no hablamos de espectadores sino de consumidores, que toman la moral de la clase dominante creyendo en el mito del éxito incluso más que el reducido grupo de personas que realmente lo viven.

Si bien puede sonar un tanto pesimista, lo que es cierto es que Horkheimer y Adorno hacen una lectura de la perversidad de las estructuras de poder presentes en el

sistema. Asumen que la Industria Cultural busca disciplinar, generar deseos y ante todo eliminar todo tipo de resistencia a los contenidos que le son suministrados, lo que refuerza la consigna de manipulación y alienación por parte de los productos culturales evidentemente vehiculados por los medios de comunicación. Situación que se inserta en los espacios de ocio de la gente, donde hasta un aparentemente inocente dibujo animado es portador de mensajes que conducen a asumir una postura carente de toda resistencia individual.

Resulta inevitable observar que al reflexionar los contenidos de los dibujos animados ya sean Disney, Hanna Barbera o Warner Bros (por mencionar los más emblemáticos), están presentes discursos alienantes, los cuales son maquillados por el factor “diversión” con el fin de que el consumidor termine por aceptar y consentir las desdichas, la violencia y las desigualdades, como algo que forma parte del orden natural de las cosas. Es como si se tratase de un pacto donde la clase dominante le suministra entretenimiento a cambio de que el consumidor asuma una posición pasiva y marginal de las fuentes de producción.

Otra de las características que Horkheimer y Adorno nos pone sobre la mesa es la capacidad de la Industria Cultural de mimetizarse en la cotidianidad de los sujetos, es decir, la facilidad que poseen los productos culturales de convertirse en la prolongación del mundo exterior, que en determinados casos se inserta de una manera tal, que ya no se hace distinción entre un dibujo animado (por poner un ejemplo) y la vida misma, donde el hablar de Disney nos remita ineludiblemente a pensar y asociarlo con infancia e inocencia. Aquí aparece otra de las características de la Industria Cultural: la automatización, que se refiere a la concepción casi inequívoca del mundo a partir de un

discurso nacido de una producción cultural que obstruye la capacidad imaginación y espontaneidad.

Por otra parte podemos encontrar que años más tarde, Walter Benjamin (1989), otro miembro de la Escuela de Frankfurt deja entrever en su famoso escrito “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, varios elementos a resaltar en cuanto a Industria Cultural se refiere, en especial si lo enfocamos al tema que más nos concierne: internet como el estandarte de la era digital.

En primera medida Walter Benjamin nos habla de cómo en el siglo XX la producción simbólica pasó a ser industrializada, donde los mitos y relatos religiosos pasaron a ser parte del mercado capitalista. A su vez, los bienes culturales se volvieron objeto de marketing, todo con el fin de homogenizar la producción para obtener mayores beneficios económicos. Así pues la información debido a su constante reproducción se vuelve algo efímero y del momento (una especie de moda).

Es de esta manera como la producción estandarizada hace que la experiencia cultural cambie, ya que en cierto modo se dan procesos de democratización y esto ocasiona que la cultura moderna se encierre en lo fugaz y repetitivo, dejando atrás las concepciones preindustriales donde predominaba lo singular y lo perdurable. Esta dinámica hace que la cultura contemporánea se caracterice por una alta mediación tecnológica, lo que se traduce en que los valores culturales se pierdan y se desacralicen todo tipo de aspectos que en tiempos anteriores eran considerados como piezas únicas y de gran valor para la cultura formal. En resumidas, Benjamin nos ofrece una mirada más optimista, quien aporta o contrapone (según como se quiera ver) a lo dicho por

Adorno, una categorización de la Industria Cultural como un fenómeno que gracias a las bondades de la tecnología, contribuye a la democratización social de lo que en otros tiempos hubiera resultado inaccesible para un individuo del pueblo, un acostumbrado marginado de las elites.

Pero si bien toda la estructura de las Industrias Culturales radicó en la Escuela de Frankfurt, hay que destacar cómo en Estados Unidos años más tarde se retomó el debate, gracias a Umberto Eco quien consignaría en su obra “Apocalípticos e Integrados”(1965) la nueva idea de cultura a partir de dos miradas.

Por una parte encontramos a los Apocalípticos, un grupo de teóricos encabezados por Horkheimer y Adorno, quienes ven en la cultura de masas el fin de la civilización, ya que argumentan que empobrece intelectualmente y nos conduce inevitablemente a la ruina social a razón de que no refleja la demanda de los sujetos sino que la impone, con el fin de reducir a su mínima expresión cualquier tipo de malestar dentro de las elites.

Por consiguiente, Eco habla de unos Apocalípticos que ven en las Industrias Culturales una manera de lanzar mensajes a grupos con el fin de volverlos homogéneos acabando diferencias particulares y cualquier intento de reflexión. Se trata de una cultura que se mueve en el plano de la opinión y por lo tanto sólo refuerza el status quo, es decir, que se instaura un control social por parte de la clase dominante, que con modelos verticales de comunicación impiden la creatividad de la cultura popular.

En la otra esquina Eco identifica a los Integrados, donde sobresalen Walter Benjamin, Daniel Bell y McLuhan, como aquellos pensadores que encuentran en la cultura de masas procesos de transformación útiles y beneficiosos para el sentir de una población. Hablamos de unos cambios tecnológicos que amplían la difusión e incrementan la formación y la reflexión de los sujetos, ya que ellos consideran que de alguna manera se democratiza la información y colectivos marginados o excluidos tienen muchas más posibilidades de salir a flote y ser conocidos por otros. Esto conlleva a que una sociedad tenga mucha más dinámica en su renovación cultural al estar mucho más informada de su alrededor, incorporando novedades y haciendo participe grupos diversos del devenir cultural de una población.

En perspectiva, podemos hablar de dos posturas frente al tema de las Industrias Culturales. Una surgida a raíz de la preocupación por los desastres acaecidos por las políticas nacionalistas (Nazismo) donde se habla de una cultura divulgativa, coleccionista, de la moda; la cual jerarquiza y seduce al usuario a placer a partir de imaginarios repetitivos, estereotipados que en definitiva condensa al colectivo en una cultura del conformismo y del final feliz. Mientras que por otro lado se encuentra una visión mucho más optimista que hallan en los acelerados cambios tecnológicos inherentes a la industrialización de las sociedades, como una gran potencialidad en materia de educación, alfabetización y accesibilidad a bienes que antes eran exclusivos de la alta cultura.

4.4. Construcción social de la realidad

Todos los sujetos, nos desenvolvemos en lo que concebimos como la realidad cotidiana, pero aquello que asumimos como esa estructura espacio tiempo “habitual” y

“lógica” no se trata más que de una imposición por parte de la sociedad en la cual nos desenvolvemos. Hablamos pues de un individuo que a razón de las interacciones que tiene en su sociedad va encajando y ubicándose dentro de la misma. Aquí podemos entrar a mencionar la relevancia del conocimiento de la vida cotidiana, planteamiento plasmado y desarrollado por Peter Berger y Thomas Luckman en “La construcción social de la realidad” (1966), obra de referencia que como su nombre lo indica deja entrever que todo lo que nos rodea hace parte de una elaboración compleja que viene a ser un producto inherentemente humano.

Berger y Luckman abordan la importancia de la interacción social, haciendo especial énfasis en las relaciones cara a cara como formas mediante las cuales los individuos recolectamos información, modos de actuar; básicamente conocimiento del día a día. Sin embargo, todas las interacciones sociales resultan importantes, ya sean íntimas, anónimas o producto de un constructo histórico, llámese prócer de la patria o algún tipo de personaje que en un momento dado dejó huella y ha trascendido a lo largo de los años calando en el conocimiento popular de una sociedad determinada.

Coincidiendo con lo que afirman Berger y Luckman, nos encontramos ante una estructura social que resulta ser la suma de comportamientos consensuados, pautados y establecidos a partir de las interacciones cotidianas, es decir, que ha de existir un lenguaje, un sistema imprescindible para la comunicación, pero para que tenga real valía también ha de tener la capacidad de ser usado por diferentes actores más allá de subjetivaciones de unos u otros.

Aquí es donde aparece un elemento clave: la capacidad de objetivación, la cual se concibe a través de la categorización de objetos que hacen parte del devenir de los sujetos y que por ende pertenecen a un mundo común donde son accesibles a todos. Por consiguiente, un bate de béisbol puede ser asumido objetivamente como un accesorio deportivo, pero también, dependiendo de las circunstancias y de las señales que lo acompañen puede interpretarse como un arma para herir a otro individuo. Es por ello, que la importancia de un lenguaje comprendido por todos (el cual es relativamente estable gracias a los significados lingüísticos) resulta fundamental a la hora de la construcción de la realidad, ya que conociendo el lenguaje nos es posible leer el entorno particular que nos rodea.

Empero, no debemos olvidar que el lenguaje en sí mismo encierra una característica hasta cierto punto coercitiva, ya que delimita, organiza y da sentido a nuestra construcción social (Berger & Luckman, 1966), y con esto no me refiero a que sea algo necesariamente malo, por el contrario, se trata de un sistema (el lenguaje) tan bien estructurado y jerarquizado que permite a la persona navegar por diferentes esferas reales y simbólicas, siempre sustentadas, reitero, por los pilares del conocimiento de la vida cotidiana. Es aquí donde entra a escena lo que popularmente conocemos como “sentido común”, el cual se desenvuelve a lo largo y ancho de las experiencias e interacciones con los otros, oficiando como un acumulador de conocimiento y que se relaciona entre sí de acuerdo a unas objetivaciones determinadas. Por ejemplo, si tengo conciencia de que no debo saltarme los torniquetes del Metro, por sentido común asumo que hacerlo podría conllevar una sanción, un riesgo, un peligro, traducirse en un delito y ser señalado como alguien desaprobado por los demás transeúntes que usan el servicio público ya que ellos poseen el mismo conocimiento que yo.

De esta manera la vida misma se envuelve en una serie de rutinas, donde entornos como los que Marc Auge (1992) denomina “No Lugares” se convierten en espacios de transición sin demasiada trascendencia antropológica e identitaria. Donde si bien puede que no sepa cómo reparar un ascensor pero sí qué hacer en el momento que se estropee o diversas maneras para evitar su deterioro ya que lo uso constantemente o por ejemplo conducir un coche pero no tener idea de mecánica. De igual manera las rutinas se reflejan en nuestro comportamiento en los diversos círculos sociales en los que nos movemos, sabiendo de antemano que el comportamiento con la familia puede ser sustancialmente diferente que el modo de actuar que pueda tener en el trabajo o con mis amigos.

Si bien el lenguaje agrupa a toda una sociedad vale también aclarar que el conocimiento no es del todo absoluto para todos, ya que es inevitable que existan zonas o situaciones desconocidas para algunos y muy bien conocidas por otros, situación que se define a partir de la ubicación en la sociedad que tenga cada individuo (posición socioeconómica, educación, trabajo, etc.) lo que le empujará a desenvolver rutinas que quizás en otro contexto no le serían de igual efectividad (Berger & Luckman, 1966).

Capítulo 5: Presentación y formulación del problema

5.1. Descripción y definición del objeto de estudio

Club Penguin es una plataforma MMO (Massively Multiplayer Online) dirigida en principio a un público infantil para niños pero abierta a todas las edades. La plataforma fue creada en 2005 por unos desarrolladores informáticos canadienses y debido a su rotundo éxito sería adquirida por Disney 2 años más tarde.

Se trata de una plataforma que a través de la creación de un avatar permite acceder a un mundo virtual donde se puede interactuar con usuarios de todo el mundo, disfrutar de mini juegos, adquirir bienes y servicios y todo un abanico de opciones que apuntan a la constante interacción con la plataforma para mejorar y personalizar tu perfil y tus espacios. Experiencia que se potencia en el momento en el cual el usuario se afilia realizando un pago mensual, ya que las posibilidades para los socios son mucho más extensas y diversas.

La mirada formal del objeto de estudio se abordó analizando a profundidad las características, opciones y modos de interacción de Club Penguin partiendo de dos miradas, una desde la inmersión vivencial como un usuario más de la plataforma y la segunda, reflexionando sobre la información extraída a partir de las versiones oficiales de representantes de Disney. Ambas perspectivas permitieron entender con mayor certeza a la MMO Club Penguin

5.2. Justificación

La razón por la cual es pertinente hacer esta investigación es debido al creciente auge por las MMO, especialmente las dedicadas a públicos infantiles. Además de ser plataformas en crecimiento, son mundos virtuales que para niños apenas empezaron a ser dirigidos a niños desde el 2005, por lo que los estudios en este campo son escasos.

Puesto que las MMO para niños tienen de vida poco menos de una década, es de vital importancia observar con minucia su dimensión comunicativa, los contenidos y la seguridad que ofrecen a sus usuarios. Club Penguin concretamente, por ser una de las plataformas pioneras y por su particular evolución al ser adquirida por Disney resulta ser uno de los mundos virtuales de referencia en este campo, y a su vez, la plataforma de mayor relevancia, si se tiene en cuenta que la ideología y el discurso Disney le dan un ingrediente aún más rico para explorar en este neófito tema. Por ende, la investigación realizada pretende ser un aporte inicial para poder continuar el camino de los estudios en este campo a posteriori.

5.3. Objetivos

5.3.1. Objetivo General

- Analizar los nuevos modos de construcción social de la realidad de la infancia a través de la plataforma masiva multijugador en línea (MMO) de Disney, Club Penguin.

5.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar a qué tipos de interacción, de herramientas y de aplicaciones recurre la plataforma MMO Club Penguin.
- Observar las libertades y los límites que ofrece la plataforma masiva multijugador en línea Club Penguin.
- Conocer a profundidad la visión de los niños como usuarios y la de sus padres con relación a las plataformas MMO.

5.4. Hipótesis

La preocupación generalizada en la sociedad por la vulnerabilidad de los niños impulsó el nacimiento de aplicaciones dedicadas exclusivamente al público infantil, entre ellas nacieron plataformas masivas multijugador online (MMO) donde una de sus pioneras sería Club Penguin, que comprada años más tarde por el emporio Disney, marca la pauta en el campo de las MMO como alternativas y espacios que ofrecen seguridad y modos de control por parte de los padres.

Club Disney propicia un nuevo modo de construcción social de la realidad, al trasladar a un territorio seguro del ciberespacio, diversas dinámicas y espacios del mundo real, tales como la adquisición de bienes y servicios, la interacción con otros sujetos con fines diversos, el desenvolvimiento en lugares privados y públicos, lo que supone la inducción al público infantil de dinámicas consumistas y materialistas desde edades tempranas, deformando en parte la idea inicial de territorio seguro y ausente de peligros.

Capítulo 6: Metodología y resultados

Respondiendo a los objetivos planteados en esta investigación se consideró un enfoque eminentemente cualitativo para aproximarse de manera más certera y cercana al objeto de estudio. Una metodología de este tipo implica hablar de lo fenomenológico como el punto de partida para la recogida de datos, en esta perspectiva podemos hallar a Deutscher (1973) y a los estudios sociológicos de Berger y Luckmann (1966) como los referentes claves a la hora de hablar de comprender la realidad desde la experiencia del actor.

En consecuencia, al hablar de las plataformas multijugadores en línea para niños como un fenómeno con pocos años de existencia, se consideró una mirada cualitativa porque para esta metodología ninguna porción de lo social es trivial como para dejarse a un lado y no ser objeto de ser estudiado de forma científica. Sumado a esto, Taylor y Bogdan (1987) refuerzan la importancia de los estudios de estas características debido a que esta perspectiva enfoca fuertemente sus esfuerzos en una validez interna del conocimiento hallado, y gracias a su enfoque humanista fue mucho más fructífero abordar un objeto de investigación donde uno de los protagonistas es la infancia, quienes como se ha visto a lo largo de la historia no han tenido demasiada voz en los procesos sociales en lo que los infantes se han vistos inmiscuidos.

Es aquí donde fue decisivo tener como referencia para el marco metodológico lo que se ha hecho desde las ciencias sociales en relación a la infancia. Sin lugar a dudas, uno de los ejes que permiten entender con mayor facilidad el éxito de Disney como industria son los estudios de Dorfman y Mattelart (1973), quien no desdeñó los

productos que a lo largo del siglo XX se han venido reproduciendo en buena parte del mundo, por el contrario, estableció que existen discursos enmascarados por debajo de relatos inocentes a primera vista.

No obstante, la capacidad persuasora de Disney ha radicado en su habilidad indiscutible de leer los contextos para así insertar a través de sus productos, valores, cualidades y sensaciones de seguridad y bienestar. Desde la psicología y la educación se pueden hallar los referentes más fuertes respecto a la infancia y su desarrollo, solo hace falta referenciar a Freud (1921) quien desde su perspectiva del psicoanálisis concibió a la infancia como etapa clave para el desarrollo óptimo de un individuo.

En ese orden de ideas, vale la pena reseñar a María Montessori (1936) como una de las pioneras en lo que se refiere a comprender a la infancia como un proceso donde el niño es propenso a absorber con gran facilidad todo tipo de experiencias, por lo cual, es imperante que el adulto garantice un ambiente propicio rodeado de seguridad y ambientes afectivos positivos.

Enmarcados en este panorama, es donde han hecho su aparición los medios masivos como un replicador de los peligros latentes para los niños, donde lo que denomina Theodor Adorno y Edgar Morín (1967) como industrias culturales (con todo el componente Marxista y la Escuela de Frankfurt) han sacado ventaja para posicionar sus productos como la vía factible de mitigar los temores que como padres de familia pudiesen tener ante un entorno potencialmente hostil hacia sus hijos, peligros que el mismo Phillippe Ariès (1962) confirma que han sido una constante a lo largo de la historia más allá de los esfuerzos realizados.

Por consiguiente, teniendo siempre presente esa búsqueda del conocimiento directo de la vida social que resalta Blumer (1969) en relación al investigar de manera cualitativa, se contempló como diseño metodológico el uso de la etnografía virtual como la vía más efectiva para entender el fenómeno Club Penguin.

La perspectiva etnográfica permite ver al ciberespacio como un lugar que no está rotundamente desligado de la “vida real”, por el contrario, “internet se conecta de formas complejas con los entornos físicos que facilitan su acceso, a la vez que depende de tecnologías que son empleadas de modos particulares según contextos determinados” (Hine, 2000, pp.80-81). En consecuencia, la etnografía virtual es una forma útil para investigador como fuente de reflexión, más allá de observar un fenómeno que no sea “real”, se trata de interacciones mediadas que pueden dar forma a un objeto etnográfico susceptible a observarse (Hine, 2000).

Como parte del diseño metodológico se tomó como punto de partida 5 fases que se enuncian a continuación:

Fase exploratoria: Un enfoque inicial donde se realizó una apertura ante el problema a investigar, para lo cual se realizó una descripción a detalle de la web y la plataforma MMO de Club Penguin (para lo cual se dedicaron un total de 18 semanas), lográndose conocer su estructura de funcionamiento y opciones disponibles para los usuarios.

En primera instancia se efectuó una descripción a profundidad de la plataforma Club Penguin, con el fin de identificar con claridad los elementos que componen a la misma, además de establecer los tipos de interacción que ofrece, que sumado a las herramientas y aplicaciones a las que recurre esta plataforma MMO, permitió abordar con mayor conocimiento y propiedad las características del mundo virtual donde se desenvuelven los usuarios.

Así pues, se examinó en principio el índice (página inicial del sitio web) y luego se exploró cada una de las principales rutas de navegación, observando sus contenidos y publicaciones, además de capturar algunos “screenshots” del sitio web, con el fin de ilustrar de mejor manera las características de Club Penguin y el abanico de información del que dispone previo a la entrada en sí al multiplayer massively online.

Fase de observación e inmersión: En esta fase se procedió a realizar una observación participante en la plataforma MMO Club Penguin durante un período de 16 semanas, para lo cual fue necesario la creación de una cuenta en la plataforma, asimismo crear un avatar. Como aspectos adicionales se estableció un manual de navegación para controlar cada una de las inmersiones realizadas. De igual forma se diseñó un diario de campo como la técnica más efectiva de consignar la información recogida durante el período de observación.

Fase de discusión con usuarios: Como una tercera fase se estableció la necesidad de trabajar con un grupo de 35 niños entre los 8 y los 12 años de edad que tuvieran cercanía con el uso de internet para realizar con ellos talleres, charlas abiertas y actividades lúdicas con el objetivo de conocer de primera mano sus conocimientos sobre

el ciberespacio, Disney y Club Penguin. La información recogida fue producto de 3 meses de trabajo continuo con los niños, grupo que se conformó mediante un muestreo no probabilístico.

Fase de entrevistas: Dado que el diseño de Club Penguin plantea que los tutores o padres de familia son parte fundamental para la sinergia de la plataforma, se realizaron entrevistas a profundidad a 10 padres de familia para conocer qué tanto conocían sobre la plataforma, su postura frente a Disney y sus apreciaciones frente a internet como un espacio de frecuente visita por parte de sus hijos, recogiendo así otra mirada del fenómeno estudiado. El proceso se extendió por un período de 5 meses y fueron necesarias más de una entrevista con cada uno de implicados.

Fase interpretativa: Como una quinta etapa, se realizó un esfuerzo de decantación de toda la información recolectada para así confrontarla con la hipótesis de la investigación y generar las conclusiones necesarias. De igual forma se generaron conclusiones en relación a la navegación, a los niños como usuarios y a los padres como tutores de los infantes que interactúan en Club Penguin.

En consecuencia, respondiendo a las fases expuestas anteriormente lo que a continuación se plasma y describe es el producto de las aproximaciones realizadas y de toda la información recolectada a partir de la MMO Club Penguin, sus usuarios y los padres de familia, reforzando en ánimo de construir de manera holística el conocimiento.

6.1. Descripción del contenido web de Club Penguin

Dominio – Localización web: <http://www.clubpenguin.com>

Idiomas disponibles: Inglés, Español, Portugués, alemán y Francés.

Período de observación: 3 de enero al 7 de marzo de 2011 (9 semanas).

El índice (página de inicio) nos recibe con una presentación bastante ilustrativa, donde podemos ver algunos rasgos generales de lo que se trata Club Penguin: avatares, socialización, actividades, diversión, sensación de seguridad e interacción con el mundo virtual y similares, eso sin contar la información que suministran tanto a los jugadores como de igual manera a los padres en todo tipo de aspectos, los cuales se reseñan en los siguientes apartados:



Imagen 4. Página de inicio Club Penguin.

Socios. Es una sección de la web que suministra información sobre todos los potenciales beneficios que puede recibir el usuario al hacerse miembro de la comunidad Club Penguin. Dicha inscripción consiste en un pago aproximado de 5 euros al mes,

tarifa que puede variar según el número meses que se paguen en el momento de la afiliación (mensual, semestral o anual).

The screenshot shows the '¡Hazte socio!' (Become a member!) page. At the top, there is a navigation bar with icons and labels: 'SOCIOS', 'CREA MÁS', 'EXPLORA MÁS', 'JUEGA MÁS', 'DESCUBRE MÁS', and 'CELEBRA MÁS'. The 'DESCUBRE MÁS' tab is selected. Below this, there is a section titled 'Descubre más' with a list of benefits and an illustration of two penguins, one holding a membership card. At the bottom, there are three membership options: 'MENSUAL' for €4.95, '6 MESES' for €24.95, and '12 MESES' for €47.95, all with 'Impuestos incluidos'. There is also a 'Modificar moneda' button set to 'Euros' and a 'COMPRAR MEMBRÍA ONLINE' button.

Imagen 5. Instrucciones suscripción.

Esta sección se subdivide en 4 que son las que se mencionan a continuación:

*Socios: Esta pestaña detalla algunos de los elementos nuevos a los que se pueden acceder en el momento que un usuario se hace socio de la Comunidad Club Penguin. Las ventajas y posibilidades de acceso se traducen en mayores grados de interacción en el mundo virtual, con los juegos y actividades tanto individuales y grupales de la comunidad.

Por ende se le da al usuario mayores posibilidades de moverse por el mundo virtual de Club Penguin, ya que el usuario puede personalizar con mayor libertad la ropa de su pingüino (avatar), adornar su iglú (casa) con más elementos, también le permite acceso a áreas nuevas de la Comunidad, adoptar muchas más mascotas y suministrarles muebles y accesorios exclusivos. Y como elemento adicional el ser socio permite una serie de privilegios tales como la posibilidad de asistir a fiestas únicas y exclusivas para

quienes tienen membresía, además de poder organizar sus propios eventos para convocar a otros usuarios o a algún grupo selecto de amigos.

*Tarjetas de socio. Se trata de un apartado donde señala las tiendas (Canadá, Reino Unido y USA) en las cuales se pueden comprar tarjetas socio como opción alterna a la compra online.

*Administrar cuentas. Es una sección en la cual los padres pueden ingresar, administrar y supervisar las cuentas de sus hijos mediante la creación de una "cuenta para padres" la cual le permitirá acceder a una serie de herramientas y opciones de navegación que desea personalizar para la cuenta de su hijo.

*Atención al cliente. Es una sección dedicada a la explicación y respuesta de las preguntas frecuentes acerca de todo lo que concierne a las membresías como métodos de pago, contacto con el departamento de soporte y facturación y temas relacionados con la privacidad de los datos de los usuarios al momento de hacer miembros.



Imagen 6. Comunidad Club Penguin.

Comunidad. Es una sección en las cuales el usuario puede conocer novedades acerca de usuarios de todo el mundo, desde ver fotos y dibujos hechos por fans de Club Penguin hasta comentar publicaciones de un blog. Este apartado tiene como intención, mantener al tanto a los usuarios sobre lo que sucede con Club Penguin tanto fuera como dentro del mundo virtual.

*Novedades. Dentro de la sección de comunidad podemos hallar una pestaña dedicada exclusivamente a realizar publicaciones relacionadas con nuevos aspectos, posibilidades y funciones que ofrece el mundo virtual, sumado a esto, también posibilita y convoca a votar y participar en la elección de ítems, aspectos gráficos y temáticas para eventos venideros.



Imagen 7. Opciones que ofrece la Comunidad Club Penguin.

*Galería de fans. Se trata de una galería de fotos y dibujos enviados por los usuarios de Club Penguin, donde plasman y muestran su imaginación relacionados al mundo virtual, su avatar y sus mascotas llamadas “puffles”. Así pues en esta área ponen

a prueba la creatividad de los usuarios la cual si resulta ser publicada puede ser vista por toda la comunidad.

*Cosas divertidas. Se trata de un espacio en el cual Club Penguin publica diversas opciones para el ocio 1.0 de sus usuarios. Así pues, allí se pueden encontrar sencillas recetas, manualidades, opciones didácticas como el dibujo y la pintura, además de actividades y juegos para realizar al aire libre con amigos usando a su vez, muchas de las manualidades y objetos relacionados con Club Penguin.

*Fondos de pantalla. Se trata de una galería de “wallpapers” de Club Penguin, los cuales son de descarga gratuita y retratan diversas temáticas y personajes del mundo virtual de los pingüinos 2.0.



Imagen 8. Padres de pingüinos.

*Banners. Es una opción que se ofrece para quienes desean enlazar o vincular las novedades de Club Penguin a otra página web, tales como un blog o dominio particular de algún usuario que desee compartir los eventos venideros y últimas noticias.

*Cómics. Es una sección en la cual los internautas pueden ver y leer pequeñas tiras cómicas (comics), en las cuales se desenvuelven diversos personajes en escenarios similares a los que se navegan en la plataforma MMO Club Penguin.

Padres. Se trata de la sección dedicada a los padres y/o tutores de los niños, para que conozcan los modos de funcionamiento de Club Penguin, en especial los aspectos de seguridad con los que dispone la plataforma, la justificación de su existencia como MMO, las recomendaciones para una adecuada navegación y los reconocimientos otorgados por entidades internacionales que destacan la labor realizada por Club Penguin.

*Resumen: Se trata de una sección donde se le ofrece a los padres una guía de la plataforma, que se subdivide en FAQs (Frequently Asked Questions) para suministrar los insumos e información necesaria para iniciar una adecuada navegación en Club Penguin. Las preguntas que se consignan en este apartado son las que se citan a continuación, en su mayoría de forma textual, esto con el fin de recoger información válida en cuanto a la descripción de la versión oficial se refiere:

- ¿Qué es Club Penguin?

Club Penguin es un mundo virtual cubierto de nieve en el que los niños juegan e interactúan con amigos a través de coloridos pingüinos que usan como avatares.

-¿Cómo funciona?

Los jugadores crean su pingüino y luego recorren la isla de Club Penguin, donde pueden realizar diferentes actividades muy divertidas e imaginativas como chatear,

enviar postales, usar emoticones (íconos que expresan emociones) o bien realizar acciones predeterminadas tales como saludar o bailar. Los usuarios también asisten a fiestas y otros eventos especiales; pueden actuar en obras de teatro, adoptar puffles (que son mascotas adorables) y cuidar de ellos.

Además, participan de juegos en los que ganan monedas virtuales que pueden utilizar para diseñar sus propios iglús y comprarse miles de conjuntos de ropa para sus pingüinos. Todas las semanas se agrega nuevo contenido.

-¿A quién está dirigido?

Si bien Club Penguin fue diseñado para niños de 6 a 14 años, está abierto a todas las edades.

-¿Por qué se creó?

Guiados por un fuerte compromiso con la seguridad, nuestro objetivo era crear un divertido parque de juegos online en el que nuestros hijos y nietos pudieran jugar sin que tuviéramos que preocuparnos.

-¿Es seguro?

Como parte de su compromiso con la creación de un ambiente online seguro para los niños y sus familias, Club Penguin ofrece dos opciones de chat: Chat de alta seguridad o chat de seguridad estándar.

Si bien el filtro se actualiza constantemente, puede suceder que aparezca algún mensaje que pueda llegar a ser ofensivo para algún jugador. A fin de reducir las probabilidades

de que esto suceda y de proteger aún más a los participantes, Club Penguin cuenta con personal altamente calificado que supervisa todas las actividades y conversaciones, recibe informes de mala conducta y brinda soporte personalizado a los jugadores. El ícono de la letra "M" que se encuentra en la parte superior derecha de la pantalla sirve para recordarles a los usuarios que siempre hay un moderador online dispuesto a ayudarlos. Los jugadores que no se comporten en forma adecuada podrán ser silenciados o suspendidos.

-¿Cuánto cuesta jugar?

En Club Penguin se puede jugar, explorar y chatear en forma gratuita. Sin embargo, para tener prioridad para jugar, asistir a fiestas exclusivas y otras oportunidades adicionales para crear, descubrir y jugar de diferentes maneras muy divertidas es necesario ser socios.

-¿Por qué se cobra?

El hecho de cobrar membresías para financiar las operaciones de Club Penguin nos permite continuar ofreciendo una experiencia de entretenimiento online divertida y segura, y sin anuncios publicitarios de terceros.

-¿Cuáles son los beneficios de Club Penguin?

Además de ser un lugar fantástico para jugar y divertirse, Club Penguin es un lugar sensacional para que los niños aprendan y crezcan. En Club Penguin los niños practican lectura, desarrollan habilidades en el manejo del teclado y participan de juegos de rol creativos. Al acumular y gastar las monedas virtuales que obtienen en los juegos, los niños practican matemáticas y aprenden a administrar el dinero.

El ambiente de cooperación que reina en Club Penguin, así como los programas de agentes secretos y guías de turismo ayudan a que los niños desarrollen habilidades sociales muy importantes mientras adquieren un conocimiento más profundo de su rol como miembros de una comunidad.

-¿Puedo determinar el tiempo que mi hijo pasa en Club Penguin?

Como padres, tienen derecho a determinar cuánto tiempo pasan sus hijos en Internet y también en Club Penguin, es por eso que creamos el cronómetro de Club Penguin. Para poder usarlo se necesita una Contraseña de padres. Sólo bastan un par de clics en el cronómetro para establecer las horas de juego y determinar los horarios en los que pueden jugar sus hijos, además de tener la posibilidad de limitar el tiempo de juego por día (Club Penguin, S.F.)

Además de las FAQs podemos hallar otros apartados tales como el de Administrar cuentas, que nos remite a la sección de socios (ya mencionada anteriormente) donde se le ofrece la posibilidad al tutor del niño de personalizar opciones de la cuenta de su hijo para fijar tiempos de navegación y configurar su cuenta según el padre de familia lo crea más conveniente.

También existe un apartado relativo a la seguridad, consejos y garantías que ofrece la plataforma para una satisfactoria navegación:

*Seguridad: Como su nombre lo indica se trata de un espacio donde se explica con un poco de mayor detalle, las medidas de seguridad que posee la plataforma, tales como la posibilidad de escoger niveles de seguridad en el chat de tu perfil:

Chat de alta seguridad: Es una modalidad que consiste en una serie de contenidos predeterminados para la interacción, los cuales van desde saludos, preguntas y comentarios. De igual forma el usuario que emplea esta modalidad no recibirá mensajes de usuarios que no estén usando la misma función, lo cual reduce la posibilidad de intromisiones y de uso de lenguaje inadecuado mediante el chat.

Seguridad de los usuarios

Nuestras medidas de seguridad

Nuestro objetivo consiste en crear un ambiente *online* seguro para los niños. Por ello, contamos con dos modos de chat: Chat de alta seguridad y Chat de seguridad estándar.

Chat de alta seguridad

Este modo de chat contiene una serie de saludos, preguntas y comentarios, y sus usuarios pueden ver únicamente aquellos mensajes que otros jugadores envían a través del Chat de alta seguridad.

Chat de seguridad estándar

Esta opción permite a los usuarios escribir sus propios mensajes para otros jugadores. Todos los mensajes pasan por un filtro que impide que en el sitio aparezcan

Moderadores propios

Club Penguin cuenta con empleados altamente capacitados que monitorizan las conversaciones y demás actividades de los usuarios. Aquellos jugadores que demuestran una conducta inapropiada son suspendidos por un tiempo determinado, según la infracción.

Se incentiva a los usuarios a reportar ante los moderadores a

Imagen 9. Seguridad de los usuarios.

Chat de seguridad estándar: Se trata de una opción alterna en la cual los usuarios son libres de escribir sus propios mensajes, contenido que pasa por un filtro previamente diseñado donde se impide el uso de lenguaje grosero u ofensivo, además de bloquear intentos de intercambiar datos personales (teléfonos, correos electrónicos).

Dichos filtros varían de acuerdo al idioma del usuario y por supuesto a su cultura, no siendo igual el filtro manejado en España que en un país latinoamericano.

Por otro lado, Club Penguin da algunos consejos con relación a la “seguridad personal online”, con el fin de reforzar y garantizar con mayores certezas una navegación libre de acosos o violaciones a la privacidad. Así pues, se trata de 4 ítems, los cuales me permito extraer literalmente de la web oficial de Club Penguin y citar a continuación:

1. Jamás proporcionar datos personales online: nombre real, edad, lugar de residencia, teléfono y/o escuela.
2. No compartir la contraseña con nadie más que los padres, ya que otra persona podrá usarla y hacer de cuenta que es ese niño.
3. Si alguien dice o hace algo que hace sentir incómodo al niño en el juego, avisar a uno de sus padres o adultos responsables de inmediato.
4. Elegir un sobrenombre (nick) que no tenga que ver con el nombre real ni ubicación geográfica.

Como servicio adicional a lo anterior, Club Penguin dispone de lo que ellos denominan moderadores propios, quienes son empleados que monitorizan las conversaciones y en general, todo lo que realizan los usuarios en el mundo virtual, con el fin de detectar posibles violaciones a la privacidad, a la seguridad y de igual forma tomar medidas al respecto, lo que se traduce en la suspensión de la cuenta de manera temporal o definitiva, todo esto dependerá de la gravedad de la infracción que cometa el usuario.

Esta función también permite que los usuarios estén en la capacidad de reportar en cualquier momento, ante dichos moderadores, alguna situación particular, que pueda ser indicio de la presencia de usuarios dedicados al ciberacoso o que estén de algún modo perturbando la tranquilidad de otros usuarios. Se incentiva a los usuarios a reportar ante los moderadores a aquellos jugadores que los hagan sentir incómodos de algún modo.

*Ciudadanía mundial: se trata de una modalidad de Club Penguin que transmite el compromiso de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) hacia la infancia menos favorecida y en riesgo de exclusión (infancia en Haití, S. Lanka, Kenia, entre otros) además de promover campañas de conservación del medioambiente y ecosistemas en peligro. En ese orden de ideas, Club Penguin destina el 10% de sus ingresos en membresías (afiliaciones) a diversas obras de beneficencia, caridad y preservación. Asimismo, en el mundo virtual se realizan convocatorias en fechas puntuales con el fin de que usuarios de todo el mundo puedan contribuir a la causa, realizando donaciones en eventos virtuales donde pueden dar parte de sus monedas (dinero virtual ganado a lo largo de su vida en Club Penguin) y ser partícipe de las campañas.

Juguetes. Se trata de una sección que funciona a manera de tienda online, donde los usuarios pueden adquirir productos y merchandising donde se pueden encontrar, muñecos, figuras de acción, minijuegos, libros, videojuegos (Nintendo DS) y cartas coleccionables. Al adquirir cualquiera de estos productos también se adquiere un código el cual le permite al usuario acceder y activar artículos exclusivos en el mundo virtual del Club Penguin y por ende, para que sean usados por su avatar.

Ayuda. Esta sección tiene como objetivo resolver buena parte de las dudas que puedan surgir por parte de los usuarios. Ahí podemos hallar preguntas frecuentes, consultas técnicas, tutoriales y formas contacto, todo con el fin de suministrar información suficiente para conocer en términos generales Club Penguin y su funcionamiento.

Jugar. Es el botón que conduce al usuario del índice al inicio de sesión para entrar al MMO Club Penguin, donde luego se ingresa el nombre del pingüino y la contraseña.

Luego de haber visto en líneas generales el contenido web Club Penguin, podemos tener una idea un poco más moldeada de lo que trata. Sin embargo, este es sólo el cascarón del mundo virtual en sí, ya que sólo hemos descrito, características y

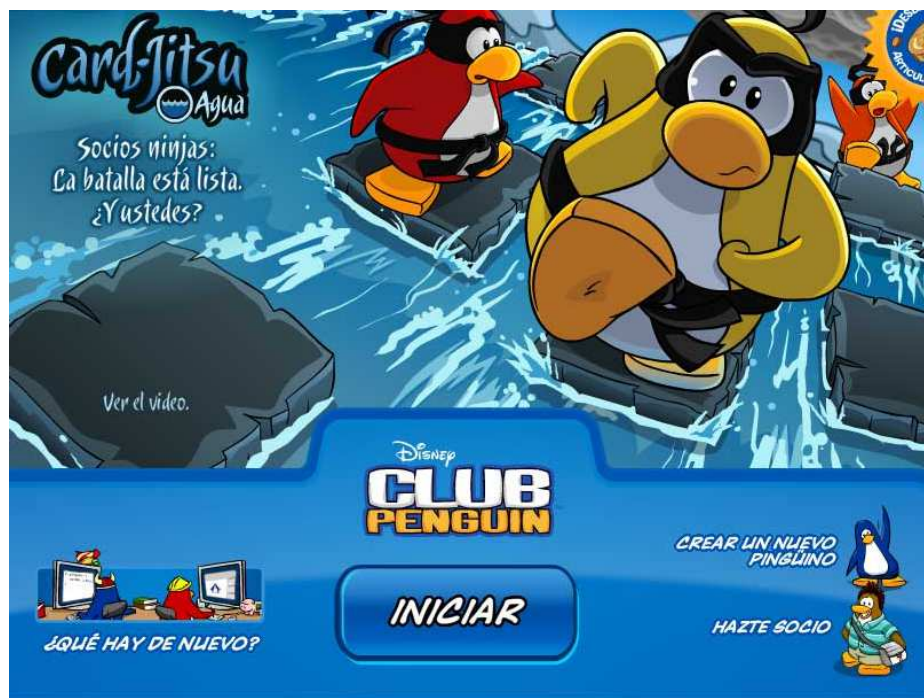


Imagen 10. Página de ingreso.

opciones potenciales disponibles en la web de esta MMO, es decir por fuera de la plataforma, por tanto, es necesario adentrarnos al mundo virtual como un usuario más; y para ello hace falta crear un avatar y activar una cuenta y así iniciar la exploración.

Activación de Cuenta. Para realizar el proceso de inscripción en Club Penguin simplemente nos dirigimos desde el índice a la opción jugar, la cual nos llevará a un pantallazo donde encontraremos una opción que dice “crear un nuevo pingüino”. Seguido a esto aparecerán 4 reglas básicas de Club Penguin las cuales se concentran en el respeto a los otros pingüinos, en el no uso de vocabulario inapropiado, el no revelar información personal o de contacto y también como parte del reglamento se pide no usar software de terceros para hacer trampa en el mundo virtual para adquirir beneficios de algún tipo.



Imagen 11. Reglas de Club Penguin.

Luego de aceptar este reglamento y condiciones de uso que estipula la plataforma, nos aparecerá un menú en el cual debemos elegir las características iniciales del avatar. De tal manera que en este paso definimos nombre de nuestro pingüino y el

color del mismo. Luego, nos pedirán una contraseña para el pingüino y un correo electrónico a donde se enviará un link para activar la cuenta.



Imagen 12. Creación del avatar.

El ideal es que este proceso sea realizado en conjunto entre niños y sus padres de familia, quienes al suministrar un correo y contraseña, recibirán una información donde se les notifica que su hijo quiere darse de alta en Club Penguin, por lo que se le suministra una extensa información de condiciones de uso y datos de usuario para que sea el padre o la madre quienes decidan si finalmente activar o no el avatar de su hijo. No obstante, está claro que este proceso puede ser realizado por cualquier persona, infante o adulta, aunque haciendo la salvedad de que en el caso de que un niño quisiera hacerse socio y realizar el pago sería algo mucho más complicado y requeriría casi inexpugnablemente la supervisión de adulto responsable del menor.



Disney CLUB PENGUIN ¡Active la cuenta de su hijo en Club Penguin!

Estimado padre o tutor:
Su hijo ha creado una cuenta de pingüino gratuita en Club Penguin, y para poder comenzar a jugar necesita su permiso. Haga clic en el botón para activar la cuenta de pingüino:

ACTIVAR PINGÜINO

Los datos de la cuenta de su hijo en Club Penguin son los siguientes:
Nombre del pingüino: _____
Contraseña: _____

Acercas de Club Penguin
Imagínese una isla cubierta de nieve habitada por coloridos pingüinos animados; un parque de juegos virtual en el que niños de todo el mundo se reúnen para interactuar, jugar y dejar volar su imaginación... ¡Club Penguin es ese lugar!

Todo lo que los padres deben saber:
Compromiso con la seguridad:

Imagen 13. Activación de usuario.

Luego de activar el pingüino desde nuestro correo electrónico, la web nos redirecciona a un mensaje de bienvenida, donde se nos solicita elegir el tipo de opción de chateo a emplear durante nuestra navegación: Chat de alta seguridad o chat de seguridad estándar.

Posteriormente se nos notificará de la correcta activación de la cuenta y a continuación nos ofrecen tres opciones: La primera se trata de jugar, es de decir, de

Tu cuenta ya ha sido activada. Ahora elige una de las siguientes opciones:



JUGAR **HAZTE SOCIO** **PADRES DE PINGÜINOS**

Imagen 14. Opciones posteriores a la activación.

entrar al mundo virtual y empezar a explorar con nuestro avatar, la segunda es hacerse socio para adquirir una serie de beneficios y privilegios, afiliación para la cual es necesario contar con una tarjeta bancaria para realizar el pago de acuerdo al tiempo deseado. Y como tercera opción está una llamada Padres Pingüinos, la cual permite al adulto responsable administrar las cuentas de los diferentes avatares que tengan sus hijos, observando actividad reciente de navegación, tiempo de navegación y donde también es posible establecer un horario para la navegación y un tiempo límite diario de cada pingüino.



Imagen 15. Elección de tipo de chat.

Dicha tutoría es opcional, y se presenta como una manera para conocer de manera más sencilla la frecuencia de navegación de los hijos y a su vez, para personalizar cada cuenta que esté bajo su supervisión como padre, ya que con un sólo correo electrónico es posible tener varios avatares a la vez.

6.2. Descripción del contenido del MMO Club Penguin

Período de observación: 14 de marzo al 14 de mayo de 2011 (9 semanas).

La entrada a Club Penguin es como habitualmente se manejan en otro tipo de plataformas, redes sociales y juegos en línea: un nombre de usuario (nombre de pingüino en este caso) y una contraseña.

Posteriormente, luego de autenticar nuestro ingreso, el MMO nos pone un abanico de servidores a los cuales se puede ingresar libremente, aunque cabe aclarar, que existen dos tipos, por un lado el de chat de seguridad estándar y por el otro podemos hallar servidores con la opción predeterminada de chat de alta seguridad.



Imagen 16. Ingreso a los servidores.

Luego de escoger alguno de los servidores, nos hallamos finalmente en Club Penguin, una isla de hielo donde se desplazan de un lugar a otros pingüinos (usuarios) de todo el mundo. Pero ¿qué tipos de lugares podemos encontrar en esta isla? ¿Cuál es la dinámica de este mundo virtual? Estas y muchas preguntas más se pueden cruzar al observar este lugar, y por ende considero más que pertinente describir varios aspectos que conforman a este mundo 2.0.

En primera medida se detallaron los diferentes espacios y lugares de la isla de Club Penguin, esto con el fin de establecer de una manera más clara un mapa de navegación de la plataforma MMO.

Espacios y Lugares

En primera instancia nos encontramos con una isla conformada por 13 entornos, 18 minijuegos, 11 tiendas y 9 actividades que brindan la posibilidad de usar tu mascota. Dicha isla la podemos visitar a placer con nuestro avatar y saltar de uno a otro sin importar la distancia o lejanía que en el mapa se pueda reflejar. Así pues la velocidad de desplazamiento y la ruta para moverse de un extremo a otro de la isla depende enteramente del usuario, quien decide si recorrer la distancia en un par de segundos o por el contrario, prefiere pasar por los diferentes sitios que quedan camino a su destino e interactuar con los mismos.



Imagen 17. Mapa de Club Penguin.

Los sitios van desde espacios enteramente públicos como escenarios deportivos, tiendas y teatros, hasta lugares más particulares como el hogar de nuestro pingüino: el iglú; todos ellos acompañados de minijuegos, actividades y opciones de adquisición de objetos al gusto del usuario.



Imagen 18. Playa.

***Playa.** Se trata de un espacio conformado con la idea de playa convencional pero con algunos matices, como el cambiar la arena por la nieve y añadiendo como aspecto adicional la existencia de un faro, en el cual se encuentra un escenario musical (tarima, equipo de sonido y ambientación) con el fin de que los usuarios adquieran instrumentos a través de un catálogo de venta y prueben sus dotes musicales.

Ascendiendo por el faro se halla en la parte superior un mirador, donde podemos observar una panorámica de la isla mediante el uso de un catalejo. Sumado a ello también podemos acceder a un minijuego denominado “Aventuras en Jet-Pack” donde los usuarios podrán probar sus habilidades con el teclado y el ratón para esquivar obstáculos y pasar nivel a nivel con el fin de adquirir como recompensa monedas válidas para comprar en cualquier lugar del mundo Club Penguin.



Imagen 19. Muelle.

***Muelle.** Un lugar donde los usuarios pueden acceder a un minijuego llamado “Saltos Acuáticos” donde nuestro avatar tiene la oportunidad de surfear y esquivar diversos obstáculos y de acuerdo al desempeño recibirá un monto de monedas para usar en el mundo Club Penguin. Como añadidura en este lugar también podemos encontrar un catálogo de tablas de surf con el fin de mejorar las habilidades a la hora de enfrentar minijuegos acuáticos y obtener mejores dividendos.

***Centro de esquí.** Es un sitio donde se puede encontrar diversas opciones, una especialmente útil para los nuevos usuarios denominada Tours. Dicha opción permite a usuarios de 45 días o más de antigüedad ofrecerse como guías de la isla, así pues para quien recién da sus primeros pasos en la plataforma le puede ser de gran ayuda encontrarse con un guía que lo llevará por buena parte de Club Penguin explicando las diferentes actividades que se pueden realizar.



Imagen 20. Refugio.

Otro espacio que se puede hallar es el refugio, que parte de la idea de un sitio de descanso para los esquiadores; allí los usuarios pueden adquirir indumentaria y objetos útiles para la pesca, en especial para un buen desenvolvimiento en un juego llamado “pesca en hielo”. Como actividad adicional los pingüinos también podrán interactuar con otros usuarios (no necesariamente amigos) mediante un juego de mesa llamado “4 en Fila”, donde se requieren dos jugadores y mucha destreza para derrotar al contendiente y obtener algunas monedas de paso.

A escasos pasos del refugio está la “Estación Pingui-fónica”, se trata de una un salón de pruebas donde puedes examinarte y convertirte en un miembro activo de la EPF (Elite Penguin Force), acceder a un salón de operaciones exclusivo y recibir misiones secretas como agente de esta comunidad. También recibirás un localizador que llevarás a todas partes y te notificará de novedades de la EPF.

***Montaña.** Ascendiendo a una colina encontramos una montaña, que se trata de la cima donde inicia una rampa para experimentar y disfrutar de minijuegos de carreras de trineos. Lugar donde se puede competir en diferentes grados de dificultad

con otros usuarios además de tener la posibilidad de comprar varios modelos de trineos con las monedas Club Penguin que poseas.

***Centro.** Uno de los sitios más concurridos de la isla, debido a las diversas posibilidades que ofrece. Por una parte, encontramos una cafetería donde es posible acceder a un minijuego denominado “Atrapabolsas” donde el usuario colaborará a descargar bultos de café. Ahí mismo pero subiendo a un piso superior se encuentra la biblioteca, donde además de poder jugar a la “mancala”, el usuario podrá observar el “arte pingüino”, es decir, dibujos enviados por otros usuarios y que son puestos en exposición en una pequeña galería en un costado de la biblioteca.



Imagen 21. Centro de la isla.

Por supuesto, que otra de las opciones disponibles es la consulta de la biblioteca, donde se disponen de varios cuentos, hechos por los mismos usuarios, además de poder ver un anuario de de todos los años de Club Penguin (partiendo del 2005) y así recordar o enterarse sobre los eventos más relevantes a lo largo de la vida de Club Penguin.

Junto a la cafetería en el local del lado se halla el Dance Club el cual es una disco donde los pingüinos van a bailar, comprar vinilos y usarlos para mezclar su propia música y sentirse como todo un Disc-jockey. También existe la posibilidad de entrar en concursos de baile en diferentes grados de dificultad según la experiencia y gusto del usuario.

En la planta superior de la disco, los usuarios pueden encontrar una especie de “Chill out room” donde los pingüinos podrán descansar, conversar con otros avatares y además pueden utilizar disponer de minijuegos como “hielo fino” y “barra espacial”.

Vecino a la disco se encuentra un local de regalos donde los usuarios podrán vestir y comprar indumentaria para sus pingüinos; artículos como ropa, accesorios, bolsos, vestidos temáticos e incluso aspectos adicionales como banderas para elegir la de tu país de procedencia. Se emiten un catálogo por mes, añadiendo en cada edición, nuevos artículos o promocionando artículos diversos.



Imagen 22. Fuerte nevado.

***Fuerte Nevado.** Se trata de un sitio propicio para interactuar con otros usuarios mediante guerras de bolas de nieve, donde se dan las condiciones adecuadas para conocer más pingüinos.

También en este sitio se puede hallar “La torre del reloj” que publica la hora oficial de Club Penguin, la cual coincide con la hora de su lugar original de creación: Vancouver, Canadá. Así que esta hora no varía a pesar de que se acceda al mundo virtual desde otras regiones del mundo, llámese Europa o Suramérica.



Imagen 23. Estadio.

***Estadio.** Propio de un ambiente invernal nos podemos desplazar a una cancha de Hockey donde además de un minijuego relacionado y toda la ambientación del mismo, se pueden comprar indumentarias deportivas diversas.

***Plaza.** Un espacio muy concurrido al igual que el centro de la isla, donde se puede encontrar una tienda de mascotas, las cuales en Club Penguin se denominan “puffles”, a las cuales puedes adoptar, tener bajo tu cuidado, además de adquirir toda una serie de accesorios y juguetes para las mascotas. En la tienda también podrás encontrar un minijuego donde tendrás que evitar la fuga de mascotas de la tienda, recogiendo de esta manera monedas para tu uso como usuario.



Imagen 24. Plaza.

Junto a la tienda de mascotas se halla el teatro, donde cualquier usuario puede ver un guión y practicarlo en el escenario, además de ello el escenario puede ser manejado por los usuarios para generar efectos especiales según sea el caso, todo desde una consola llamada “Switchbox 3000”. Dicha tarima está adornada según la temática correspondiente al guión, por lo que el catalogo para compra de vestuario también estará supeditada al guión que por esos días esté disponible en el teatro.

Como local vecino también podemos identificar una pizzería donde los pingüinos pueden descansar, compartir con otros al ritmo de música relajante, a su vez, es posible acceder a la cocina del lugar y jugar una aplicación llamada “Pizzatron” donde el usuario pondrá a prueba su pericia y habilidad culinaria preparando una serie de órdenes de pizza.

***Bosque y Mina.** Son los lugares interconectados subterráneamente mediante varios pasadizos, varios de ellos secretos. A través de cualquier de los dos es posible acceder a una mina y una serie de cuevas donde es posible escavar, recorrer túneles con un carrito minero y acceder a varios minijuegos relacionados a la temática minera. Como aspecto adicional se puede ubicar una sala de calderas donde es posible consultar el archivo de las últimas ediciones del periódico semanal “Noticias de Club Penguin”, a manera de hemeroteca.



Imagen 25. Bosque y mina.

Junto a la mina está una planta de reciclaje, tema que resulta muy recurrente en toda la isla, debido a la presencia constante del símbolo de reciclaje en todos los cubos de basura de los diferentes espacios por donde se desenvuelven los usuarios. En este lugar es posible actuar como trabajador y hacer parte del proceso de reciclado, viendo el proceso y accediendo a diversas consolas para manejar los diferentes mecanismos, además de poder arrojar objetos desechados para que sean incluidos dentro del proceso.

También es posible contribuir al crecimiento de un huerto en las proximidades de la mina, donde de manera colectiva se pueden arrojar bolas de nieve a un contenedor con el fin de que luego de que se derrita y sea utilizada como agua para un sistema de

riesgo, lo que permite el desarrollo exitoso de las semillas plantadas y posteriormente obtener una cosecha.

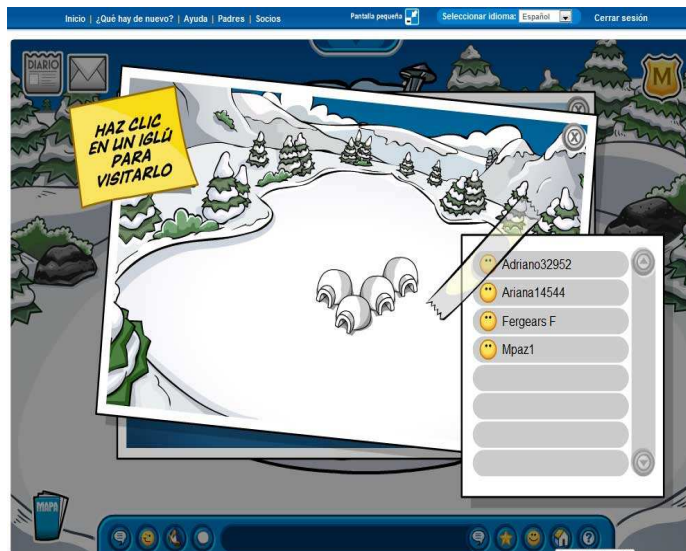


Imagen 26. Acceso a otro iglú.

***Otros Iglús.** Se trata de un lugar donde se publican iglús destacados, a los cuales puedes visitar y conocer sus dueños, hacerte sus amigos, conversar con ellos y ver diversas maneras de adornar iglús. Así pues se trata de un incentivo para que todos los usuarios que ambienten su iglú de una manera original sean destacados y se den a conocer dentro de la comunidad.



Imagen 27. Bahía.

***Bahía.** Se trata de un sitio dedicado exclusivamente a practicar surfing, donde cada pingüino tiene la posibilidad de recibir clases de surf, ejecutar Freestyle o entrar a diversas competiciones. Para este cometido es posible comprar y elegir diferentes modelos de tablas, de acuerdo al gusto de cada quien. Por otro lado para los menos



Imagen 28. Dojo.

osados o para los principiantes también es posible ver a través de binoculares a otros usuarios, practicando y ejecutando trucos de surf en mar abierto.

***Patio del Dojo.** Se trata de un lugar donde en un ambiente de lejano oriente se puede acceder a un juego denominado “Card-jitsu” (un minijuego de cartas), donde se compite con otros usuarios como si se tratase de artes marciales, elevando el nivel a medida que se obtienen victorias y experiencia manejando un mazo de cartas, obteniendo así cinturones que marcan el nivel de experiencia de cada pingüino.

Otras opciones del Avatar

A lo largo de la navegación y la exploración por el mundo Club Penguin el usuario tiene a su disposición una barra de herramientas e iconos en los marcos de la pantalla donde se pueden realizar una serie de acciones que complementan la navegación por los diferentes espacios del mundo virtual.

- Chat predeterminado: Se trata de un menú desplegable donde están consignados una serie de expresiones, saludos y frases predeterminadas que tiene como fin facilitar a los usuarios la comunicación adecuada y fluida con otros avatares. Agrupados en varias categorías (ejemplos: Hola, despedida, amigos, preguntas, respuestas, juego, actividades, ¡Au!, ¡Hurra!, Sí, No, Ok). Estas oraciones predeterminadas no son del todo estáticas, al contrario, de acuerdo a los eventos y actividades venideras se anexan expresiones o temas de conversación.

- Emoticones: Como no podía ser de otra manera, también existen una variedad de alrededor de 21 emoticones que pretenden complementar las posibilidades de comunicación con los otros pingüinos.

- Acciones: Nuestro avatar además de poder adquirir accesorios para ser personalizado a nuestro gusto también puede bailar, saludar o simplemente sentarse en una dirección específica en cualquiera de los espacios de Club Penguin. Incluso pueden arrojar bolas de nieve a otros usuarios o a los espacios o cosas que prefiera el usuario, con el fin de entablar contacto o

conversaciones con otros, jugar o descubrir objetos o acciones ocultas en cada uno de los espacios de la plataforma.

- Ventana de chateo para escribir libremente: para los usuarios que no usan el chat de alta seguridad pueden disponer de una ventana donde puede escribir libremente, obviamente bajo los reglamentos y estándares que exige el mundo virtual, es decir, se puede escribir sin restricción alguna siempre y cuando no se violen las reglas básicas de la plataforma: no decir malas palabras, no pedir información privada a otros usuarios y de igual manera no instigar o acosar a algún otro usuario.

- Editar jugador: Dentro de las opciones que nos ofrece esta “barra de herramientas” por llamarla de alguna manera, es posible también ver el perfil de tu pingüino, para ver la apariencia de tu avatar además de observar los logros alcanzados, monedas que posee, objetos encontrados y progresos específicos en actividades particulares.

- Mostrar Amigos: También es posible acceder a un listado de tus amigos para ver sus ítems, apariencias y logros conseguidos. Por otra parte también es posible ver un listado de los pingüinos conectados en esa sala para entablar contacto con alguno de ellos o buscar a algún avatar en particular. Adicional a esto, se tiene la posibilidad de ver el listado de pingüinos ignorados por ti, quienes de alguna u otra manera consideraste que no realizaban un comportamiento adecuado contigo o que simplemente no deseas contactar.

- **Tu iglú:** Se trata de una opción que apunta a la personalización de tu “hogar”. Así pues, es posible musicalizarlo, adornarlo con objetos y muebles que se pueden adquirir en los catálogos disponibles y organizarlos a placer. Periódicamente los mejores Iglús son publicados y premiados por el mundo virtual además de aumentar la posibilidad de que tu iglú sea visitado por otros usuarios.

- **Moderador:** Es un icono que siempre está presente en la esquina superior derecha durante toda nuestra exploración, dando clic allí es posible reportar a otros usuarios que consideres estén violando el reglamento de Club Penguin y que por lo tanto consideras como un usuario indeseable.

- **Mapa:** Como todo sitio ya sea virtual o real, es necesario tener conciencia por donde nos movemos, por ende, desde el inicio de nuestra experiencia en Club Penguin disponemos de un mapa que a grandes rasgos nos ubica y nos ilustra los principales lugares del “mundo de hielo” virtual en donde nos encontramos.

- **Diario:** Pese a su nombre en realidad se trata de un semanario que se publica todos los viernes y que informa a los usuarios sobre eventos venideros, novedades, concursos y ganadores de los mismos. Además ofrece la posibilidad de enviar “chistes”, preguntas o sugerencias a los “pingüinos lectores”.

- Correo: cumple la función de recibir mails de otros usuarios o directamente de Club Penguin, los cuales pueden tratarse de postales, notificaciones, novedades, avisos de amigos o invitaciones a diferentes eventos.

6.3. Navegación en Club Penguin

Luego de realizar la descripción general de la web y la plataforma de Club Penguin en cuanto a opciones navegación, información y características de la misma, se estableció como segundo paso a ejecutar una inmersión como un usuario activo de la plataforma por un periodo de 16 semanas (4 semanas con una cuenta gratuita y las 12 restantes pagando suscripción) como trabajo etnográfico, para así consignar en un diario de campo desde una posición de observador-participante las diferentes experiencias e información que puede surgir en el día a día como miembro activo de la comunidad de Club Penguin. Este período comprendió entre el 15 de mayo y el 4 de septiembre de 2011, dando un total de 96 jornadas de inmersión.

Si bien la plataforma en principio es dirigida para niños, la MMO de Disney es clara en su información y consigna la premisa de que Club Penguin le apunta a niños de 6 a 14 años pero está abierto también a todas las edades, por lo que esta inmersión como participante de ningún modo vulneró los principios de seguridad del mundo virtual.

Sin embargo, se consideró conveniente el diseño de una serie de reglamentos e ítems a manera de manual para la navegación como investigador, todos ellos partiendo de los lineamientos de reglas de uso de Disney como administradores del mundo 2.0

investigado. Facilitando así los modos de inmersión en la MMO y estableciendo orden en el proceso de recolección de información y posterior sistematización de la misma.

El manual de navegación giró en torno a 14 puntos clave, los cuales fueron lo que se exponen a continuación:

Manual de navegación
<ol style="list-style-type: none">1. Navegar 6 días por semana y dejar el día restante para la reflexión de los resultados recopilados en esos días.2. Configurar la cuenta para limitar a un tiempo de navegación de máximo 3 horas diarias.3. Registrar constantemente y en el momento las incidencias o novedades en el diario de campo, para tener mayor fiabilidad y detalle en la observación consignada.4. Usar mis datos reales a la hora de la inscripción y a lo largo de la afiliación y en el momento de los pagos como socio de Club Penguin.5. Variar los horarios de entrada a la plataforma para evitar contacto continuo con usuarios y de igual forma para establecer contacto con diferentes usuarios en cada día de navegación.6. No entrar de manera consecutiva al mismo servidor.7. Navegar en la MMO accediendo tanto a los servidores de seguridad estándar como a los de alta seguridad.8. No establecer contacto continuo con un usuario.9. Variar las rutas de navegación.10. No suministrar datos personales (nombre real, edad, lugar de residencia, contraseñas).11. No pedir datos personales a otros usuarios (nombre real, edad, lugar de residencia, contraseñas).12. No compartir mi contraseña con otras personas.13. Elegir un “nickname” que no tenga relación directa con mi nombre real, lugar de residencia o dato personal.14. Participar, en lo posible, en todas las actividades del mundo virtual para tener una experiencia más completa en Club Penguin.

Ya teniendo claro los lineamientos para la navegación, se estableció un diseño de diario de campo en el cual se consignó el día a día las observaciones, impresiones y conclusiones preliminares. Dicho diseño se detalla a continuación para ejemplificar la forma de recolección de información durante la exploración y la inmersión en Club Penguin.

Registro Diario de Campo	
Nombre del observador: Sergio Alvarado	Plataforma MMO: Club Penguin
Hora: 13:00	Fecha: 15/04/2011
Ciudad/País: Bogotá / Colombia	Día de Navegación No. 1
Descripción	Interpretación
1. He accedido a Club Penguin a través de servidor “Aletazo Ninja”, chat de seguridad estándar. Mi pingüino inicia su recorrido en “la plaza”, varios pingüinos en ese lugar me saludan e intentan establecer una conversación, uno de ellos me manda una solicitud de amistad.	1. Los nombres de los servidores tienen nombres alusivos a características con las que conviven los pingüinos, también tiene nombres relacionados a minijuegos y actividades que se realizan en la MMO. Los otros usuarios se muestran amigables y con deseos de compartir minijuegos o actividades, dejando a un lado el deseo de saber quién eres, de dónde eres o cualquier otro dato personal, simplemente quieren que mi avatar se sume a sus actividades como parte de la comunidad.
Conclusiones: -Durante mi primera de navegación no sentí ningún tipo de peligro debido a que ningún otro avatar se interesó por conocer datos reales, tales como mi edad o nombre. -Resulta indispensable para obtener más beneficios a tu avatar, el conseguir monedas del mundo Penguin, es decir dinero virtual, para lo cual es necesario ser muy activo y estar involucrado en diversas actividades y minijuegos.	

Posterior a la navegación, se procedió a recopilar las conclusiones suscitadas semana a semana, además de algunas interpretaciones puntuales de relevancia particular, todo esto con el fin de unificar resultados, encontrar puntos de encuentro en la información recolectada. En consecuencia, luego de realizar las 16 semanas de navegación se recopilaron resultados diversos, frutos de la experiencia como usuario y socio activo de Club Penguin, lo que se constituyó en un insumo de gran utilidad para enfrentar la siguiente etapa donde se entraría en contacto directo con niños para conocer sus experiencias alrededor de internet y particularmente con Club Penguin.

Con el fin de clasificar con mayor celeridad la información recolectada se establecieron 3 categorías: A) Interacción y navegabilidad. La cual agrupó toda la información concerniente a las posibilidades de los usuarios de interactuar con los entornos virtuales de la isla de Club Penguin. B) Seguridad. La cual recogió todas las descripciones de las inmersiones en relación a los controles, limitaciones y esquemas de seguridad con las que dispone la plataforma. C) Temática. La cual estableció los contenidos y narrativas que la plataforma delimita en el devenir del mundo virtual.

6.4. Los usuarios Club Penguin

La siguiente etapa del estudio consistió en buscar la manera de establecer un acercamiento a algunos de los usuarios de la plataforma, con el fin de entablar charlas fuera del entorno Club Penguin, de forma presencial, logrando así, conocer sus impresiones sobre la interacción con este tipo de entornos virtuales.

Este objetivo supuso varias complicaciones, dado que a partir de las observaciones realizadas a la plataforma Club Penguin, se ratificó su alto grado de seguridad en cuanto al acceso y conocimiento de la identidad y los datos de los usuarios.

De igual forma, haber intentado contactar a través de la MMO Club Penguin a usuarios para concertar entrevistas o diálogos de algún tipo no sólo hubiera sido infructuoso sino además se trataba de una violación a las políticas de seguridad de la plataforma, exponiendo y arriesgando el buen proceder de la investigación, no sólo por tratarse de conductas inapropiadas según su reglamento, sino además porque se hubiera traducido en un inevitable bloqueo del usuario con el que se ha realizado el presente estudio. Sumado a esto, en el manual de navegación que se estableció, se detalló claramente un rotundo distanciamiento a este tipo de prácticas dentro de la plataforma.

Ante este panorama, se tomó la decisión de hallar usuarios de la plataforma a través de dos vías: voz a voz entre conocidos y la realización de charlas en colegios en cursos que abarcaran las edades potenciales del target de Club Penguin (6 a 14 años).

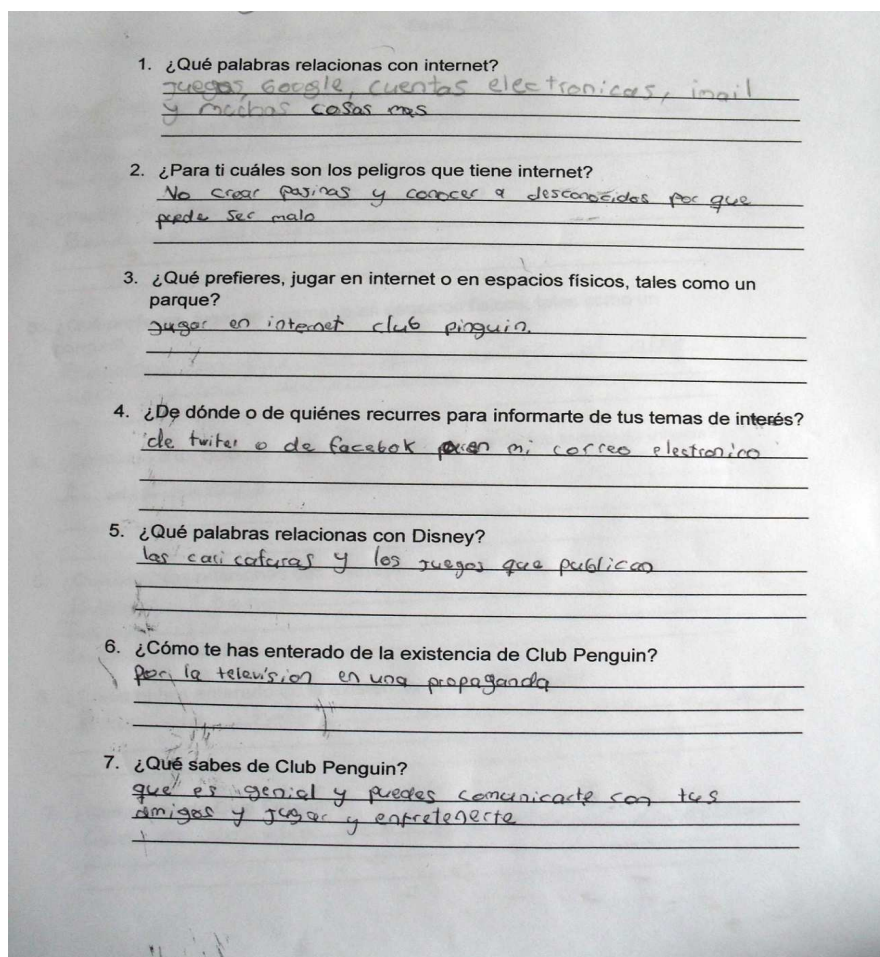
Fue así como se procedió a la realización de charlas con estudiantes con edades que comprendían entre los 8 y 12 años en instituciones educativas públicas en Bogotá. Estas sesiones se dieron durante los meses de febrero, marzo y abril de 2012, las cuales se caracterizaron por ser conversaciones abiertas donde se trataron sobre las diferentes nociones que la investigación ha traído a colación: Internet, seguridad en la red, Disney, Club Penguin, lo real y lo virtual. Fue así como a partir de un muestreo no probabilístico se logró conformar un grupo de 35 niños que de forma oral y escrita

expresaron a través de talleres, cuestionarios y actividades lúdicas sus impresiones en relación a internet, Club Penguin y Disney.

El grupo de niños conformado fue el siguiente:

No.	Nombre Alumno
1	ACEVEDO GALINDO ANGEL DAVID
2	ACHURI ROJAS JULIANA ANDREA
3	ALZATE CUADROS CAROL VALERIA
4	AMBUILA OBANDO KEVIN GIOVANNY
5	AVELLANEDA PORTILLO SANTIAGO ERNESTO
6	BARROS BAZURTO KARIN JULIANA
7	BELTRÁN TENZA MARÍA JOSÉ
8	BOCANEGRA HUERTAS CLAUDIA XIMENA
9	CASTRO STERLING LUIS ALEJANDRO
10	CASTRO TORRES LAURA DANIELA
11	CHAVEZ GONZALEZ LINA ALEJANDRA
12	COBOS PRIETO JONATAN DAVID
13	CUERVO MARTÍNEZ DAVID ANDRÉS
14	GARAVITO CRUZ JUAN DAVID
15	GONZALEZ ARDILA FREYDER ESTEBAN
16	GUZMAN MONDRAGÓN CRISTIÁN JAVIER
17	HERNANDEZ GARZÓN DIEGO ALEJANDRO
18	HOYOS DUARTE DIEGO FERNANDO
19	LANCHEROS SOTAQUIRA ERICK ANTONIO
20	LEGUIZAMÓN VELASCO ANGELA DANIELA
21	MAHECHA GIRALDO BRAYAN ALEJANDRO
22	MENDEZ RINCÓN ANDRÉS NICOLÁS
23	MONCADA GONZALEZ CRISTIAN DAVID
24	MONTOYA RIVERA IVÁN MANUEL
25	OCHOA PARDO VALENTINA
26	ORTEGA RUBIO MIGUEL ANGEL
27	ORTIZ NIÑO CRISTIAN
28	ORTIZ PACHON EDUARD RICARDO
29	OYAGA QUIJANO MARIA KERRY
30	PULIDO OCHOA LAURA CAMILA
31	QUINTERO RUEDA CRISTIAN
32	RAMIREZ JIMENEZ JULIETH MARCELA
33	RIAÑO ROJAS WILLIAN ANDRÉS
34	SAAVEDRA BEJARANO GUADALUPE TAMARA
35	SANABRIA ORTÍZ LAURA VALENTINA

Oral: La realización de charlas abiertas con los niños fue crucial para lograr inquirir acerca de sus gustos, conocimientos y opiniones sobre internet, Club Penguin y Disney. Estas sesiones, de una duración aproximada de 45 minutos cada una, permitieron establecer un ambiente de confianza y de cercanía con los niños, lo que permitió conversar con ellos con mayor naturalidad, haciéndolos olvidar del carácter académico e investigativo de las jornadas.



1. ¿Qué palabras relacionas con internet?
juegos, google, cuentas electronicas, imail
y muchas cosas mas

2. ¿Para ti cuáles son los peligros que tiene internet?
No crear paginas y conocer a desconocidas por que
puede ser malo

3. ¿Qué prefieres, jugar en internet o en espacios fisicos, tales como un
parque?
jugar en internet club penguin.

4. ¿De dónde o de quiénes recurre para informarte de tus temas de interés?
de twitter o de facebook por mi correo electronico

5. ¿Qué palabras relacionas con Disney?
las caricaturas y los juegos que publican

6. ¿Cómo te has enterado de la existencia de Club Penguin?
por la television en una propaganda

7. ¿Qué sabes de Club Penguin?
que es genial y puedes comunicarte con tus
amigos y jugar y entretenerte

Imagen 29. Ejemplo de cuestionario para los niños.

Identificar a los niños con mayores conocimientos y experiencia al respecto, los más receptivos y los más abiertos a la participación de las charlas, fueron aspectos

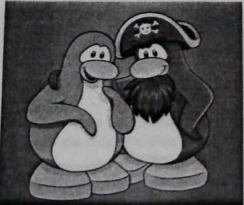
adicionales que enriquecieron las dinámicas comunicativas, ya que se convirtieron en focos de información e insumos valiosos.

Si bien las charlas fueron abiertas, fueron conducidos y delimitados por 4 ejes evidentes: Juegos, Disney, Club Penguin e Internet. En definitiva, se trató de dinámicas dónde se hacían preguntas a todos los niños y eran ellos quienes a partir de sus respuestas generaban discusiones y debates sobre los temas del interés de la investigación. Las actividades realizadas estuvieron enriquecidas por diversas herramientas interactivas propias de la etnografía y la investigación social, que permitieron investigar a profundidad diversas facetas de los niños en relación a cómo se proyectan en internet. Técnicas como las del sociodrama, cartografía social, cartografía corporal y mural de situaciones (Quiroz, Velásquez, García & González, 2002) complementaron las charlas con los niños.

Escrita: Cuestionarios con preguntas abiertas fueron la estructura que caracterizaron los escritos que completaron los niños y que se adhirieron al eje de las charlas: internet, Disney y Club Penguin. Este instrumento de recolección de información tuvo como objetivo, recoger de manera mucho más sistemática la información, opiniones e ideas de los infantes.

Como queda en evidencia en los 2 ejemplos, los cuestionarios buscaban establecer el conocimiento como usuarios, las capacidades de juicio frente a Disney e internet y las formas de plasmar de manera gráfica experiencias positivas o negativas en relación a las temáticas descritas.

1. Mira con atención la siguiente imagen:



2. Marca con una X tu respuesta

¿Reconoces la imagen? Si ___ ¿Quiénes son? _____

No X

3. ¿Qué sabes de Club Penguin?

QUE PODEMOS COMPENIR con esos juegos y Zonas, puede conocer amigos, pero para entrar tienes que tener Facebook

4. Si has jugado, ¿Qué no te gusta de Club Penguin? ¿Por qué?

5. A dibujar! Usa tu creatividad y dibuja en cada casilla:



Lo que te gusta de Disney	Lo que NO te gusta de Disney
	

Imagen 30. Ejemplo 2 de cuestionario para los niños.

De igual manera, los cuestionarios permitieron conocer opiniones más particulares de los niños, especialmente de quienes en las sesiones orales no fueron muy propensos a la participación activa de la conversación.

Las preguntas diseñadas en los cuestionarios realizados fueron en su mayoría de tipo abiertas y pretendieron confirmar las ideas expuestas por los niños en los conversatorios. Las preguntas formuladas a lo largo de los diferentes cuestionarios realizados a los niños son las que se consignan a continuación

- ¿Qué palabras relacionas con internet?
- ¿Para ti cuáles son los peligros que tiene internet?
- ¿Qué prefieres, jugar en internet o en espacios físicos, tales como un parque?

- De dónde o de quiénes para informarte de tus temas de interés?
- ¿Qué palabras relacionas con Disney?
- ¿Cómo te has enterado de la existencia de Club Penguin?
- ¿Qué sabes de Club Penguin?
- ¿Reconoces la imagen? (Imagen de Club Penguin)
- Si has jugado, ¿Qué no te gusta de Club Penguin? ¿Por qué?

Gráfica: Como instrumento de recolección de información adicional, el recurso del dibujo fue muy útil a la hora de poner a los niños a plasmar sus ideas e imágenes mentales, además, este recurso permitió que exploraran en su creatividad y su capacidad de expresar lo que para ellos significa hablar de los temas que esta investigación trae a colación.

Las actividades de dibujo consistieron en suministrarles varias palabras relacionadas con la investigación y a partir de ellas debían plasmar la imagen o imágenes que se les vinieran a la mente. Así pues el formato propuso 4 espacios en blanco donde el niño debía dibujar lo que se le ocurriese a partir de las palabras Disney, Club Penguin, Internet y Juego.

Se trató de un formato que tuvo las siguientes características:

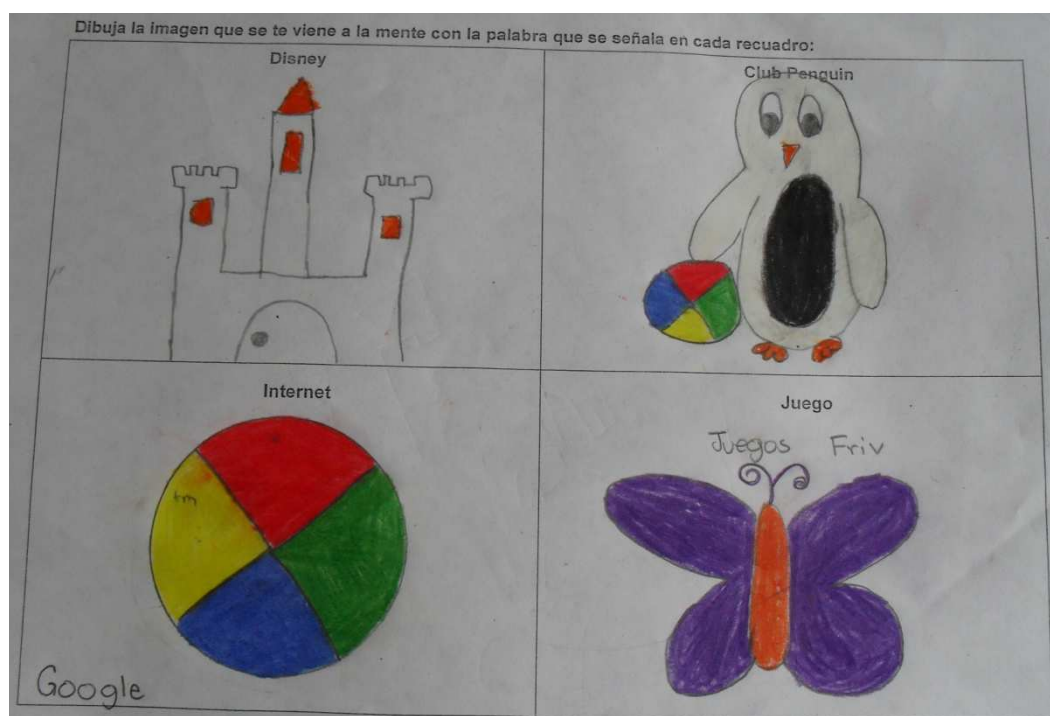


Imagen 31. Actividades de dibujo.

Fue así como a partir de los conversatorios, se exploraron de forma oral, escrita y gráficamente las nociones de los niños sobre Club Penguin y todos los aspectos que rodean esta plataforma multijugador en línea. De la información suscitada se destaca a continuación información valiosa recogida en esta etapa de la investigación:

- **Pregunta: ¿Qué palabras relacionan con internet?**

Respuestas:

- Web -Google -Juegos -Friv (Página de juegos Flash para niños)
- Sitio -Aprender -Peligro -Explorar -Interactuar -Charlar
- Buscar cosas -Redes sociales -Comunicarse con otros -Divertirse.

- **Pregunta. ¿Cuáles son los peligros que tiene internet?**

Respuestas:

- Hablar con extraños. -Videos no aptos para niños. -Virus. -Redes sociales

-No proteger información personal. -Contenidos violentos -No citarse con extraños.

- **Pregunta. ¿Prefieren jugar en internet o en espacios físicos, tales como un parque?**

Respuestas:

De 35 niños el 65,7 % (23 niños) prefieren jugar en parque mientras que 34,2% (12 niños) prefieren jugar en internet.

- **Pregunta. ¿Qué fuentes para informarse usan en su cotidianidad?**

Respuestas:

-Familia -“Profes” -Noticias -Televisión -Amigos –Internet

- **Pregunta. ¿Qué palabras relacionan con Disney?**

Respuestas:

-Entretenimiento –Felicidad -Chévere (Guay) –Divertido -Alegre
-Genial -Mickey -Castillo

- **Pregunta. ¿conocen Club Penguin?**

Respuestas:

-Sólo el 5,7% de los niños que hicieron parte del estudio no recuerdan con claridad Club Penguin. En contraste, un 94,3% que tienen algún conocimiento sobre la MMO de Disney.

- **Pregunta. ¿Cómo se han enterado de la existencia de Club Penguin?**

Respuestas:

Lo han conocido a través de: -Internet 63% -Consola 6% -Televisión 31%

- **Pregunta. ¿Qué saben de Club Penguin?**

Respuestas:

- Es un juego disponible en internet para divertirse, comunicarse con amigos y entretenerse.
- Es un juego disponible en consolas de juego (Nintendo Wii).
- Es un juego de Disney.
- Es una página para divertirse donde no hay peligro.

- **Si has jugado, ¿Qué no te gusta de Club Penguin? ¿Por qué?**

- Que se tiene que pagar para ser socio.
- Que no se pueden comprar ciertas cosas por no ser socio
- No hay nada malo en ella.
- Me gusta todo de Club Penguin.
- Los juegos son difíciles en ciertas ocasiones.

6.5. Los padres de familia

Como última fuente para recolectar información para la investigación, se consideró recurrir a padres de familia que tuvieran hijos que en algún momento hubieran usado Club Penguin, logrando así conocer su postura frente a internet, la plataforma MMO, su percepción frente a Disney y la manera de asumir que sus hijos estén en contacto constante con el ciberespacio.

Para este fin, se estableció la entrevista a profundidad como instrumento de recolección de información, no obstante, previo a las entrevistas con los 10 padres de

Edad de su hijo: 7 años

1. ¿Qué opinión le merece Disney?
Todo depende de el ambito o punto de vista que se vea ya que Disney puede tener aspectos tanto buenos como malos.

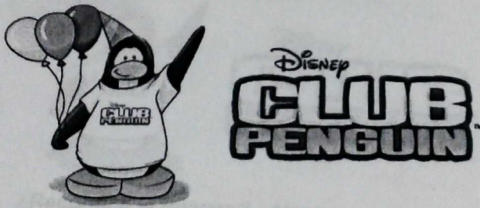
2. Marque con una X. ¿A su hijo(a) le gusta Disney? Si No

3. Marque con una X una o más opciones del listado que a continuación se muestra, ¿Con qué tipo de contenidos y objetos interactúa su hijo?

- Películas -Televisión -Juguetes
- Libros, Revistas -Internet -Otro

4. ¿Qué opina respecto a que sus hijos usen internet?
El internet es un buen instrumento cuando se usa adecuado al desarrollar conocimientos, coordinación, habilidades, etc.

5. Mire con atención la siguiente imagen:



6. ¿Reconoce la imagen? ¿Alguna vez ha escuchado de Club Penguin?
SI

7. Como padre de familia ¿Qué piensa sobre la posibilidad de que sus hijos usen en internet la plataforma de Disney llamada Club Penguin para interactuar con usuarios de todo el mundo?
Puede ser una buena herramienta, pero todo depende del uso que se le de a esta.

04-03-2013

Imagen 32. Ejemplo de cuestionario para los padres.

familia (todos tutores relacionados con la población de 35 niños trabajada), se les realizó un cuestionario para saber su conocimiento a la fecha de Club Penguin, ciberespacio y Disney. Este procedimiento se realizó de febrero a junio de 2013 (5 meses) y supuso múltiples sesiones con los entrevistados para conocer al detalle su percepción frente al uso que le dan sus hijos a internet y las plataformas multijugador. Dentro de los padres entrevistados se encontraban papás que actualmente tenían hijos inscritos en Club Penguin, ya fuera de manera gratuita o paga. En otros casos, padres de familia que si bien ya no tenían a sus hijos en contacto con la plataforma, conocían a partir de experiencias de tiempo atrás la dinámica de la plataforma multijugador.

Si bien existen diversos tipos de entrevista a profundidad, se consideró como la más adecuada la que exponen Taylor y Bogdan (1987), quienes plantean un tipo de entrevista que se dirige al aprendizaje sobre hechos y acciones que no se pueden observar directamente, “más que cualquier otro enfoque de la ciencia social, nos permite conocer íntimamente a las personas, ver el mundo a través de sus ojos, e introducirnos directamente en sus experiencias“ (Shaw, 1931, p. 198 en Taylor & Bogdan, 1987).

Tal como aconseja Bogdan, desde ámbitos de la sociología, ser sensible, prestar atención a los detalles y no arrojar juicios fueron aspectos que soportaron las entrevistas a profundidad, lo que permitió empatía con los entrevistados y de esa forma se lograron recoger datos en relación a sus hijos y sus roles como usuarios frecuentes de internet.

Con cada uno de los 10 padres de familia se sostuvieron 2 entrevistas a profundidad, con el fin de confirmar la fiabilidad de la información recolectada y para detectar algunos detalles que en la primera sesión pudiesen haberse pasado por alto.

Vale agregar, que una de las dificultades más reiteradas fue que muchos padres de familia se desempeñan en trabajos de alta intensidad horaria, lo que implicó que muchos de ellos expresaran por momentos desconocimiento parcial sobre las minucias de lo que hacían sus hijos al ingresar a internet.

Tengo que trabajar de lunes a viernes, es casi todo el día, incluso en algunas ocasiones debo trabajar las mañanas de los sábados, esto me quita bastante tiempo para compartir con mi familia,

sin embargo, trato de compartir con mis hijos, jugar con ellos y preguntarles cómo van en el estudio. A veces no puedo ayudarlos en sus tareas así que prefieren usar internet por su cuenta y de allí sacan mucha información. (Entrevista 9)

No hay mucho tiempo para dedicarles entre semana, pero trato de aprovecharlo para ver que no anden en malos pasos (...) de internet la verdad no sé mucho pero trato de estar junto a ellos cuando entran a jugar o buscar algo para sus tareas del colegio, muchas veces me sorprendo de su facilidad para navegar, ellos se la saben todas. (Entrevista 8)

De igual manera ven a internet como un medio mucho más positivo por el hecho de que el factor de elección es una dinámica obligatoria en el ciberespacio por lo que incluso lo consideran más positivo que la televisión:

Internet es mucho mejor que la televisión, al menos ésta le sirve para navegar y hacer sus trabajos, yo cuando tenía esa edad la pasaba mal porque consultar y buscar en libros no era tan fácil, las bibliotecas eran pequeñas y siempre terminaba usando uno o dos libros de fácil acceso, en cambio ellos, encuentran todo muy rápido y también pueden jugar, yo prefiero eso a que estén toda la tarde pegados a un televisor. (Entrevista 2)

Como papá, entiendo que mi hijo ha crecido con cosas diferentes en comparación a como yo crecí. De eso se trata, de ofrecerles mejores condiciones que las que tuve que vivir y pues

desconocer internet y alejarlos sería tonto, creo que tenerlos en una burbuja solo sería negativo para su crecimiento. (Entrevista 5)

Lo que sí quedó en evidencia es que la entrevista a profundidad permitió establecer particularidades profundas del por qué Disney y sus hijos conviven de manera constante en sus contextos inmediatos (instituto, hogar, espacio público). En gran parte a su remembranza de cómo su niñez fue acompañada de una u otra forma con Disney, sus personajes y sus opciones de entretenimiento.

De Disney tengo buenos recuerdos, con mis hermanos jugábamos a crear historias con unos muñecos que nos regalaron nuestros papás, además a veces podíamos ver televisión o ver algunas historietas de Tribilín y eran geniales (...) incluso recuerdo que en mi barrio habían algunos niños con unos libros que al abrirlos podías mover cosas y personajes de las páginas, eran costosos y por eso ellos eran populares, todos queríamos ir a jugar a su casa para poder ver los libros un rato. (Entrevista 1)

Yo tenía un montón de libros para colorear de Rico MacPato y sus sobrinos, también de Donald, era muy entretenido y podía quedarme toda una tarde coloreando, lo que más me gustaba era recortarlos y pegarlos por ahí, además como en ese tiempo solo teníamos un televisor en mi casa pues era difícil poder ver algún programa, mi papá siempre era el que decidía qué ver. (Entrevista 4)

Creo que Disney es entretenimiento sano, siempre buscan enseñarte cosas, divertirte, a mí no me parece malo que a mis hijos les

guste, hay otros programas y cosas que son malas para ellos, así que prefiero que vea Disney o dibujos animados de esos (...) no siempre puedo darle permiso para que salga a jugar a un parque, eso es peligroso, prefiero que se quede en la casa y se divierta sin tener que salir. (Entrevista 3)

De igual forma, la información recogida permitió contrastar la postura de los niños y poner sobre la balanza los aspectos de bienestar, confianza y seguridad en contraposición con el consumo, venta de imaginarios, roles y estatus que están presentes en una plataforma aparentemente inocente como Club Penguin, pero que en palabras de los padres resulta ser la opción “menos peor” por la que pueden optar ante la oferta actual del ciberespacio para el público infantil.

He escuchado cosas buenas y malas de Disney, pero es que a veces exageran todo, yo creo que Club Penguin es una opción mucho mejor que Facebook y cosas así, al menos en Club Penguin no ponen fotos y pueden estar más seguros, en otras partes en cambio pueden haber gente que quiere aprovecharse, además me parece que aprenden cosas y pueden entretenerse cuando yo no estoy, eso me tranquiliza, especialmente cuando no estoy en la casa. (Entrevista 5)

En las noticias se ven muchos casos de peligros en internet, pero así es todo, creo que internet depende de cómo se use y cómo un niño la maneje. En la televisión también se ven también cosas poco aptas para niños pero espacios como Club Penguin son maneras de entretener y también de aprender a comportarse, porque si escriben groserías o molestan a alguien lo expulsan. Creo que hay espacios más

difíciles como el colegio, Club Penguin es un juego sano, en cambio en Facebook hay casos de intentos de abusos y cosas así. (Entrevista 9)

Así pues, los padres expresaron de manera reiterativa que los lugares donde viven están rodeados de constantes peligros por lo cual encontrar este tipo de opciones permiten garantizar en alto grado que sus hijos estén seguros, tranquilos y ausentes de exposiciones de identidad que pongan en riesgo su integridad. Sin embargo, también manifestaron cierto grado de incomodidad cuando tienen que lidiar con situaciones donde el factor económico aparece de manera reiterativa.

Lo que ven en Club Penguin lo disfrutan mucho, los juegos y en especial las mascotas que tienen que cuidar, sin embargo, ellos quieren en ocasiones que les compre juguetes y cosas de Penguin, en la mayoría de las ocasiones más porque quieren obtener unos puntos adicionales que vienen incluidos en los juguetes. No siempre se les puede dar gusto, pero si ellos insisten en ocasiones no queda otro camino que comprarle algún muñeco. (Entrevista 10)

Yo lo veo como el personaje de moda, así como en otros tiempos eran superhéroes pues ahora lo que él quiere son pingüinos o muñecos que ve en internet. Ellos quieren tener muchas cosas que ven en Club Penguin en su habitación, así que toca controlar un poco eso, porque todo el tiempo aparecen personajes y cosas para comprar de ellos y los niños siempre lo desean todo. (Entrevista 6)

Así pues este fue el panorama encontrado en los padres de familia, que dieron cuenta de opiniones, experiencias e impresiones que apuntaron a Club Penguin como un producto de Disney, el cual por el simple hecho de llevar ese rótulo transmite familiaridad, agrado y confianza en entornos que aún resultan algo inciertos para los padres de familia. En consecuencia, el que sus hijos se encuentren con un “rostro conocido” en el ciberespacio les genera un alto margen de tranquilidad.

Capítulo 7: Conclusiones

Como resultado del proceso de investigación, se lograron construir varios aspectos concluyentes, los cuales se clasificaron en relación a la información recogida desde la navegación de la plataforma, los conversatorios realizados con los niños y las entrevistas a profundidad con los padres de familia, para así finalmente poner sobre la mesa la hipótesis planteada y poner en discusión el objeto de estudio investigado.

7.1. Conclusiones post navegación

Interacción y navegabilidad

Existe una diferencia abismal entre navegar como un usuario sin membresía (es decir gratis) a navegar como miembro afiliado a Club Penguin, ya que el ser socio te permite editar y personalizar con mayor libertad tus entornos, apariencia de tu avatar, de tus mascotas y adquirir objetos o ítems diversos para mejorar la interacción con mini juegos concretos.

Es muy volátil la dinámica de hacer amigos en Club Penguin, dado que no hace falta conocer demasiado al otro usuario para que este te envíe invitaciones de amistad. Se trata de una práctica muy usual para mantener contacto con potenciales compañeros de juego, para así poder ubicar de manera más fácil los diferentes amigos y así convocarlos y buscarlos para interactuar en diferentes mini-juegos.

Resulta indispensable para obtener más beneficios el conseguir monedas del mundo Penguin, es decir dinero virtual, para lo cual es necesario ser muy activo y estar involucrado en diversas actividades y minijuegos, las cuales se potencian aún más si realizas el pago de la membresía.

Dado el gran volumen de usuarios que se mueven a lo largo y ancho de los servidores de Club Penguin resulta poco frecuente encontrarse con “amigos” que ya estén en tu libreta de contactos por lo que cada inmersión es una experiencia sustancialmente diferente.

Resulta más cómodo y necesario, personalizar tu avatar para diferenciarte de los demás pingüinos, por una parte para distinguirse mucho más fácil en los diferentes espacios donde te mueves y por otra, para imprimir tu sello personal que caracterice a tu pingüino con una ropa determinada, unos colores y una estética del gusto del usuario.

Existe un sinnúmero de actividades que propician el trabajo colectivo entre los usuarios, desde minijuegos hasta actividades concernientes a eventos especiales o festividades en donde se convoca a toda la comunidad a participar. De igual forma, los usuarios pueden ser parte de las publicaciones semanales del mundo virtual y enviar contenidos para varias de las secciones que ofrece el periódico.

Seguridad

A lo largo de la de navegación no se percibe un peligro real de vulneración a la intimidad, en particular debido a que ningún otro avatar se suele interesar por conocer

datos reales, tales como edad, nombre o correo electrónico. Y si se diera el caso, la plataforma limita estrictamente la transmisión de este tipo de información, todo esto mediante los filtros que manejan en el chat.

La plataforma ofrece una asistencia constante para quienes quieren reportar abuso, esto se realiza recurriendo al botón de Moderador que está siempre presente a lo largo de la navegación, donde puedes reportar a un usuario que haya cometido alguna falta o ignorarlo y por ende tener la posibilidad de bloquear a dicho usuario.

La opción de control parental funciona a cabalidad, lo que permite limitar el tiempo de navegación de los pingüinos inscritos en esa cuenta, además de poder cambiar las condiciones de la membresía y las claves de acceso en el momento que se requiera. También como elemento adicional se puede consultar un historial de navegación de los avatares adscritos a esa cuenta de correo, señalando horas de acceso y duración dentro de Club Penguin. Este escenario propicia la posibilidad potencial de compromiso y monitoreo real por parte de los padres o adultos responsables sobre los niños que tengan a su cargo.

Los servidores con la modalidad de chat de alta seguridad resultan ser los que mejor preservan la privacidad de los usuarios debido a que la única manera de interactuar con los otros pingüinos es mediante el uso de saludos y frases predeterminadas, situación que impide que algún usuario intente sacar información privada de otro. Sin embargo, por momentos también puede resultar frustrante el no poder decir con palabras propias algún pensamiento o idea que se quiera dar a conocer a los demás.

Temática

Los contenidos y las temáticas manejadas por la plataforma son diversos, pero en general todos apuntan al mismo objetivo: explorar, conocer y evolucionar en cada uno de los entornos donde el avatar se pueda desenvolver.

El mundo de Club Penguin está claramente delimitado por 3 categorías: lugares, juegos y tiendas que en otras palabras se podrían definir como espacios, entretenimiento y adquisición de bienes y servicios. Factores que están presentes en todos los espacios ofrecidos por la plataforma, es decir, si el avatar va a cualquier espacio puede disponer de diversos sitios (cafés, restaurantes, teatros, tiendas, etc.) y a su vez tener la posibilidad de adquirir bienes y servicios (comprar accesorios para el avatar, el iglú o su mascota).

Y en este orden de ideas, para adquirir lo que se desee será indispensable participar en los variados juegos que se encuentran en la isla de los pingüinos para ganar monedas y condecoraciones que permitirán al usuario evolucionar e incrementar su conocimiento de Club Penguin.

La isla de Club Penguin le apunta a una plataforma que encuentra un equilibrio entre actividades de ciudad y actividades rurales. No privilegia una sobre la otra, por el contrario, pone a la disposición de los usuarios una distribución donde se puede pasar fácilmente de un espacio propio de una urbe, tales como una plaza, una disco o una

cadena de tiendas, y en un instante dirigirse a un espacio campo abierto como una zona de esquí, o una bahía.

Todos los lugares dispuestos en Club Penguin apuntan inevitablemente a interactuar con otros, a crear comunidad, a un pensamiento colectivo. El único espacio privado del usuario es su iglú (su hogar), pero incluso en este espacio que en principio es sólo tuyo, se da la posibilidad de libre albedrío de poner a disposición de los otros usuarios tu iglú para realizar fiestas, eventos y conocer y hacer amigos.

Club Penguin hace hincapié en el factor de ser explorador de tus espacios, de ser un inquisidor constante dado que la plataforma semana a semana modifica o agrega aspectos y nuevas posibilidades de conocer más a fondo la isla. Esto lleva a concebir a la plataforma como un mundo dinámico que en cierta manera presentan similitudes con el mundo real, al no ser estático ni monotemático, sino que con el pasar del tiempo cambia y crece en complejidad con el pasar del tiempo. Aspecto que hace que con seguridad cualquier usuario que ingrese a Club Penguin tras unas semanas de no haberlo hecho, encontrará nuevos retos, actividades y eventos particulares.

Club Penguin al regirse sobre la premisa de adquirir dinero virtual para mejorar la experiencia dentro del mundo virtual también transmite implícitamente aspectos de responsabilidad social a sus usuarios, desde el simple hecho de poder adquirir una mascota y cuidarla debidamente hasta ofrecerte la posibilidad de donar parte de tu dinero virtual en fechas puntuales para contribuir a la ayuda de niños en situaciones de riesgo o pobreza del mundo 1.0. Así pues, la plataforma establece sutiles puentes entre

el mundo real y el virtual y con un gran peso social que pretende exaltar aún más las características positivas de pertenecer a esta comunidad.

En momentos dados de la navegación la plataforma nos remite a la tienda online, para adquirir productos y suvenires de Club Penguin. Esta situación la establecen bajo la premisa de que al comprar determinados artículos en el mundo real será posible obtener códigos que pueden ser usados en el mundo virtual para mejorar la experiencia y descubrir otros aspectos de la isla de pingüinos.

7.2. Conclusiones de los usuarios

Teniendo en cuenta que los 3 ejes de los conversatorios fueron internet, Disney y Club Penguin, se lograron generar los resultados que se exponen a continuación.

Los niños relacionan internet con marcas y sitios web específicos tales como Friv y Google, pero a su vez la relacionan a la web con beneficios estrechamente relacionados con el entretenimiento, la comunicación con otros y en consecuencia con la constante interacción con diversos elementos que internet pone a su disposición.

De igual forma son conscientes de peligros latentes en la red, dentro de los que ellos identifican plenamente a los desnudos (pornografía) y hablar con desconocidos (voyeurismo y ciberacoso) como los riesgos más posibles que pueden darse mientras se navega en internet.

En esa línea, los temas de inseguridad en la red no son desconocidos para ellos, ya que ante cuestionamientos en esos temas, los niños expresaron sin tapujos los

peligros de internet; donde establecieron a la pornografía, la violencia, la violación a la privacidad y la interacción con desconocidos como los peligros que más pueden encontrarse en internet. A su vez establecen relaciones entre redes sociales, el suministro de información privada y la potencialidad de citarse en espacios físicos reales con personas extrañas; evidencia expresa de sus competencias y conocimiento de internet más allá de sus edades tempranas.

En cuanto a la dicotomía entre el ocio en espacios reales vs espacios virtuales, los niños que hicieron parte de este estudio reflejaron en un alto porcentaje (65%), su preferencia por los espacios reales a la hora de jugar, donde el argumento más fuerte fue el ánimo de interactuar y tener contacto real con sus amigos. Sin embargo, un 34% (una cifra nada despreciable) expresó que prefieren jugar al frente de un ordenador e interactuar por esa vía con sus amigos. El argumento que prevaleció fue el no verse obligados a desplazarse físicamente fuera de su lugar de residencia y por ende esto implicaba no tener que pedir permisos a sus padres para salir de casa.

Si bien internet es un medio con un acelerado crecimiento e influencia, los niños establecieron que las fuentes para enterarse de todo lo que les rodea provienen de fuentes diversas donde se cruzan informaciones de círculos cercanos como la familia con lo difundido por medios masivos tales como la televisión, dejando a la web solo como un espacio de ocio y entretenimiento.

Con respecto a Disney, los niños en su totalidad, establecieron y asignaron adjetivos positivos hacia Disney, donde como aspectos adicionales relacionaron la palabra con personajes o iconos concretos (Ej: Mickey Mouse, el Castillo Disney

World). Cualquier categorización o calificativo negativo sencillamente no existió, al contrario, lo exaltaron como un aspecto de sus vidas que contribuye a su felicidad y alegría como sujetos sociales.

Por otro lado, el conocimiento de la plataforma Club Penguin en términos generales es bueno, ya que pocos niños son los que no han escuchado o no se ven familiarizados con la plataforma Club Penguin. De hecho es uno de sus sitios predilectos a la hora de entrar a internet.

La gran popularidad de la plataforma radica en los evidentes esfuerzos de promoción por parte de Disney en entornos audiovisuales y multimedia, ya que ellos se han enterado de la existencia de la MMO a través de consolas de juego como la Wii, televisión y sitios web.

Dado su alto consumo de productos Disney, los niños que hicieron parte de esta investigación, tienen en su mayoría la certeza que la plataforma se relaciona y/o es de la compañía Disney. Por ello, dado que los niños se desbordan en adjetivos positivos hacia el emporio de Walter Disney, los infantes asocian la plataforma con sus ideas preconcebidas y adquiridas en otros medios (cuentos infantiles, televisión, películas), en donde Disney y todo lo que se desprenda de esa matriz es inevitablemente beneficioso, entretenido, guay y lo más importante: ausente de todo peligro.

7.3. Conclusiones de los padres de familia

Partiendo de las 10 entrevistas a profundidad realizadas con padres de hijos que en algún momento han usado Club Penguin se suscitaron las siguientes conclusiones:

Las percepciones de los padres de familia entrevistados evidencian una imagen positiva hacia Disney y todos sus productos, ya sean películas, programas de televisión, juguetes, libros e internet. Su visión favorable hacia el emporio Disney se argumenta en que a su manera de ver, los contenidos no solo entretienen y divierten sino que también son propensos a educar, enseñar y a emplear la didáctica para potenciar la imaginación de los niños. De igual forma, sostuvieron su confianza en Disney a razón de que ellos recuerdan con agrado su infancia acompañados de varios personajes emblemáticos por lo que consideran que sus niños pueden tener una experiencia similar como ellos la tuvieran años atrás.

Solo en un par de casos se suscitaron algunas dudas sobre Disney, ya que expresaron que los contenidos pueden ser por momentos factores distractores para el buen desempeño estudiantil de sus hijos. Por lo cual hicieron hincapié en lo importante que debe ser el acompañamiento de ellos como adultos responsables de los infantes, contribuyendo al mejor aprovechamiento del tiempo libre y de ocio.

Respecto al uso de internet por parte de sus hijos, los tutores expresaron que dado el contexto actual en el que están creciendo, el ciberespacio es un medio necesario, útil e inherente a su desarrollo y crecimiento social, cultural e intelectual. Sin embargo, expresaron con algo de temor que sus hijos naveguen sin la presencia de un adulto, ya

que son más que conscientes de los peligros existentes en internet. En muchos de los casos los mismos padres recalcaron que sienten que muchas de sus competencias digitales no se equiparan a las de sus hijos, dificultando la posibilidad de vigilar con mayor habilidad lo que hacen, ven y navegan sus hijos en entornos digitales.

Dado que en muchos casos existe cierta brecha digital entre padres e hijos, Disney aparece como un espacio que no le implica demasiados esfuerzos a los padres para monitorear los usos que sus hijos le dan a internet, ya que al reducir la vigilancia a tan solo una plataforma, los papás sienten algo de alivio frente al abanico de peligros latentes. Sin embargo, si bien Club Penguin al ser parte de Disney les inspira un alto grado de confianza, los temores no merman del todo, porque consideran que el riesgo de que el niño abra otra pestaña en el navegador y se encuentre con sitios no aptos para menores de edad es muy alto. Eso sumado al miedo que existe de encontrarse con situaciones de acoso a través de la plataforma, más allá de las garantías de seguridad que ofrece Club Penguin.

El matoneo (Ciberbullying) y la pornografía son los temas que más preocupan a los padres de familia, muchos de ellos fundamentados a las constantes alarmas que se prenden a través de los medios masivos de comunicación (radio, tv y prensa), por lo que asumen a internet como un espacio de doble filo donde contenidos inapropiados están a pocos clics de acceso. De allí que reiteren la necesidad de que un adulto esté pendiente de sus hijos para reducir ostensiblemente los peligros para los pequeños.

Si bien muchos de los papás reconocen Club Penguin, la mayoría de ellos basan su conocimiento en lo que ven en spots de televisión y en lo que sus hijos como

usuarios de la plataforma les cuentan. Por ello, no tienen un conocimiento a profundidad de los alcances y límites de la plataforma, más allá de la opción de control parental la posibilidad de limitar la intensidad horaria de acceso a la plataforma. Adicional a esto, expresan que en muchos casos prefieren no hacer uso del recurso de control parental debido a que consideran que limitar el tiempo en Club Penguin terminaría por mudar a los niños a explorar en otros sitios donde quizás los estándares de seguridad no sean tan buenos.

El sello Disney ratifica que hace parte de una cultura dominante ya que los padres de familia coinciden en que si Club Penguin no estuviese avalado por Disney, existiría mayor grado de incertidumbre, y en el caso de quienes realizan pagos de suscripción lo pensarían mucho más a la hora de pagar una mensualidad para que sus hijos naveguen en la plataforma multijugador en línea. Nuevamente Disney aparece como un factor decisivo a la hora de inspirar confianza de seguridad para sus hijos y de pagar una membresía sin tantos miramientos.

Al hablar de una cultura dominante en este caso se habla de cómo un discurso más allá de algunas pequeñas variaciones se inserta en diferentes geografías logrando resultados prácticamente idénticos. En consecuencia, se puede concluir a partir de Club Penguin que tal y como Hall y Jefferson (1977) lo expresan, existen relaciones parentales entre subculturas y su cultura de origen, lo que lleva a pensar que si bien los padres de familia entrevistados expresan con beneplácito su “capacidad de decisión” sobre sus hijos, la verdad es que sufren al igual que otra subcultura de las limitaciones predeterminadas en el sustrato social donde se encuentran; es decir, tienen cierto poder

de elección pero no de producción, en particular ante discursos avasalladores como los de Disney.

Por ello, es comprensible encontrarse con padres que consideran que Club Penguin reduce los peligros para los niños pero no los acaba del todo, ya que muchos de ellos manifiestan el temor de que se genere una adicción en sus hijos a entrar a Club Penguin, dejando a un lado otros espacios de ocio y de interacción social, sienten que pueden decidir pero bajo unas claras limitantes. Sumado a esto, expresan con algo de disgusto que en la plataforma se les invite a comprar objetos, juguetes y merchandising en general en el mundo real, ya que no solo impacta en su bolsillo, sino que además se sienten invadidos en su capacidad de decisión a la hora de pensar en qué regalar a sus niños. Nuevamente el factor dominante entra en evidencia, donde el compendio del discurso de Disney se enmascara en una ideología, imponiendo una serie de modos de consensos y cohesiones sociales que solo prolongan subordinación de unos hacia otros (Hall & Jefferson 1976).

Ante este panorama Club Penguin al ser en la actualidad una de las plataformas más populares para los niños, han hecho que la confianza hacia la plataforma multijugador se incremente, es decir, los papás se sienten más tranquilos si sus amigos y conocidos también la están usando, se ha configurado en un manera de sentirse “parte de” y no sentirse rezagados o desactualizados con respecto a otras familias. En particular el hecho de que sus hijos interactúen y sean parte de una comunidad mundial les genera orgullo, al considerar que están contribuyendo a un mejor desarrollo como persona del niño, al permitirle esas libertades a sus hijos, como si se tratase de una

práctica social que fuera configurador de un mayor estatus dentro de un grupo en particular.

7.4. Conclusión en relación a la hipótesis de investigación

Tomando como punto de partida la hipótesis de la investigación, se procedió a establecer su validez confrontándola con las conclusiones generadas del cruce de la navegación de la plataforma, los conversatorios con usuarios (niños), las entrevistas y grupos de discusión con padres de familia y los insumos teóricos pertinentes.

La hipótesis planteada fue la siguiente:

Club Disney propicia un nuevo modo de construcción social de la realidad, al trasladar a un territorio seguro del ciberespacio, diversas dinámicas y espacios del mundo real, tales como la adquisición de bienes y servicios, la interacción con otros sujetos con fines diversos, el desenvolvimiento en lugares privados y públicos, lo que supone la inducción al público infantil de dinámicas consumistas y materialistas desde edades tempranas, deformando en parte la idea inicial de territorio seguro y ausente de peligros.

Así pues, los resultados arrojados dan certeza que la plataforma multijugador en línea para niños Club Penguin se posiciona en la actualidad como uno de los territorios seguros más populares para la infancia. Sus estándares de seguridad basados en 2

sistemas: por un lado una programación predeterminada que filtra las conversaciones entre usuarios y por el otro la presencia 24 horas de moderadores de carne y hueso, evidencian un esfuerzo por darle valía a la navegación en un entorno digital seguro. Sumándose a esto, la posibilidad de ejercer un control parental potencia los modos de monitorear a los niños, y lo que es mejor, pone como reto adicional reducir la brecha digital de los tutores de los infantes para consolidar los modos y las formas para hacer de las MMOs como Club Penguin espacios aún más seguros.

Bajo este marco de seguridad, nos encontramos con una MMO que se basa en tres dinámicas: explorar, conocer y evolucionar, las cuales articulan a los avatares que se desplazan a lo largo y ancho de la plataforma. El niño en consecuencia se encuentra en un mundo virtual que no se limita a ofrecer seguridad sino que le permite vivir experiencias sustancialmente diferentes cada ocasión, dado que es una plataforma multidimensional y que no permanece estática durante demasiado tiempo.

El mundo virtual se desenvuelve en lugares públicos, que pueden ser espacios urbanos o rurales, donde a través de minijuegos, actividades grupales de exploración y tiendas diversas, les brindan a los usuarios numerosas posibilidades para personalizar sus avatares y sus espacios propios, tales como el iglú. La MMO hace hincapié en que los usuarios hagan “upgrade” de sus pingüinos, ya que este es el incentivo más importante para ser partícipe de las diversas actividades, evolucionar y ganar prestigio en la comunidad.

Y es que aquí donde aparecen los peligros en medio de un entorno aparentemente inocente, ya que la máxima de la plataforma se sustenta en el ascenso

social del usuario. El concepto de comunidad comienza a quebrantarse y avizorar algunas grietas, ya que al contrario de lo que se pensaría de una plataforma horizontal y democrática, Club Penguin empuja a sus usuarios a interactuar cada vez más con el ánimo de que cada pingüino tenga posibilidades de ascenso social, de poder adquisitivo, de poder de información y reconocimiento en un entorno digital.

El ascenso social de un usuario se mide por el monto de dinero de Club Penguin que posea, en la cantidad de objetos que tenga en el Iglú (muebles, adornos, etc.), en los roles desempeñados y en los derechos de acceso a zonas privadas y exclusivas que no todos los usuarios pueden entrar. Pareciese como si se emularan sistemas económicos como el capitalista y lo maquillaran en una plataforma infantil, donde los niños se vuelven el cultivo de los consumidores del futuro, de quienes al igual que sus padres expresarán agrado hacia Disney y verán con buenos ojos que sus hijos sigan la misma línea.

Ante esta sólida infraestructura de mercadeo “disneysiano”, el aspecto clásico de una red social queda a un lado, donde ya no hace falta subir una foto real, simplemente hace falta proyectarme a través de la figura de un avatar que responde a las características básicas de un pingüino.

Club Penguin se soporta en un discurso clásico de Disney, donde exponen la posibilidad de ascender y tener reconocimiento (publicar en el periódico de Club Penguin, hacer una fiesta para otros usuarios, donar dinero para fines sociales en el 1.0) donde tener poder es sinónimo de benevolencia y de tener que rendirles pleitesía porque al parecer se lo han ganado con esfuerzos diversos. Sin embargo, por otra parte se le da

a los niños un discurso donde los roles típicos de las clases populares no son malos; por ello ser un pizzero o un minero, puede ser divertido, más allá de lo mal remunerado que pueda ser en la realidad. Las afirmaciones de Mattelart (1973) realizadas décadas atrás sobre Disney encajan a la perfección en este modelo 2.0, donde un pato Donald o un Tribilín pueden tener desventuras o trabajos duros pero en medio de un síntoma de resignación encuentran en fugaces momentos de entretenimiento lo que Disney nos ha vendido como felicidad y alegría.

La plataforma multijugador en línea de Disney plantea una dinámica donde incluso lo que consideramos privado no tiene por qué serlo, donde el niño puede tener un Iglú (Casa) y sin previo aviso, ser visitado a diario por un sinnúmero de pingüinos que podrán observar y deducir qué tan alto es el nivel socio-económico de ese avatar en la medida que puede observar todo lo que ha comprado y personalizado en su espacio.

Si bien existe una brecha notable entre el usuario que paga y obtiene una membresía y quien accede a Club Penguin de manera gratuita, dado que quien no paga las mensualidades carece de posibilidades plenas de navegación, limitando su acceso a diversos contenidos del mundo virtual. En ambos casos existe la oportunidad de recoger, recolectar y ganar monedas del mundo de Club Penguin, un dinero que como en cualquier entorno, busca abrir la posibilidad de adquirir bienes y servicios. Nuevamente la premisa de consumir como método para ascenso social se presenta como algo natural y aceptado por todos.

Es aquí donde se inmiscuyen territorios peligrosos para la infancia, dado que se da una disyuntiva respecto a la fuerte incidencia que tienen estas monedas en el

desarrollo de un usuario dentro de la plataforma. Por un lado, ese dinero virtual tiene la posibilidad de traducirse en accesorios, mascotas y enseres para su pingüino, mientras que por el otro se convierte en un factor de oportunidad para que los niños empleen ese dinero en campañas 1.0 que paralelamente promueve Club Penguin en pos de ayudar infancia en riesgo de exclusión en diversas latitudes del mundo.

De igual forma la plataforma proclama discursos que pueden ser nocivos, el factor querer ser, diferenciarme de, ser mejor que, se vuelven los detonantes de un discurso Disney donde para ser un usuario con peso e influencia se requiere no solamente de una suscripción, sino que implica una navegación continua, una competencia con otros que si bien pareciera inofensiva sin dudas apunta a reafirmar el imaginario del bien adquirido y la decisivo de poseer un estatus dentro de un contexto determinado.

Más que plantearlo como resultados apocalípticos, vale la pena aclarar que lo que arroja esta investigación evidencia el panorama Disney llevado a entornos digitales infantiles. Se trata de dejar sobre la mesa cómo la idea de seguridad que ha vendido Disney por casi un siglo sigue siendo vigente y replicándose de manera viral en cada uno de sus productos. Queda claro que para los padres de familia no es del todo negativa esta situación, ya que tienen claro que como cualquier otra plataforma necesita formas de subsistir, y los modos de mercadeo y recolección de capital por parte de Disney es respuesta a la dinámica de cualquier otra empresa productora de contenidos. Por ende, más allá de entrar a afirmar que Disney promueve actitudes consumistas, los padres apuntan con mayor certeza a decir que los niños desarrollan competencias

lúdicas y de paso adquieren conciencia social al tener la posibilidad de ser artífices de procesos de participación dentro y fuera de la plataforma.

Sumado a esto, la percepción positiva hacia Club Penguin y sus pilares Disney, hace que familias enteras asuman como contenidos apropiados casi cualquier cosa que se les presente y venga contramarcado o respaldado por el emporio Disney. De igual forma, los niños consideran que ellos son los artífices de sus ambientes en el mundo virtual, pudiendo ser un vigilante activo dentro de la plataforma para denunciar intentos de violaciones a la intimidad, u oficiar como un guía para usuarios nuevos que se sientan neófitos en el mundo virtual. Las posibilidades son amplias, y en la medida que los usuarios piensan en comunidad la plataforma se potencia día a día, más allá que Club Penguin pone las pautas de lo que se puede y no se puede hacer.

Club Penguin como cabeza visible de las MMO para niños, ha logrado en menos de una década consolidarse como un territorio ampliamente positivo, promoviendo en la infancia nuevos modos de construir realidad y de propiciar espacios lúdicos, de entretenimiento y de interacción; logrando poner una barrera de “hielo” suficientemente gruesa para blindarse de los peligros que en otros espacios porta internet.

No obstante no puede pasarse por alto que ese espacio a primera vista inocente es el mismo que se pone como el estandarte virtual de la habilidad “disneysiana”, aquella capaz de transformar hasta la isla más fría en un sitio cálido para articular un emporio económico que refuerza con plataformas de este tipo su posicionamiento global como una marca que se ha insertado culturalmente en las familias de todos los niveles

sociales, transmitiendo valores e intangibles que justifican su inconmensurable lucro económico.

7.5. Posibles futuras líneas de investigación

Teniendo en cuenta la investigación realizada, se pueden identificar varios caminos por los cuales se pueden continuar los esfuerzos en analizar las MMO para niños. Por una parte se podría iniciar una serie de estudios comparativos entre las diversas MMO enfocadas en la infancia, para así identificar a profundidad las diferencias estéticas, discursivas, comunicativas, publicitarias y sociológicas que existen entre ellas. Donde podrían agruparse entre las MMO gratuitas y las que requieren algún tipo de pago, brecha que como ya ha demostrado este estudio generan procesos de inmersión diferentes.

Por otra parte, la llegada de MMOs construidas enteramente en España, como Baobad Planet (lanzada en 2010) o Qilania (lanzada en 2011), es otro punto a analizar debido a sus características educomunicativas y que incluyen el factor medioambiental como articulador de sus narrativas, vislumbrando otras maneras de concebir el valor inquisitivo y explorador de un niño acompañado de tintes de responsabilidad social de sus entornos.

Por último, considero que sería necesario comenzar a explorar si estos nativos digitales están conformando foros y wikis alrededor de estos mundos virtuales. O en su lugar, si padres de familia con ciertos grados de competencias digitales están discutiendo en comunidades virtuales sobre el devenir de esta plataformas en las que sus hijos están entrando con o sin su supervisión.

Referencias

Abellán, A. & Rodríguez, V. (2004). Las personas mayores en España. Indicadores Demográficos. Capítulo 1. Informe 2000. Investigadores del CSIC. España.

Adorno, T. & Morín, E. (1967). “La industria cultural”. Buenos Aires: Galerna.

Aguaded-Gómez, I. (2012). El Grupo Comunicar: dos decenios de comunicación y educación para la ciudadanía desde Andalucía. En García Jiménez, A. (Ed.), Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España (pp.147-161). Madrid: Editorial UOC.

Albornoz, M. (2008). Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad. Consultado en enero de 2010. Disponible en http://www.flacsoandes.org/web/imagesFTP/1227022494.Cibercultura_y_las_nuevas_nociones_de_privacida_articulo.pdf

Aparici, R. & Marí, V. (2003). Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio. Universidad Nacional de Educación a distancia. Madrid.

Ariès, P. (1962). Centuries of childhood: A Social History of Family Life. New York: Vintage Books.

Augé, M. (1992). Los no lugares, espacios del anonimato. Traducción: Margarita Mizraji. Barcelona: Gedisa Editorial.

Balaguer, R. (S.F.). Videojuegos, Internet, Infancia y Adolescencia del nuevo milenio.

Revista Kairos N°10. ISSN 1514-933.1. Consultado en julio de 2010.

Disponible en <http://www2.fices.unsl.edu.ar/~kairos/k10-06.htm>.

Barnes, B. (Agosto 2, 2007). Disney Acquires Web Site for Children. The New York

Times. Consultado en enero de 2010. Disponible en

http://www.nytimes.com/2007/08/02/business/02disney.html?_r=0

Baumann, Z. (1999). La globalización: consecuencias humanas. Cap. Turistas y vagabundos. Buenos Aires: FCE. pp. 103-133.

Baumann, Z. (2007). Vida de Consumo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Belli, S. & López, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. Athenea Digital número

14: 159179. ISSN: 15788946. Universidad Autónoma de Barcelona. Consultado

en diciembre de 2010. Disponible en

<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/viewDownloadInterstitial/570/437>

Benderoff, E. (Marzo 8, 2007). Cheating a real problem in Club Penguin's virtual

World. Chicago Tribune. Consultado en enero de 2010. Disponible en

<http://www.chicagotribune.com/news/nationworld/chi-0703080167mar08,0,7203137.story>

Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Discursos Interrumpidos I. Buenos Aires: Taurus.

Berger, P. & Luckmann T. (1966). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu Editores. .

Blumer, H. (1969/1981). El Interaccionismo Simbólico: Perspectiva y método. Barcelona: Editorial Hora.

Buenaventura, D. (1998). Historia de la infancia. 1ª Edición. Barcelona: Editorial Ariel.

Burke, P. (1976). Oblique approaches to the history of Popular Culture. London: Edward Arnold, Publishers.

Burley, D. (December, 2010). Penguin Life: A Case Study of One Tween's Experiences inside Club Penguin. Virtua Worlds for Kids. Vol. 3. No. 2. ISSN: 1941-8477.

Busquet, J., Ballano, S., Medina, A. & Uribe, A. C. (2012). La Dinámica de la Brecha Digital entre Jóvenes, Padres y Profesores en España. En García Jiménez, A. (Ed.), Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España (pp.39-55). Madrid: Editorial UOC.

Canclini, N. (2000). La globalización imaginada. México: Paidós.

Casas, F., Alsinet, C., Pérez Tornero, J.M., Figuer, C., González, M. & Pascual, S.(2000). Las tecnologías de la información y la comunicación entre los padres y los hijos. *Intervención Psicosocial*. Vol. 9. N° 3. pp. 335-360.

Cassen, S. & Vaquero, J. (Agosto, 2003). Muita gente, poucas antas? origens, espaços e contextos do megalitismo. *Actas do II Colóquio Internacional sobre Megalitismo*. Consultado en octubre de 2009. Disponible en: <http://www.ipa.min-cultura.pt/pubs/TA/folder/25/ta25449.pdf>

Castells, M. (7 de Octubre, 2000). Internet y la sociedad red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya.

Castro, K. & Sánchez, J. (1999). *Dibujos animados y animación: Historia y compilación de técnicas de producción*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Chauí, M. (Octubre, 2008). *Cuadernos del Pensamiento Crítico Latinoamericano*. Número 8. Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales. Consultado en octubre de 2010. Disponible en: <http://eldiplo.info/docs/clacso8.pdf>

Curran, J., Morlay, D. & Walkerdine, V. (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. 1a Edición. México: Paidós.

DeMause, Ll. (1991). Historia de la infancia. Versión española de María Dolores López Martínez. Madrid: Alianza Editorial.

Deutscher, I. (1973). What we say/what we do; Sentiments & acts. Glenview: Scott Foresman.

Dorfman, A. & Mattelart, A. (1973). Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Faust, K. & Wasserman, S. (1994). Social Network Analysis. Cambridge: University Press.

Flanagan, C. (Julio, 2007). Babes in the Woods. The Atlantic.com. Consultado en enero de 2010. Disponible en <http://www.internetsafetyconsulting.net/Caitlin%20Flanagan%20Babes%20in%20the%20Woods.pdf>.

Flores, J. M. (Octubre 2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. Comunicar. N° 33. Revista Científica de Educomunicación. Páginas 73-81. Madrid. Consultado en Agosto de 2011. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2843/b15573680.pdf?sequence=1>

Fonte, J. (2004). Todo empezó con un ratón, el fantástico mundo de los cortos de Disney. Madrid: T & B Editores.

Ford, C. (1995). El cine mudo. Historia Ilustrada del cine. Tomo 1. Madrid: Alianza Editorial.

Freud, S. (1921/1955). Psicología de las masas y análisis del yo. Traducción de José L. Etcheverry. Vol. 18. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Frick, M. (Octubre, 2007). Niños y jóvenes en la Sociedad de la Información Acceso y uso de Internet en América Latina. Centro Euro- Latinoamericano (CEULA), Instituto de Empresa (IE) Telefónica. Madrid, España. Consultado en julio de 2010. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/wp-content/uploads/2008/11/mfrick-paper.pdf>.

García, A. (2007). Second Life, ¿Qué hay detrás?. Universidad Politécnica de Catalunya. Consultado en enero de 2010. Disponible en <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/4576/1/memoria.pdf>.

GigaOM (Junio, 2007). GigaOM Top 10 Most Popular MMOs. Consultado en febrero de 2010. Disponible en <http://gigaom.com/2007/06/13/top-ten-most-popular-mmom/>

Giroux, H. (1995). Memory and pedagogy in the “wonderful World of Disney”. Beyond the politics of innocence. Bloomington: Indiana University Press.

Giroux, H. (2001). *El ratoncito feroz: Disney o el fin de la inocencia*. Traducción de Alberto Jiménez. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Gordo, A. (2006). Jóvenes y cultura “Messenger”. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) e Instituto de la Juventud (INJUVE). España. Consultado en julio de 2010. Disponible en: http://www.fad.es/sala_lectura/Messenger.pdf.

Gubern, R. (1972). *El lenguaje de los cómics*. Edición 62. Barcelona: Ediciones Península.

Gubern, R. (1977). *La historia del Cine*. Ediciones Danae S.A., Tomo 2. Madrid: Cuarta Edición.

Hall, S. & Whannel, P. (1964), *The Popular Arts. A Critical Guide to the Mass Media*. Boston: Beacon.

Hall, S. & Jefferson, T. (1976). *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*. Londres: Hutchinson.

Hall, S. (1994). *Estudios Culturales: Dos Paradigmas*. Revista Causas y Azares. Nº 1. Buenos Aires.

Hall, S., Chambers, J., Clarke, I., Connel, L., Curti, T., Jefferson & Coward, R. (1977).
Marxism and culture: a reply to Rosalind Coward. *Screen*, Vol. 18, n.º 1-2, pp.
109-119.

Herder, J. (1964). *Une Autre Philosophie de l'histoire*. París: Aubier.

Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona: UOC.

Horkheimer, M. & Adorno, T. (1944). *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Ed.
Sur.

Jakobsson, M. & Taylor, T.L. (2003). *The Sopranos Meets EverQuest: Social
Networking in Massively Multiplayer Online Games*. Malmö University & IT
University of Copenhagen. Consultado en enero de 2010. Disponible en
http://mjson.se/doc/sopranos_meets_eq_faf_v2.pdf.

Jiménez, P., García S. & Maroto, E. (Mayo, 1999). *Tradición oral y Cuentos, influencia
anglo-germana*. Facultad Ciencias de la Educación. Universidad de Málaga,
España.

Jones, H & Soltren J. H. (Diciembre, 2005). *Facebook: Threats to Privacy*. Consultado
en agosto de 2011. Disponible en:
[http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.112.3154&rep=rep1&
type=pdf](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.112.3154&rep=rep1&type=pdf).

Katz, R., Chrousos, P. & Wu, H. (Febrero de 2008). La sobrevaloración de las redes sociales en Internet. Consultado en agosto de 2011. Disponible en: http://www.anobium.es/docs/gc_fichas/doc/19LSUfghru.pdf.

Langlois, J., Kalakanis, L., Rubenstein, A., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126 (3), pp. 390-423.

Larson, A. (2003). Re-drawing the bottom line. In C. A. Stabile & M. Harrison (Eds.) *Prime time animation: Television animation and American culture*. (pp. 55-73). New York: Routledge.

Ladevéze, L. (2012). Prólogo: La investigación sobre comunicación e infancia. En García Jiménez, A. (Ed.), *Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España* (pp.11-34). Madrid: Editorial UOC.

López-Sánchez, C., Tur Viñes, V. & García del Castillo J.A. (2010). Evaluación del protagonista-antagonista en los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia en cadenas de televisión españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. pp.553 - 560. recuperado el 25 de noviembre de 2013 http://www.revistalatinacs.org/10/art3/918_Alicante/40_Tur.html

Lozares, C. (1996). La teoría de Redes Sociales. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Papers 48, pág. 103 – 126. Consultado en julio de 2011. Disponible en <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n48p103.pdf>.

Manila, G. & Santos, D. (1990). Fuentes orales y educación. Barcelona: Ed. Pirene.

Martin, A. (1978). Historia del cómic español: 1875-1939. Colección Comunicación Visual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A..

Messinger, P. R., Stroulia, E., Lyons, K., Bone, M., Niu, A., Smirnov, K., & Perelgut, S. (2009). New direction for social computing in virtual worlds: Applications for business and social sciences, forthcoming, Decision Support Systems and Electronic Commerce.

Messinger, P., Ge, X., Stroulia, E., Lyons, K., Smirnov, K. & Bone, M. (November, 2008). On the Relationship between My Avatar and Myself. Virtual Worlds Research: Consumer Behavior in Virtual Worlds. Vol. 1. No. 2. ISSN: 1941-8477.

Mitchell, J. C. (1973). Networks Analysis: Studies in Human Interactions. The Hague: Mouton.

Montessori, M. (1936/1982). El niño el secreto de la infancia. México: Editorial Diana..

Nathan, L., Meyers, E. & Unsworth, K. (2009). Who's Watching Your Children? Value Propositions in Preteen Virtual Worlds. The Information School, University of Washington. Seattle, Washington, USA. Consultado en diciembre de 2010. Disponible en http://nora.lis.uiuc.edu/images/iConferences/Nathan_447.pdf.

O'Neill, N. (2008). ¿What Exactly are Social Games?. Consultado en enero de 2013 en <http://www.socialtimes.com/2008/07/social-games>.

Ortega, J., Villena, J. & Ortega, M. (Diciembre 2002). Internet y la protección de los derechos de la infancia: Utilidad educativa del filtrado de contenidos Web. Revista ÉticaNet. Publicación en línea. Año I Número 0. ISSN: 1695-324X. Granada, España. Consultado en julio de 2010. Disponible en: http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero0/Articulos/Internet_y_la_proteccion_de_la_infancia.pdf.

Ortiz, R. (1980). Consciencia Fragmentada. Sao Paulo: Ortiz, R. (1980). Consciencia Fragmentada. Paz e Terra. Sao Paulo, Brasil.

Pérez, M. (1987). La historieta participativa. CIESPAL. Cuadernos de Chasqui, N° 13. Quito.

Pérez Tornero, J. M., Tejedor, S. & Pulido, C. (2012). Políticas de infancia y medios de comunicación: nuevos retos para la investigación. En García Jiménez, A. (Ed.), Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España (pp.163-174). Madrid: Editorial UOC.

Piscitelli, A. (2005). Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre. La generación arropa. Filosofitis (blog). Consultado en julio de 2010. Disponible en: <http://www.filosofitis.com.ar/2005/12/09/epistemologia-de-las-marcas-en-la-era-de-la-incertidumbre-la-generacion-arropa/#more-509>.

Prensky, M. (5 octubre, 2001). Digital natives, digital immigrants, part 1. On The Horizon, Vol. 9, No. 5.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9, N° 5, October. Consultado en julio de 2010. Disponible en: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.

Quiroz, A., Velásquez, A., García, B. & González, S. (2002). Técnicas Interactivas para la investigación social cualitativa. Fundación Universitaria Luis Amigó. Medellín: Ed. Departamento De Publicaciones Fundación Universitaria Luis Amigó. ISBN: 9589699960.

Redfield, R. (1965). The Primitive World and Its transformations. New York: Cornell University Press.

Rice, D. (2000). Niños e Internet, Cómo proteger a sus hijos en el ciberespacio. Traducción Juan Schlaepfer Pedrazzini. México: Oxford University Press.

Richtel, M. & Stone, B. (2007, Junio, 6). Doll Web Sites Drive Girls to Stay Home and Play. New York Times.

Rozental, E. (1987). El ratón Mickey y la política. Buenos Aires: Editorial Cartago.

Scott, J. (1991). Social Network Analysis. Newbury Park, Londres: Sage.

Steinkuehler, C. (2005). Cognition and literacy in massively multiplayer online games. University of Wisconsin–Madison.

Steinkuehler, C. (2005b). The New Third Place: Massively Multiplayer Online Gaming in American Youth Culture. *Journal of Research in Teacher Education*. No. 3, p. 16. Consultado en enero de 2010. Disponible en http://130.239.57.135/presentation/publikationer/lof/lofu_nr3_2005.pdf#page=16.

Steinkuehler, C. (2006). Massively Multiplayer Online Video Gaming as Participation in a Discourse. Regents of the University of California on behalf of the Laboratory of Comparative Human Cognition. *Mind, culture, and activity*, 13(1), 38–52. Consultado en enero de 2010. Disponible en http://website.education.wisc.edu/steinkuehler/papers/Steinkuehler_MCA2006.pdf.

Taylor, S. y Bogdan, R. (1984/1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados. Barcelona: Editorial Paidós.

Tourn, G. (2013) Jugar en tiempos de Facebook. Un análisis de los videojuegos de las redes sociales. En, *Lúdicamente Año2 N°3*, Julio 2013, Buenos Aires. ISSN: 2250-723X.

Tur Viñes, V. & López-Sánchez, C. (2012). Comunicación, infancia y juventud: Diez años de investigación académica. En García Jiménez, A. (Ed.), *Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España* (pp.175-194). Madrid: Editorial UOC.

Tylor, E. (1958). *Primitive Culture*. New York: Harper.

UNICEF (1989). *Convención sobre los Derechos del Niño*. Consultado en mayo de 2010. Disponible en <http://www2.ohchr.org/spanish/law/crc.htm>.

UNICEF (2005). *La infancia amenazada, Estado mundial de la infancia 2005*. Consultado en mayo de 2010. Disponible en <http://www.unicef.org/spanish/sowc05/childhooddefined.html>.

UNICEF (2006). *Convención sobre los derechos del niño*. Unicef Comité español. Madrid. Consultado en septiembre de 2010. http://www.unicef.es/sites/www.unicef.es/files/CDN_06.pdf.

Vidal, R. (2006) La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Walters, K. (2007). Mature Cartoons: The Evolution of Subgenres in Adult Animation. College of Charleston. Consultado en octubre de 2009. Disponible en: <http://www.kayleewalters.com/portfolio/Personal/MediaCritProp.pdf>.

Ward, A. (2002). Mouse Morality, The Rhetoric of Disney Animated Film. University of Texas.

Wasko, J. (2001). Understanding Disney. Printed in Great Britain: Polity Press.

Watts, S. (1997). The Magic Kingdom, Walt Disney and the American way of life. New York: Houghton Mifflin Company.

Zubieta, A. (2000). Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas. 1a Edición. Bueno Aires: Paidós.

Índice de cuadros e imágenes

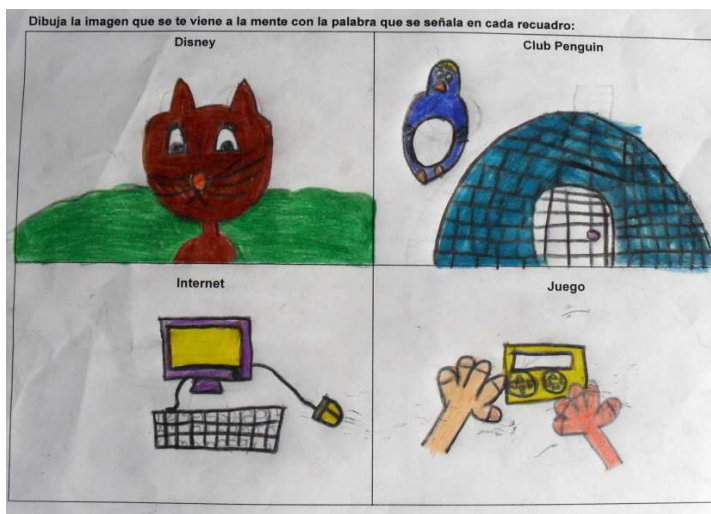
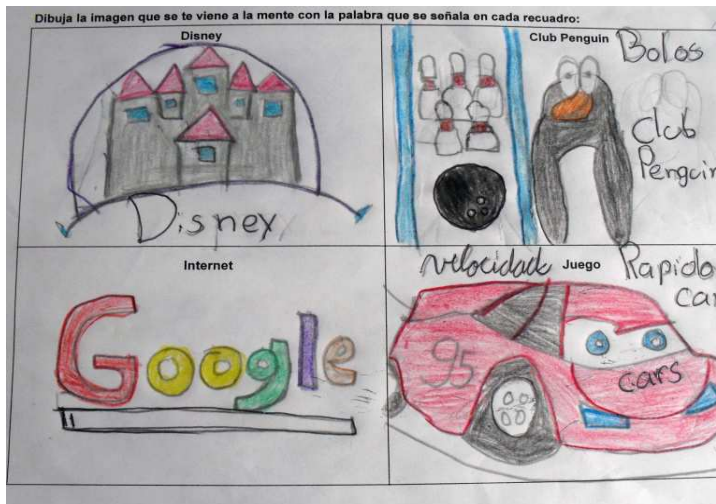
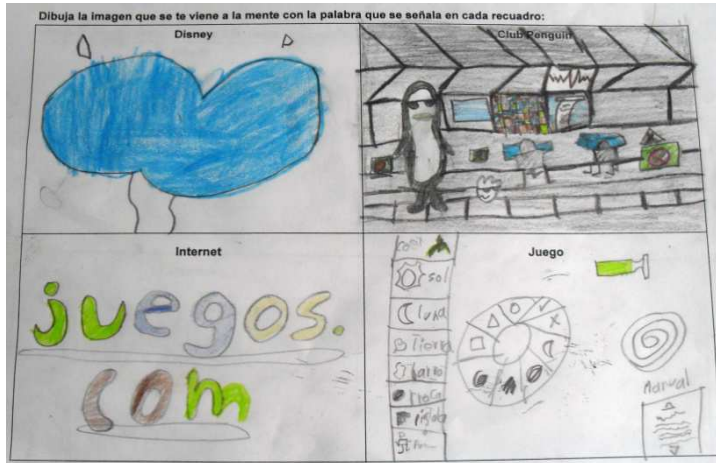
Lista	Pág.
Cuadro 1. Decálogo proclamado por la Unicef sobre infancia e internet.	63
Imagen 1. MMO más populares.	72
Imagen 2. MMO para niños: Moshi Monsters y Webkinz.	75
Imagen 3. Página de inicio Club Penguin.	76
Imagen 4. Página de inicio Club Penguin.	107
Imagen 5. Instrucciones suscripción.	108
Imagen 6. Comunidad Club Penguin.	109
Imagen 7. Opciones que ofrece la Comunidad Club Penguin.	110
Imagen 8. Padres de pingüinos.	111
Imagen 9. Seguridad de los usuarios.	116
Imagen 10. Página de ingreso.	119
Imagen 11. Reglas de Club Penguin.	120
Imagen 12. Creación del avatar.	121
Imagen 13. Activación de usuario.	122
Imagen 14. Opciones posteriores a la activación.	122
Imagen 15. Elección de tipo de chat.	123
Imagen 16. Ingreso a los servidores.	124
Imagen 17. Mapa de Club Penguin.	125
Imagen 18. Playa.	126
Imagen 19. Muelle.	127
Imagen 20. Refugio.	128
Imagen 21. Centro de la isla.	129

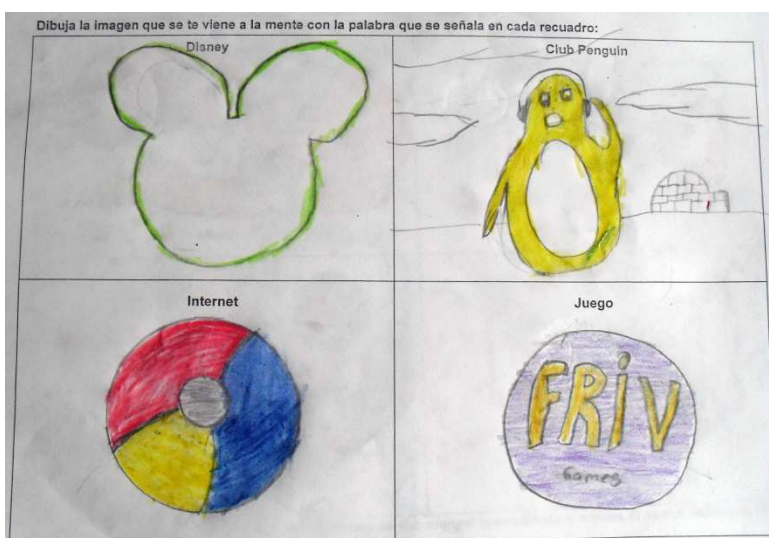
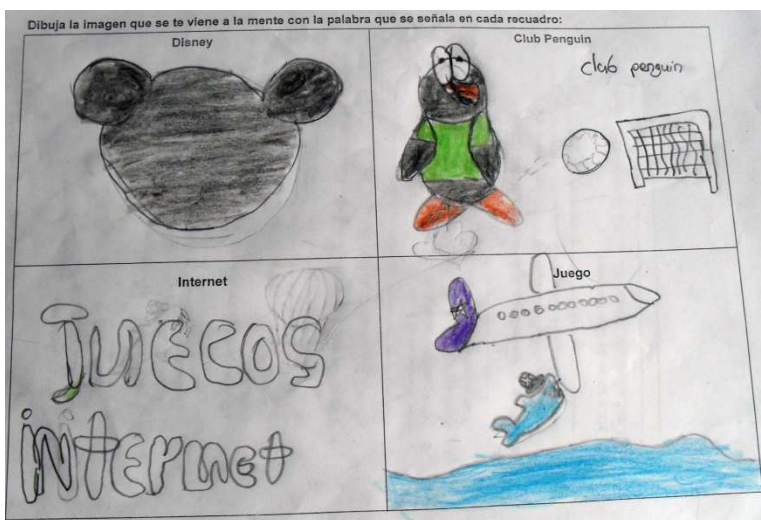
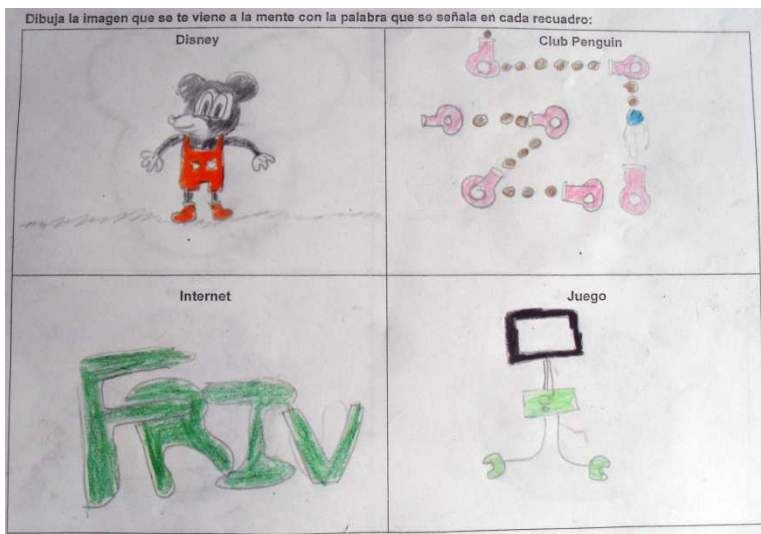
	Pág.
Imagen 22. Fuerte nevado.	130
Imagen 23. Estadio.	131
Imagen 24. Plaza.	132
Imagen 25. Bosque y mina.	133
Imagen 26. Acceso a otro iglús.	134
Imagen 27. Bahía.	135
Imagen 28. Dojo.	136
Imagen 29. Ejemplo de cuestionario para los niños.	137
Imagen 30. Ejemplo 2 de cuestionario para los niños.	145
Imagen 31. Actividades de dibujo.	147
Imagen 32. Ejemplo de cuestionario para los padres.	149

Anexos

Anexo I

Actividades realizadas por los niños





1. ¿Qué palabras relacionas con internet?

Google Chrome
Internet Explorer.
Google Chrom

2. ¿Para ti cuáles son los peligros que tiene internet?

Bandidos Electronicos

3. ¿Qué prefieres, jugar en internet o en espacios físicos, tales como un parque?

Prefiero parque por que estoy al aire libre y me divierte mas

4. ¿De dónde o de quiénes recurres para informarte de tus temas de interés?

A mis padres

5. ¿Qué palabras relacionas con Disney?

Disney Chanel
Disney XD
Disnx Gold

6. ¿Cómo te has enterado de la existencia de Club Penguin?

Por la tele y amigos me digieron

7. ¿Qué sabes de Club Penguin?

Que es un sitio Web que podemos divertirnos y jugar

1. ¿Qué palabras relacionas con internet?

Facebook, hotmail, Gool, tweeker, Fiv, club Penguin.

2. ¿Para ti cuáles son los peligros que tiene internet?

que lo pueden averiguar la dirección de la casa
y robarla y robar a los niños oníes por citas
ciegas

3. ¿Qué prefieres, jugar en internet o en espacios físicos, tales como un parque?

Jugar en internet

4. ¿De dónde o de quiénes recurre para informarte de tus temas de interés?

a nadie

5. ¿Qué palabras relacionas con Disney?

Mickey

6. ¿Cómo te has enterado de la existencia de Club Penguin?

Por amigos o la televisión

7. ¿Qué sabes de Club Penguin?

que es la página más divertida de todas
las páginas

1. ¿Qué palabras relacionas con internet?
correo electrónico
quet tayo
tes budo
2. ¿Para ti cuáles son los peligros que tiene internet?
Virus
programas ha qúlos para niñas
vídeos
3. ¿Qué prefieres, jugar en internet o en espacios físicos, tales como un parque?
juegos Triv uno de recoger
de construir
otro de carreras
4. ¿De dónde o de quiénes recurres para informarte de tus temas de interés?
cuento a mi mamá,
Tío, abuela, abuela,
primo, Tía y nadie más.
5. ¿Qué palabras relacionas con Disney?
Mega mans
castillo
6. ¿Cómo te has enterado de la existencia de Club Penguin?
par amigos
compañeros y
Televisión
7. ¿Qué sabes de Club Penguin?
es una página de diversión

Anexo II

Perfiles de los padres de familia entrevistados

Entrevista N°1

Población: Bogotá.

Yuri Ardila.

Edad: 35.

Nivel de estudios: Profesional.

Profesión/Ocupación: Contadora.

Hijo: 7 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala.

Entrevista N°2

Población: Bogotá.

Alfonso Saavedra.

Edad: 40.

Nivel de estudios: Técnico.

Profesión/Ocupación: Electricista.

Hija: 8 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala.

Entrevista N°3

Población: Bogotá.

Ricardo Chávez.

Edad: 38.

Nivel de estudios: Secundaria.

Profesión/Ocupación: Vendedor – Comercial.

Hija: 9 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Dormitorio hija.

Entrevista N°4

Población: Bogotá.

Johanna González.

Edad: 29.

Nivel de estudios: Secundaria.

Profesión/Ocupación: Ama de casa.

Hijo: 7 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala

Entrevista N°5

Población: Bogotá.

Luis Antonio Quintero.

Edad: 37.

Nivel de estudios: Profesional.

Profesión/Ocupación: Odontólogo.

Hijo: 9 años.

Número de ordenadores en casa: 2

Ubicación de ordenadores: Dormitorio hijo.

Entrevista N°6

Población: Bogotá.

Luz Marina Cruz.

Edad: 35.

Nivel de estudios: Técnico.

Profesión/Ocupación: Cajera.

Hijo: 9 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala.

Entrevista N°7

Población: Bogotá.

Ana Rosa Obando.

Edad: 29.

Nivel de estudios: Secundaria.

Profesión/Ocupación: Vendedor – Comercial.

Hijo: 11 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala de estudio.

Entrevista N°8

Población: Bogotá.

César Sanabria.

Edad: 39.

Nivel de estudios: Técnico.

Profesión/Ocupación: Mecánico.

Hija: 9 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Sala.

Entrevista N°9

Población: Bogotá.

Rocío Torres.

Edad: 28.

Nivel de estudios: Técnico.

Profesión/Ocupación: Secretaria.

Hija: 9 años.

Número de ordenadores en casa: 1

Ubicación de ordenadores: Dormitorio hija.

Entrevista N°10

Población: Bogotá.

Luz Ángela Pardo.

Edad: 35.

Nivel de estudios: Profesional.

Profesión/Ocupación: Profesora.

Hija: 10 años.

Número de ordenadores en casa: 2

Ubicación de ordenadores: Sala y portátil.