

● David Buckingham y Carlos Rodríguez
Loughborough (Reino Unido) / Santander (España)

DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-05>

Aprendiendo sobre el poder y la ciudadanía en un mundo virtual

Learning about Power and Citizenship in an Online Virtual World

RESUMEN

En este trabajo se presenta una investigación orientada a analizar cómo se desarrollan las relaciones de poder dentro de un mundo virtual dirigido al público infantil y adolescente (Habbo Hotel). Se pretendía llegar a comprender cómo estaba la compañía propietaria de ese espacio moderando, y por lo tanto ejerciendo su poder, a través de los diferentes actores encargados de tomar decisiones sobre el comportamiento de los usuarios dentro del mundo virtual. Al mismo tiempo, se profundizó en el tipo de lecciones que aprenden los usuarios sobre el ejercicio de la ciudadanía, derivadas de las normas de comportamiento impuestas por la compañía. Para comprender qué estaban aprendiendo los menores sobre el ejercicio del poder y sobre el prototipo de ciudadano modelo dentro del mundo virtual, analizamos los sistemas de reglas que regulan aquello que pueden o no hacer los usuarios y procedimos al análisis del contenido de espacios en los que los usuarios hablaban sobre los motivos por los que la compañía los había expulsado de «Habbo Hotel». Los resultados de este trabajo ponen de manifiesto que la aplicación del sistema de reglas por parte de la compañía hace que la experiencia dentro del mundo virtual no sea siempre lúdica, democrática, creativa, participativa o plenamente satisfactoria. Esto pone en entredicho algunos de los principales argumentos esgrimidos por diferentes autores en defensa de estos nuevos medios de comunicación.

ABSTRACT

This work presents a research study designed to analyse the development of power relations in a virtual world, known as Habbo Hotel, aimed at the child and teenage market. What motivated this work was the desire to understand how this company wielded its power through the different agents responsible for taking decisions on the behaviour of the users within this virtual world. Simultaneously, this research went deeply into the type of lessons learnt by users as to citizenship springing from the behaviour rules imposed by the company owning this space. In order to understand what young people were learning about the wielding of power, and the prototype model citizen within the virtual world, we analyse the systems of rules that govern what users can or cannot do, and we proceed to analyse the contents of spaces in which users will talk about the reasons why the company had expelled them from Habbo Hotel. The findings of this work reveal that the application of rules on the part of the company results in the experience inside this virtual world not always being fun, democratic, creative, participative or completely satisfying. This thus questions some of the main arguments proposed by different writers on these new forms of communication.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Virtual communities, youth culture, digital society, participation, democratization, media contents, virtual worlds. Comunidades virtuales, cultura juvenil, sociedad digital, participación, democratización, contenidos multimedia, mundos virtuales.

◆ Dr. David Buckingham es Catedrático en el Departamento de Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Sociales en la Universidad de Loughborough University (Reino Unido) (D.Buckingham@lboro.ac.uk).

◆ Dr. Carlos Rodríguez-Hoyos es Ayudante Doctor en el Departamento de Educación de la Facultad de Educación de la Universidad de Cantabria (España) (rodriguezhc@unican.es).

1. Introducción

La tecnología digital ha sido considerada a menudo como una fuente para proporcionar formas de aprendizaje que son menos limitadas y más facultativas que otras modalidades de enseñanza tradicional. Según sus defensores, «el aprendizaje apoyado en la tecnología» no es simplemente más eficiente que los antiguos métodos presenciales, sino que también es más creativo, colaborativo y más centrado en el niño. Por ejemplo, autores como Gee (2003) y Prensky (2006) contraponen lo que consideran el aprendizaje convincente, auténtico y agradable que ofrecen los juegos de ordenador con el enfoque restrictivo y autoritario de la enseñanza tradicional. Se han hecho afirmaciones similares sobre los mundos virtuales, celebrando sus posibilidades de transformación para el aprendizaje experiencial, el empoderamiento y el control del aprendiz (Dede & al., 2005). Los mundos virtuales son vistos como recursos que proporcionan oportunidades positivas a los niños «para construir, reconstruir y experimentar identidades» a través del juego (Marsh, 2010: 36).

Tales argumentos acerca de la tecnología a menudo se alinean con discursos más amplios sobre la educación de la creatividad, la personalización y el aprendizaje informal (para una crítica general de estos argumentos, véase Buckingham, 2007). En relación con los medios de comunicación, también coinciden con las afirmaciones que celebran la aparición de una «cultura participativa» más democrática (Jenkins, 2006), es decir, las posibilidades creativas para los aficionados, «de contenido generado por el usuario» y «prosumo» (la mezcla difusa de producción y consumo) que aparentemente son evidentes en las actividades en línea de los fans y en las plataformas de intercambio como YouTube, así como en las redes sociales, juegos online y mundos virtuales.

En este artículo, planteamos algunas preguntas críticas sobre las afirmaciones presentadas a través de un estudio de caso sobre Habbo Hotel, un mundo virtual internacionalmente popular que se dirige principalmente a los adolescentes. Nuestro análisis se centra en las relaciones de poder que se establecen entre los moderadores y usuarios en este mundo, que son muy diferentes de la imagen benigna e igualitaria que es defendida por algunos entusiastas y por la empresa que produce Habbo.

2. Cartografiando el campo

Mientras que algunos mundos virtuales han existido desde hace más de una década, la investigación en este campo está todavía en una etapa temprana. Con

respecto a la educación, gran parte de la investigación se deriva de los campos de la tecnología educativa y del diseño centrado en el usuario: el objetivo principal es identificar cómo los mundos virtuales pueden ser utilizados como herramientas o recursos para el aprendizaje, especialmente en la enseñanza de las ciencias. En un trabajo de meta-análisis, Iqbal y otros (2010) encontraron evidencias de que el uso de los mundos virtuales podía tener efectos positivos en los resultados de exámenes, así como en la motivación de los alumnos y en su comportamiento, pero esto dependía de que el aprendizaje fuera (según sus palabras) «basado en la investigación, experimental y socio-colaborativo». Otras investigaciones desde la perspectiva del diseño centrado en el usuario han explorado las motivaciones de la participación en estos espacios (Jung & Kang, 2010; Zhou & al., 2011) y cómo el análisis de las experiencias de los usuarios puede influir sobre el trabajo de los desarrolladores (Johnson, 2007), mientras que los economistas han considerado cómo las interacciones de los usuarios podrían ser convertidas en recursos monetarios más eficazmente (Mantymaki & Salo, 2011).

Algunos estudios han utilizado enfoques más etnográficos para explorar el uso de mundos virtuales en entornos educativos formales o informales. Por ejemplo, Wohllwend y otros (2011) utilizaron métodos «geosemióticos» para analizar las relaciones que establecieron los niños en un club extraescolar en torno al uso del mundo virtual Webkinz. Merchant (2010) investigó la posibilidad de utilizar los mundos virtuales para la alfabetización en un aula ordinaria. Ambos estudios señalan el papel crucial de los factores contextuales y algunas de las complejidades que están en juego en la interacción entre las experiencias en línea y fuera de Internet. Sin embargo, ambos parecen repetir la polarización entre el mundo «libre» de la comunidad en línea y el mundo constreñido de las instituciones educativas. Merchant, por ejemplo, discute «cómo el control social de la práctica pedagógica limita de forma significativa la innovación, ya que las nuevas prácticas de alfabetización están puestas al servicio de las antiguas» (Merchant, 2010:147), un argumento que sitúa implícitamente las «nuevas prácticas de alfabetización» del mundo virtual en el lado de «innovación», en oposición al «control social» de la pedagogía tradicional.

Un par de estudios se acercan bastante más a nuestras preocupaciones principales aquí. Lehdonvirta y otros (2009) hablan de lo que ellos llaman el «juego simulado del consumo» o «consumo virtual» que se produce en «Habbo Hotel», que se hace posible a tra-

vés del intercambio de mercancías virtuales por dinero real. Ellos describen las formas de comportamiento de los consumidores en Habbo, que se manifiestan en los estilos de la ropa de los participantes, sus posesiones y la decoración de los espacios personales, y muestran cómo estos sirven para establecer la pertenencia a grupos sociales exclusivos y para mantener las jerarquías de estatus.

Según estos autores, los participantes en Habbo están aprendiendo a ser consumidores y a adoptar sus estilos preferidos de consumo, aunque también afirman que estas prácticas pueden tener inadvertidamente consecuencias medioambientales «verdes», en la medida en que proporcionan una alternativa a la acumulación de bienes materiales.

Mientras tanto, Ruckenstein (2011) ofrece un estudio detallado de «Habbo Hotel» que plantea cuestiones más amplias sobre lo que Boelstorff (2008) describe como «capitalismo creacionista», es decir, el movimiento hacia la «cultura participativa» o «prosumo» brevemente identificado antes. Ruckenstein argumenta que las interacciones de los niños en estos mundos demuestran «la interrelación entre las interacciones sociales de los niños y las actividades lucrativas» (Ruckenstein, 2011: 1062): el éxito comercial de la operación depende de la «actividad» de los niños e incluso de su «creatividad» (Buckingham & Sefton-Green, 2003). Sin embargo, Ruckenstein adopta una postura un tanto acrítica hacia el papel de los productores: las declaraciones de los representantes de la empresa —y sus afirmaciones de que la creación del mundo están «en manos de los usuarios»— son considerados como comentarios válidos.

La empresa, según ella, crea una sensación de «intimidad» con sus clientes (Ruckenstein, 2011: 1068), ofrece a los niños «las opciones del consumo, el reconocimiento y la participación» (Ruckenstein, 2011: 1073) y se trata de un «entorno favorable para el niño» en el que «los niños son reconocidos como «seres» más que como devenires incompletos» (Ruckenstein, 2011: 1074). Mientras Ruckenstein es claramente consciente de las motivaciones de lucro del «capitalismo creacionista», en última instancia parece aceptar el

punto de vista de las empresas como «Habbo Hotel» en tanto que proveedoras de «un espacio de autonomía e independencia para los niños» (Ruckenstein, 2011: 1067). Nuestra investigación ofrece motivos suficientes para cuestionar tales afirmaciones.

3. «Habbo Hotel»

«Habbo Hotel» es un mundo virtual, similar en algunos aspectos al adulto «Second Life». Los usuarios crean avatares digitales y amueblan «habitaciones» virtuales en las que viven y participan en una serie de interacciones (incluyendo chat, concursos y juegos)

Planteamos algunas preguntas críticas sobre las afirmaciones presentadas a través de un estudio de caso sobre Habbo Hotel, un mundo virtual internacionalmente popular que se dirige principalmente a los adolescentes. Nuestro análisis se centra en las relaciones de poder que se establecen entre los moderadores y usuarios en este mundo, que son muy diferentes de la imagen benigna e igualitaria que es defendida por algunos entusiastas y por la empresa que produce Habbo.

con otros usuarios. «Habbo Hotel» fue creado en el año 2000 por la empresa finlandesa Sulake Corporation. A diferencia de otros mundos virtuales como «Second Life», «Habbo Hotel» se dirige a un público adolescente: aproximadamente el 90% de los miembros registrados tienen entre 13 y 18 años de edad. Los ingresos totales de Sulake crecieron en más de un 20% entre 2009 y 2010: sus ingresos durante ese año fueron superiores a 56 millones de euros y su beneficio bruto fue de 5,4 millones, el 9,5% de los ingresos. Al igual que algunos otros mundos virtuales, el modelo de negocio de Habbo se basa principalmente en los «micropagos» en lugar de en la suscripción.

Habbo pretende ser un entorno social seguro para los niños y tranquiliza a los padres en una guía on-line para ellos. Los usuarios son informados de la «manera Habbo» (Habbo Way), un conjunto sencillo de «normas de la comunidad» a seguir en línea (que se analizarán más adelante); existe un «botón del pánico» a

través del cual los usuarios pueden acceder a una línea de ayuda para la protección de la infancia (desarrollada en el Reino Unido por una agencia de policía llamada CEOP, el Centro de Explotación Infantil y Protección Online). Sin embargo, el sitio también se presenta como un mundo creado por sus usuarios: un vídeo promocional en la Guía para Padres dice que el hotel no está creado por un «genio misterioso» sino por «otros Habbos igual que [tú]», «¡el genio de Habbo son sus usuarios!». En línea con los argumentos sobre «la sabiduría de las multitudes», la aspiración

impone —las normas y formas de vigilancia que están en funcionamiento— para producir ciertos tipos de comportamiento e impedir otros? ¿Cómo los productores de «Habbo Hotel» buscan construir un determinado tipo de usuario, tal vez un «ciudadano modelo» o un consumidor que se auto regula? ¿De qué manera responden a esto los propios usuarios y cómo se resisten a ello?

Nuestro análisis se desarrolló en dos etapas. En primer lugar, hemos estudiado las reglas explícitas que son definidas por la compañía en documentos como

los términos de uso y la política de privacidad, la Manera Habbo y su Guía Oficial para Padres. En segundo lugar, y más ampliamente, hemos explorado las versiones de los usuarios de cómo estos sistemas de reglas y relaciones de poder operan en la práctica, a partir de datos extraídos de foros de usuarios o fans, escritos tanto en inglés como en castellano. Cuando empezamos a explorar estos foros, nos interesó particularmente el gran número de denuncias publicadas por los usuarios que habían sido expulsados o cuya entrada al Hotel se había prohibido, ya sea de manera permanente o temporal. Aunque comenzamos buscando solo en los foros oficiales, encontramos que Sulake había desactivado

En línea con los argumentos sobre «la sabiduría de las multitudes», la aspiración parece ser que la comunidad se auto-regula: los usuarios desarrollan actividades creativas en colaboración con los demás y, de hecho, controlan la conducta y el desarrollo del propio mundo. Según sus textos de autopromoción, Habbo es un ambiente libre y democrático en el que las únicas limitaciones y restricciones son las que se derivan de la falta de imaginación de sus usuarios. En la práctica, sin embargo, el funcionamiento del mundo está gobernado y controlado por varias categorías diferentes de personal.

parece ser que la comunidad se auto-regula: los usuarios desarrollan actividades creativas en colaboración con los demás y, de hecho, controlan la conducta y el desarrollo del propio mundo. Según sus textos de autopromoción, Habbo es un ambiente libre y democrático en el que las únicas limitaciones y restricciones son las que se derivan de la falta de imaginación de sus usuarios. En la práctica, sin embargo, el funcionamiento del mundo está gobernado y controlado por varias categorías diferentes de personal.

4. Planteamientos de investigación y metodología

Nuestro enfoque se centra en las formas de aprendizaje económico y político que se están produciendo en este mundo virtual. ¿Hasta qué punto podemos ver «Habbo Hotel» como un espacio libre, creado solo por sus usuarios? ¿Cómo actúan las limitaciones que

algunos de los grupos en los que fueron expresadas estas quejas. Por lo tanto, analizamos el contenido de dos foros oficiales y cinco no oficiales donde los usuarios hablaban de estas experiencias.

Hemos encontrado que existían algunas contradicciones e inconsistencias significativas entre las normas oficiales y las opiniones de los usuarios. La forma en la que opera el poder y la disciplina en el Hotel parecía en algunos momentos más permisiva y otras veces mucho más autoritaria de lo que se describe en la documentación oficial. En algunos casos, los comentarios de los usuarios sobre las prácticas en Habbo parecían contradecir las garantías que la empresa ofrecía a los padres acerca de la seguridad. Sin embargo, en otros casos, las razones oficiales de Sulake para prohibir el acceso a los usuarios, así como su descripción de ese proceso, eran contrarias a las experiencias

descritas en los foros, donde los usuarios protestaban frecuentemente por las expulsiones arbitrarias y aparentemente inexplicables.

Nuestro interés aquí no era llevar a cabo un análisis estadístico de las razones más frecuentes para la expulsión, sino más bien entender cómo la empresa estaba moderando, y por lo tanto ejerciendo poder, sobre las acciones de los usuarios. En particular, queríamos comprender los procesos mediante los cuales tenían lugar las expulsiones, cómo eran explicadas por la empresa, cómo los usuarios percibían y respondían a esta experiencia y las consecuencias que tenían para ellos. También necesitábamos explorar los roles de los distintos actores involucrados: la empresa, sus moderadores oficiales, los hobbys voluntarios y los propios usuarios. Nuestro enfoque se basa en el análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2006), en el sentido de que estar interesados en entender cómo opera el poder, tanto en la forma del lenguaje como en el contenido, por ejemplo, del sistema de reglas que opera en el Hotel.

El proceso de recogida de datos en los diferentes foros analizados se extendió desde el mes de febrero al mes de mayo del año 2012. Un número total de 2.650 comentarios posteados fueron analizados en los siete foros. Para realizar el análisis de datos cualitativo de los datos recogidos en los foros se elaboró un sistema de categorías y códigos generado a través de un proceso inductivo-deductivo que nos permitió realizar una codificación temática del contenido. De esa forma, identificamos unidades dotadas de significado a las que asignamos uno de los códigos incluidos en el sistema de categorías definido. Ese proceso siguió las fases señaladas por Huber (2003) para el análisis de datos cualitativo, es decir, la reducción de los datos recogidos en los diferentes foros, la reconstrucción de las estructuras y la comparación de casos analizados.

5. Resultados

5.1. Creando las normas

La siniestramente denominada «Manera Habbo» es una breve exposición de las reglas que, al parecer, rigen este mundo virtual. Con la excepción de los imperativos en el final de las frases, cabe señalar que todas estas normas se definen con construcciones negativas. Sin embargo, los posibles beneficiarios de la observación de estas normas son diversos. Mientras que algunas de las reglas parecen prohibir los comportamientos que perjudiquen a otros usuarios, varias se refieren a conductas que perjudiquen principalmente a la empresa (mediante la interrupción de su modelo de negocio o de su control tecnológico). Otros, como

la norma relativa a las actividades sexuales, parecen reflejar las percepciones de los adultos sobre lo que es apropiado para los niños. Sin embargo, en todos estos aspectos, los niños parecen ser definidos principalmente en términos de lo que ellos no pueden o no deben hacer.

En segundo lugar, a pesar de la fuerza de la referencia final al «crimen», hay bastante contradicción entre este documento y el marco legal que la empresa utiliza. Mientras que la «Manera Habbo» ofrece una lista completa de las conductas prohibidas, la propia empresa, en la sección 2.2 del documento Términos y Condiciones, establece que «Habbo UK y Habbo Afiliados no tienen la obligación de monitorizar los comentarios de los visitantes al sitio web». Esto, efectivamente, asigna a los propios usuarios la responsabilidad de monitorizar y regular su propio comportamiento.

Parte de la explicación de esta contradicción puede residir en las diferentes audiencias de estos documentos. El lenguaje directo de la «Manera Habbo» sugiere que está dirigida a los niños, aunque su colocación en la sección de los padres también contribuye a la creación de una «imagen de marca» basada en la seguridad. A la luz de los altos niveles de ansiedad de los padres acerca de las actividades de los niños en Internet, la existencia de tales normas —y su encuadre negativo— tranquiliza a los padres lanzando el mensaje de que se trata de un entorno en el que los niños se pueden socializar.

Una vez dentro del hotel, parece que el control ejercido por la compañía no es de ninguna manera tan férreo, por lo menos en algunos aspectos. Por ejemplo, hay salas en las que los avatares pueden «tener relaciones sexuales» (junto con la colocación de productos en máquinas expendedoras de anticonceptivos Durex). Si bien dichas salas son nominalmente no disponibles para menores de edad, se puede acceder libremente ya que no hay verificación de los requisitos de edad. Nuestro análisis de los foros de los usuarios sugiere que los mismos usuarios a menudo no tienen acceso a estos documentos y, por lo tanto, parecen no ser conscientes de las normas hasta que son impuestas (a menudo de forma inesperada y sin previo aviso).

5.2. Poder en juego

En teoría, se podría decir que hay dos tipos de poder en operación aquí o tal vez un «continuum» entre ellos. Por un lado, hay una forma de poder «duro», encarnado en sistemas de reglas negativas con sanciones claras en caso de infracción, mientras que por el otro, hay una forma de poder «blando» que trata de cultivar formas de la autorregulación dentro de la

propia comunidad. Mientras que el primero es característico de lo que Foucault (1977) denomina una «sociedad disciplinaria», donde el poder se impone por los grupos dominantes, este último podría considerarse que representa una forma «moderna tardía» de gobernabilidad, en la que los ciudadanos son los responsables de controlar su propio comportamiento (ver también Rose, 1999). En el mundo de Habbo, ambos sistemas están en funcionamiento. Por un lado, los usuarios deben internalizar los sistemas de reglas mediante la participación en la auto-vigilancia y autorregulación; por otro, un poder «duro» —y las tecnologías y los procesos que lo sustentan— entra en juego cuando la autorregulación aparentemente falla.

Observando con mayor detalle las razones por las cuales los usuarios son expulsados o se prohíbe su entrada en Habbo, la operación del poder parece ser un tanto más detallada (o «capilar», como Foucault lo define) y, sin embargo, también es más arbitraria. La «ayuda» de Habbo en la entrada, «¿Por qué he sido sancionado?», enumera una serie de razones oficiales para la expulsión (ver tabla 1).

1.	Prohibiciones por molestar
2.	Prohibiciones por comportamientos sexualmente explícitos
3.	Prohibiciones por ofrecer información de identificación personal
4.	Prohibiciones por acoso
5.	Prohibición por uso de lenguaje
6.	Prohibición por estafa
7.	Prohibición por infracción de los Términos y Condiciones
8.	Prohibición por nombre / habitación / grupo inadecuado

Tabla 1. Razones oficiales para la expulsión.

Tanto el sistema de clasificación disciplinario como la gama de sanciones contenidas aquí son más elaborados que en la Manera Habbo. Se nombra una gama más amplia de reglas, entre ellas varias que parecen reducir el control tecnológico de la empresa (como utilizar «comentarios repetitivos», «conseguir objetos virtuales gratis» y «piratería») y/o de su control económico (poseer «un hotel retro» o publicidad con «estafas de crédito gratis»). Otras, tales como el contacto sexual a través de cámaras web, compartir pornografía infantil o el intento de vender drogas son ilegales o considerados inapropiados, y tal vez no sea de mucho tacto mencionarlos en un documento (Manera Habbo) diseñado para ser leído por los padres. Sin embargo, mientras que el sistema de sanciones es más detallado, estas reglas también dejan un amplio margen a la interpretación, por ejemplo, en cuanto a la «gravedad» o «relevancia» de un delito, el número exacto de veces que se ha hecho, el período de tiempo en el que ha producido, o las razones por las que

podría ser considerado «inapropiado». La necesidad de una especificación detallada es notable en sí misma, ya que parece entrar en conflicto, tanto con las garantías acerca de la seguridad ofrecida a los padres como con el modelo de la comunidad de autorregulación que se invoca en otras partes de los textos de Sulake.

5.3. Practicando disciplina

Cuando nos fijamos en los foros de usuarios, sin embargo, se identifican otras numerosas razones para la prohibición o la expulsión. Estas razones van desde las relativamente sencillas («organizar competiciones») hasta las relativamente oscuras («vestir con el uniforme de un equipo de bloqueo» o «sospecha de gastar demasiado dinero»). Sin embargo, en muchísimos casos los usuarios manifiestan que ellos no saben por qué han sido expulsados o que no entienden la explicación que han recibido. Muchísimos también se quejan de que han sido falsamente acusados, ya sea por los moderadores o por otros usuarios, de que su comportamiento —especialmente bromeando— ha sido mal interpretado, de que la empresa les ha prohibido entrar sin

investigar las denuncias contra ellos o de que ellos no sabían que estaban cometiendo un delito (por ejemplo, estar en una habitación «ilegal», sin saber que era ilegal). En algunos casos, los moderadores adultos parecen haber detectado connotaciones sexuales, por ejemplo, en los nombres de usuario, algunos de los cuales no eran intencionados. En general,

los foros sugieren que la imposición de la disciplina es mucho menos consistente y responsable que lo propuesto en las reglas oficiales: las normas declaradas pueden o no ser aplicadas, pueden ser interpretadas o explicadas de manera muy diferente, y reglas previamente no declaradas pueden ser invocadas.

Un tema que atrae considerablemente la atención tiene que ver con la forma en que la empresa interactúa con los usuarios, especialmente cuando se informa sobre los motivos de expulsión. Los usuarios que tienen prohibida la entrada de forma permanente o temporal reciben un correo electrónico generado automáticamente que explica muy brevemente tanto los motivos como la fecha y la duración de la prohibición. Nuestro análisis revela un alto grado de insatisfacción con esta práctica: los usuarios se quejan de que en estos mensajes estandarizados no se explican claramente las razones por las que han sido expulsados. Esta es una forma de comunicación unidireccional y automatizada que no proporciona ninguna oportuni-

dad para el diálogo, por no hablar de la responsabilidad: «Credits.US @ Sulake.com para más información. (Id: 1386423). La prohibición expirará al 10/16/214:32 PM hora del Este». Por otra parte, varios usuarios se quejaban de lo difícil que era ponerse en contacto con los responsables de la moderación: «Ellos respondieron a mi correo electrónico después de una semana (...) usted fue expulsado por una razón y si nos envía un e-mail otra vez, su dirección de e-mail será ignorado (...). Ellos no prestan mucha atención al sistema de ayuda. Ellos simplemente leen las tres primeras palabras y eligen una respuesta de las respuestas programadas» (VWarhodes, 01-22-2009, 09:41).

Como en estos ejemplos, hay quejas frecuentes acerca tanto de la arbitrariedad como de la falta de flexibilidad de los moderadores. Por un lado, las actividades de los usuarios son sometidas a un filtro que identifica automáticamente los términos prohibidos cuyo uso puede significar la expulsión inmediata, mientras que, por el otro, la aplicación del código de conducta también parece depender de las interpretaciones de las normas de los moderadores, que son frecuentemente impredecibles. Los foros están llenos de las explosiones de frustración cuyo resultado es el siguiente: «Informé y me dicen «presione ignorar». En serio, «ignorar». Así, no puedo parar el tema, me parto de risa. Y me prohíben el acceso durante un día, me da igual si es por 1 día, pero ¿por qué yo? ¿Hay algo en mí que les mosquee y me lo prohíben?» (01-21-2010, 07:41).

Como este comentario implica, el sistema disciplinario funciona en parte a través de los «informes» de usuarios quienes informan sobre otros usuarios que han sido vistos infringiendo las reglas. Sin embargo, nuestra investigación sugiere que este sistema está, en sí mismo, abierto al abuso: algunos usuarios abusan o chantajea a los demás mediante la amenaza o la presentación de cargos falsos contra ellos.

Esta combinación particular de autoridad arbitraria y autorregulación se asemeja a la de un estado totalitario. Los usuarios son obligados a seguir las reglas que se imponen, incluso si no están de acuerdo con ellas o no las entienden; pero también aprenden que acumularán beneficios si supervisan e informan sobre

las actividades de otros usuarios (incluso si estas afirmaciones son falsas). Aprenden que la empresa y sus agentes (los moderadores) tienen el máximo poder, pero también que pueden obtener ventajas mediante el ejercicio de poder a expensas de otros usuarios más débiles: «Yo solía informar sobre personas que distribuían la URL de la página de seguidores de Habbo. Ellos fueron expulsados permanentemente por estafa y yo no me arrepiento» (PumpkinLamp, 25-04-2009: 15:27; sitio oficial).

Es común en los foros encontrar mensajes de los usuarios que se quejan de que estaban siendo acosados o molestados por otros avatares y que finalmente

Nuestro estudio señala que «Habbo Hotel» se encuentra muy lejos de ser el espacio libre, democrático y creativo que proclama la empresa que lo produce; y que, de hecho, es celebrado por algunos entusiastas académicos como «la tecnología potencia el aprendizaje». Tal vez sería una exageración describirlo como un estado policial on-line, pero sin duda tiene comparación en la vida real con los regímenes autoritarios y las «instituciones totales» como las prisiones.

fueron expulsados porque los avatares que los estaban hostigando hicieron afirmaciones falsas acerca de ellos a los moderadores: «Él inmediatamente comienza el juego de roles atacándome, etcétera. Luego dice añadir «muerto» a tu nombre, lo miro y le expliqué por qué yo no voy a hacer eso. (...) ¡Él sale de la habitación cinco minutos más tarde, se me cierra la sesión y dice que he sido suspendido por una semana por acoso!» (jordan657, 04-30-2010: 14:19).

Como estos mensajes sugieren, tales afirmaciones no son investigadas o verificadas durante el proceso de moderación: los que han sido denunciados por otros usuarios son expulsados automáticamente. A diferencia de cualquier otro proceso legal, no parece haber ninguna presunción de inocencia: por el contrario, la empresa parece transmitir a los usuarios que siempre son culpables de las acusaciones a las que están sometidos. Mientras que algunos usuarios utilizan esto para su propio beneficio —hacer acusaciones en contra de cualquier avatar que, por casualidad, no les cae bien—

otros parecen disfrutar probando los límites de las reglas para su propia diversión: «Me prohibieron la entrada por decir: ¿hola te gustaría comprar un poco de droga? Y además estaba de guasa. Dios, ¡cómo va a conseguir un niño de 15 años un poco de droga!» (prince.trunks, 13-01-2008: 07:33; sitio oficial).

5.4. Las consecuencias de la disciplina

Como indican algunos ejemplos, es posible que los usuarios abran cuentas adicionales (aunque desde otra dirección IP) y vuelvan a entrar en el mundo como un

compañía. Lo que pueden hacer los usuarios con estos objetos también está exhaustivamente controlado por la empresa y los objetos no pueden ser exportados a otros entornos virtuales.

El atractivo principal de «Habbo Hotel», a nuestro parecer, no es tanto la limitada oportunidad para desarrollar la creatividad que ofrece, sino la interacción social entre los usuarios. Sin embargo, como es característico de todas las «sociedades de consumo», los productos (en este caso, los productos virtuales) son el medio a través del cual esa interacción se lleva a cabo,

y son estos los que permiten la interacción de los usuarios para ser convertidas en intercambios monetarios: quién sea usted es en gran medida una cuestión de lo que usted puede comprar.

Desde un punto de vista marxista tradicional, se podría argumentar que los usuarios están participando en las formas de trabajo (consumir el tiempo en una tarea «creativa») que sirve para crear valor excedente en forma de capital social, es decir, las relaciones sociales que funcionan como una forma de moneda.

Sin embargo, la expulsión también significa la pérdida de ese capital social. Los usuarios que han sido expulsados pierden sumariamente no solo sus «posesiones» sino también sus

¿Qué están aprendiendo? [los niños]. Nuestro análisis sugiere, en primer lugar, que están aprendiendo particulares lecciones económicas. Están aprendiendo a ser consumidores diligentes, comprando productos virtuales que ayudarán a construir sus identidades y relaciones con los demás. También están aprendiendo a ser trabajadores, la realización de formas de trabajo que producen la plusvalía en forma de capital social. Y están haciendo ambas cosas en un contexto en el que todo lo que producen y todo lo que parecen poseer es en realidad propiedad de una empresa que no se responsabiliza, en gran medida, de sus formas de actuar.

avatar diferente. Sin embargo, es importante destacar que la expulsión es a menudo un evento con consecuencias graves, en las que los usuarios pueden perder el capital económico y social que pueden haber acumulado durante un tiempo considerable.

En cuanto al capital económico, los usuarios que han sido expulsados no pueden recuperar los objetos virtuales —como mascotas o mobiliario— que hayan comprado. Aunque los usuarios pueden manipular esos artículos durante su estancia en el Hotel, siguen siendo «propiedad» de Sulake. Como hemos indicado, la retórica de marketing de la empresa pone gran énfasis en la creatividad de los usuarios. Sin embargo, en la práctica los usuarios no están autorizados a hacer o a importar sus propios bienes virtuales o diseños: sus posibilidades creativas se limitan a la selección y la manipulación (limitada) de los productos del catálogo de la

«amigos»: no tienen forma de mantener las relaciones que habían establecido dentro del mundo virtual, entre otras cosas porque las reglas prohíben el intercambio de datos sobre sus cuentas en otras plataformas de comunicación como Messenger o Facebook. En efecto, Sulake también posee un capital social que generan los usuarios en el mundo y esto sirve como un medio más para mantener a los usuarios cautivos. Las graves consecuencias sociales y económicas de la expulsión se reflejan en el fuerte sentimiento de impotencia que recorre las publicaciones en el foro: «crée-me, sé cómo es sentirse **** por estos moderadores. Tú gastas tu dinero y ellos ni piensan ni un segundo en tus amigos, el dinero gastado, etc.» (long and fat, 04-30-2010: 17:50).

Como este último comentario postado indica, los usuarios tienen poca confianza en la responsabilidad

de la empresa o de sus moderadores. Como este usuario, algunos intentan ponerse en contacto con el personal de la empresa para pedir la retirada de las sanciones impuestas, con el argumento de que son injustas. Sin embargo, muchos se quejan de que no reciben respuesta —o respuestas inadecuadas y muy poco informativas— cuando utilizan los canales disponibles, y algunos recurren al uso de los foros no oficiales para contactar con los moderadores, aunque con poco éxito. Otros simplemente imploran a la empresa por su readmisión: algunos confiesan haber infringido las normas, pero prometen con sinceridad no cometer este error de nuevo. En los foros no oficiales, el sentimiento de decepción y malestar desemboca en un tono de resignación cínica que se podría ver como una característica de los grupos oprimidos en general. Las acciones de la empresa (los que detentan el poder) son rutinariamente condenadas como «estúpidas», «cojas» o «retrasadas», pero hay una sensación constante de que poco se puede hacer para cambiar las cosas.

Algunos usuarios son claramente capaces de identificar los imperativos económicos que están en juego aquí —imperativos que a menudo son ignorados por los entusiastas académicos de los nuevos medios— aunque tienden a aceptar estos simplemente como un hecho inevitable de la vida: «Habbo quiere tu dinero, por lo que no prohíben a los suscriptores de HC (Créditos Habbo) por antojo. Mantener suscriptores es igual a más dinero, en todo caso deberían ser más indulgentes con ellos» (16-01-2008 17:23; sitio oficial).

El hecho de que los niños sean los principales «consumidores» de Habbo puede hacerlos más vulnerables a las prácticas comerciales desleales: en comparación con los adultos, por lo general tienen menos recursos para defenderse. Sin embargo, en muchos casos, esta sensación de desautorización lleva a la ira y a formas de activismo, que son muy evidentes en los foros no oficiales. Algunos usuarios responden a lo que consideran una injusticia insultando o amenazando a la empresa o a los moderadores individuales (cuyos nombres se anuncian en la web oficial). Otros desarrollan planes para arruinar a «Habbo Hotel», por ejemplo, con el pirateo de los servidores de la empresa, la creación de réplicas en línea del Hotel y el desarrollo de herramientas para desbloquear las direcciones IP que han sido prohibidas. Otros recurren a formas más convencionales de activismo de los consumidores. Hay mucha discusión entre los usuarios de Estados Unidos, por ejemplo, sobre el uso del Better Business Bureau, una agencia que busca la reparación de las reclamaciones de los consumidores. Otros usuarios han organizado manifestaciones virtuales, mien-

tras que en la comunidad hispana hay un grupo de usuarios que se hace llamar el «Habbo Unión Revolucionaria».

6. Conclusión

Hemos desafiado directamente varias de las afirmaciones que se hacen sobre el valor educativo, social y político de los mundos virtuales en línea. Por supuesto, varios de nuestros argumentos bien podrían ser específicos para este caso en particular y no debieran aplicarse a otros lugares. Sin embargo, nuestro análisis sugiere que «Habbo Hotel» se encuentra muy lejos de ser el espacio libre, democrático y creativo que proclama la empresa que lo produce y que, de hecho, es celebrado por algunos entusiastas académicos como «la tecnología potencia el aprendizaje». Tal vez sería una exageración describirlo como un estado policial online, pero sin duda tiene comparación en la vida real con los regímenes autoritarios y las «instituciones totales» como las prisiones. Lejos de construir a los usuarios como competentes y empoderados «nativos digitales», la empresa utiliza un sistema de vigilancia y disciplina que ejerce un control considerable sobre su comportamiento. Los usuarios están obligados a regular su propia actividad, pero en línea con las normas estricta y sumariamente ejecutadas (también a menudo de manera arbitraria). Las formas de creatividad que están disponibles son limitadas, de consumo masivo y sujetas a las formas autoritarias de disciplina similares.

De ningún modo queremos negar que los niños puedan divertirse en los espacios virtuales como «Habbo Hotel» o que, de hecho, puedan estar aprendiendo mucho. Sin embargo, la pregunta que hay que responder es: ¿qué están aprendiendo? Nuestro análisis sugiere, en primer lugar, que están aprendiendo particulares lecciones económicas. Están aprendiendo a ser consumidores diligentes, comprando productos virtuales que ayudarán a construir sus identidades y relaciones con los demás. También están aprendiendo a ser trabajadores, a conocer las formas de trabajo que producen la plusvalía en forma de capital social. Y están haciendo ambas cosas en un contexto en el que todo lo que producen y todo lo que parecen poseer es en realidad propiedad de una empresa que no se responsabiliza, en gran medida, de sus formas de actuar. A raíz de esto, ellos también están aprendiendo lecciones particulares de política sobre el funcionamiento del poder social. Están aprendiendo a funcionar en una situación en la que los poderosos gozan de autoridad absoluta y son capaces de ejercer el poder en formas que son a la vez rígidas y a veces bastante arbitrarias. Este es un mundo en el que hay poco margen

para luchar contra la injusticia y donde existe un potencial limitado para la resistencia. Lejos de ser «empoderados» en este entorno, los ciudadanos de este mundo virtual son, de hecho, extraordinariamente impotentes: su única opción es obedecer, algo muy alejado de un modelo de ciudadanía crítica (Dejaeghere, 2009).

Por último, para volver a los temas con los que comenzamos, es interesante comparar este mundo virtual como un entorno de aprendizaje con otras instituciones y ambientes en los cuales los niños aprenden, tales como la familia y la escuela. Lejos de ser más libre y democrático, como sugieren algunos entusiastas, este mundo en realidad parece ser mucho menos libre y democrático. Dentro de la mayoría de las escuelas y de las familias de hoy en día los niños tienen la capacidad de cuestionar y desafiar la autoridad de los padres o maestros (Aarsand, 2009). Aunque ciertamente hay límites en este sentido, el poder en estas instituciones no puede simplemente imponerse: tiene que ser negociado, y tiene que ganar el consentimiento de quienes debieran ser gobernados. En comparación, este mundo virtual parece ofrecer una forma de aprendizaje mucho más autoritaria y mucho menos posibilitadora.

Referencias

- AARSAND, P.A. (2009). Gaming and Territorial Negotiations in Family Life. *Childhood*, 16(4), 497-517.
- BOELSTORFF, T. (2008). *Coming of Age in Second Life*. Princeton, NJ (USA): Princeton University Press.
- BUCKINGHAM, D. (2007). *Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Cambridge: Polity.
- BUCKINGHAM, D. & SEFTON-GREEN, J. (2003). Gotta Catch «em All: Structure, Agency and Pedagogy in Children's Media Culture». *Media, Culture and Society*, 25(3), 379-399.
- DEJAEGERE, J. (2009). Critical Citizenship Education for Multicultural Societies. *Interamerican Journal of Education for Democracy*, 2 (2), 223-236.
- DEDE, C., CLARKE, J. & AL. (2005). *Fostering Motivation, Learning and Transfer in Multi-user Virtual Environments*. American Educational Research Association Conference. Montreal: Canada (http://muve.gse.harvard.edu/rivercityproject/documents/Dede_Games_Symposium_AERA_2005.pdf) (07-05-2012).
- FOUCAULT, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Harmondsworth: Allen Lane.
- GEE, J.P. (2003). *What Video Games Have To Teach Us About Learning and Literacy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- HUBER, G.L. (2003). Introducción al análisis cualitativo de datos. In A. MEDINA, A. & S. CASTILLO (Coords.), *Metodología para la realización de proyectos de investigación y tesis doctorales*. Madrid: Universitas, 91-129.
- IOBAL, A., KANKAANRANTA, M. & NEITTAANMAKI, P. (2010). Engaging Learners through Virtual Worlds. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 3198-205.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press.
- JOHNSON, M. (2007). Unscrambling the «Average User» of Habbo Hotel. *Human Technology*, 3(2), 127-153.
- JUNG, Y. & KANG, H. (2010). User Goals in Social Virtual Worlds: A Means-ends Chain Approach. *Computers in Human Behavior*, 26, 218-225.
- LEHDONVIRTA, V., WILSKA, T.A. & JOHNSON, M. (2009). Virtual Consumerism: Case Habbo Hotel. *Information, Communication and Society*, 12(7), 1059-1079.
- MANTYMAKI, M. & SALO, J. (2011). Teenagers in Social Virtual Worlds: Continuous Use and Purchasing behavior in Habbo Hotel. *Computers in Human Behavior*, 27, 2088-2097.
- Marsh, J. (2010). Young children's play in online virtual worlds. *Journal of Early Childhood Research*, 8(1), 23-39.
- MERCHANT, G. (2010). 3D Virtual Worlds as Environments for Literacy Learning. *Educational Research*, 52(2), 135-150.
- PRENSKY, M. (2006). *Don't Bother Me, Mom – I'm Learning!*. St. Paul, MN: Paragon House.
- Rose, N. (1999). *Governing the Soul*. London: Free Association.
- RUCKENSTEIN, M. (2011). Children in Creationist Capitalism: The Corporate Value of Sociality. *Information, Communication and Society*, 14(7), 1060-1076.
- VAN DIJK, T. (2006). Discourse, Context and Cognition. *Discourse Studies*, 8(1), 159-177.
- WOHLWEND, K. & AL. (2011). Navigating Discourses in place in the World of Webkinz. *Journal of Early Childhood Literacy*, 11(2), 141-163.
- ZHOU, Z., JIN, X.L. & AL. (2011). Individual Motivations and Demographic Differences in Social World Uses: an Exploratory Investigation in Second Life. *International Journal of Information Management*, 31, 261-271.