



Universidad Nacional Autónoma de México

Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales

Título

Neverwinter: comunidad virtual y hermenéutica en un juego en línea

Tesis que para obtener el grado de Licenciatura en Desarrollo y Gestión Interculturales

Presenta:

Omar Torres Rubí

Director de Tesis:

Dr. Ricardo López Santillán

Mérida, Yucatán.

2020



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Primero que nada un agradecimiento especial a mi pareja Alejandra, quien siempre me apoyo, animó y motivó para lograr esta tesis, sin ella no hubiese podido lograrlo.

Una especial dedicatoria a mi madre Luz Rubí quien siempre me ha apoyado en mis locuras, que me ama y acepta como soy. Gracias por tu paciencia por los años que tardé en cumplir esta tesis. A mi padre Paco Torres, por obligarme a estudiar la universidad, por fin puedo despedirte con todas las promesas cumplidas y se que estarías muy orgulloso de mi.

A mi asesor de tesis el Dr. Ricardo López Santillán, quien siempre me recibió de la mejor manera y más de una ocasión me salvó de muchos trámites y dudas al igual que me hizo sentir seguro y capaz de realizar esta tesis.

A mis mejores amigos “el Ivan” y “el Guille” quienes siempre me animaron y consolaron en momentos de desconfianza. También agradezco que conocí excelentes personas en la universidad de las cuales aprendí muchas cosas.

Un agradecimiento a mi psicologa la Dra. María Rosado quien me acompañó y motivó a superar problemas emocionales en este proceso de tesis.

Gracias al pescador de las ideas quien en momentos donde no se puede escribir ni una letra me ayudó a destrabarme y lograra avanzar en esta investigación.

Desde luego a la UNAM, la mayor institución educativa de mi país; fue un honor aprender de verdaderos expertos en sus respectivas disciplinas, con la pasión entrega y deseo de superarse que tanto los caracteriza. Un agradecimiento a la plantilla de academicos, técnicos y administrativos que hacen un verdadero gusto despertarse para ir a la escuela y conocer la vida desde el enfoque científico.

Por último agradezco a la comunidad virtual de *Neverwinter* en especial a “ Mr. Ree” y “Tito Johny-Tiammak ” quienes fueron mis maestros y amigos más de un año de investigación, sin ellos mi investigación no estaría completa.

Contenido

| | |
|-------------------|----|
| Glosario | I |
| Introducción..... | II |

CAPÍTULO I.

El videojuego y su adicción

| | |
|--|----|
| 1.1 El videojuego y su historia | 1 |
| 1.2 Evolución y acotación al estudio | 7 |
| 1.3 La adicción a los videojuegos y su relación con el consumo | 10 |
| 1.4 La visión emic/etic sobre el jugador del videojuego | 13 |
| 1.5 <i>Neverwinter</i> | 14 |

CAPÍTULO II

El placer y los videojuegos

| | |
|------------------------|----|
| 2.1 El placer | 17 |
| 2.2 La akrasía | 20 |
| 2.3 La akolasía | 22 |
| 2.4 La enkráteia | 23 |

CAPÍTULO III

El consumo, su medición e interpretación

| | |
|--|----|
| 3.1 Consumo | 25 |
| 3.2 El consumo como manifestación cultural | 26 |
| 3.3 Consumo en la clase media | 29 |
| 3.4 Críticas a DSM y las patologías | 33 |

CAPÍTULO IV

Hermenéutica analógica

| | |
|--|----|
| 4.1 Hermenéutica y analogía | 36 |
| 4.2 Herramientas, límites y críticas | 39 |
| 4.3 Marco general de aplicación al estudio | 44 |

CAPÍTULO V

| | |
|------------------|----|
| Metodología..... | 45 |
|------------------|----|

CAPÍTULO VI

Resultados

| | |
|--|----|
| 6.1 Creación del personaje (<i>PJ</i>) | 48 |
| 6.2 Primeros pasos | 51 |
| 6.3 Primera etapa: subir a nivel 70 | 53 |

| | |
|--|----|
| 6.3.1 Las <i>Guilds</i> | 57 |
| 6.4 Segunda etapa: Aumentando el GS..... | 62 |
| 6.4.1 Objetos deseados y compras | 66 |
| 6.4.2 <i>Neverwinter</i> y su economía | 69 |
| 6.5 Tercera etapa: Juego Post GS | 79 |

CAPÍTULO VII

| | |
|----------------------------------|----|
| Discusión..... | 83 |
| Conclusiones | 94 |
| Referencias bibliográficas | 98 |

GLOSARIO

Astral diamond (AD): principal moneda virtual, dentro de *Neverwinter*, su principal función es servir de intercambio entre objetos virtuales. Suele ser una recompensa de actividades dentro de *Neverwinter* y se tiene un límite de obtención diaria.

Builds: forma simple de hacer mención al conjunto de objetos, habilidades, poderes, equipamiento, compañeros, monturas, entre otras, que conforman la sinergia para un rol dentro de *Neverwinter*.

Boons: palabra que en *Neverwinter* hace referencia a bonos que ayudan al desempeño de los avatares dentro del videojuego.

Campaigne completion: Objeto comprable mediante dólares dentro de la plataforma de mercado en *Neverwinter* que sirve para completar campañas propuestas en el juego, cuya utilidad es ahorrar tiempo y esfuerzo.

DC: abreviatura de *Devoted Cleric* que es un rol que los videojugadores eligen, consta en apoyar, potenciar y sanar a los demás miembros del equipo.

DPS: abreviatura de *Damage per second* que es un rol y personaje que los videojugadores eligen, el cual consiste en eliminar enemigos y realizar el mayor daño posible.

Dungeons: En su traducción al español calabozos o mazmorras, se explica como un espacio determinado donde acceden los equipos de videojugadores para realizar las actividades propuestas por *Neverwinter*.

Dungeons & Dragons: Juego de mesa muy popular del cual *Neverwinter* utiliza la línea argumental, narrativa y de ambientación.

Encounter: hace referencia al uso de habilidades por parte de los avatares en *Neverwinter* las cuales son ejecutadas por el videojugador de manera manual, mediante el control, mando o mouse.

Guild: en su traducción al español *gremio*; hace referencia a la unión de varios videojugadores a modo de grupo. Los *Guild* tienen nombre y un espacio exclusivo para los agremiados.

Gs: abreviatura de *Gear score*, es un valor numérico visible dentro de *Neverwinter*, específico de cada avatar. Su función principal es contabilizar el valor total de lo que el avatar posee, aumentando con los objetos más deseados dentro de *Neverwinter*. Dentro de la comunidad estas posesiones (y el *gear score*) son sinónimo de prestigio.

Lockboxe: es un objeto adquirible gratuitamente, pero cuenta con la peculiaridad de solo pueden ser utilizables mediante el pago en dólares.

META: son las siglas en inglés, most effective tactical available; es el arquetipo de avatares deseable por los jugadores veteranos, consta del perfeccionamiento de todos los ámbitos posibles dentro de *Neverwinter*.

MMORPG: Por sus siglas en inglés Massive multiplayer online role playing game, subrama de videojuegos adquiribles en el mercado de consolas, dispositivos móviles y PC. La principal característica es la simultaneidad con el tiempo real: no posible pausar o guardar el juego, dado que se pierde la información y avances logrados.

Npcs: hace referencia a los avatares dentro de un videojuego que no son controlados por humanos; están diseñados con diálogos limitados y son entendidos como inteligencia artificial que guía, apoya o pelea contra los avatares de los videojugadores.

Pj: acrónimo de personaje jugador, es el avatar de un videojugador dentro del mundo virtual en los videojuegos.

Ps Store: tienda electrónica que ofrece la empresa *Sony* para su consola *Play Station*, en ésta se compra de manera segura, por ejemplo, con tarjeta de débito y crédito entre otros medios de pago reconocidos por el sistema bancario.

Punto de poder: valor numérico que potencializa las habilidades y atributos de los avatares en *Neverwinter*; suele adquirirse mediante el cumplimiento de tareas específicas o por el incremento de nivel de los avatares.

Stats: abreviatura de statistics, son los valores numéricos que simbolizan el desarrollo de los avatares. En *Neverwinter* influyen en su desempeño, velocidad, fuerza, resistencia, entre otras cualidades.

Tank: en español tanque, es una metáfora de un tanque de guerra, que es un rol y personaje que los videojugadores eligen, el cual consta de recibir daño, llamar la atención de los enemigos, defender y proteger para que el resto del equipo realice sus actividades correctamente.

Vip: En *Neverwinter*, es un paquete adquirible en dólares con diversa duración, dependiendo del costo, y que beneficia al videojugador en el desarrollo y evolución de su avatar.

Zen: moneda virtual en *Neverwinter*, la cual se adquiere pagando en dólares y sirve para adquirir determinados objetos.

Introducción

Desde la popularización de los videojuegos, en la década de 1970, ciencias como la Psicología y la Psiquiatría han estudiado el elevado número de horas que las personas pueden pasar en ellos. Es hasta entrada la década de 1980 que se inician las investigaciones sobre este fenómeno desde un enfoque “patológico”. Por más de 30 años han existido debates sobre si puede llamarse adicción a esta conducta o si se trata de una afección e inclusive, algunos autores sitúan el fenómeno como un cambio en las actividades del ser humano (Fuster, 2017).

El DSM (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), es el manual canónico utilizado por la mayoría de los psicólogos y psiquiatras para diagnosticar trastorno. En el DSM-IV (esto es, su cuarta versión) se incluía el juego patológico en el apartado de trastornos del control de impulsos. A diferencia del DSM-V, que es el último manual publicado (en 2013) y actualmente vigente, este trastorno se ha trasladado al apartado de afecciones que requieren más estudio, ya que, diversos especialistas han criticado la falta de etiología y ello explica que se cambiara de rubro de una versión a otra en el referido manual.

Pese a más de 30 años de estudios, el fenómeno del alto consumo de horas de videojuegos no se ha podido estandarizar ni aceptar universalmente como adicción. Cabe señalar que no es la primera vez que un trastorno deja de serlo o es modificado de categoría. Como ejemplo de los cambios de criterios,

quiero señalar que en la primera edición del DSM se incluía la homosexualidad como una enfermedad mental y posteriormente, ya para la tercera edición (1988), fue retirada.

Pero volviendo al tema de los videojuegos, según *New Zoo* (2018), el número de jugadores en 2018 ha crecido a más de 2.3 mil millones de personas. El acceso a internet juega un papel fundamental, debido a los esfuerzos en infraestructura por parte de los gobiernos del mundo para hacer accesible la Web, así como la manufacturación de dispositivos electrónicos, fijos y móviles, cada vez más accesibles para los consumidores. Claro está, que aún con esta universalización, los países desarrollados son los que ocupan las primeras posiciones en cuanto a consumo de videojuegos (es el caso de China y Estados Unidos de América).

Existen diversas plataformas en el mercado para uso de videojuegos. Los dispositivos móviles (celulares, tablets) representan al 51% de los jugadores en el mundo, superando a las consolas y la computadora que años atrás dominaban el mercado. Existe una diferencia abismal entre las capacidades por parte de los hardware y software en comparación de las consolas y las PC (Personal Computer), incluso más en relación con los dispositivos móviles, pero estos últimos, simulan aún dentro de sus limitaciones, las formas y modos de juego que predominan en las consolas y PC.

Como es de esperarse, el acceso a internet no es universal y aún menos el poseer un dispositivo móvil adecuado para videojuegos. Hay una brecha aún mayor si se trata de la posesión de consolas y PC, ya que la mayoría de los videojugadores suelen pertenecer a la clase media. Tal es el caso de Canadá que se encuentra entre los ocho países con mayor gasto en videojuegos, en comparación con el número 16 que ocupa la India, la cual cuenta con una población 37 veces mayor (Newzoo, 2018). Por tanto, la variable de clase media tiene un componente importante cuando se habla de videojuegos y videojugadores.

En los criterios del DSM-V se asume que la característica esencial del trastorno de juego por internet es “una participación persistente y recurrente en los juegos de ordenador, típicamente juegos de grupo, durante muchas horas. Estos juegos conllevan la competición entre grupos de jugadores, que participan en actividades complejas y estructuradas que implican un aspecto significativo de interacción social durante el juego. Los sentimientos de equipo parece ser una motivación clave” (DSM-V: 797). Y desde luego, que se cumplan los síntomas que definen al trastorno de juego por internet.

Como se lee en el título, el objeto de estudio de la presente investigación fue seleccionado el videojuego *Neverwinter*, la decisión de escoger ese juego fue tomada en función de lo siguiente:

1.- Es un videojuego de tipo *MMORPG* (*massive multiplayer online role playing game*).

2.-Es un videojuego multiplataforma pues se encuentra tanto en PC como en las consolas *PS4* (*Play Station 4*) y *Xbox One* que son las empresas líderes del mercado actual.

3.-Es un videojuego que cuenta con millones de jugadores a nivel mundial. Su principal característica es tomar la línea argumental de los juegos de mesa *Dungeons & Dragons* que fomentan la actividad grupal dividida por roles.

4.-Es un videojuego gratuito, de fácil acceso, que cuenta con más de tres años en el mercado.

Para entrar en materia, al menos en lo referente a la definición de comunidad (otro de los aspectos fundamentales que dan sustento a esta investigación), existen diversas definiciones, pero decidí que la más pertinente para el objeto de estudio era la siguiente:

Se considera a aquel grupo de personas con un alto grado de sentido de pertenencia y lo más importante, el rol que define dentro de ella, fundamentalmente en la comunicación, mediante una red de relaciones producto de su interacción y comunicación entre usuarios, cuya conducta se rige por un conjunto de normas culturales, comparten intereses, creencias y valores comunes que establecen los límites, la identidad del grupo y el entorno soportado por una base territorial que le sirve de asiento (Lamí, Rodríguez y Pérez, 2016: 94).

Neverwinter, como objeto de estudio, también podía ser abordado como una comunidad virtual en la que los videojugadores comparten los rasgos

mencionados. Si bien existen divisiones muy marcadas dentro de esta comunidad, como se observará en el apartado de resultados, el entorno completo dentro del videojuego da pie a un análisis sobre el fenómeno de altas horas de consumo de videojuegos y como posiblemente esto se arraiga en el sentido de pertenencia a la referida comunidad virtual.

En nuestro planteamiento, el placer de jugar es una variable fundamental, por tratarse de una actividad de ocio y entretenimiento y ser el motor principal de altas horas de consumo de los videojuegos.

En las ciencias humanas existen diversas epistemologías y metodologías. Para la investigación me basé en una observación participativa con enfoque *emic/etic* pues se revelaron como adecuadas para realizar un estudio de este tipo. Al ser una investigación basada en el juego y en las personas que juegan, el consumo y la clase media son abordados como una parte en la conformación de la identidad y como manifestación cultural; por otra parte, el placer es abordado desde la filosofía pues me resultó útil encontrar en ella el marco general sobre la dimensión del ser humano para entender las altas horas de juego al ser una actividad de ocio y entretenimiento.

El principal objetivo de esta investigación es analizar la vida cotidiana de un jugador de altas horas de consumo a partir de las variables antes señaladas, mediante la observación participativa, pero con una descripción vía *emic/etic*. A diferencia de ciencias como la psicología y psiquiatría, donde la descripción se

basa en las afecciones de los jugadores, esta investigación profundizará en la actividad de los jugadores para ofrecer una discusión sobre el fenómeno, pero sin patologizar. Sin embargo, también trataré estas cuestiones en la construcción del marco teórico para referenciar al lector a los distintos abordajes que se han hecho sobre la cuestión.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1

El videojuego y su adicción

1.1 El videojuego y su historia

El juego desempeña un papel relevante para el ser humano, es esencial en su desarrollo intelectual, en la construcción del conocimiento, en el desarrollo afectivo o en la adquisición de roles de género (Chóliz y Marco, 2011). El juego es una de las principales formas de ocio, es fundamental en el establecimiento de relaciones interpersonales, en la adquisición de pautas sociales de los individuos (Asher y Parker, 1991) y una gran cantidad de juegos provocan importantes reacciones emocionales (Ravaja, Turpeinen, Saari, Puttonen y Keltikangas, 2008). Se puede decir que el juego “llega a trascender la propia esfera personal, para convertirse en un fenómeno cultural” (Huizinga, 1972 en Chóliz y Marco, 2011: 419).

Generalmente el juego no se realiza para conseguir beneficio o recompensa material alguna (excepción hecha de los juegos de azar, así como en los casos en los cuales el juego es una actividad profesional), sino que se lleva a cabo por el mero placer o interés en ejecutarlo. [...] En definitiva, el juego favorece la integración de las experiencias, desarrolla habilidades sociales, es una forma extraordinaria de entrenamiento en resistencia a la frustración y permite llevar a cabo, virtualmente, acciones imposibles de realizar en la vida real (*idem*).

Se han hecho diversos análisis sobre el juego, se tienen perspectivas biológicas, psicológicas, en el desarrollo de habilidades físicas y el juego en el aprendizaje. Desde una perspectiva social lo han abordado filósofos, sociólogos y antropólogos, para tener una comprensión de las actividades lúdicas.

Desde la perspectiva social, el filósofo e historiador holandés Huizinga en su obra *Homo Ludens* propone definir el juego como:

Una acción libre ejecutada “como si” y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual (Huizinga, 2007: 27).

También subraya más adelante algunas características que son importantes de considerar en el juego:

... es una acción y ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría de la conciencia de ser de otro modo que en la vida corriente (Huizinga, 2007:45-46).

En la actualidad la forma de jugar ha cambiado; los niños y adolescentes se encuentran totalmente expuestos a la tecnología y a los medios de difusión electrónica tanto en la escuela como en sus hogares (Bavelier, Green y Dye, 2010). Al hacer referencia al videojuego, se tienen diferentes connotaciones que van desde considerarlos como medios de expresión contemporáneos hasta promotores de la violencia, el aislamiento y el fracaso escolar (López, 2013).

Los videojuegos están categorizados por géneros según su tipo, además, son sistemas complejos en términos de gráficas, interacción y narrativa (Pereira Henríquez & Alonzo Zúñiga, 2017).

Los autores Pereira Henríquez y Alonzo Zúñiga (2017) afirman que para poder definir los videojuegos, es necesario entender la diferencia entre el jugar y el juego; para definir jugar mencionan definiciones de Piaget y Vigotsky. Por un lado Piaget explica que “jugar es fundamental para estabilizar los procesos que son

esenciales para el desarrollo de estructuras cognitivas” (p.p. 53) y para Vigotsky “jugar es una experiencia privilegiada de aprendizaje debido a que la relación con otros permite crear y mejorar la zona de desarrollo próximo” (p.p.53). Por otro lado, el juego, “es entendido como un sistema que aporta reglas, condiciones y algunos aspectos de competencia (Pereira Henríquez y Alonzo Zúñiga, 2017, p.p.53).

Tecnológicamente, los videojuegos, son un medio audiovisual en el que se produce un proceso de integración entre la informática y la televisión, y que han contribuido a prefigurar la nueva generación de la cultura de la comunicación. Son todo tipo de juego digital interactivo, con independencia de su soporte (ROM interno, cartucho, disco magnético u óptico, on-line) y plataforma tecnológica (máquina de bolsillo, videoconsola, teléfono móvil, microcomputador, computadora de mano) (Pérez García, 2014).

Al respecto Toykin (2017), señala que los videojuegos son considerados “una forma cultural, que hibrida cultura de los medios audiovisuales a la lógica del juego entre otros como un conjunto de prácticas relacionadas con el consumo, el ocio y los compañeros de sociabilidad” (p. 7). Hay que destacar la diferencia entre la representación narrativa que presenta el videojuego y el rol que desempeña el videojugador, que no es un consumidor o espectador, ya que, hace uso del contenido. El jugador hace una transfiguración del personaje, maneja los recursos que el juego proporciona y los vuelve una experiencia visualmotora, auditiva, interactúa con el videojuego y otros jugadores, se pactan normas y prácticas dentro de la comunidad virtual (Toykin, 2017).

La revisión de la literatura existente hace difícil establecer o señalar cual fue el primer videojuego. Toykin (2017), Pérez García (2014) y Eguia Gómez, Contreras-Espinosa, y Solano-Albajes (2013), realizan un recorrido breve a través del tiempo y muestran puntos coincidentes en la historia de los videojuegos, a saber:

Se considera como primer videojuego al Dispositivo de Entretenimiento de Tubos de Rayos Catódicos, creado en 1947, simulaba el lanzamiento de misiles. En la década de 1950 se desarrollaron videojuegos pioneros, como Ajedrez, y apareció el primer artículo sobre problemas de ajedrez, cuando no existían computadoras programadas para jugarlo.

Posteriormente, en 1952 se diseñó *Nought and Crosses* (OXO o “ceros y cruces”), consistió en una versión computarizada del tres en raya que permitía enfrentar a un jugador humano contra la máquina. En 1958 apareció en el mercado *Tennis for Two* (Tenis para dos), un simulador de tenis de mesa para entretenimiento de los visitantes del Brookhaven National Laboratory (Belli y López, 2008).

En la década de 1970 nació el disco flexible, lo cual promovió la popularización de los videojuegos entre los niños y jóvenes en los Estados Unidos de Norteamérica. En 1972 aparece la primera consola de videojuegos doméstica *Magnavox Odyssey* y los videojuegos *Pong*, que consistía en una rudimentaria partida de tenis o *ping-pong* y *Space Invaders*, de la empresa *Atari* en 1977, primer sistema de videojuegos en cartucho que alcanzó un gran éxito en los Estados Unidos de Norteamérica equivalente al tradicional *pinball*. Estos marcaron un hito en el progreso de los videojuegos, e inician su etapa industrial (Belli &

López, 2008), donde el consumo de videojuegos se inserta de forma gradual en las prácticas de entretenimiento en el sector juvenil, predominantemente masculino.

Posteriormente, aparecen las consolas domésticas de videojuego de las grandes empresas como *Sega* y *Nintendo*, una fórmula atractiva basada en la combinación del pinball. Representó la implementación de tecnologías que unificaban de manera complementaria la electrónica y la informática en el ámbito cotidiano. Además, proporcionó al usuario la capacidad de actuar sobre lo que pasaba en la pantalla, es decir, combinar la multiplicación de estímulos y el dinamismo visual de la participación activa del usuario. Esto, convirtió a los videojuegos en pioneros de un nuevo concepto: el multimedia interactivo (Levis, 2013).

Cabe señalar, que la interactividad es una característica preponderante en los videojuegos y es clave en el entendimiento de su práctica. En términos generales, “Es la capacidad de respuesta de un medio (receptor) para modificar su funcionalidad o mensaje a partir de las decisiones de control de una persona o grupo de personas (emisor/es), dentro de los límites de su lenguaje y diseño” (Zangara & Sanz, 2012: 85). Se basa en el intercambio de información entre el usuario y el sistema, y en la posibilidad que ofrece al usuario de incidir de manera directa en el desarrollo no-lineal del mensaje emitido hasta el grado establecido por el sistema. También involucra al volumen de información que el sistema es capaz de procesar y transmitir, para replantear una nueva circunstancia de interactividad. A su vez, la jugabilidad es una característica que involucra a las cualidades de interactividad que posee el juego, hace referencia a las opciones

que plantea al usuario para interactuar con el mundo virtual y la forma en que este reacciona a las elecciones que el jugador realiza (Rouse, 2005).

La jugabilidad, en otras palabras, permite definir el grado en el que el usuario se involucrará en la realidad virtual. Esta actividad, al permitir la ruptura de las barreras sociales, en determinadas circunstancias, puede lograr que las personas se salgan del control establecido y pueda perder el control. Los usuarios eligen las opciones de juego a través de controladores o dispositivos periféricos de entrada. De este modo, el jugador emite mensajes, información y órdenes, influyendo en la situación y experiencia de juego. Por ejemplo, en las actuales consolas *Nintendo WI U*, *PlayStation 4* y *Xbox One*, se puede contar con mecanismos que reconocen el movimiento de los ojos, la sonoridad de la voz y los movimientos corporales, posibilitando experiencias de juego más complejas que los aparatos de hace dos décadas, incrementando la experiencia de inmersión y las opciones de jugabilidad en los usuarios.

Actualmente, los videojuegos de rol multijugador masivos en línea (*MMOPRG*) son percibidos como la última moda, tal como *World of Warcraft* (*WoW*), lanzado a la red en el año 2004, que cuenta con casi ocho millones de suscriptores, incluido en la lista de Récord Guinness como el *MMOPRG* más popular de la actualidad. Lo que implica que la realidad virtual, la libertad de movimiento y la interacción con otros jugadores seguirán cobrando protagonismo en los actuales y futuros videojuegos.

1.2 Evolución y acotación del estudio

Desde su aparición los videojuegos se han propuesto incluir cada vez más jugadores y adicionar más variables, y por otro lado, extender la vida útil del juego. Esto se puede percibir en la línea de tiempo de los videojuegos. Por ejemplo el primer videojuego, el “Tenis para dos”, fue el primer juego multijugador. En 1970 los *MUDs* o *MultiUser Dungeons*, mediante textos y comandos escritos, simulaban un rol de mesa para varios jugadores. A finales de los años de la década de 1990, con el avance de las consolas, las computadoras personales, el uso masivo del Internet y la llegada de la tecnología *DSL (Digital Subscriber Line)* aparecen los juegos *online* capaces de abarcar un gran número de jugadores coexistiendo en la misma partida. Posteriormente, con los avances técnicos de las consolas a 128 bits, *Sega*, *Sony*, *Nintendo* y *Microsoft* hicieron posible la conversión de juegos *online* de PC para consolas de forma masiva. Así, nacen los videojuegos *MMORPG* o *Massive Multiplayer online Role Playing Game*, considerados “elementos de juegos de rol que, a través de internet, permiten interactuar no solo con elementos ficticios generados por ordenador, sino también con otras personas que juegan de forma simultánea” (Piuzzi, 2010: 1).

Actualmente, los videojuegos de rol multijugador masivos en línea (*MMOPRG*) ofrecen una enorme gama de posibilidades a los jugadores, desde crear su personaje, interactuar con otros jugadores, explorar todo un mundo virtual, realizar acciones *online* y, simultáneamente, desarrollar las habilidades de su avatar y conseguir elevar los niveles en el juego.

Es innegable que los videojuegos constituyen una importante forma de entretenimiento, mantienen incrementando su aceptación y popularidad en la

sociedad, y la industria de los videojuegos lidera el segmento de ocio digital e interactivo en el mundo, especialmente entre adolescentes y jóvenes (Marco & Chóliz, 2014). Sin embargo, también ha aumentado la sospecha de que estos juegos pueden tener un potencial adictivo, similar a otras adicciones conductuales (Fuster et al., 2012). Una de las características de los *MMORPG*, es que fomentan en los jugadores el empleo de un elevado número de horas-máquina y que algunos de ellos lleguen a manifestar serios problemas. En el caso de *World of Warcraft* se estima que el promedio de horas dedicadas por jugador es de 25 por semana, llegando en ocasiones a más de diez horas diarias (Marco & Chóliz, 2014) o 50 horas semanales (Fuster et al., 2012).

Además, jugar activamente puede tener consecuencias reforzantes, las cuales incrementan la probabilidad de continuar jugando. Dos de las más significativas de acuerdo con Marco y Chóliz (2014), son las siguientes:

- 1) Incrementan la autoestima y la sensación de dominio. La ejecución exitosa del videojuego, demuestra a uno mismo y a los demás las habilidades adquiridas, algunas de las cuales son socialmente deseables.
- 2) Especialmente los juegos de estrategia y de rol, promueven la inmersión prolongada del jugador en el mundo virtual para compartir experiencias con otros jugadores, formar parte de un grupo, o incluso formar la identidad. Es decir, se adquieren connotaciones sociales o incluso favorecen patrones de relación interpersonal. Es en este telón de fondo que consideré la construcción de comunidades virtuales, de personas que interactúan, pero que en ocasiones ni se conocen personalmente.

Por otra parte, se considera, como se ha señalado, que jugar es una acción placentera, incrementa la participación y permite aprender. El juego es un sistema que aporta reglas, condiciones y aspectos de desafío, que de acuerdo con Piaget demandan de la socialización de los jugadores (Eguia Gómez, Contreras-Espinosa, y Solano-Albajes, 2013). Lo que implica que las herramientas informáticas ayudan al usuario a desarrollarse en tres ámbitos: 1) comunicación donde se comparten conocimientos comunes o similares, 2) conformación de grupos o comunidades y 3) cooperación en la realización de acciones conjuntas.

Para Ardévol, Roig, San Cornelio, Pagès y Alsina (2006) los videojuegos tienen contenido cultural, que involucran medios audiovisuales y la narrativa del videojuego; estos autores perciben al videojuego como un conjunto de prácticas relacionadas con el consumo, el ocio y la sociabilidad, además involucra el placer de jugar y la acción de jugar conlleva a una experiencia sensorial.

En consecuencia, se puede establecer que los videojuegos son elementos de socialización determinantes que utilizan las nuevas tecnologías de información y comunicación; donde los jugadores adquieren capacidades y desarrollan habilidades diversas por medio del consumo de videojuegos, donde el consumidor no es simple espectador pasivo, pues tiene un rol activo en la significación, manejo y uso de los contenidos. Además, y muy importante: puede relacionarse con otros jugadores a partir de la experiencia de juego.

La expansión social y cultural del Internet y de dispositivos portátiles de comunicación, han naturalizado el videojuego entre los hábitos de entretenimiento y ocio de gran número de personas de distintas edades y sexo en todo el mundo (Levis, 2013). Son también una fuente de estimulación que permite a muchas

personas lidiar con el aburrimiento y escapar temporalmente de sus problemas cotidianos.

1.3 La adicción a los videojuegos y su relación con el consumo

Se han señalado virtudes de los videojuegos o prerrogativas que éstos otorgan a los usuarios en su desarrollo social y cognoscitivo principalmente, sin embargo, también tiene sus sombras. Dentro del menoscabo ocasionado, se señala un contenido sexista; que solo contienen acciones agresivas que pueden favorecer la hostilidad y desensibilizan el efecto de la violencia; promueven la tolerancia ante la agresividad sexual y muchos de ellos no transmiten valores sociales o cívicos. Uno de los problemas imperantes es que provocan un patrón de juego caracterizado por un consumo excesivo del propio videojuego y de tiempo, llegando a interferir con la higiene o la salud de los usuarios y hasta perturbar las relaciones familiares en algunos casos. Las altas horas de juego, en especial los videojuegos *online*, se perciben como problemáticos y en ocasiones pueden derivar en una adicción. (Chóliz & Marco, 2011).

Al respecto, la adicción a los videojuegos se puede entender comprendiendo inicialmente el término “adicción”. El U.S. Department of Health & Human Services define adicción como una forma grave de trastorno por uso de sustancias, asociada con el uso compulsivo o incontrolado de una o más sustancias. Agrega que la adicción es una enfermedad cerebral crónica que tiene el potencial de recurrencia y recuperación (Department of Health, Services, & of the Surgeon General, 2016). Por su parte, el Centro de Psicología de Bilbao S.L.P. (2017), señala que la adicción se genera cuando una persona necesita un

estímulo concreto para lograr una sensación de bienestar o placer y por consiguiente presume dependencia mental y física frente a ese estímulo.

Al respecto la Organización Mundial de la Salud (OMS) argumenta que la adicción es: “una enfermedad física y psicoemocional que genera dependencia hacia una sustancia o actividad en la cual se encuentran involucrados factores biológicos, genéticos, psicológicos y sociales (Gaspar Herrero, 2016, p.p. 22). Lo cual corrobora en cierta medida el concepto proporcionado por otros autores.

Sin embargo, el término adicción no solamente es aplicado al consumo de algún fármaco o droga, por cualquier vía, puede referirse a la práctica de ciertas actividades, como la adicción al juego, al sexo, a la comida. Lo que es un hecho, es que la adicción utiliza las conductas en la búsqueda patológica de recompensas. Por su parte, la conducta adictiva se refiere al comportamiento compulsivo para adquirir una sustancia o participar en una actividad que resulta gratificante o placentera (Juárez, Barrios, Muñoz, & Buenrostro, 2013).

La dependencia a los videojuegos es considerada adicción porque se caracteriza por permanecer tiempo prolongado, así mismo, al ocupar mucho tiempo de la vida de las personas puede tener consecuencias negativas y a pesar de esto se sigue practicando (Centro Psicología Bilbao S.L.P., 2017).

La adicción a los videojuegos se aborda en este estudio considerando su inclusión como su consumo en exceso en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, DSM, 2013) de la American Psychiatric Association (APA), donde los problemas derivados del juego son reconocidos como adicciones comportamentales y no como un trastorno del control de impulso. Asimismo, en su sección III: *Condiciones*

para más estudios en el futuro, se incluye el llamado *Internet gaming disorder* o trastornos por juegos de Internet, donde se les describe como aquellos juegos virtuales que ocurren normalmente en la red y consumen al usuario un promedio de ocho a diez horas diarias de su tiempo. Igualmente se establece una sección que demanda mayores estudios y establece criterios para su diagnóstico (Carbonell, 2014).

La adicción a los videojuegos ha ocasionado posturas divergentes en cuanto a su estudio. Para algunos autores es una forma de adicción comportamental, para otros es una faceta del trastorno de control de impulsos o un trastorno comórbido de la depresión o de ansiedad social. Lo que es indudable es que existe suficiente evidencia empírica, clínica y científica de que el juego en exceso es un problema y en algunos casos causa adicción (Marco & Chóliz, 2014).

En el presente estudio se analiza el uso de juego excesivo de los *MMORPG* en personas adultas, dado que este tipo de juegos son *online* y se ubican perfectamente en la sección III del DSM-V (cfr. *supra*). Además, de que cumple el argumento que las conductas de juegos activan sistemas de recompensa similares a los que activan las drogas y producen síntomas conductuales comparables a las producidas por esas sustancias.

Además, los *MMORPG*, quedan incluidos en la masificación en consumo de videojuegos, los cuales también mantienen la posibilidad de interactuar a tiempo real con otros usuarios del resto del mundo, en opciones de juego multijugador. También se mantienen dentro de la categoría de juego en línea, al reunir la condición que tienen los usuarios de conectarse a internet para acceder a la

plataforma virtual del videojuego (Villanueva Mansilla, 2010). Otro factor que provoca su excesivo consumo es el hecho de que están disponibles las 24 horas del día, siete días a la semana. Ningún juego parece tan accesible. Por tanto, las semejanzas de los *MMORPG* con la vida real son notables y totalmente percibidas por los usuarios (Carbonell, 2014).

1.4 La visión *emic/etic* sobre el jugador del videojuego

Se ha señalado que con el fin de encontrar respuestas sobre la adicción a los videojuegos se recurrirá a la Hermenéutica analógica del autor Beuchot, sin embargo, las posibles respuestas emanan de dos fuentes principales: el usuario y el observador. Para ello, se recurre al enfoque *emic/etic* con el fin de conocer las respuestas en términos significativos del videojugador *emic* y desde el punto de vista *etic*, la descripción de los hechos observados por el investigador. El considerar el punto de vista *emic*, es porque según Pike es la “comprensión del mundo y hasta cierto punto una pragmática cultural en el sentido de que los actores son competentes para vivir, comprender y hasta justificar el mundo cultural en el que se posicionan” (Schaffhauser, 2010: 262). Al respecto, el videojugador profesional mexicano, Jaime Durán, señala que ser un jugador profesional de cualquier videojuego es una tarea que demanda mucho tiempo, dedicación, esfuerzo y sacrificio. Argumenta que “antes de superar los grandes obstáculos que conlleva ser un jugador profesional, debes superar todo lo que es la sociedad, los prejuicios son demasiados, prepararte para lidiar con ellos, tienes que salir adelante para demostrar que es una actividad que se puede tomar como un deporte” (Pallares, 2016: 1).

Por su parte, el enfoque *etic*, es cuando se observa el fenómeno de adicción al videojuego desde afuera y se logra haciendo una reinterpretación o traducción del comportamiento tanto del jugador como del papel del videojuego dentro de un contexto determinado.

La relación *etic-emic* describe el proceso necesario de aprendizaje de una cultura con el fin de comprender los comportamientos que adopta un grupo de individuos que pertenecen a una misma sociedad y que la representan al mismo tiempo (Schaffhauser, 2010).

1.5 *Neverwinter*

Neverwinter es un *MMORPG* de la categoría *free to play*, lo que significa que es gratis, no requiere un pago para tener acceso a la descarga del juego ni para su libre experiencia. *Neverwinter* fue desarrollado por *Cryptic Studios* y distribuida por *Perfect World Entertainment*¹, que a su vez es una franquicia de *Perfect World Games*, una empresa China fundada en Hunzhou en el año 2004. *Perfect World Entertainment* fue fundada en Redwood City, California, Estados Unidos. Cuenta con disponibilidad para las plataformas PC desde junio 20 de 2013; es accesible en *Xbox One* desde marzo 31 de 2015, y para *Play Station 4* desde julio 19 de 2016.

Neverwinter utiliza la plataforma *Arc Games*, de la cual es dueña *Perfect World Games*. La principal función de esta plataforma es la de facilitar la descarga, el registro y el soporte para los usuarios de su vasta gama de juegos; a su vez

¹ Perfect World. (2018) Homepage, Consultado de <https://www.perfectworld.com/about>.

funge como servidor central del *Neverwinter* para los jugadores en PC, caso contrario al que se vive en las consolas, ya que éstas cuentan con su propia plataforma proporcionada por las propias empresas (*Microsoft* y *Sony*). Cabe señalar que *Neverwinter* es el primer juego *MMORPG free to play* para la consola *Xbox One*.

En su jugabilidad, *Neverwinter* propone la exploración e inmersión en un mundo medieval ficticio donde los jugadores tienen la misión de ir explorando las diferentes tareas que proponen los *NPCs* (*non-player carácter* o personaje no humano, esto es, un personaje controlado por el director del juego). Al concluir la línea argumentativa del juego (que la podemos entender como la historia principal), comienza el material extra del cual el mayor objetivo consiste en terminar campañas que suman mayor interacción; más objetivos diversos y objetos que son deseados por los jugadores son las recompensas a obtener. Como ya se refirió, la historia argumentativa del *Neverwinter* tiene su génesis en el famoso juego de rol de mesa *Dungeons & Dragons*:

Existe consenso al considerar *Dungeons & Dragons*, de Gygax y Anderson (1974), el primer juego de rol occidental, al menos. En este, los jugadores simulan ser héroes en un mundo de fantasía similar a los que pueden encontrarse en el subgénero literario de ficción denominado literatura fantástica. Los héroes se adentran en mazmorras y guaridas, ahí se encuentran criaturas para derrotar, se incrementa el poder de sus personajes, esto con objetos mágicos, nuevas habilidades o conjuros (Ramos & Sueiro, 2010).

El popular juego de mesa *Dungeons & Dragons* ha logrado un enorme éxito desde sus inicios en 1974 y una gran aceptación en el mundo del mundo virtual ya

que existen más de 70 títulos que utilizan su historia, personajes o mecánicas de juego. *Neverwinter* toma su línea argumental narrativa, diseño artístico, personajes y mecánicas de juego; por su parte, añade nuevo contenido de carácter estético y funcional como la inclusión de monturas, set de armas y armaduras, al igual que un sistema de pago y micro transacciones que serán analizadas en la parte de conclusiones de esta tesis.

Aunque *Neverwinter* no es uno de los juegos más populares en comparación con otros *MMORPG*, sí cuenta con un gran número de jugadores a nivel mundial; prueba de ello es que en abril 27 del 2017, el portal anuncio que desde su lanzamiento en 2013 sumaba 15 millones de jugadores en 110 países en todas sus plataformas² (*Xbox*, *Play Station* y *PC*).

En cuanto al recibimiento de la crítica especializada en videojuegos por parte del blog *metacritic*, que funciona mediante el promedio numérico del análisis de las principales páginas web que califican los videojuegos, el *Neverwinter* en consola *PS4* obtuvo calificaciones mixtas desde la más alta que elogia la apertura por parte de la empresa por la inclusión de *MMORPG*, hasta del peor puntaje que critica el sistema de pago llamándolo “*Freemium*”, en referencia a las palabras *free* que en este contexto toma el significado de gratuito, mientras que *Premium* significa de pago o de pagar por un acceso anticipado que después analizaremos.

² Arc Games. (2018) News, consultado 15 marzo de 2018
<https://www.arcgames.com/en/games/neverwinter/news/detail/10478713-neverwinter%3A-15-million-players%21>

Por ultimo *metacritic* en su promedio le otorgo a *Neverwinter* una calificación de 7.4 mientras que la votación libre de los usuarios le otorgo una calificación de 7.0.³

CAPÍTULO 2

El placer y los videojuegos

2.1 El placer

Se puede ver a la tecnología digital como consumo, producción o comunicación, esto trae como consecuencia efectos en la vida cotidiana de las personas (Villanueva Mansilla, 2010).

El término placer se utiliza de distintas maneras; considerando su uso en el dominio popular, podría ser definido como “el sentimiento de satisfacción que de la esfera sensitiva se difunde a la psíquica y espiritual, como respuesta del sujeto a la consecución de un bien” (Martínez, 2001, 1). El término "placer" no es unívoco sino un término ambiguo y equívoco. Para Aristóteles el placer no es un proceso, ni un movimiento y ni una sensación, es una especie de acabamiento que acompaña la acción cuando esta se completa; por ello, hay tantas clases de placer como de acciones (Fouacult, 2003). Se puede encontrar placer en actos muy básicos, en actos moralmente reprobables, en actos virtuosos y en la actividad intelectual.

Aristóteles consideró importante el placer. Sostenía que no debía reprimirse, ni dejarse llevar por él, sino educar la manera de comportarse frente al sentimiento que produce; de esta manera, se podría obtener placer al realizar

³ Metacritic. (2018) *Neverwinter* Play Station 4 consultado 17 de marzo 2018
<https://www.metacritic.com/game/playstation-4/neverwinter?recent-sort=metascore>

actividades moralmente valiosas. Asimismo, sostenía que la orientación de su ética no es la impasibilidad sino enseñar a sentir placer de manera adecuada y ante las acciones adecuadas (Foucault, 2003).

Por otra parte, Martínez (2001), argumenta que el placer no es sinónimo de bien moral y felicidad, se apoya en Fromm quien sostiene que la satisfacción ilimitada de los deseos no produce bienestar, no es el camino de la felicidad, incluso del placer máximo; pero también es verdad que no es posible la felicidad ni el bien sin el placer: "los que ejercen una actividad con placer, alcanzan mayor discernimiento y exactitud en cada uno de sus pormenores. Así, los que encuentran gusto en la geometría acaban por ser geómetras y comprenden mejor cada proposición de su ciencia; lo mismo los que aman la música o la arquitectura o las demás artes, que todos progresan en el trabajo que les es familiar, porque se complacen en él" (Aristóteles, en Martínez, 1981, p.p.136).

Al respecto, De Azcárate (2005), quien traduce las obras filosóficas de Aristóteles al castellano, afirma que hay tres teorías que hablan sobre el placer y el placer como un bien; la primera teoría es que el placer no puede ser jamás un bien, ni por sí solo y tampoco indirectamente; la segunda teoría es que algunos dicen que algunos placeres pueden ser bienes pero en su mayoría son malos, y la tercera teoría refiere que aunque todos los placeres sean bienes, el placer no podrá ser jamás un bien supremo.

En general, puede decirse que el placer no es un bien, porque todo placer es un fenómeno sensible que se desenvuelve para llegar a un cierto estado natural; y que ninguna generación, ningún fenómeno que se produce, es homogéneo con el fin a que tiende; por ejemplo, la construcción de la casa nunca puede confundirse con la casa misma. Por otra parte, el hombre templado y sobrio huye de los placeres; el hombre prudente sólo anhela la ausencia del dolor y no precisamente el placer. Añádase a esto, que los

placeres nos impiden pensar y reflexionar; y nos lo impiden tanto más cuanto más vivos son, como, por ejemplo, los placeres del amor. ¿Quién podría pensar en semejantes momentos? Además, no hay arte posible del placer, mientras que todo bien es el producto de un arte regular. En fin, los niños y los animales buscan igualmente el placer. Lo que prueba, se dice también, que no todos los placeres son buenos, es que algunos son vergonzosos; los hay que todo el mundo condena; los hay que son hasta dañosos al que llega a gustarlos; y más de un placer puede causarnos enfermedades. (De Azcárate, s.f.: 247).

Sin embargo, los videojuegos están diseñados para producir placer; un juego que no sea placentero no tendría sentido. Los videojuegos, como las golosinas, son demasiado atractivos como para que sus consumidores necesiten de argumentos de uso.

Además, la doctora Simone Kuhn y un grupo de investigadores de la Universidad de Ghent, en Bélgica, realizaron un estudio en 2011 a 154 niños de 14 años, donde exploraron mediante resonancia magnética la morfometría basada en vóxel para explorar las diferencias entre los jugadores de videojuegos frecuentes e infrecuentes. La investigación concluyó que los videojugadores frecuentes que fueron parte del estudio, tenían una concordancia de mayor liberación de dopamina durante el tiempo que permanecían jugando videojuegos, lo anterior sugiere un vínculo neuroquímico entre la producción de dopamina y el uso del videojuego. Aunque en este estudio no se exploró la diferencia entre los juegos patológicos y no patológicos, es posible asociar los efectos del videojuego con la adicción a drogas como cocaína, metanfetamina y alcohol. También se menciona en Kühn (2011) que hay una similitud entre el jugador patológico de apuestas con el videojugador, cuando hay un aumento de liberación de dopamina al perder dinero (Kühn, et al., 2011).

2.2 La akrasía

Aristóteles en su *Ética a Nicómaco*, señala que tanto en la virtud como en el vicio existe una perfecta coherencia entre el conocimiento, el deseo y la acción. Sin embargo, en la realidad entre los hombres es raro encontrar esta coherencia. La vida moral del hombre es mucho más compleja y, tanto en el bueno como en el malo, existe una mezcla de virtud y de vicio, en distintas proporciones. El caso habitual es que en el agente moral no hay coherencia, sino, al contrario, una división interna. Cuando en esa división vence la parte racional, se habla de *enkráteia* (continencia, en su traducción latina), mientras que si vence la parte irracional (el deseo), nos encontramos ante el caso de la *akrasía* (incontinencia), es decir, el del agente que tiene un correcto conocimiento moral, pero el deseo contrario le lleva a no plegarse a él (Oriol, 2013).

El *akratés* se caracteriza por la falta de acuerdo entre lo que piensa y lo que hace: es capaz de juzgar acertadamente, pero es incapaz de seguir los dictados de la razón y es vencido por la atracción del placer; tiende a arrepentirse de sus actos, porque es consciente de que no se han producido como consecuencia de un planteamiento racional relacionado con el máximo bien sino en contra de éste; y, finalmente, puede curarse, por el hecho de que el pensamiento es correcto y lo único que hace falta es que se ejercite en dominar sus impulsos pasionales, adaptándose al cumplimiento de los dictados racionales (García Ninet, 2007, p.p. 2).

Para Foucault, la *akrasía* no es una paradoja conceptual en una vida ordinaria sin tiempo desde la cual se puede inferir verdades acerca del yo en una psicología filosófica. Más bien, se trata de la propuesta de una idea del verdadero yo dentro de una práctica que planteaba problemas éticos para una forma de vida históricamente específica (Smart, 2002). Foucault argumentaba que la moral de los sujetos se encuentra relacionada con la estructura política y social de la

ciudad, su dominio como libertad o amos de sí mismos, es una afirmación del carácter 'viril' y 'activo' de aquellos que aspiran llegar a la templanza. Recuérdese que es una ética de hombres hecha para los hombres. La elaboración de sí como sujeto moral consiste en instaurar de sí a sí mismo una estructura de virilidad: "Sólo siendo hombre frente a sí mismo podrá controlar y dominar la actividad de hombre que ejerce frente a los demás en la práctica de cualquier actividad" (Foucault, 2003, 81). El dominio sobre uno mismo es una manera de ser hombre en relación consigo mismo, es decir, "de mandar sobre lo que debe ser mandado, de obligar a la obediencia a quien no es capaz de dirigirse a sí mismo, de imponer los principios de la razón a quien carece de ellos; es una forma, en resumen, de ser activo, en relación con quien por naturaleza es pasivo y debe seguirlo siendo" (Foucault, 2003, 81).

Leibniz habla sobre la akrasía en "Los Ensayos de Teodicea" y propone "distinguir entre la captación intelectual un bien como "honesto" o moralmente bueno, y la atracción que determinados bienes deleitables ejercen sobre el alma en un instante determinado, de la cual resulta la inclinación que prevalece en la voluntad" (Echavarría, 2012, p.p. 336).

Así, la sincronía entre el juicio moral y la mala elección es explicada de tal manera que no contradice la fundamentación intelectualista de la acción libre, porque lo que se juzga "malo" desde un punto de vista moral, puede simultáneamente ser considerado "bueno" desde otro punto (el de la satisfacción inmediata de una apetencia).

2.3 La akolasía

Aristóteles definió la akolasía o intemperancia como el obstáculo que impide a un individuo mantener el dominio de sí mismo. Hace referencia al vicio del exceso, cuando los deseos no son corregidos por la razón. En la *Ética a Nicómaco*, Aristóteles se planteó la cuestión de saber cómo es posible que "un hombre que juzga sanamente lo que hace, se deje arrastrar por la intemperancia" (De Azcárate, 2005: 221). Es decir, cómo es que, a pesar de estar convencido de que sus acciones están guiadas por la búsqueda del bien común, un hombre no puede actuar conforme a su conocimiento, sino al dictado de sus pasiones (De Azcárate, 2005). Sócrates profesaba que no es posible que el intemperante sepa verdaderamente lo que hace, que en el hombre pueda haber una cosa que domine el conocimiento, y que le arrastre a una degradación digna sólo del más vil esclavo. En consecuencia negaba la existencia de la intemperancia, sosteniendo que nadie obra con pleno conocimiento contra el bien que conoce, y que si se separa de él, es sólo por ignorancia.

Razonando de esta manera se puede llegar a esta paradoja: la sinrazón mezclada con la intemperancia es una virtud. Me explicaré: el intemperante, cegado por el vicio que le domina, hace todo lo contrario de lo que piensa; y si piensa que ciertas cosas realmente buenas son malas, y por consiguiente que no deben hacerse, hará en definitiva el bien y no el mal. Bajo otro punto de vista, el hombre que obra como resultado de una convicción muy precisa, y que busca el placer por la libre elección de su voluntad, puede parecer por encima del hombre que no busca el placer como resultado de un razonamiento, sino por el solo efecto de su intemperancia. El primero es sin duda alguna más fácil de curar, porque podría mudar su manera de ver; pero el intemperante que no se domina, está completamente en el caso de nuestro proverbio: «no hay necesidad de beber cuando nos ahoga el agua» (De Azcárate, 2005: 223).

Foucault (2003), para explicar la intemperancia opone la relación “conforme natura” *versus* “contra natura” de Platón, y señala que las prácticas que contravienen a la naturaleza no se explica como efecto de una naturaleza anormal o de una forma particular de deseo, sino como la continuación de la desmesura del placer. Así el sujeto durante gran parte de su vida se vería enloquecido por el exceso de placeres y dolores. Además señala que “no hay placer susceptible de akolasía si no hay tacto y contacto: contacto con la boca, la lengua y la garganta (para los placeres de la comida y de la bebida), contacto con otras partes del cuerpo (para el placer del sexo)” (p. 26). Así, en la akolasía, el sujeto sigue voluntariamente y por elección deliberada los malos principios, abandonándose a los deseos más débiles y gozando con esta mala conducta, no puede curarse, no lo desea y ni se arrepiente.

En este sentido, la templanza es una virtud exclusiva del hombre; mientras que la intemperancia, se puede definir como una pasividad que tiene relación con la feminidad. El hombre con intemperancia (akolasía) es un hombre al que se podría llamar ‘femenino’, más ante sí mismo que ante los demás, por su posición de debilidad y sumisión incapaz de una actitud de virilidad respecto de sí mismo que permita ser más fuerte que sí mismo (Montoya, 2011).

2.4 La enkráteia

Aristóteles sostenía que todo sujeto desea actuar de acuerdo a un fin deseado, pero tanto el deseo como el fin deseado estarían prefigurados por el carácter del sujeto. Esto implica que los hábitos que forman el carácter son

importantes, porque predisponen al sujeto para desear y reconocer acciones buenas. Morales comenta al respecto:

¿puede el sujeto sustraerse a esta orientación, sea en sentido positivo o negativo? Es obvio que sí. Un caso tipificado por Aristóteles, donde esto sucede es el de la continencia (*enkráteia*); el continente es capaz de sobreponerse a los deseos que le han sido dados por sus hábitos y suscitados por las circunstancias particulares en las que se desenvuelve la acción. A pesar de las apariencias, la continencia no consiste en oponer la razón a los deseos, sino en sustituir un deseo (y su creencia correspondiente) por otro deseo. Si no fuera así, habría que sostener la extraña tesis de que el continente no ha deseado lo que, gracias a su fuerza de voluntad, al fin logró hacer (2003: 85).

El continente tiene una recta razón y juzga con ella lo que está mal y lo que está bien y manifiesta continencia si la obedece y no se deja llevar por los deseos. En general, la continencia afecta a los placeres y el continente es el que los domina, el poder sobre uno mismo, el poder sobre las propias pasiones e instintos, el autocontrol (Garcés Giraldo & Giraldo Zuluaga, 2014).

Para Foucault (2003), la continencia es un término utilizado para designar la relación con uno mismo, “la actitud necesaria a la moral de los placeres y que se manifiesta en el buen uso que de ella se hace” (p. 41). Se caracteriza por una forma activa de dominio de uno mismo, que permite resistir o luchar y asegurar el dominio en el campo de los deseos y los placeres, es moderación, tensión, combate. La *enkráteia* domina los placeres y los deseos, pero el sujeto necesita luchar para vencerlos. A diferencia del hombre temperante, el continente experimenta otros placeres no conformes con la razón, pero no se deja arrastrar por ellos y su mérito es más grande cuanto más fuerte son esos deseos. En este

sentido la enkráteia es la forma de trabajo y de control que el sujeto debe ejercer sobre sí mismo para volverse temperante.

La enkráteia es el trabajo de transformación que el sujeto realiza sobre el mismo, se trata de un ascetismo en sentido amplio por medio del cual se transforma el mismo el sujeto moral de sus conductas. Se trata de moderar sus propios actos o de descifrar sus deseos de controlarlos para realizar o no determinadas acciones según las consideraciones valiosas o negativas (Díaz, 2005).

CAPÍTULO 3

El consumo, su medición e interpretación

3.1 Consumo

En la actualidad se vive en una era marcada por el consumo, el consumo estructura la vida. La sociedad siempre ha consumido bienes y servicios de todo tipo, desde los esenciales hasta los no necesarios. El consumo es considerado como “la acción por la cual los diversos bienes y servicios son usados o aplicados a los fines a que están destinados, ya sea satisfaciendo las necesidades de los individuos o sirviendo los propósitos de la producción” (Escobar y Cuartas, 2006, 112).

Para Valverde (2004), el consumo es toda aquella acción en la que un sujeto adquiere a través de un intercambio de bienes, servicios o dinero un producto o servicio para satisfacer una necesidad ya sea emocional, física, alimentaria, existencial, lúdica o de cualquier otra naturaleza. La economía

considera el consumo como el fin esencial de la actividad económica. Es la utilización de bienes y servicios para la satisfacción del sujeto y la de otros.

El consumo por definición no es ni bueno ni malo, es necesario. Lo nuevo no es que se consuma sino el hecho que el consumo se adentra en realidades sociales y antropológicas como una actividad primordial. El consumo se ha convertido en la base de la identidad social, en la legitimidad de los programas sociales y políticos, y en la base de cualquier propuesta económica. De tal manera que se puede considerar la vida como un gran supermercado en el cual se elige lo que se quiere consumir y por tanto refleja lo que se quiere ser (Valverde, 2004). Es decir, que el consumo no solo satisface las necesidades de supervivencia sino también en parte los deseos de convivencia y la búsqueda de sentido de los sujetos.

3.2 El consumo como manifestación cultural

El consumo como manifestación cultural ha sido poco estudiado en Antropología; la tendencia ha sido hacia una perspectiva moral al considerar al consumo como un subproducto de la cultura de masas. En este sentido:

El consumo no es un proceso irreflexivo de mera manipulación, sino que se trata de una manifestación cultural difundida, reproducida y modificada al interior de cada grupo cultural, a través de un proceso consciente, los sujetos sociales logran relaciones sociales consistentes, diferenciadas de las de otros y simbólicas, manifestadas mediante diacríticos materiales consumibles, en busca de ser como otros, pero no cualquier otros (Valverde, 2004, 108).

El consumo como cultura no solo representa los bienes y servicios que tienen un valor de uso y compra, involucra también cuestiones simbólicas. Con la adquisición de los bienes y servicios se manifiesta ante los demás de forma

comunicativa un estatus (Hellmann, 2007). Para García Canclini el consumo cultural es “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (1993:12).

Valverde (2004), explica que el consumo es un producto cultural doblemente especificado. Para su análisis se definen dos dimensiones: una lógica social de orientación económica, y otra como experiencia de mediación comunicativa; ambas dimensiones complementadas consideran que el consumo debe ser considerado como un factor de socialización y representación cultural.

La primera dimensión puede explicarse desde una perspectiva marxista, la función económica del consumo se orienta a la difusión social de los productos, empresas e instituciones económicas dentro del marco de la competencia que favorece estructuralmente la orientación y ampliación de la demanda, lo cual garantiza la circulación de los productos, bienes o servicios en el mercado, así como la producción de bienes y servicios, con lo cual se promueve la acumulación de capital. La diferencia de diacríticos socialmente simbólicos que muestra la maquinaria del consumo en cada producto jerarquiza los tipos de consumo y organiza el mercado. Como consecuencia, las relaciones que los consumidores establecen entre sí se encuentran relacionadas con condiciones de existencia material, las cuales resultan tangibles ante los demás, en la medida en que se satisface un patrón de consumo, que condiciona la compatibilidad o incompatibilidad de un nivel de vida.

La segunda dimensión, el mismo Valverde (2004) señala que puede explicarse desde una perspectiva estructuralista, partiendo de la premisa que las relaciones sociales son la materia prima empleada para la construcción de modelos de consumo que ponen de manifiesto la propia estructura social. Así el consumo puede ser entendido como el estudio de las relaciones sociales que se materializan a través de los objetos que representan a cada sujeto, pues son esos objetos (bienes o servicios) los que construyen modelos y articulan identidades en los grupos. Dentro de estos modelos, el consumidor puede ser visto como un ser irracional, impulsivo, supersticioso, tradicionalista, pero según los economistas, éste ejerce una elección determinante y soberana en el momento de la adquisición de bienes o servicios.

Desde esta perspectiva, el consumo es el sitio donde la cultura proporciona la contienda de discursos y cambios, porque los bienes adquiridos por el consumidor tienen un carácter especial determinado e impuesto por las racionalizaciones de éste, que responden a lo que su entorno le determina, que continúa siendo prácticamente su cultura, sus necesidades y atributos, que determinan y posicionan su cotidianidad (Valverde, 2004).

Se puede sostener que el sujeto o consumidor no es irracional ante el consumo y, tampoco manipulado, pues la decisión final siempre le pertenece. En el ámbito del mercadeo se sostiene que consumir es un proceso, que inicia con una acción mental y se traduce en una acción física. Todo consumo inicia con un proceso mental, por medio del cual el sujeto analiza los posibles beneficios que esa acción le podría generar; se debe tener en cuenta que no se trata de un beneficio material solamente, sino que se entienden mejoras en el plano político, emocional, psicológico, social y económico, todo lo cual redundando en el plano cultural (*Idem*:110- 111).

El consumo es una constante en la cultura, pero la preferencia por los bienes consumidos es inconstante y cambia. La cultura es dinámica, es transmitida de generación en generación, abarca características que a veces son percibidas como triviales, se aprende a través de observación, escuchando, conversando e interactuando con otras personas, las culturas preparan a sus miembros individuales para compartir ciertos rasgos de la personalidad.

En su explicación Valverde (*ídem*: 112) se apoya en los argumentos de Noam Chomsky sobre competencia y actuación:

En donde la competencia es todo el conocimiento que un sujeto adquiere sobre la cultura en la que se desenvuelve, mientras que la actuación es una decisión individual que el sujeto toma sobre cuál y cuánto conocimiento de esa competencia va a poner en práctica; de modo que el consumo es parte de la competencia cultural de todo sujeto, pero ponerlo en práctica y la elección de los objetos consumidos es racional y emocional para cada sujeto.

En general se puede señalar, que el consumo es parte de nuestra realidad cultural por necesidad emocional, material, por satisfacción de carencias personales, por irreflexión de los sujetos, o lo que es aún más difícil de creer, por efecto de una malintencionada manipulación. Los sujetos culturales son consumidores, en distintos niveles y con distintos gustos, pero el consumo es parte de una realidad social y cultural de cualquier país.

3.3 Consumo en la clase media

El crecimiento económico de cualquier país o nación se refleja en la capacidad de gasto de la población, así como en sus patrones de consumo. Asimismo, la economía de un país sustenta su solidez en su clase media. La clase

media es considerada como el sector conformado por profesionales o empresarios con una situación económica cómoda, producto de su actividad. Al respecto Casillas (2015) con información del INEGI, caracteriza a la clase media en México: el 28.4 % de los jefes de familia cuentan con estudios de licenciatura o superiores, mientras que el 71.1 % en la clase alta y 3.3 % en la clase baja. La mayoría (42.8 %) trabaja en empresas o corporaciones privadas, 29.8 % en negocios familiares o personales y 24.4 % en el gobierno. El 45 % tienen automóvil propio o lo están pagando, muy por encima del 12.3 % de los hogares de clase baja. El 60 % tiene al menos una computadora y 42 % tiene acceso a Internet. El 80% de los hogares tiene acceso a telefonía celular. Son responsables de casi el 57 % del consumo privado, mientras que los hogares considerados en la categoría de clase baja casi el 35 % y 9 % los de clase alta. El 60 % de gasto lo hace en vestido y calzado, el 57 % en cuidado personal y 63 % en educación, cultura y recreación (Casillas, 2015).

La clase media y el consumo se han vuelto parte de algunas investigaciones y publicaciones, su estudio y debate no solo se encuentran en esferas académicas, sino que también se encuentra en los medios de comunicación, en esferas políticas, analistas, periodistas y en el marketing.

Bauman (2000) explica que ser “consumidor” es usar cosas, comer, vestir, utilizarlas, es apropiarse de ellas; involucra tener dinero para poder adquirirlas. Al consumir estas cosas se destruyen, se pueden acabar, ya sea porque su uso es inmediato, o porque su constante uso hace que dejen de funcionar y hay otras opciones para que dejen de llamar nuestra atención, como perder el interés por poseer esa cosa de consumo.

Cuando se habla de una sociedad de consumo es necesario mencionar que siempre se ha consumido, en cada época y en cada lugar, sin embargo, la diferencia en la posmodernidad radica en que es “una comunidad de consumidores”. Bauman (2000) comenta a respecto que existieron sociedades de productores, donde la producción era la forma en que la sociedad se desempeñaba, en la actualidad se tiene como norma que rige a la sociedad el consumir. De acuerdo a la investigación de Bauman esta sociedad de consumidores tiene características propias de la época posmoderna, entre las características de un consumidor ideal, es que se espera que el consumidor no se aferre a nada, un consumidor que no deje satisfecha su necesidad, y cuyos deseos se mantengan en la constante de consumir sin tener un fin o lograr una satisfacción completa.

El consumidor antepone su deseo sobre la necesidad, cae en la tentación que le imponen, cae en los anzuelos guiados por su deseo, es insaciable. Los consumidores tienen el deber de comprar y comprar mucho, esto pasa a ser un indicador de una sociedad que funciona.

En la posmodernidad se permite a las personas autoconstruir su identidad social, esto puede ser partiendo de no tener nada, hasta partir de lo que se tiene; ahora es una elección la posición social y la sociedad aprueba y reconoce esta posición social (Bauman, 2000).

Para Adamovsky, la clase media se define por su identidad, son un conjunto de representaciones; concebir a la clase media es dividir y ordenar en jerarquía según diversos factores como el poder adquisitivo, la ocupación, la educación, sus modales, tener en consideración cuestiones económicas y culturales. Se han

internalizado modos de vida a través de décadas y se encarnan los valores y formas del ver el mundo (2009).

Es innegable que el concepto de clase media es elástico porque incluye a personas con profesiones e ingresos distintos. De la Calle y Rubio explican que la clase media es:

La condición de un hogar de clase media trata, en esencia, de la vida de una familia en un contexto fundamentalmente urbano, aunque no existe razón para excluir la posibilidad de que el sector rural se vaya transformando en esta misma dirección. [...] Además de la disponibilidad de ingresos suficientes, todas las definiciones de clase media contemplan la búsqueda de medios de superación y movilidad social; empleo esencialmente en el sector servicios; interés por el cine, la cultura y otras manifestaciones artísticas como entretenimiento; la propiedad o alquiler de una casa o apartamento como base de su desarrollo familiar; la construcción del segundo piso de una casa; la posesión de un automóvil u otro tipo de satisfactores. Lo mismo es cierto de la televisión, la Internet y, ahora, las redes sociales virtuales. La definición de clase media incluye también una visión positiva del mundo, la disposición a disfrutar la vida más allá de lo cotidiano, la expectativa de mejoría económica sistemática y una percepción de la educación como un imperativo para el desarrollo de los hijos (2010: 14).

En la actualidad el mundo ha vivido una revolución tecnológica, se han producido cambios estructurales en temas de la ciencia y tecnología. En la clase media se vive en un mercado a merced del mundo cibernético- virtual, en especial en cuestiones como los videojuegos. Las nociones de tiempo y espacio quedan alteradas, las personas pueden estar conectadas simultáneamente, aunque no estén de manera presencial en el mismo espacio. En el mundo virtual no hay diferencia entre concepto como cerca o lejos, es intangible, no hay límites, está la simultaneidad, no hay jerarquización, sin identidad, sin historia, la satisfacción se vuelve inmediata, el tiempo y el espacio pierden su dimensión real, con esto aparecen nuevas formas de comunicarse (Rodríguez, 2014).

Por otra parte, los defensores señalan que los nuevos mundos cibernéticos-virtuales, ofrece a los individuos la formulación de su propia identidad y fortalecen su idea de pertenencia. Una nueva forma de socialización dentro de estos mundos virtuales donde la clase media es el blanco perfecto, donde las comunidades son espacios para compartir conocimientos y aprendizajes, cuya permanencia en el tiempo dependerá de la cohesión del grupo y de las características y objetivos del mismo (González Flores, Lozano Mercado, & Varela Navarro, 2013).

Sin embargo, las patologías del consumo no han quedado exentas de estas transformaciones, por el contrario, se hacen más presentes cada vez entre los consumidores de un mundo postmoderno, globalizado. Es indudable que, con la presencia de las patologías del consumo, no se puede considerar al adicto fuera de ésta época con sus signos y sus síntomas en las diferentes clases sociales; cada una de estas mutaciones en el mundo global ha dejado su huella en el sistema de salud de los países (Rodríguez, 2014)

3.4 Críticas a DSM y las patologías

Retomando, el DSM (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) es un Manual de Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la Asociación Americana de Psiquiatría (American Psychiatric Association, APA), contiene descripciones, síntomas y otros criterios para diagnosticar trastornos mentales. En general, se puede señalar que es un sistema de clasificación de trastornos mentales para el diagnóstico clínico tanto para la investigación como para la docencia con mayor aceptación entre los profesionales de todo el mundo. El manual fue modificado y actualizado con nuevos códigos de la CIE-10-MC

(Clasificación Internacional de Enfermedades) puestos en vigor en los Estados Unidos de Norteamérica a partir del primero de octubre de 2016 (American Psychiatric Association, 2013). Sin embargo, esta nueva versión ha generado mucha discusión y polémica, en especial sobre lo relacionado con su validez.

Al respecto el Dr. Frances, autor del DSM-IV, realiza una evaluación del DSM-V. Señala la posibilidad del incremento automático de la incidencia y prevalencia de los trastornos mentales, por la sola creación de nuevos diagnósticos que involucran síntomas comunes existentes en la población no considerados patológicos en el DSM-IV, que solo beneficiarían a la industria farmacéutica y por diagnósticos con umbrales muy bajos para muchos trastornos mentales inexistente. Se crearían miles y mal diagnosticados nuevos pacientes que demandarían excesivos tratamientos masivos con medicaciones innecesarias, caras, y a menudo bastante dañinas. Es decir, millones de personas saludables, incluidos niños tímidos o rebeldes y parientes afligidos por la muerte de un ser querido, podrían ser etiquetados como mentalmente enfermos por un nuevo manual de diagnóstico internacional.

En el DSM-V, se sugieren nuevos diagnósticos que por naturaleza son problemáticos y confusos, además podrían incrementar las tasas de falsos positivos de las patologías existentes, por ejemplo el de síndrome de riesgo de psicosis, el trastorno mixto de ansiedad depresiva, el trastorno cognitivo menor, el trastorno de atracones, el trastorno coercitivo parafilico, el trastorno de hipersexualidad, entre otros (Frances, 2016). Con relación al tema que se analiza en este trabajo: la adicción a los videojuegos, que se ubica en conductas adictivas, no se encuentra contenida en ninguna entidad diagnóstica, simplemente se abrió

una epígrafe llamado “trastorno no relacionado con sustancias” dentro del grupo “Trastornos relacionados con sustancias y trastornos adictivos” y allí se encuentra solo y arrinconado como el trastorno por juego.

Cabe señalar que la categoría de adicciones conductuales incluida en la sección de adicciones a sustancias y que aparece como trastorno de juego patológico, crea de manera indebida una variedad de potencialmente diagnósticos dañinos como: adicciones a comprar, al sexo, al trabajo, a la tarjeta de crédito y su deuda, a los videojuegos, entre otros, bajo la amplia rúbrica de “adicciones conductuales no especificadas”. El constructo adicciones conductuales representa una medicación a las elecciones de vida, provee una excusa dispuesta para descargar la responsabilidad personal y sería utilizada erróneamente en esquemas forenses (Frances, 2016).

En general, se puede señalar que el DSM-V no ha resuelto muchas discrepancias sobre temas que se debatían en los últimos años como las llamadas “adicciones sin sustancias” y que se esperaba que hiciese. El DSM como sistema, se presenta afirmando que los trastornos están definidos, sin embargo, se puede afirmar que se pierde todo contexto social, cultural e interpersonal y en muchos casos se sobrestima y los diagnósticos se reducen a cuestiones neurobiológicas y a nivel de circuitos neuronales (Medrano, 2014).

Existe mucha controversia con respecto al Manual Diagnóstico, especialistas e instituciones han rechazado muchas de sus consideraciones publicadas en el DSM-V; para García (2018), en el DSM-V no existen fronteras definidas entre la conducta esperada y la conducta patológica, explica que los diagnósticos se establecen de manera arbitraria, la comorbilidad aumentó en esta

impresión del Manual Diagnóstico y un trastorno mental se presenta en él de manera confusa. El autor aborda subtemas que parten de las limitaciones del manual, como: la subcategoría “trastorno no especificado” que genera una inflación de diagnósticos, medicalización, normalización, estigmatización y conflictos de interés.

Hasta la fecha se advierte a la comunidad científica, en especial de neurociencia, psiquiatra y psicología, sobre los peligros que entraña el uso del DSM-V y se solicita la abolición de los sistemas de clasificación diagnóstica.

CAPÍTULO 4

Hermenéutica analógica

4.1 Hermenéutica y analogía

Se ha señalado que la hermenéutica analógica se estructura de manera intermedia entre la univocidad y la equivocidad. Beuchot (2015) señala que la hermenéutica puede considerarse como la disciplina que trata sobre la interpretación de textos. La caracteriza como disciplina porque la considera ciencia y arte al mismo tiempo, argumenta que no es una ciencia estricta, pero tampoco es una mera técnica o intuición artística. Asimismo, manifiesta congruencia con la relación que establece Gadamer entre la hermenéutica y la prudencia aristotélica, porque es el conocimiento en el contexto, la razón contextualizada.

Argumenta que interpretar es comprender en profundidad, y el texto puede ser de varias clases, no sólo escrito, también puede ser una pintura, una escultura, u otra cosa que requiera interpretación. Beuchot explica:

Suele aclararse que únicamente el texto polisémico, es decir, el que tiene varios significados, permite la intervención de la hermenéutica, pues donde hay un solo significado no hace falta la interpretación. Este segundo caso sería el de la univocidad, la cual únicamente admite un solo sentido y, por lo mismo, una sola interpretación. Así, la hermenéutica conviene a textos multívocos, y la multivocidad es doble: 1) analógica o 2) equívoca. Sin embargo, la equivocidad plena tampoco admite la interpretación, pues la disuelve y la atomiza en infinitas interpretaciones sin que se sepa cuál es la o las verdaderas. En cambio, la analogía es una equivocidad controlada, como la definiera ya Aristóteles e incluso Bertrand Russell, quien hablaba de una ambigüedad sistemática (no de una ambigüedad sin más, pues ésta es inaprehensible), (2015: 129).

En la historia de la lógica y de la filosofía del lenguaje, la analogía se define como un modo de significar y de predicar entre la univocidad y la equivocidad. A diferencia de ambos, “la analogía es la significación de un término en relación con sus significados en parte idéntica y en parte diferente” (Beuchot, 2015: 132). Por ejemplo, el bien significa y se predica de manera distinta pero proporcionalmente igual al bien útil, al bien deleitable y al bien honesto.

Por su parte, la hermenéutica analógica se constituye con la hermenéutica considerada el instrumento para la interpretación de textos y con la analogía que le agrega actitud. De este modo, una hermenéutica analógica tendrá como actitud característica, o como virtud propia, evitar los extremos de una hermenéutica univocista y de una hermenéutica equivocista (Beuchot, 2015).

La hermenéutica analógica se abre lo suficiente, sin atomizarse, como la equívoca, a un sinnúmero de interpretaciones, pero no tiene la exigencia de unicidad de la unívoca. Asimismo, emplea las dos formas de la analogía, la de proporcionalidad y la de atribución. En su aspecto de proporcionalidad, es capaz de aglutinar, conmensurar o coordinar varias interpretaciones de un texto por lo que tienen de común, a pesar de las diferencias que contienen. En su aspecto de

atribución, es capaz de distinguir con base en las diferencias y, aprovechando su estructura jerárquica ayuda a disponer de varias interpretaciones de un texto de manera ordenada, según su mayor o menor adecuación al significado del texto. De modo que se pueden establecer interpretaciones analogadas principales y secundarias, hasta el momento en el que se hundan en la inadecuación, en la equívocidad y no se alcanza la univocidad en la adecuación misma.

Por otro lado, la analogía de atribución se divide en intrínseca y extrínseca, de modo que habrá niveles de interpretación que serán muy apegados al significado del texto, de manera intrínseca y esencial, dando paso a una idea de verdad como correspondencia o adecuación, y otras de manera extrínseca y accidental, lo que permite una noción de verdad pragmática más amplia (Beuchot, 2015: 137 y 138).

Asimismo, la analogía de proporcionalidad se divide en propia e impropia o metafórica. En la actualidad se ha visto que la propia tiene la estructura de la metonimia y la impropia de la metáfora. Así, la analogía abarca los dos sentidos de los textos, el literal y el alegórico, situándose en medio, de modo que puede oscilar hacia uno o hacia otro, según se necesite. También la analogía abarca la metáfora y la metonimia, lo que implica la presencia de interpretaciones que más sintagmáticas y otras más paradigmáticas. Igualmente, se señala que el símbolo es el signo más rico, porque siempre tiene múltiples significados.

Se dice que el signo es más rico porque es el que más representa a una cultura, dado que esta se caracteriza por sus símbolos. Así lo han expresado filósofos y antropólogos como Ernst Cassirer.

Luis Villoro hablaba de una identidad cultural, que radica en lo simbólico, y que era tan importante como la identidad ontológica de los individuos en una colectividad. Por ser tan rico y múltiple, el símbolo es el signo más difícil de interpretar y, por lo mismo, el que más le interesa a la hermenéutica (Beuchot, 2015: 138).

4.2 Herramientas, límites y críticas

Herramientas. La hermenéutica analógica no solo es una propuesta metodológica sino un modelo teórico de la interpretación con presupuestos ontológicos y epistemológicos que conducen a una metodología. Para el logro de la interpretación con el objetivo de conocer al objeto de estudio, la hermenéutica analógica utiliza varias herramientas, de las cuales sobresalen: la analogía, la metáfora, la abducción y el paradigma.

1) La analogía: “en la historia de la lógica y de la filosofía del lenguaje, la analogía se define como un modo de significar y de atribuir predicados a un sujeto, a medio camino entre la univocidad y la equivocidad” (Beuchot, 2015: 132).

Para Octavio Paz, la analogía es la ciencia de las correspondencias, es una ciencia que vive gracias a las diferencias: precisamente porque esto no es aquello, es posible tender un puente entre esto y aquello. “El puente es la palabra como o la palabra es: esto es como aquello, esto es aquello. El puente no suprime la distancia: es una mediación; tampoco anula las diferencias: establece una relación entre términos distintos” (Guerra, 2014).

Galagovsky y Greco (2009), señalan que la analogía en palabras de Benjamín Sierra Díez “es el procedimiento cognitivo que consiste en recurrir a un dominio de conocimiento para conocer o comprender mejor otro dominio total o parcialmente desconocido” (p. 13). Es decir, la analogía es un procedimiento que permite transferir conocimiento de unas áreas a otras, y que se pone en funcionamiento ante situaciones nuevas, parciales o desconocidas (Galagovsky y Greco, 2009).

2) Metáfora: Del lat. *metaphōra*, y este del gr. μεταφορά *metaphorá*.

1. f. Ret. Traslación del sentido recto de una voz a otro figurado, envirtud de un a comparación tácita, como en *las perlas del rocío, la primavera de la vida o refrenar las pasiones* (Real Academia Española, RAE).

Es una expresión relacionada con un objeto o idea particular pero que se aplica a otra palabra o frase para dar a entender que hay una similitud entre ellas. En general, la metáfora se forma al cambiar una palabra habitual para un contexto determinado por otra poco común, en virtud de alguna comparación. Por ejemplo, en la frase: "El inicio de la vida", cambiar 'inicio' por la palabra 'primavera', para tener "La primavera de la vida".

3) Abducción: la abducción es descrita por primera vez por Aristóteles, quien la considera como "la inferencia que se realiza cuando es evidente que el primer término se predica del término medio; pero no es evidente que el término medio se predique del último término, aunque sea más o menos probable que la conclusión" (Bar, 2001: 1). En otras palabras podría decirse, que si en presencia de ciertos elementos observables de un fenómeno no manifiesto en toda su dimensión, se concluye que éstos pertenecen a una clase particular de objetos, se estará en presencia de una abducción o hipótesis. Bar (2001) menciona que la abducción entendida como hipótesis es la herramienta que permite descubrir y explicar un fenómeno que no es posible observar a simple vista. De ahí la importancia de la abducción, ya que el fenómeno se reconstruye utilizando la ciencia y la experiencia del sujeto.

La abducción "se presenta como un argumento débil que inclina al juicio hacia una cierta conclusión, no es menos cierto que, desde una perspectiva

heurística, opera como un esquema propicio para dar cuenta de situaciones o hechos insuficientemente explicados” (Bar, 2001: 2).

Paradigma: el término paradigma deriva del griego *paradigma* y se utiliza usualmente como sinónimo de ejemplo o para hacer referencia a algo que se toma como modelo. Kuhn en su obra publicada en 1962 *The Structure of Scientific Revolutions* define paradigma como “realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (Kuhn, 1971: 13).

Históricamente, en las Ciencias Sociales han sido constantes dos enfoques metodológicos de investigación, el método cuantitativo y el cualitativo. Entre algunas características del método cuantitativo es que se centra en el positivismo lógico, busca hechos o causas de los fenómenos sociales, mide y controla, objetivo, es hipotético- deductivo, generalizable a estudio múltiple y particulariza a determinados aspectos (Lorenzo, 2006).

En cuanto a las características del método cualitativo se centra la fenomenología, utiliza la observación naturalista y no hay control, es algo subjetivo, exploratorio, descriptivo- interpretativo e inductivo, no generalizable y holista, ya que, se conforma de diferentes elementos (Lorenzo, 2006).

Entonces, el paradigma positivista hace uso de una investigación hipotético- deductivo y el paradigma interpretativo hace uso de la investigación hermenéutica.

Límites. Los defensores de la hermenéutica analógica argumentan que no pretende convertirse en una panacea, está consciente de sus limitaciones tanto en su teoría como en sus aplicaciones. “En cuanto a la teoría hay muchos conceptos, contiguos a ella y de la analogía misma, que se resisten a la elucidación o

aclaración completa, conservando siempre un margen de oscuridad y de ambigüedad, a veces desesperante” (Beuchot: 107).

En cuanto a sus aplicaciones a diversas disciplinas, el mismo autor señalar algunas de esas limitaciones:

- a) Tiene mayor aplicación a las ciencias humanas y sociales que a las ciencias formales y naturales.
- b) Ha demostrado aplicaciones válidas y útiles en la filosofía, la literatura, la historia, la filología, el derecho, la psicología y la pedagogía, lo que no ha sucedido en otras áreas.
- c) La hermenéutica no pretende hacer a un lado a la epistemología. En lugar de oponerse a ella, la complementa perfectamente.
- d) Es refutable. Al proceder por medio de hipótesis interpretativas de los textos, tiene que contrastarse, pues es difícil o imposible verificarla, aunque es posible refutarse y ser cambiada por otra conjetura.
- e) La hermenéutica analógica tiene parecido con la dialéctica. Solo que se trataría de una dialéctica en la que se buscaría la convivencia de los opuestos, no su antagonismo.

Criticas: dentro de las críticas realizadas a la hermenéutica analógica propuesta por Beuchot, Ortiz Millán (2015) señala las siguientes.

1) La hermenéutica se ha referido a la correcta interpretación de textos. A partir de Gadamer, la hermenéutica se convierte en una teoría filosófica que sostiene que el entendimiento de la realidad involucra la interpretación y trata de construir una fenomenología de la comprensión. Para Gadamer, la hermenéutica no es un método con una serie de reglas para desentrañar pasajes oscuros de un

texto que requiere de un esfuerzo interpretativo, como antes habían sostenido la hermenéutica clásica y la hermenéutica metodológica; es una reflexión filosófica sobre las condiciones generales de la comprensión y la interpretación, procesos fundamentales de la vida humana. Por tanto, toda hermenéutica posterior tendrá que tomar posición, muchas veces como extensiones, elaboraciones o críticas de las ideas gadamerianas (p.p. 155 y 156).

2) Al expresar que la hermenéutica analógica es una teoría intermedia entre el univocismo y el equivocismo, sugiere la existencia de dos hermenéuticas extremas, lo cual carece de verdad porque la "hermenéutica" univocista no es realmente una hermenéutica, pues donde hay un solo significado no hace falta la interpretación. En realidad, no existe ese extremo en la posición que lo presenta Beuchot como una alternativa y, si no existe, entonces su posición no es un punto intermedio entre dos formas de hermenéutica. La discusión de Beuchot no es con el univocismo, sino con el relativismo que está detrás del equivocismo. La cuestión importante para la hermenéutica sería establecer cuáles son los límites de la interpretación, los márgenes de la variabilidad significativa: ¿es válida, cualquier interpretación de un texto que haga un lector desde cualquier contexto a partir del cual lo lea? Y, si no, entonces ¿cuáles son los límites de una interpretación válida? (p.p. 157).

3) La hermenéutica analógica pretende ofrecer una metodología para la correcta interpretación, pero proporciona reglas y criterios tan generales que no ayudan a guiar la interpretación correcta de un texto. La hermenéutica analógica se queda corta a la hora de cumplir sus promesas (p.p. 160).

4) La idea de un método supone un único acceso a la verdad y eso es compatible con la teoría correspondentista de la verdad. Para el correspondentismo, la verdad es una cuestión de correspondencia o adecuación con la realidad. Entonces hay un compromiso de la hermenéutica analógica con el realismo (con el realismo aristotélico-tomista), según el cual, los hechos son independientes de las interpretaciones y una interpretación verdadera será la que se adecue o corresponda con los hechos, con la realidad. Por consiguiente, otras interpretaciones que se alejen de esa representación de la realidad tenderán al error (p.p. 161).

5) De la hermenéutica filosófica se puede inferir que ni el método es garantía de un acceso privilegiado a la verdad, ni es resultado de una relación objetiva de correspondencia con la realidad, lo que implica una actitud desprejuiciada e impersonal (Ortiz Millán, 2015: 162).

4.3 Marco general de aplicación al estudio

En este estudio se aplicó la hermenéutica analógica, considerada una teoría filosófica para interpretar la realidad, para tratar de construir una fenomenología de la comprensión de lo unívoco y lo equivoco. Además, como he señalado, demuestra tener aplicación en las ciencias humanas para validar ciertas interpretaciones.

Se utilizará la hermenéutica analógica con el fin de entender la postura del jugador de videojuegos dentro de su realidad, desde un enfoque *emic*, así como el rol del videojuego en la vida del jugador, desde una postura no intermedia sino

oscilante entre lo unívoco y lo equívoco, con mayor inclinación hacia este último. De esta manera, a mi juicio, se podrá entender el fenómeno de altas horas de consumo de videojuegos e interpretarlo, en vez de juzgarlo como patológico, porque claramente se trata de una situación ambigua y equívoca. Asimismo, se pretende interpretar los argumentos de Martínez (2001), quien señala que el placer no es sinónimo de bien moral y felicidad, desde la postura del jugador de videojuegos.

También, se busca explicar entre otras cosas, el consumo de videojuegos como una manifestación difundida, reproducida y modificada en cada grupo cultural, o como un producto o servicio para satisfacer necesidades lúdicas, dentro de las cuales se encuentra la emocional, existencial o de cualquier otra naturaleza similar. Igualmente, se quiere explicar cómo se establecen las relaciones interpersonales, así como la adquisición de pautas sociales o patrones culturales en la comunidad virtual de los videojugadores.

CAPÍTULO 5

Metodología

Retomando la parte de introducción, la metodología arriba referida se complementa con la técnica de la observación participativa en el videojuego *Neverwinter*. La intención fue tener acceso a las dinámicas que se efectúan en dicho espacio virtual para realizar una comparación del concepto trastorno de juego por internet del DSM-V (la adicción a los videojuegos), con los resultados obtenidos de la referida observación.

Como señala Foucault: una observación minuciosa del detalle, y a la vez una consideración política de estas pequeñas cosas, para el control y la utilización de los hombres, se abren paso a través de la época clásica, llevando consigo todo un conjunto de técnicas, todo un *corpus* de procedimientos y saber, de descripciones, de recetas y de datos. Y de estas fruslerías, sin duda, ha nacido el hombre del humanismo moderno (Foucault,1975).

La observación participativa, se llevó, pero a un grado mayor, ya que no se observa un determinado grupo de jugadores y sus experiencias, si no que se experimenta la creación de un personaje, las horas y horas de jugar, generando empatía con otros jugadores, adentrándose en las dinámicas del juego y las relaciones sociales que se construyen en el proceso de ir jugando.

Luego de llevar seis meses en el juego, al observar y participar con otros jugadores, y mientras elaboraba la tesis, me surgió la necesidad de utilizar la hermenéutica analógica para poder analizar símbolos. El videojuego por sí mismo es un espacio de simbolismos, es un lugar virtual donde se crean palabras con un significado que solo puede ser entendido en un lapso de tiempo y lugar determinado. Por esta comunidad virtual y la hermenéutica analógica permite tender un puente que funcione como lazo entre el significado del entorno virtual para los jugadores y que sea contextualizado y explicado en esta investigación, descifrando así el simbolismo de la actividad que resulte en una discusión sobre el fenómeno de altas horas de consumo de videojuegos.

El videojuego *Neverwinter* puede ser considerado el objeto central, pero en realidad, recordemos que el grupo de jugadores en él es tratado como una comunidad virtual. La síntesis entre jugador y su personaje creado en el videojuego son el *corpus* de exploración, y para ello nos funcionó la aproximación de la psicología en el marco teórico, en lo que respecta a la así referida adicción del videojugador, lo que nos lleva a develar las razones de los jugadores de altas horas de consumo de videojuegos.

En resumen, el proceso de análisis inició con la creación de un personaje (*PJ*) en el *MMORPG Neverwinter* como instrumento de acceso para realizar una observación participativa, lo cual propició adentrarse en las relaciones sociales que solo se desenvuelven en dicho espacio virtual, permitiendo la asimilación al entorno con el fin de generar pertenencia a esa comunidad virtual, la cual abrió un marco de socialización y convivencia de la que se pudo extraer información sobre los videojugadores.

Con la información obtenida se construyó un *emic* y *etic* que consistió en crear un relato sobre la vida cotidiana del videojugador, desde la creación del personaje hasta la consolidación de ser un jugador de altas horas de consumo, esto incluye en su parte *etic* el análisis de las motivaciones y recompensas anímicas derivadas de jugar *Neverwinter*.

A esto se le aplicó la interpretación basada en la hermenéutica analógica con el fin de tender un puente entre las variables propuestas que son: el consumo en la clase media, la construcción de identidad en una comunidad virtual, el

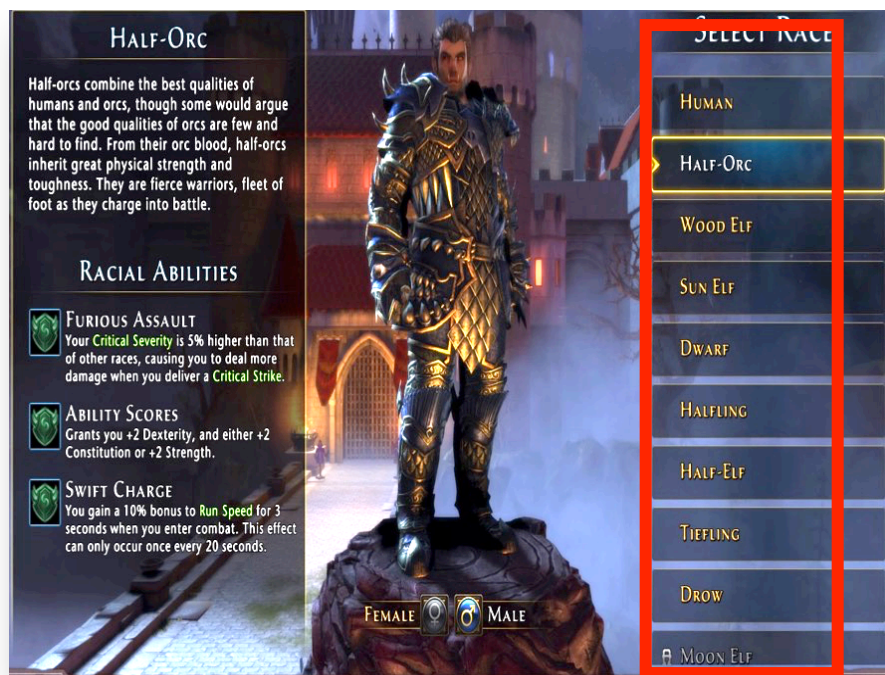
videojuego como mercancía, el placer, el trabajo, así como el trastorno de juego por internet del DSM-V. Con lo anterior se busca analizar al videojugador de modo que esto permita también al lector acompañarnos para reflexionar sobre la actividad de altas horas de consumo de videojuegos.

CAPÍTULO 6

Resultados

6.1 Creación del personaje (PJ)

Inicié la creación de mi *PJ* (personaje) a inicios de septiembre de 2017. El primer paso que da el jugador cuando instala el videojuego es la creación del *PJ* que consta de elegir entre diversas “razas” de personajes que son: *human*, *Half-orc*, *wood elf*, *sun elf*, *dwarf*, *halfling*, *tiefling* y *drow*. (figura 1).



Posteriormente, el jugador elige la clase o rol que desempeñara su PJ, éstas son: *trickster*, *devoted cleric*, *control wizard*, *hunter ranger*, *scourge warlock*, *oathbound paladin*, *great weapon fighter* y *guardian fighter* (figura 2). Lo siguiente es seleccionar el balance estadístico de habilidades físicas y mentales del PJ que son: *strength*, *constitution*, *dexterity*, *intelligence*, *wisdom* y *charisma* (figura 3).



Continuando en la creación del PJ, el jugador selecciona la apariencia física del personaje. Entre estas destacan la tonalidad de piel, el volumen del cuerpo, moldeado del pelo y cara, tatuajes, etc. (figura 4). Después, el jugador selecciona la deidad a la que orara por beneficios, también elige los orígenes del personaje (figura 5 y 6), esto es una historia que antecede al personaje y que no afecta o beneficia la jugabilidad, pero si la inmersión en el rol del personaje. Por último, el jugador escribe el nombre de su *PJ* para iniciar su aventura.



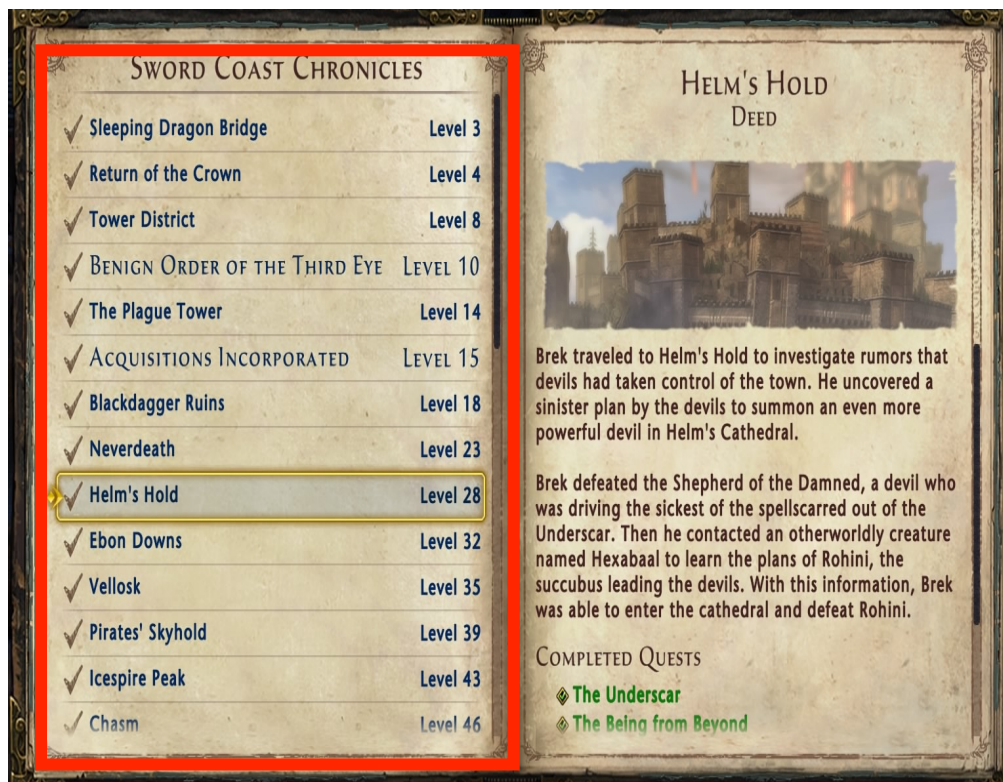


6.2 Primeros pasos

Después de la creación del personaje, inmediatamente aparece una misión a completar; desde este momento el jugador ya se encuentra en espacios públicos y compartidos por otros jugadores. Mientras el jugador da sus primeros pasos, es introducido por los comandos de botones para acceder a los menús del juego, como son: el equipamiento de armas, armaduras, accesorios y artefactos con la intención de familiarizarlo con las dinámicas más básicas de movimiento e interacción.

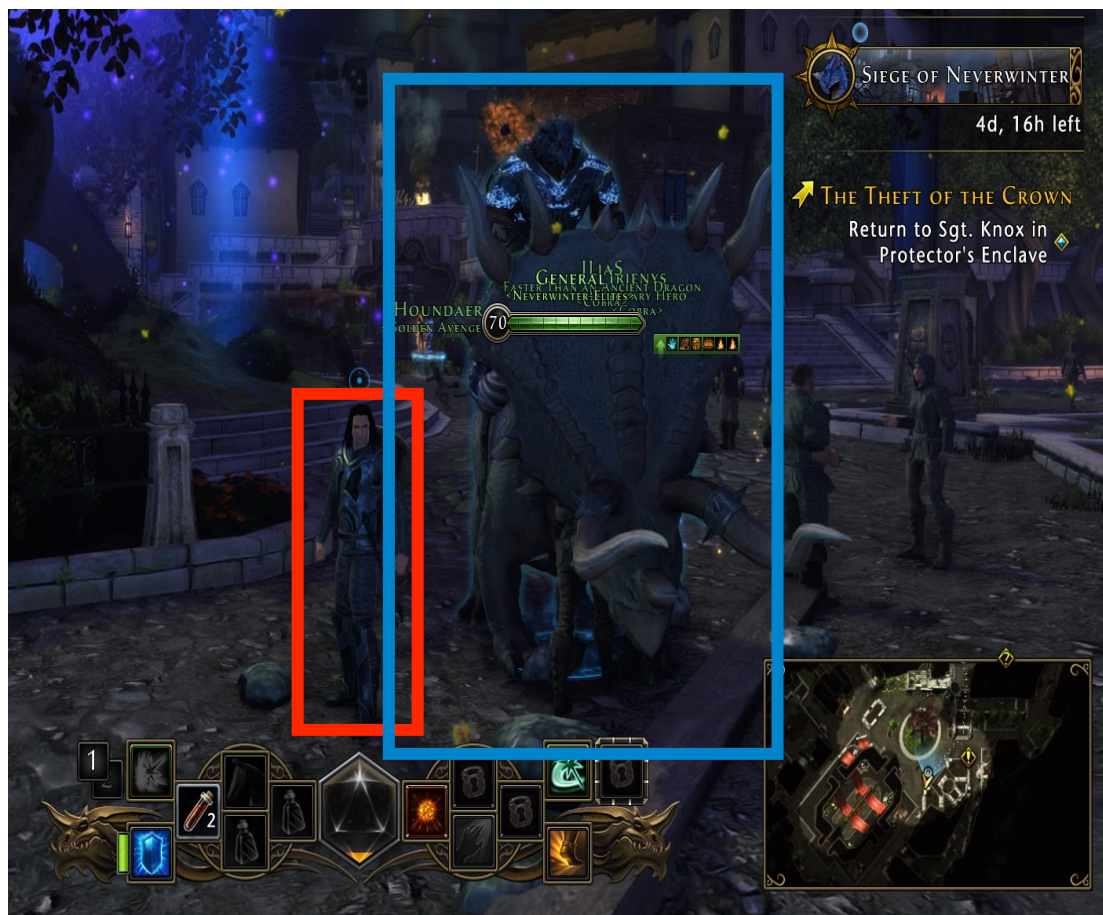
El juego propone después de las primeras misiones introductorias mostrar lo que será la historia principal del juego, la cual consiste completar diversas misiones divididas en campañas con el objetivo de alcanzar el nivel 70 que es el nivel máximo del juego, para así poder acceder a las nuevas zonas. Son 14 campañas iniciales que pueden ser descritas como microhistorias dentro de una

historia central sobre los acontecimientos ficticios en lo que se desarrolla la trama principal del videojuego (figura 7).



Al inicio del juego y ubicarse en espacios públicos, el jugador comienza su proceso de aprendizaje y socialización en un sentido amplio: observa el entorno, sus interacciones básicas, el conocimiento sobre sí mismo y de otros jugadores. Es de particular relevancia observar a los jugadores más veteranos, ya que se aprende de monturas, armaduras llamativas, aumento en la velocidad de movimiento e incluso en el aspecto relativo a la seguridad que se denota (figura 8). Los jugadores principiantes, en esta comunidad virtual, como cualquier persona en la vida real, se familiarizan con arquetipos y modelos a seguir. Es común que en este lapso los jugadores borren ciertas características de su personaje originalmente creado y construyan un nuevo personaje, de modo de lograr

satisfacción personal con la nueva imagen que transmitirán de sí en el juego. En este lapso, un número importante de jugadores deciden si echarán raíces en *Neverwinter* o buscarán otro juego.



(En azul un ejemplo de jugador veterano y en rojo un principiante)

6.3 Primera etapa: subir a nivel 70

Tras la parte introductoria, el jugador es guiado por misiones optativas a completar, pues resulta la manera más habitual de avanzar, ya que en este punto, el jugador se encuentra solo, sin amigos y sin pertenecer a *guilds* experimentadas, las cuales pueden brindarle apoyo para progresar con su PJ a mayor velocidad;

desde luego que existen casos particulares donde amigos (reales o virtuales) experimentados en el juego, invitan a nuevos jugadores o incluso familiares y los van adiestrando, pero en su mayoría los jugadores principiantes se encuentran solos.

Cabe señalar que en este punto del videojuego hay una distancia enorme entre un jugador principiante y un experimentado, lo común es que, en esta etapa, el jugador tenga absoluto desconocimiento del juego y se aventure a su manera a seguir avanzando. Para un mejor desenvolvimiento, *Neverwinter* propone una especie de libertad guiada, donde el jugador se adentra en las campañas a un ritmo lento pero digerible, esto es, al realizar las misiones que establece el juego, éste ofrece una recompensa cuando la misión es completada. Las recompensas son fijas y ayudan a familiarizarse con los objetos recibidos, además, son de utilidad para el *PJ*, lo que produce que el jugador no experimente dificultades y se frustre en su avance por las misiones. Los *NPCS* (personajes de inteligencia artificial) advierten al jugador las campañas que son adecuadas para su nivel.

Cuando el jugador progresa hasta el nivel 30, *Neverwinter* ofrece otra elección en la cual se decide la subclase de personaje que uno será. Estas subclases contribuyen al rol que desempeñará el *PJ*. Algunos *PJ* pueden cambiar significativamente su rol, aunque al nivel 30 es improbable que un jugador principiante opte por una buena elección. Por otra parte, los jugadores con información adicional (que se comparte entre amigos reales y virtuales) le sacarán provecho a estas decisiones y potenciarán el rol que eligieron.

Conforme el jugador avanza en los niveles del juego, observará cómo sus habilidades se fortalecen y nuevos poderes son desbloqueados. Al subir de nivel *Neverwinter* recompensa con un “punto de poder” y el jugador asignará este punto para desbloquear, a su vez, nuevos poderes de su elección. Al igual que las recompensas antes mencionadas, las ranuras de equipo (armaduras, armas y artefactos) se irán llenando, así, el jugador observará completo su inventario de equipo y comenzará a seleccionar qué equiparse y tomará la decisión de qué hacer con sus excedentes (Figura 9).



(todo lo observable representa un *item* de equipamiento)

Esta dinámica continuara a medida que el jugador complete misiones y progrese en los niveles. Es importante señalar que *Neverwinter* ofrece eventos cada cierto tiempo, estos eventos en su mayoría son aptos a partir de nivel cinco.

Son muchos los eventos que suceden durante el año y varían en su duración; algunos son de tres días y otros pueden durar más de un mes.

En estos eventos se ofrecen recompensas limitadas al evento y es un momento importante para los jugadores principiantes, ya que, no hay restricción en su acceso y los grupos son formados aleatoriamente; es ahí donde surgen las primeras impresiones en los jugadores principiantes sobre la diferencia que existe entre ellos y los jugadores veteranos, siendo los segundos de mayor fuerza y velocidad.

Para explicar esta diferencia *Neverwinter* cuantifica la suma de nivel, más habilidades, más equipo, y de esta sumatoria, *Neverwinter* ofrece STATS (valores numéricos) y estas STATS se transforman en capacidad de daño y de defensa frente a los enemigos. Profundizando en esto, el jugador percibe esta diferencia ya que pueden ser de la misma raza, clase, subclase, incluso con los mismos poderes, pero la acumulación de equipo y progreso en campañas genera un abismo de diferencia entre los jugadores novatos y los experimentados.

Al paso de dos meses, jugando entre seis y ocho horas, casi a diario, pude concluir las campañas y alcanzar el tan deseado nivel 70, el máximo. Esta es una aproximación ya que hay jugadores que acceden al mismo logro en menor tiempo, aunque también a otros les lleva más tiempo.

Como se mencionó en el marco teórico, para 2017, cuando yo inicié la creación de mi PJ *Neverwinter*, ya llevaba cuatro años activo y actualizando contenido, por lo que el número de campañas y actividades por realizar suponían

recuperar años y actualizaciones pasadas en poco tiempo, ya que en su mayoría, los *MMORPG* no eliminan contenido de años pasados, por el contrario, optan por mejorar a los PJ para que puedan concluir el contenido antiguo de manera rápida y *Neverwinter* no es la excepción.

6.3.1 Las *Guilds*

Cuando el jugador progresa hasta el nivel 70, ya cuenta con una *guild*, esto es lo más cercano a una comunidad virtual. Las *guilds* son una opción que *Neverwinter* ofrece a sus usuarios de formar un grupo numeroso de máximo 150 jugadores, que a su vez, pueden pertenecer a una alianza conformada hasta por 13 *guilds*, esto da posibilidad al jugador de pertenecer a un grupo que puede sumar casi 2000 personas. (figuras 10 y 11).

The screenshot shows the 'LEGIÓN' guild interface. At the top left is the guild logo and name 'LEGIÓN'. At the top right, it says 'GUILD LEVEL: 20'. Below this, there are controls: a checkbox for 'Show Offline Players', a 'Default Sorting' dropdown menu, and a membership status: 'Current membership: 147/150 OnlineIDs, 454/500 characters'. The main part of the interface is a table listing guild members.

| Online | Name | OnlineID | Guild Rank | Class | Level | Location |
|--------|---------------|----------------|---------------|-------|-------|------------------------|
| | BREK@BREK9010 | @niccorobbin | 3: Maestro | | 70 | Dread Ring #1 |
| | Caer-König #1 | @BREK9010 | 1: Iniciado | | 70 | Caer-König #1 |
| | Rodrigopv02 | @rodrigopv02 | 5: Gladiator | | 70 | Protector's Enclave #7 |
| | Johnny | @Airhalo2 | 5: Gladiator | | 70 | Hotenow Domination #0 |
| | Eris | @omarsukoisu27 | 3: Maestro | | 70 | Siege Battlefield #20 |
| | Stolita | @stolon21 | 3: Maestro | | 70 | Workshop #0 |
| | Fluffy OP | @Deadly-taco24 | 4: Reclutador | | 70 | Port Nyanzaru #3 |



Cabe señalar que *Neverwinter* no restringe fronteras en cuanto a pertenecer, a una *guild*; puede haber decenas de nacionalidades, edades, géneros, preferencias, etc. Para esto, todas las *guild* tienen una estructura organizacional basada en rangos, estos se estructuran de la siguiente manera: los líderes son máximo cinco y son los fundadores de una *guild*, cuentan con todos los permisos posibles para administrar la *guild*: cambiar el nombre del gremio, comprar y almacenar las riquezas del juego, ascender o degradar jugadores, construir estructuras, diseñar decoración, etc.

Son los líderes quienes designan, en un total de seis rangos descendentes, los permisos que los jugadores de su *guild* podrán ejercer. A su vez, un líder puede formar una alianza con otras *guild*, como se dijo, hasta un máximo de 13 *guilds* en una alianza, pero solo hay un líder por alianza por lo que el jugador que posea ese título puede denominarse como el líder de alianza de 13 gremios y

modificar la jugabilidad de muchos jugadores pertenecientes a la alianza y las *guilds* aliadas.

Retomando al jugador, como se señaló, es común que al progresar al nivel 70 ya se pertenezca a una *guild*, pero al igual que la diferencia entre jugadores veteranos y principiantes, las *guild* y las respectivas alianzas poseen las mismas características. Es habitual que *guilds* principiantes recluten a jugadores principiantes. Estos jugadores son aquellos que aún no han llegado al nivel 70, es decir, que cuentan con unas pocas semanas o meses de juego y desconocimiento de muchas astucias que son muy útiles en *Neverwinter*. De hecho, las interacciones virtuales que se dan en *guilds* y alianzas de principiantes, son saludos, preguntas sobre el juego, bromas, solicitudes de ayuda para realizar misiones, pláticas de vida personal, entre otras.

Cabe señalar, que estas *guilds* las podemos dividir entre las del jugador casual y las del jugador aspirante. Los primeros tienen un promedio de horas semanales menor en comparación con los aspirantes. Los primeros conciben *Neverwinter* como un juego a disfrutar, donde la convivencia, el juego en equipo y la socialización ocupan un lugar importante en sus actividades. En cambio, las *guild* de aspirantes se caracterizan por tener un liderazgo fuerte y comprometido en el que habitualmente los líderes incitan el trabajo de los jugadores para progresar como *guild*. En estas comunidades virtuales se motiva a los participantes con las posibles recompensas al esfuerzo. Se requiere subir niveles de la *guild* realizando diversas misiones, donando y aportando con constancia y rutina. Las interacciones principales se centran en lo anterior y a su vez, se

fomentan lazos más fuertes basados en el interés en común que es progresar el PJ. Es importante señalar que las *guilds* inician en nivel uno y tienen el nivel 20 como el más alto, pero a diferencia de la progresión del jugador, involucra mucho tiempo y esfuerzo conjunto, siendo pocos los *guild* que logran alcanzar el nivel 20, ya que se requiere de aproximadamente un año de trabajo (juego) arduo de los integrantes para lograr ese objetivo.

Como es de esperarse, los beneficios de lograr una *guild* nivel 20 son enormes en comparación con *guilds* de menor nivel; un ejemplo de ello es que a nivel 70, un jugador principiante tiene entre 4000 y 10000 *stats* en *power*, siendo este el valor numérico que posee un PJ para hacer daño a los enemigos; si este jugador se uniese a una *guild* 20 su *stat* en *power* se vería incrementado en 8000, lo que supone duplicar su fuerza de inmediato y sin restricciones (figura 12).



En promedio las *guild* nivel 20 tienen 16 bonos, como en el ejemplo anterior. Es la meta que persiguen las *guild* aspirantes, aunque cabe señalar que muchas de éstas no logran su objetivo y se disuelven o abandonan el juego en este proceso; otros factores que influyen, son las disputas internas por el poder e

influencia sobre los otros jugadores, al igual que un liderazgo débil que no es constante en motivar a los jugadores a progresar; otra causa, es la falta de habilidad de los líderes para reclutar nuevos jugadores. Esto último es un punto importante, ya que los líderes de *guilds* aspirantes y principiantes dedican tiempo para reclutar jugadores nuevos, es muy común ver a estos jugadores recorriendo las zonas donde los nuevos jugadores están, para reclutarlos o escribir por el chat del juego las invitaciones.

Es bien sabido que muchos jugadores nuevos no continuarán jugando *Neverwinter*, pero es una apuesta que los líderes de estas *guilds* asumen e inclusive suelen llenarse de jugadores inactivos, es decir, aquellos que probablemente nunca vuelva a jugar *Neverwinter*. Por último, hay que mencionar que la mayoría de *guilds* de prestigio solicitan al jugador ser mayor de edad, dado que el grueso de jugadores de *Neverwinter* suele ser de adultos cuyo rango de edad predominante es entre 25 y 35 años. Estos jugadores suelen ser muy restrictivos con lo que se denomina “drama”, que en el contexto de *Neverwinter* consiste en insultar a otros jugadores, hacer burla de alguna pregunta o comentario, manifestar deseos de que la *guild* es mala o inferior, cuestionar las decisiones de los jugadores, entre otras. Estas actitudes son muy reprendidas en las *guilds* y como en cualquier comunidad virtual en la que no se acatan las normas y las jerarquías, pueden concluir con la expulsión del jugador o con la segregación, debido a que como se mencionó en este apartado las *guilds* tienden a volverse herméticas en la medida en la que los usuarios van aumentando sus vínculos personales a través del juego.

6.4 Segunda etapa: Aumentando el Gs

Retomando el progreso del PJ, al subir a nivel 70 los jugadores veteranos señalan que es ahí donde comienza “el verdadero juego”. Esta expresión en el contexto *Neverwinter* tiene un peso importante porque los jugadores más experimentados te comentan qué hacer. Recordemos que, en los inicios de los usuarios, *Neverwinter* los guía en la progresión del PJ, pero al llegar a este punto, el jugador se encuentra en “libertad”, lo cual, *in extremis*, carece de sentido, ya que las metas propuestas por *Neverwinter* se han logrado. Por eso es aquí donde la expresión el “verdadero juego comienza” compromete al jugador a la pregunta: ¿qué hacer en adelante?

Inmediatamente, los jugadores veteranos ofrecen múltiples respuestas según su experiencia e intereses. Las respuestas son variadas, pero tienen como finalidad que el jugador seleccione una meta; la principal suele ser el aumentar el GS (*gear score*) (figura 13), que es un valor numérico fijo que se atribuye a la rareza del equipo (armadura, armas, compañeros, insignias, encantamientos, etc).



Como recompensa por aumentar el GS se puede acceder a más *dungeons*, lo que supone grandes recompensas y oportunidad de seguir acumulando los requerimientos para seguir aumentando GS, que para los jugadores de *Neverwinter* representa la máxima muestra de prestigio y conocimiento del juego, puede entenderse como una fórmula de, a mayor GS mayor recompensa, a mayor recompensa más GS.

Cabe señalar que los videojuegos tradicionales de consola y de computadora se rigen mediante la compra del videojuego, bajo el principio de que el jugador complete los desafíos propuestos y logre completar el juego. Pese a que hay más actividades por realizar, se considera que la meta está completa cuando el jugador culmina la historia o desafío principal. Existen muchos juegos que cuentan con contenido extra disponible en las tiendas digitales de las empresas de videojuegos, cuyo costo es un porcentaje que ronda entre el 10% y 70% del valor original del juego. Pero en los *MMORPG* se caracterizan por ser de acceso gratuito, al igual que su contenido digital, por lo que en el caso *Neverwinter* sucede que las primeras campañas, e incluso hasta llegar a nivel 70, tan solo corresponde a un “inicio” de lo que se puede hacer en el juego, pues le resta mucho más, por eso es como se dice en la comunidad “ahí el juego apenas comienza”.

A partir de ese punto, *Neverwinter* se transforma en muchos aspectos, entre los más significativos se encuentra el trabajo en equipo realizado por “especialistas”. Si lo comparamos con los primeros pasos, el jugador realiza sus actividades en solitario, con esporádico trabajo en equipo, ya sea en eventos y

dungeons. La diferencia principal radica en que los *dungeons* del principio no dan objetos de valor y son de tres jugadores, mientras que los *dungeons* a partir del nivel 70 son de cinco personajes divididos por especialidad. Estas especialidades o roles se dividen en tres un *TANK* cuya función es llamar la atención de los enemigos y aún a costa de recibir el daño por parte de éstos; el segundo es el *DC*, cuya función es curar y potenciar los poderes, tanto suyos como del grupo, y por último están los *DPS* cuya función es hacer daño y eliminar a los enemigos. *Neverwinter* propone un balance para tener éxito en los *dungeons* que consta de un *TANK*, un *DC* y tres *DPS*, aunque existe la posibilidad (y es la más usada), de que los jugadores se organicen en función de sus personajes y creen su propio grupo para potenciar sus ventajas y disminuir sus debilidades, por lo que existen diversas estructuras de grupos.

En este punto el jugador se ve obligado a modificar su PJ, mientras que, desde la creación del personaje, la progresión a nivel 70 involucra libertad de creación. En este punto esto se transforma a la creación de arquetipos, estos arquetipos son creados por jugadores veteranos que por su tiempo en *Neverwinter* y su conocimiento formulan los que se denominan *BUILDS*, que los entendemos como arquetipos, estos se componen mediante la construcción de un PJ enfocado y pulido en todos los aspectos disponibles, exceptuando estéticos; un ejemplo es que para el PJ *TANK* se construye a grandes rasgos mediante el potenciamiento de STATS *power* y HP, a su vez la sinergia que realizan los *encounter* (poderes animados del PJ), por ende, el equipamiento gira en torno a incrementar valores numéricos en esas categorías, a esto sumamos los encantamientos en casi todas

las ranuras de equipamiento, después la inversión en el compañero que resulta muy útil para potenciar STATS, le continúan las monturas y las insignias para monturas y el iniciar en las campañas post nivel 70 para adquirir *boons* (mejoras para el PJ) que potencian STATS y forman nuevas sinergias.

Como se señaló, en el caso del *TANK* se espera que todo lo anterior gire en torno a adquirir power y HP para así formar una BUILD capaz de jugar el “*end content*”, que son los *dungeons* más difíciles y exigentes que ofrece *Neverwinter* y continuar el incremento del GS. No existe un orden establecido. El jugador puede optar por conseguir cualquier parte en el momento que desee; lo habitual es que se consigan estos objetivos a ritmo lento y en conjunto.

En esta etapa se observa que muchos jugadores abandonan *Neverwinter* por diversas razones, entre las principales destaca la falta de deseo por realizar todas esas actividades, ya que supone una importante inversión de tiempo y dinero. Un jugador tarda en adquirir lo anterior en dos años, con un mínimo de 30 horas semanales de juego, sin contar los aportes a la *guild* y objetivos personales.

Aquí los jugadores más rígidos, los que no desean seguir un arquetipo, se enfrentan a otro tipo de segregación que consta de rechazo por la incapacidad de desempeñar el rol que la comunidad de *Neverwinter* destina a la diversidad de PJS. Igual que en una comunidad y retomando el ejemplo anterior, si un *TANK* no es capaz de desempeñar su rol en el denominado *end content*, que consta de llamar la atención de los enemigos y recibir el daño por parte de éstos, el fracaso del equipo es ineludible, por consiguiente, la capacidad de resiliencia por parte de los

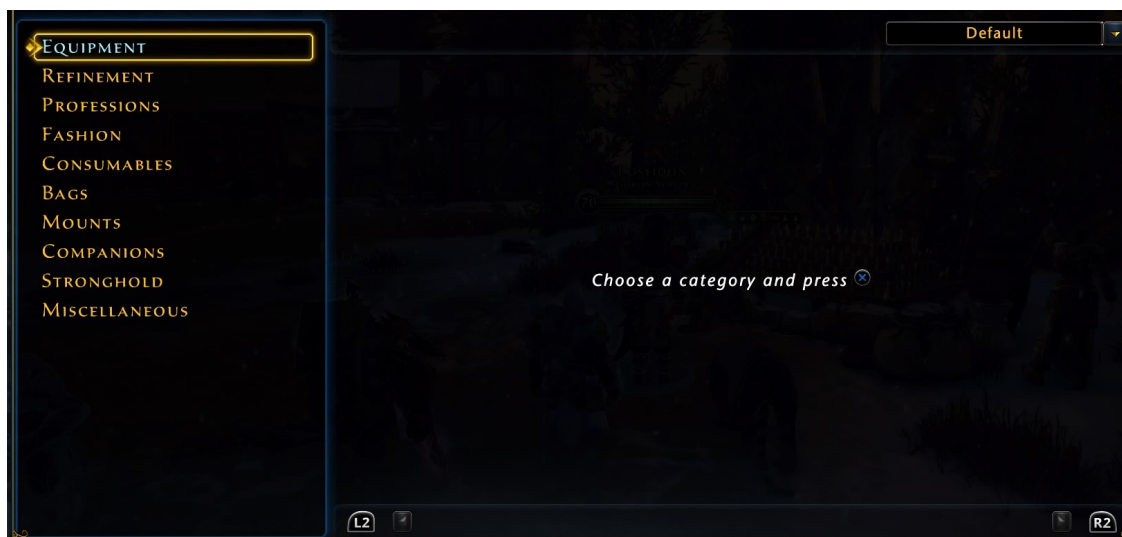
jugadores para modificar sus PJS a *BUILDS* es determinante para la funcionalidad del grupo.

6.4.1 Objetos deseados y compras

Al ser las *BUILDS* el tema principal de los jugadores, los objetos comerciables tienen un valor alto en comparación con el grueso de los objetos. Profundizando en el tema, con los objetos que el PJ puede equiparse en ocasiones pueden ser comerciables. No existe una regla pública de cuales objetos pueden ser comerciables y cuáles no; esta decisión pertenece a los creadores de *Neverwinter*, pero el jugador puede distinguir por una frase en el objeto si es comerciable o no. En su mayoría, los objetos pueden ser comerciados, pero los objetos que el jugador obtiene mediante *dungeons* y campañas suelen ser no comerciables y solamente usables por el PJ con el que se obtuvo, entre las predominantes se encuentran las armaduras. Otros objetos que obtiene el jugador mediante estas *dungeons* son monturas, encantamientos, piedras de refinamiento, etc., cuya condición para ser comerciables es que el PJ nunca se lo equipe, es decir, que no lo use), de lo contrario no será comercializable (Figura 14).



Para facilitar el comercio entre jugadores, *Neverwinter* posee una pequeña plataforma dentro del videojuego donde el usuario puede entrar a buscar lo que desea (figura 15). Como se señaló, entre los jugadores que están construyendo las *BUILDS* o arquetipos de roles para sus *PJS*, existe poca variedad de objetos que cumplan con los altos estándares de las *BUILDS*, lo que se suma a las limitaciones de comercio, esto, como en un mercado regulado por oferta y demanda, resulta en un encarecimiento de los objetos más deseados.



Para entender los objetos más deseados los podemos dividir en dos grupos: el primero suele componerse de objetos útiles para todos los *PJS* y el segundo grupo como objetos específicos para cada rol representado por el *PJ*.

El primer grupo suelen ser los objetos de precio más altos y mantienen un ritmo lento de crecimiento en su precio, los segundos, como están determinados por el momento, tienen mucha más variación. Otra vez, como en un mercado de bienes y servicios, éstos objetos virtuales se ven influenciados en su precio, hay inflación y deflación, según el *most efficient tactic available (meta)*, que es un

término que se usa en los videojuegos a partir de las actualizaciones, las cuales suponen cambios en la realidad del propio videojuego, por ejemplo, en lo que respecta al balance de los PJS y roles, esto con la finalidad de emparejar las condiciones de los PJS. Se considera *meta* a los cambios favorables para algún rol de PJ y que incitan a los jugadores a modificar la BUILD de su personaje, con tal de sacar provecho a estos nuevos cambios y el personaje pasa a ser *meta*, lo que, a su vez supone ser el personaje o rol más eficiente para la actualización en curso.

Con esto, el precio de sus objetos sube exponencialmente, mientras que los precios de los objetos que el PJ usaba se desploman en la plataforma de comercio dentro del juego. Como las actualizaciones se anuncian con meses de anticipación, las especulaciones y apuestas van modificando los precios en los objetos, muchos de los cuales, desde antes, ya que muchos jugadores buscan beneficiarse de estos cambios. La codicia y la rapiña funcionan en este ámbito virtual tal como sucede en la economía de mercado.

Por otra parte, existen objetos que no son adquiribles mediante los métodos de comercio principales que propone *Neverwinter* y suelen ser los de mayor precio. Un ejemplo de ellos son las monturas legendarias (figura 16), que solo pueden ser adquiridas mediante la apertura de *lockboxes*, las cuales solo pueden ser abiertas por llaves que se compran en dólares (reales, no virtuales). Aproximadamente existe un 0.01% de probabilidad de obtener la montura legendaria si no se paga por ella. Existen anécdotas no verificables de jugadores que han invertido miles de dólares en adquirir estas monturas, algunos jugadores lo han conseguido, pero otros no, estas anécdotas pueden ser creíbles si

consideramos la baja probabilidad. Pero aún aquí, en esta comunidad virtual, el comportamiento es muy parecido al de la realidad. Se está dispuesto a pagar por algo que sólo tiene valor de símbolo y que sólo es valorado como tal dentro del colectivo. Decir esto para alguien ajeno al juego puede sonar como un disparate, pero tiene un fundamento que se basa en lo único, lo auténtico, lo raro y lo que distingue a un sujeto del resto de los miembros de esa comunidad virtual.

| Name | Seller | Expires In | High Bid | Buyout |
|-------------------------------|----------------|------------|---------------------------|------------|
| Arcane Whirlwind | @jareerhamd | 4d 16h 31m | --- | 10,200,000 |
| Arcane Whirlwind | @Tiga2111 | 3d 13h 37m | 9,346,517 Starting Bid | 10,330,360 |
| Legendary Adolescent Deepcrow | @MATOSONABAL A | 3d 5h 41m | --- | 10,999,777 |
| Legendary Adolescent Deepcrow | @MATOSONABAL A | 3d 5h 42m | --- | 10,999,777 |
| Black Ice Warhorse | @Mysterium1985 | 1d 22h 27m | --- | 11,888,888 |
| Beholder Personal Tank | @Ahukepilo | 3d 9h 26m | --- | 11,999,000 |

Showing 43 - 48 of 59 items

6.4.2 Neverwinter y su economía

Considerando que la mayoría de los *MMORPG* son gratuitos y sus actualizaciones también, surge la pregunta ¿cómo la empresa obtiene ganancias?

Para responder esta pregunta, es necesario develar la derrama económica de un *MMORPG*, en este caso *Neverwinter*. Recordemos el concepto descrito en

el marco teórico “*Freemium*”. Esta palabra hace referencia en videojuegos a la apariencia de ser gratis, pero que al final, el juego resulta ser muy caro, inclusive superar, por mucho, el gasto que conllevan los videojuegos tradicionales que se compran para usar en las consolas o en las PC.

Dicho lo anterior, en el menú principal de *Neverwinter*, la primera opción es el apartado de *store*. En este apartado encontramos la opción *zen market*, donde los jugadores pueden comprar con dólares americanos objetos de todo tipo, entre los cuales destacan las *campaigne completion*, que sirven para adquirir los beneficios de terminar campañas sin jugarlas. Este servicio puede entenderse como subir *Gs* y obtener los beneficios de los *boons* al instante, pagando por ellos sin tener que pasar por un año de varias horas de juego diario. Este servicio es ideal para aquellos jugadores que deseen prestigio rápido en esta comunidad virtual. Se paga por él, no se gana a través del “esfuerzo” (las horas y días de juego invertidos en cubrir etapas).

El siguiente apartado dentro del menú incluye una casa de cambio que funciona entre los jugadores mediante la compra de *astral diamonds “AD”* (la divisa predominante de *Neverwinter*), pagados a su vez con *Zen*, que es la divisa que se obtiene a cambio de dólares americanos en la *ps store* (el servicio de *Sony Play Station* para comprar de manera digital a través de diversos medios de pago como lo son las tarjetas bancarias).

Cabe señalar que la casa de cambio ofrece los dos tipos de cambio, ya sea de *zen* a dólares y de *AD*, y viceversa. El tipo de cambio, como en cualquier

mercado de divisas, fluctúa según la oferta y demanda, pero no existe posibilidad de transformar *Zen* a dólares. Es fácil entender por qué nadie, ni aún con grandes logros, puede recuperar su dinero (digamos, real).

Existen más de ochenta divisas en *Neverwinter* que sirven para comprar objetos determinados en cientos de tiendas específicas (Figura 18). Una de las claves de los jugadores veteranos es poder transformar estas divisas en *AD* mediante el comercio de los objetos, que a su vez pueden adquirir mediante esta variedad de divisas, fomentando así en *Neverwinter* una economía fuerte donde cualquier jugador tiene diferentes opciones para comprar. La mayoría de los jugadores desconoce estos sistemas y se guían por el precio en *AD*, ya que es la única divisa con la que se puede comerciar en la plataforma de *Neverwinter*, de ahí que los precios sean muy elevados.

| | |
|-----------------------------|-----------|
| Money: | 229 50 27 |
| ZEN: | 1 |
| Glory: | 5,551 |
| Guild Marks: | 967 |
| Costume Change Tokens: | 2 |
| Companion Upgrade Tokens: | 1 |
| Astral Diamonds: | 1,121,842 |
| Rough Astral Diamonds: | 0 |
| Refinement Points: | 66,682 |
| Ardent Coin: | 42 |
| Celestial Coin: | 5/14 |
| Black Ice: | 1,600 |
| Raw Black Ice: | 26,492 |
| Tarmalune Trade Bars: | 3 |
| Bait | |
| Krill | 538 |
| Glowworm | 15 |
| Leatherjacket | 18 |
| Seals | |
| Seal of the Adventurer | 600 |
| Seal of the Crown | 150 |
| Seal of the Unicorn | 5 |
| Seal of the Protector | 2 |
| Seal of the Brave | 185 |
| Fang of the Dragonflight | 50 |
| Campaign Currencies | |
| Acorns | 145 |
| Wooden Token | 3,175 |
| Evidence of Evil | 11 |
| Secrets of the Many-Starred | 386 |
| Abandoned Treasures | 608 |
| Forgotten Totems | 41 |
| Chult Patrol Commendation | 1 |

| | | | |
|------------------------------|-----|------------------------------|----------|
| Seal of the Dark Fey | 232 | Chultan Riches | 20,040 |
| Shard of Dragon Forged Steel | 1 | Alliance Supplies | 360 |
| Linu's Favor | 5 | Lost Idols | 9 |
| Dragon Hoard Coins | 432 | Omuan Treasures | 505 |
| Demonic Ichor | 824 | Omens | 1 |
| Faerzress | 216 | Barovian Coins | 315 |
| PvP Currencies | | Ten-Towns Supplies | 920 |
| Grym Coin | 4 | Secrets of Ostoria | 4 |
| Banner of the Fallen | 12 | Runic Pieces | 5 |
| Event Currencies | | Voninblod | 1,715 |
| Medallion of Battle | 62 | Vanguard Scrip | 30 |
| Coin of Waukeen | 1 | Tales of Adventure | 1 |
| Omin's IOU | 2 | Gold Crescent | 15 |
| | | Seal of the Dark Fey | 232 |
| | | Shard of Dragon Forged Steel | 1 |
| | | Linu's Favor | 5 |
| | | Dragon Hoard Coins | 432 |
| | | Demonic Ichor | 824 |
| | | Faerzress | 216 |

| OTHER CURRENCIES | | | | | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 31 | 127 | 138 | 47 | 68 | 153 |
| 39 | 202 | 130 | 97 | 133 | 303 |
| 103 | 84 | 701 | 386 | 385 | 62 |

Retomando la intención del jugador por subir el GS, una de las maneras más comunes para lograrlo es comprar los objetos en el mercado. Ahora bien, para obtener *AD*, *Neverwinter* ofrece diferentes posibilidades, entre las principales destacan el jugar *dungeons* diarios que ofrecen, al completarlas, un pago en *AD*. Estos *dungeons* están clasificados por dificultad y para los jugadores principiantes e intermedios resultan bastante complicadas. A su vez, para desbloquear las de mayor remuneración se requiere completar las campañas post nivel 70, en promedio, un jugador requiere entre ocho meses y un año y medio para desbloquear las campañas, pero recordemos que existen la opción de pagar la *campaign completion* lo cual desbloquea instantáneamente este requisito. La mayoría de jugadores veteranos optan por la segunda opción.

Un ejemplo de cómo puede cambiar la realidad en *Neverwinter* mediante una actualización, fue la que sucedió en el módulo 14, el día 28 de agosto de 2018. Anterior a esta fecha, el límite diario de obtener *AD* era de 36,000, posterior

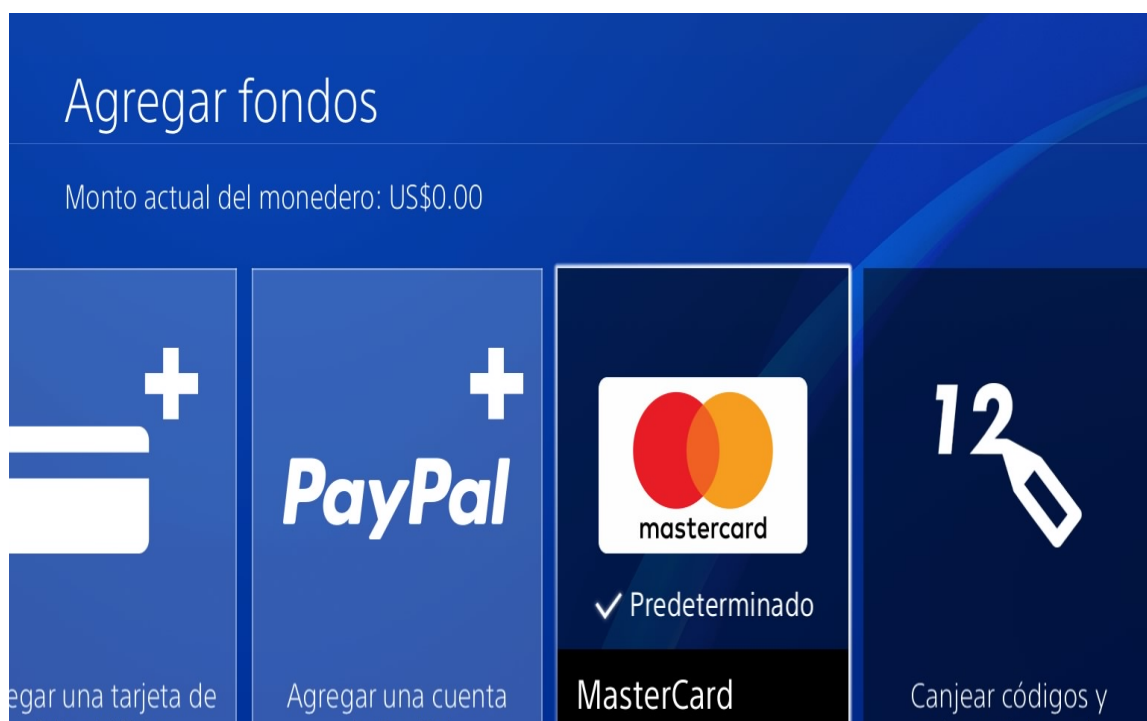
a esta fecha el límite se incrementó a 100,000 por día; casi tres veces más. Esto derivó en un proceso inflacionario con su consecuente aumento de precios, pese a que la mayoría de jugadores no conseguía el límite diario anterior. Lo que realmente sucedió fue que el límite favoreció a los jugadores veteranos incrementando la brecha entre ellos y los jugadores principiantes e intermedios.

Ahondando en los límites para obtener divisas en *Neverwinter*, podemos categorizarlas en dos grupos: la primera consta de límites diarios, como el ejemplo anterior, donde solo son posibles recompensas limitadas por día; y la segunda categoría, la que podemos entender en función de límites semanales donde el jugador dispone de siete días para cumplir con los objetivos.

En los primeros límites, los del día a día, el usuario puede lograrlos en promedio con cuatro horas de juego; mientras que los límites semanales pueden tardar entre 40 y 60 horas totales. Si sumamos el promedio de siete días para realizar las actividades propuestas por *Neverwinter*, encontramos un promedio mínimo diario de juego de nueve horas, esto suponiendo que todos los objetivos son realizados sin error o pérdida de tiempo, cosa que no sucede habitualmente. Si además sumamos las aportaciones a la *guild* (que en promedio es de una hora por día), además está el tiempo destinado a las ayudas a otros jugadores o los intereses personales de cada jugador, así como la participación en los eventos temporales.

Para no pasarse la vida jugando, aquí reside la importancia de que los jugadores se apoyen con la compra de objetos y bonificaciones mediante dólares con la sola intención de ahorrar tiempo y esfuerzo.

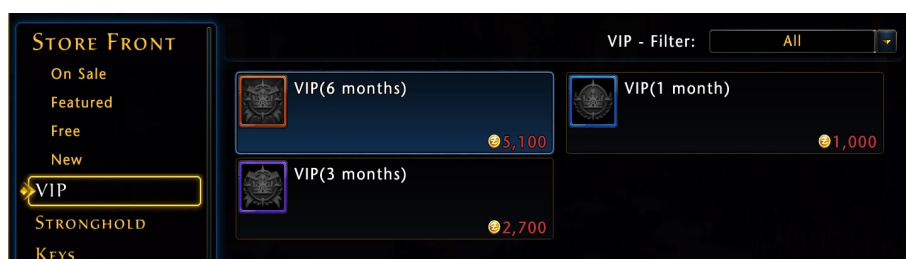
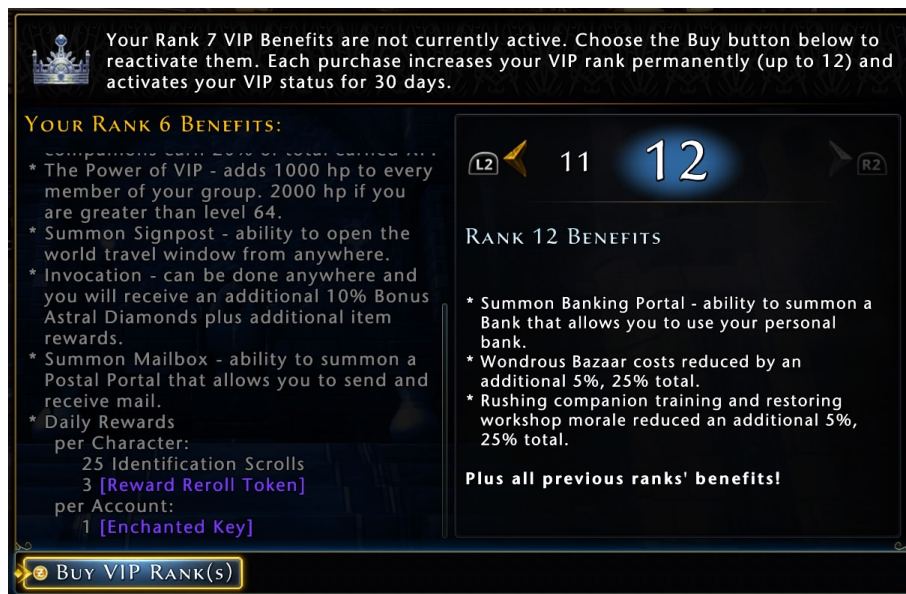
Otro servicio que ofrece *Neverwinter* es la compra, también en dólares, del paquete *Vip* (figura 19). Dicho paquete consta de una serie de beneficios entre los cuales destacan una llave diaria para que el jugador entre a *Neverwinter* y pueda abrir las *lockboxes*; también obtiene beneficios de descuentos en las tiendas de *Neverwinter*, mayor velocidad de juego para subir de nivel, habilidades extra para el PJ y “regalos” que pueden tener un valor en *AD*, ya se para comerciar o para comprar.





Este sistema *Vip* es una especie de suscripción, en la cual el jugador puede elegir la duración de su “estado *Vip*”. Los paquetes duran como mínimo un mes y puede alcanzar hasta un año, como se observa en la figura 20 y 21, en donde se muestra el precio del *Vip* y el costo en dólares para adquirir *Zen*.

Todo jugador puede adquirir estos paquetes sin restricción alguna. Cabe señalar que *Neverwinter* ofrece diversas promociones durante el año, algunas asociadas a fechas festivas como navidad, año nuevo, año nuevo chino, la celebración de San Valentín, etc., además de las fechas como *black friday* y el *E3*, ésta última, la convención más grande de videojuegos al año, etc.



A continuación, se presenta una tabla cuyo objetivo es exponer una idea general del gasto en tiempo si un jugador decidiese no gastar un solo dólar y una comparativa si todo lo hiciese con dólares. Pese a que ninguno de los casos es el predominante, ya que la mayoría de los jugadores equilibra estos dos aspectos, se busca dimensionar los ejes principales de la economía de un *MMORPG* donde el tiempo y dinero son componentes esenciales.

Como se señaló, los precios son cambiantes, pero fueron tomados conforme a la *BUILD* de un *meta*, por lo que, aunque existan cambios diarios o por hora en los precios, la concepción del alto precio de los objetos se mantendrá.

Para no extender la tabla se unieron apartados, para el caso de encantamientos, que son aproximadamente treinta, simplemente se sumaron. En el caso de las armaduras, se sumó el tiempo en horas como si al mismo tiempo se dedicase a obtenerlas, cosa que no es posible pero que muestra un indicador de tiempo. El valor final de la tabla es la sumatoria de cuánto tiempo tarda en promedio un jugador para conseguir los objetos y en el otro total, los dólares que se requieren para adquirir la BUILD *meta* sin invertir horas de juego.

Como punto de unión entre tiempo-dólares se utiliza la divisa *AD* del mercado dentro del juego y se realiza una regla de tres mediante los valores de tipo de cambio siendo un dólar equivalente a 100 *zen*. 100 *zen* es equivalente a 74200 *AD* y para obtener el valor por días, se usa el límite diario de adquisición de *AD* que es 100,000.

| Objetos | Costo en <i>AD</i> | Días necesarios de acuerdo al límite diario de <i>AD</i> que es 100,000 | Costo en Dólares |
|-----------------------|--------------------|---|------------------|
| 15 piezas de armadura | 10,903,195 | 109 | 147 |
| 4 artefactos | 4,782,000 | 48 | 64 |
| 12 campañas | 15,646,000 | 157 | 211 |
| 29 encantamientos | 51,800,000 | 518 | 698 |

| | | | |
|--------------|-------------|-------|-------|
| 5 compañeros | 9,360,000 | 94 | 126 |
| 5 monturas | 64,700,000 | 647 | 872 |
| 15 insignias | 4,124,235 | 42 | 56 |
| Totales | 161,315,430 | 1,615 | 2,174 |

Como se observa en la tabla, la inversión ya sea de horas de juego o de dólares es muy alta, considerando que se trata de una actividad de entretenimiento y de clase media. Más aún si tomamos en cuenta el tipo de cambio para países donde el dólar es una divisa cara, como en el caso de México. En tiempo, la inversión también es enorme: los 1,615 días resultan demasiado para cualquier persona, son casi cuatro años y medio.

Como se señaló, es difícil que los jugadores inviertan sus recursos, ya sea tiempo o dinero, de una sola manera, por lo que casi cualquier jugadora busca un balance entre una suscripción *Vip* más las compras en dólares.

Dentro de *Neverwinter*, la realidad predominante para los jugadores es la adquisición de los 100,000 *AD* por día y reparten las otras horas de juego en completar las campañas, aportar a las *guilds* y sus propias actividades. Pese a que *Neverwinter* lleva tres años de existencia en la plataforma *PS4 (Play Station 4)*, muy pocos jugadores han logrado conseguir todos los objetos mencionados en

la tabla, ya que ni se completan los cuatro años y medio que se deben invertir en tiempo, ni la cantidad de dinero necesario para terminar rápido el videojuego.

El costo de un videojuego tradicional de consola, como el famoso *Mario Bros*, suele ser de 59 dólares, en promedio. Los *MMORPG* suelen tener un público mucho más reducido, pero su modelo “*Freemium*” resulta en grandes gastos para los jugadores (o ganancias para la empresa), lo que muestra el mercado millonario que son este tipo de videojuegos en línea.

Si pensáramos que una décima parte de los 16 millones de jugadores que presume *Neverwinter* tener registro, hayan gastado solamente diez dólares, sumaría un total de 16,000,000 de dólares lo que *Neverwinter* habría recibido en un lapso de cinco años (pero seguramente ha sido mucho más, aunque los datos exactos no están disponibles).

6.5 Tercera etapa: Juego Post GS

Se considera a un jugador veterano cuando, por una parte, tiene conocimiento de todo lo hasta aquí descrito y sabe utilizarlo, y por otra, su *GS* y *BUILD* tienen lo suficiente para poder realizar cualquier actividad dentro del juego sin problema alguno. Para los jugadores, un *GS* de 16,000 o más, representa un respaldo de prestigio muy alto, pues son usuarios que suelen haber logrado la mayor parte de los objetos deseados, pertenecen a una *guild* de nivel máximo, tienen ingresos de *AD* seguros, tienen amistades consolidadas y objetivos más específicos en la búsqueda de obtener las partes que faltan para su *BUILD*.

Retomando las *guilds*, en el apartado anterior se describió cómo funcionan las de los principiantes y las de los aspirantes, pero las *guilds* veteranas tienen una conformación muy diferente. A diferencia de las anteriores, las *guild* veteranas tienen un alto prestigio, los jugadores suelen memorizarse o hablar de ellas por su impacto en el juego, es común que muchos jugadores de estas *guild* suban videos o posean *blogs*, donde discutan sobre el juego, también son los creadores de las *meta* y esto es importante, ya que moldean el mercado y los intereses de jugadores principiantes y aspirantes.

A diferencia de las otras *guild*, las veteranas no suelen reclutar jugadores nuevos, por el contrario, los jugadores se postulan mediante el cumplimiento de requerimientos como el poseer un *GS* alto y una *BUILD* suficiente para acceder a todo el contenido del juego. A manera de metáfora se puede concebir como entrar a alguna comunidad real revestida de mucho prestigio y con alto valor simbólico, como puede ser una universidad con reconocimiento o una empresa de renombre. Ya sea en la vida real o en la construcción de estas comunidades virtuales existen muchos filtros y requerimientos a cumplir.

Los líderes de estas *guild* de prestigio, se puede constatar, tienen una personalidad fuerte y dominante; suelen ser muy activos, es decir, juegan en promedio más de diez horas diarias, velan por los intereses de la *guild* y acumulan riqueza para compartir. En este punto el uso del chat de la propia plataforma del juego se orienta a la funcionalidad y a objetivos preciosos, como el de formar grupos. Al conformarse esta comunidad virtual se alimenta la confianza entre los

miembros y desde el líder se insiste en que cada miembro es capaz de realizar su rol de manera adecuada.

A diferencia de las otras *guild* (las principiantes y aspirantes) en las que se suelen platicar cosas personales y de entretenimiento, las *guild* veteranas esto no sucede; se considera invasivo. Si un jugador desea hablar con otro sobre cuestiones personales o ajenas al juego, lo deberá hacer en un chat privado. Estas *guild* de veteranos suelen tener su propio mercado de trueque y ventas, con precios favorables, ya que existe la idea de que, si se apoyan a otros miembros de la comunidad virtual, todos saldrán beneficiados.

Las críticas y regaños dentro del chat del juego, específicamente para aquellos que inflijan estas duras reglas de la comunidad virtual es poco común, pero no se hacen esperar. Al igual cuando un jugador falla en su rol o cuando se realizan grupos para *dungeons*. En jugadores con de *PJ* con *GS* medio, no suele haber molestias ni enojos, pero el grupo puede expulsar al jugador del *dungeon* por su bajo rendimiento; en cambio, en las *guilds* veteranas, las consecuencias repercuten mucho más, ya que pasará tiempo para que un jugador que haya fracasado pueda tener el mismo trato que recibía antes de su falla.

En este punto los jugadores veteranos suelen enfocarse en subir su *GS* a manera de mayor prestigio. Al momento de esta investigación, los *GS* máximos rondaban los 19,000 *AD*, pero los que han alcanzado este punto son un pequeño porcentaje, mínimo de hecho, de la totalidad de jugadores.

Al llegar a los límites del GS puestos por *Neverwinter*, a los veteranos más diestros se les puede observar compitiendo en los modos *PVP* (jugador contra jugador) que es un modo de juego donde se compite por vencer al equipo rival. Es cierto que existen muchos videojuegos que su principal modo de juego es este, pero en *Neverwinter* es complementario y no muy popular, ya que los jugadores que no cuenten con las *BUILD* adecuadas o con suficiente pericia para el combate, suelen frustrarse por no ganar. Un novato o alguien que comienza no puede enfrentar a un jugador de clase élite; resulta imposible. De hecho, incluso la mayor parte de los usuarios veteranos evita este modo de juego, pero los jugadores de élite que participan en este modo suelen ser identificados y hasta venerados por la comunidad de *Neverwinter*.

Este punto es de suma relevancia para la comunidad, ya que el mayor anhelo por parte de los jugadores es llegar a este status de jugador. Como se señaló, los jugadores veteranos suelen consensuar los *meta*, pero los jugadores élite son el *meta*. Las *BUILD* están hechas con base en estos jugadores mediante la diferencia, ya que los jugadores veteranos suelen tener casi los mismos objetos, pero en las partes más detalladas y minuciosas, así como en las habilidades mentales y físicas del jugador radica la diferencia entre ser un *meta* y un jugador veterano.

CAPÍTULO 7

Discusión

Este apartado pretende examinar los resultados obtenidos mediante un análisis hermenéutico, el cual consiste en realizar una interpretación de los símbolos del juego, a saber, el *PJ*, el equipamiento, las *guilds*, los *metas* y los objetos deseados.

Comenzando con la creación del *PJ*, que en el ciberespacio es denominado avatar, esta noción la podemos entender con esta cita:

[...] a partir de los trabajos realizados por Neal Stephenson quien la usó en 1992 para referirse a la representación visual de un humano en el ciberespacio. *Avatar* es una palabra india que se utiliza cuando se quiere indicar la representación corporal de un ser inmortal, entendiendo que dicho ser se encuentra en “otro mundo” que tiene existencia paralela al nuestro. En el contexto digital, el término se asocia a la representación gráfica de un sujeto en el escenario virtual. Dependiendo del nivel de desarrollo tecnológico, esta imagen puede variar desde un simple ícono (en las primeras versiones de chats se encontraban imágenes prediseñadas), hasta modelos de dos o tres dimensiones de cuerpo entero y con movimiento. La complejidad para la construcción del *avatar* depende del tipo de plataforma y de los recursos a los que el usuario tenga acceso (en García y Gómez, 2014: 266).

Utilizando la clase media como grupo identitario, y a diferencia de las plataformas masivas como *Facebook* o *Twitter*, donde el concepto de avatar es representado por fotos o imágenes prediseñadas, en los *MMORPG* tienen una mayor aproximación a la personalización, ya que el conocimiento de los usuarios para la manipulación de las TIC y la apropiación a estos entornos virtuales varía dependiendo de la clase social.

En la investigación realizada por Benítez Larghi, Moguillansky, Lemus y

Welschinger, se señala que, en el año 2013, en Argentina, el 61% de los encuestados de clase media y alta contaban con una antigüedad de más de cinco años con acceso a internet, mientras que sólo un 6% en la clase popular. Es un dato que va en el sentido de que la clase media y alta hay una mayor apropiación de las TIC. Otra prueba de ello es que en el uso de las TIC en la clase media y alta predomina el entretenimiento, con un 83% de cobertura, superando a otras actividades como la comunicación, el estudio y el trabajo. Para las clases populares, sólo un 52% las usa con fines de entretenimiento (*idem*).

Es importante señalar que videojuegos como *Neverwinter* permiten a algunos usuarios cubrir sus necesidades de comunicación y entretenimiento. En *Neverwinter* existen muchas más opciones que pueden desarrollar en tanto de juego como de comunicación, a diferencia de las plataformas masivas como *Facebook* y *Twitter* que poseen una interfaz de uso mucho más sencilla.

Como se señaló en el marco teórico, los primeros videojuegos nacieron en laboratorios de universidades en la década de 1940 y 1950, llevan más de 50 años de evolución tecnológica y son parte fundamental de las TIC. Un ejemplo a modo de diferencia, es el uso del chat. En el ámbito de los videojuegos ya se utilizaba desde finales de la década de los 1980 en plataformas como *IRC* o *Bitnet*, a diferencia del gigante *MSN Messenger*, que tuvo su lanzamiento en el año 1999. Casi dos décadas después la mayor parte de la clase media se inició en el uso del chat, cuando los *gamers* ya llevaban muchos años de utilización.

En la investigación realizada por (Rodríguez y Sandoval, 2017) sobre la

estratificación digital se concluyen los siguiente:

Si bien la tenencia y acceso a PC e internet han aumentado significativamente en la última década, el factor socioeconómico sigue siendo determinante en la constitución de la brecha digital, que no se expresa únicamente por las posibilidades de acceso a las TIC, sino también en los diferenciados niveles de uso, conocimiento y aprovechamiento de las oportunidades que éstas ofrecen en los ámbitos de la comunicación, el entretenimiento, la información y el consumo (p.p.33).

Como se mencionó en el marco teórico, la clase media no solo es una clase social, es un grupo identitario. Buena parte de su definición está dada por la idea de adscripción o pertenencia a una comunidad (de ocio, consumo, recreo, acceso a telecomunicaciones y otros bienes culturales: López Santillán, comunicación personal). Es un grupo con marcada identidad propia.

Actualmente la construcción de su identidad está íntimamente ligada al consumo. Las investigaciones antes señaladas y la expuesta en esta tesis, ejemplifican las dinámicas entre las TIC y los consumidores, siendo la clase media el principal grupo que utiliza las TIC como entretenimiento. Mediante la interacción, convivencia y objetivos compartidos, los video jugadores construyen una parte de su identidad dentro de los *MMORPG*. Entre las principales manifestaciones se encuentra la creación de lenguaje exclusivo para videojuegos, los eventos internacionales, los mercados alternos de accesorios para videojuegos, el uso de otras plataformas, etc. Todas estas manifestaciones culturales son puestas en escena mediante el consumo y estamos refiriéndonos a un consumo predominantemente clasemediero.

Dicho lo anterior se puede interpretar la economía en los *MMORPG* como consumo y trabajo, entendiendo el consumo en un doble significado: por una parte, en su acepción más clásica, pues aquí los usuarios de los *MMORPG* consumen el videojuego, desde la elección del artefacto (ya sea *PC*, *Xbox*, *PS4*) o qué tipo de videojuego, en qué pantalla, con que accesorios (micrófonos, audífonos, etc). Y la segunda: una economía de producción de sus propios recursos que están fuera de la monetización y solo adquieren valor en el videojuego y están sujetas a reglas específicas.

Los videojugadores, consumen lo creado en un espacio virtual, mediante las formas en que se comercia, adquiere e intercambia. Y en un sentido más profundo, como señala Bauman (2007), el consumismo es la actividad que ha desplazado al trabajo como la estructura principal en la conformación de la sociedad; ésta se logra mediante la alienación de los deseos y anhelos de los individuos en la sociedad donde la entredicha soberanía y libertad de las personas se ve opacada por la *fetichización subjetiva*, donde los individuos son incapaces al detenerse en la elección que ofrece el mercado.

Esta alienación se observa en las comunidades virtuales de *MMORPG* con el mencionado concepto de *meta* donde cada vez que exista una actualización que modifique el videojuego, modificará la subjetividad del entorno virtual, mediante la configuración de nuevas necesidades y objetivos a cumplir por parte de los videojugadores, a través de nuevos objetos por consumir y nuevas formas de mostrarse ante el otro.

A su vez, estos cambios transforman los anteriores objetos virtuales a un nulo valor y, por consiguiente, un bajo precio, ya que pasan a ser objetos desechables. Esta dinámica permanecerá creando una subjetividad colectiva que aliene a los videojugadores a modo de consumo. Por consiguiente, la cesión del deseo por parte de los videojugadores al entorno que proponen los *MMORPG*, ofrece un gran número de elecciones y consumo a seguir, cumpliendo así el ocio, disfrute y consumo que los videojugadores buscan. Esto lo podemos ver en la descripción mencionada por Lara Pulido y Colín (2007: 212) escribe:

La felicidad no está determinada por la gratificación de los deseos ni por la apropiación y el control que aseguren confort, sino más bien por un aumento permanente en el volumen y la intensidad de los deseos, lo que a su vez produce una fila cada vez más interminable de productos creados para el desecho y la sustitución.

El trabajo de Parsons en su teoría de la acción, la define como los individuos entusiasmados en busca de objetivos relacionados con su medio ambiente, considera que interviene la acción, y para lograr sus objetivos los individuos deben gozar de medios para después vencer las dificultades con la intención de lograr sus objetivos (Parsons en Bencomo, 2008). Trasladando el concepto a los *MMORPG*, en el trabajo o la acción que se realiza para alcanzar los objetivos planteados por los videojugadores cabe la noción de la producción de bienes con fin de comerciar o utilizar.

Si bien el trabajo no es concebido dentro del ocio o entretenimiento si utilizamos la noción de mercancía marxista. Se observa que la captación económica para el sostenimiento por parte de los *MMORPG* puede dividirse en tres niveles; la primera consiste en la compra del videojuego como objeto a

consumir (en caso de no ser gratuito) o de suscripción, en este nivel participan las instituciones, las leyes y las empresas, con la finalidad de ofrecer un producto terminado que cumpla con las normas establecidas.

La segunda consta del uso de capital económico (generalmente dólares) a modo de inversión para los avatares, como fue señalado en la parte de resultados, donde la inversión para mayor consumo y disfrute funciona como la principal fuente de ingreso por parte los *MMORPG*, en el caso de *Neverwinter* se observa este mecanismo en la casa de cambio y la compra de la divisa *zen*.

La tercera tiene una connotación sutil y podemos interpretarla como una relación tiempo-trabajo, a primera instancia pareciese que los videojugadores están en una actividad de ocio, pero al observar el trasfondo de sus actividades cotidianas en la plataforma de *Neverwinter*, resultan ser actividades de producción, si bien estas son virtuales, no son exentas de las nociones clásicas de producción de bienes, en donde esta actividad se ve reflejada en la progresión del avatar.

En el apartado de juego post *GS*, se señala que la dinámica principal en las *guild* con los jugadores de *Neverwinter* veteranos, es la conformación de grupos que maximicen la velocidad y eficacia para lograr sus objetivos, conformándose así como asociaciones de producción.

El carácter misterioso de la forma mercancía estriba, por tanto, pura y simplemente, en que proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo de éstos como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo, un don natural social de estos objetos y como si, por tanto, la relación social que media entre los productores y el trabajo colectivo de la

sociedad fuese una relación social establecida entre los mismos objetos, al margen de sus productores (Marx, s.f., p.p. 52).

Dicho lo anterior, la alienación consiste en utilizar el trabajo de progresión de los jugadores divididos en roles (*TANK, DC, DPS*) como constructo social dentro de la plataforma *Neverwinter*. Esta actividad de jugar construye los arquetipos deseados por nuevos jugadores que reproducen con la finalidad de adquirir el mismo o superior prestigio que los jugadores veteranos. Si un videojugador se negase a pagar un solo dólar, tendría que jugar muchas más horas que la mayoría, y estas horas de juego sirven a la plataforma *Neverwinter* como “usuarios activos” que promueven, a su vez, los arquetipos para nuevos usuarios

De nada serviría ofrecer una plataforma de interacción social donde no haya personas. Por ello, retomando el consumo, los jugadores a modo de trabajo se insertan en la subjetividad propuesta por *Neverwinter* y *MMORPG* olvidando así, la relación de producción de su corporalidad, mediante la apuesta al consumo como entretenimiento.

¿Trastorno de juego por internet?

Si bien el DSM-V (2013), a diferencia del DSM-IV, desplazó este trastorno al apartado de “otros problemas que pueden ser objeto de atención clínica”, en el DSM-V, se define como el uso persistente y recurrente de internet para participar en juegos, a menudo con otros jugadores, que provoca un deterioro o malestar clínicamente significativo tal y como indican cinco (o más) de los siguientes (en un periodo de 12 meses):

1. Preocupación con los juegos de internet. El individuo piensa en actividades de juego previas o anticipa jugar el próximo juego; internet se convierte en la actividad dominante de la vida diaria (este trastorno es diferente de las apuestas por internet, que se incluyen dentro del juego patológico).
2. Aparecen síntomas de abstinencia al quitarle los juegos por internet. Estos síntomas se describen típicamente como irritabilidad, ansiedad o tristeza, pero no hay signos físicos de abstinencia farmacológica.
3. Tolerancia: la necesidad de dedicar cada vez más tiempo a participar en juegos por internet.
4. Intentos infructuosos de controlar la participación en juegos por internet.
5. Pérdida del interés por aficiones y entretenimientos previos como resultado de, y con la excepción de los juegos por internet.
6. Se continua con el uso excesivo de los juegos por internet a pesar de saber los problemas psicosociales asociados.
7. Ha engañado a miembros de su familia, terapeutas, u otras personas en relación a la cantidad de tiempo que juega por internet.
8. Se hace uso de los juegos por internet para evadirse o aliviar un afecto negativo (p. Ej., sentimientos de indefensión, culpa, ansiedad).

9. Se ha puesto en peligro o perdido una relación significativa, trabajo u oportunidad educativa o laboral debido a su participación en juegos por internet (DSM-V, 2013).

El DSM-V indica que existe variación en el trastorno: puede ser leve, moderado y grave, dependiendo que tanto afecte en los puntos arriba señalados. En casos graves se jugarán más horas y se perderán relaciones personales y oportunidades laborales y escolares. También señalan que es el único trastorno no relacionado con sustancias que pudiese estar con los trastornos relacionados con sustancias y los trastornos adictivos (drogas, alcohol, etc.) por la similitud en los síntomas, como la abstinencia y tolerancia, de ahí que suele denominarse adicción (en los ámbitos no médicos), pese a que la única afección que cuenta con investigaciones considerables es la práctica compulsiva de juegos por internet.

Los tipos de personalidad son fundamentales al momento de realizar un diagnóstico. En el caso de los jugadores no se encuentra un tipo específico, algunos autores señalan el trastorno de déficit de atención con hiperactividad (TDAH), trastornos depresivos o el trastorno obsesivo compulsivo (TOC). Por tanto, la característica esencial del trastorno de juego por internet según el DSM-V es el uso recurrente y prolongado de juegos en internet, usualmente juegos en grupo y típicamente dedican ocho a diez horas diarias y al menos 30 horas a la semana.

Como señala el DSM-V, es un trastorno que requiere más estudios; de ahí que los síntomas tengan un carácter ambiguo a diferencia de los trastornos

consolidados (por ejemplo, el trastorno neurocognitivo debido a la enfermedad de Alzheimer, el cual tiene síntomas específicos). Pero en caso de los videojuegos, no existe un solo síntoma atribuible y específico al videojugador que pueda tener un impacto fisiológico. Los síntomas anteriormente descritos sugieren repercusiones sociales para los jugadores.

La inversión de tiempo y dinero propuestas por los *MMORPG*, en este caso *Neverwinter* son previas al trastorno. Los jugadores eligen si se insertan en el mundo virtual como si seleccionaran otra actividad como ocio, esta cuestión no es ignorada por los usuarios, suelen ser conscientes e incluso planificar el consumo en horas, semanas inclusive meses con anticipación, a fin de decidir la duración que piensan invertir para lograr sus objetivos, como se indicó, en cada etapa es común el abandono al jugar *MMORPG*, ya que, al ser conscientes los jugadores de cuánto tiempo y esfuerzo llevará realizar las actividades deciden si permanece o se van.

Es entendible que se asocie la tolerancia y la abstinencia en el contexto de altas horas de consumo de videojuegos si contemplamos la intensidad en tiempo y dedicación por parte de los jugadores. El acto de quitar o prohibir nunca ha sido sencillo de asimilar para ningún grupo, y en específico cuando se trata de placer. Como se señaló en el marco teórico, el placer no es ni bueno ni malo *per se* en un sentido moral, la prohibición supone conflicto. Criterios como los del DSM-V hacen suponer que la libertad de jugar o de experimentar placer es dañina para los sujetos y eso lo hace ver como trastorno y crea el estigma que se atribuye a un grupo específico, como podrían ser los videojugadores.

Cierto es que podemos comparar las muchas horas de uso y dificultad de abandono a la actividad en el caso de los denominados *workaholic* que tienen un parecido sintomático al de los videojugadores, pero el trabajo, al ser una actividad socialmente virtuosa, no genera el estigma pues en el trabajo, aunque se sacrifique vida personal y afectiva, se esperan grandes recompensas por la inversión de tiempo y esfuerzo. No así en el caso del uso continuo de videojuegos.

Como se señaló unas páginas atrás, las TIC en la clase media y alta suponen la mayor fuente de entretenimiento en los jóvenes; éstas se han incrementado en las últimas décadas debido al más fácil acceso y la popularización de las distintas plataformas de entretenimiento actuales.

Si bien hay autores que señalan arquetipos de cómo vivir o qué actividades realizar en pro de una conducta individual funcional dentro de la sociedad, esto no puede ser unívoco: existen muchas formas de vivir. La antropología describe decenas de tribus y pueblos que no comparten los ideales de progreso del capitalismo occidental, inclusive miembros de estas sociedades se formulan nuevas formas de vida.

Vale mencionar que en lo metodológico y en las técnicas de investigación, la etnografía virtual es un método reciente que ofrece el análisis de grupo en comunidades virtuales. La investigación realizada por Ruíz (2017), en el apartado de las entrevistas, evidencia que los miembros de estas comunidades virtuales, casi todos cuentan con estudios superiores e inclusive posgrado. Los usuarios y videojugadores también estudian y/o trabajan, aunque en algunos casos, el

consumo excesivo de videojuegos puede derivar en algún problema, como lo tratado en los criterios diagnósticos del DSM-V (2013). Es, sin embargo importante remarcar entre los videojugadores, a diferencia de los ludópatas, la ausencia de síntomas fisiológicos; entonces, la atribución irracional que conlleva a definir al videojugador de muchas horas como un adicto al juego por internet, o a tener un trastorno de juego por internet, es insuficiente. Da la impresión de que a los criterios diagnósticos les falta contenido para poder afirmar que existe un trastorno derivado del consumo de videojuegos, agregando que no existe un criterio que involucre un malestar fisiológico debido a esta práctica.

Conclusiones

Los *MMORPG* son un fenómeno que debe ser estudiado desde muchas ciencias: desde la informática hasta la psicología, pero el uso y hábito que se crean en estas plataformas también ofrecen campos de estudio para las ciencias sociales.

En esta investigación se trataron diversos temas que giran en torno a las altas horas de consumo de videojuegos; si bien esta investigación no se planteó con la finalidad de desprestigiar o controvertir la acción de la psicología y psiquiatría representadas por el DSM-V (2013), podemos concluir que pueda existir lo que para el autor Foucault en su libro *Vigilar y castigar*, es el objeto del castigo, pero en este caso, ya no es el cuerpo sino el alma, ya que se juzgan las pasiones e instintos, o el sentido lúdico como anomalías. Para Foucault los elementos del delito no son finalmente los elementos valorados, si no lo que

antecede a estos, las prácticas que no están permitidas en el discurso y no se permiten porque no son útiles al sistema de producción liberal.

En este caso, el DSM-V (2013) realiza una nueva política del cuerpo mediante la justificación científica, ya que no solo juzga las anomalías por parte de los jugadores sino lo que son y las actividades no realizadas como señalan algunos puntos de los síntomas de un trastorno a juegos por internet, como el caso de pérdida de oportunidades escolares y laborales, abandono de actividades debido al juego, entre otras.

Otro punto importante para destacar es el cambio en la sociedad y sus prácticas, si bien los resultados en esta investigación están formulados desde la cotidianidad del jugador, en un marco general, podemos entender esta actividad con el concepto de hiperrealidad que describe Jean Baudrillard en su libro *El crimen perfecto*. Él nos muestra una sociedad llevada por la simulación donde las personas se invisten a través de pantallas y espejos:

Ahora bien, la imagen ya no puede imaginar lo real, ya que ella misma lo es. Ya no puede soñarlo, ya que ella es su realidad virtual. Es como si las cosas hubieran engullido su espejo y se hubieran convertido en transparentes para sí mismas, enteramente presentes para sí mismas, a plena luz, en tiempo real, en una transcripción despiadada. En lugar de estar ausentes de sí mismas en la ilusión, se ven obligadas a inscribirse en los millares de pantallas de cuyo horizonte no sólo ha desaparecido lo real, sino también la imagen. La realidad ha sido expulsada de la realidad. Sólo la tecnología sigue tal vez uniendo los fragmentos dispersos de lo real (Baudrillard, 2000: 2).

Si bien los *MMORPG*, como se observó en el apartado de resultados, tienen como principal actividad de los jugadores el construir su avatar mediante las múltiples actividades, la realidad de los jugadores no sólo es su cuerpo en un sentido

biológico, también tiene un sentido simbiótico con la ilusión de ser los avatares que representan. Los jugadores experimentan una separación al investirse en sus avatares con la finalidad de adquirir estímulos, sensaciones y placeres.

Este cambio en la sociedad no ha pasado desapercibido por algunos psicólogos. Un ejemplo es Daniel Kardefelt-Winther que lidera el programa de investigación Children & Digital Technology de la UNICEF, en su artículo *Critical account of DSM-V criteria for Internet gaming disorder*, señala que una cualidad del juego en línea es el extenderse entre los jóvenes y adultos como forma de ocio, por este cambio en el consumo de entretenimiento y comunicación algunos criterios del trastorno de juego por internet considerados patológicos hace unos años pueden ser aceptados hoy en día, como por ejemplo la preocupación por los juegos en línea. (Kardefelt-Winther, 2014).

Como se señaló en el capítulo II, la conducta humana no obedece a la razón en todo momento, menos aun cuando se habla de placer. Los *MMORPG* son placer para los jugadores; las medidas ascéticas propuestas por el DSM-V, pueden transformar drásticamente la percepción de los videojuegos si se acepta el alto consumo de horas como una manera de trastorno. Así la maquinaria terapéutica y farmacéutica contarían con millones de clientes que se cuestionarían la legitimidad de sus gustos y la actividad del jugar videojuegos, por consiguiente la culpa, angustia y miedo por el rechazo social se vislumbran como estigmas que acompañaran a los jugadores.

A lo largo de esta investigación se describió el juego como actividad humana, se mencionó la historia del videojuego desde sus inicios junto con su evolución en la jugabilidad, que derivó en la creación de los *MMORPG*, se mencionó un ejemplo de *emic* y *etic* del jugador profesional Jaime Duran, que mencionó los obstáculos en los prejuicios de la sociedad.

Después se analizó el placer y su relación con el ser humano desde una postura filosófica entendiendo el placer como fenómeno que no puede ser reducido a bueno o malo, mediante los niveles propuestos por Foucault retomados de Aristóteles como la *enkráteia*, *akolasía* y *akrasía*.

Posterior devino la necesidad de contextualizar el consumo como principal actividad constructora de identidades (para este estudio) y su relación con los videojuegos, para por último utilizar la hermenéutica analógica como herramienta de interpretación de los símbolos que se encuentran en el *MMORPG Neverwinter*, sin olvidar las posturas estrictas en cuanto al consumo de dicha actividad propuestas por el DSM-V.

Todo lo anterior para recrear la vida virtual del jugador de altas horas y la interrelación con los fenómenos antes mencionados. Si bien en los análisis de resultados se encontraron nociones clásicas de mercancía, trabajo, consumo, identidad, etc., éstas muestran una relación muy parecida con actividades cotidianas del ser humano en la sociedad.

Esta investigación intenta poner en duda el nombramiento de trastorno que plantea el DSM-V, ya que existe ambigüedad en la descripción de los síntomas y

no existe un impacto fisiológico por parte de los usuarios, pese a que el consumo de altas horas de juego en *MMORPG* puede impactar en aspectos sociales para los jugadores, la decisión radica en ellos, cuando se trata de mayores de edad que no ponen en riesgo su integridad ni la de otros; cualquier actividad por más exótica que se perciba no requiere que agentes externos limiten su uso o consumo.

Referencias bibliográficas

- Adamovsky, E. (2009). *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th Edition (DSM-V)*. Estados Unidos: American Psychiatric Association.
- Ardévol, E., Roig, A., San Cornelio, G., Pagès, R., y Alsina, P. (2006). Game pleasures and media practices. Open University of Catalonia – UOC: 9th Bi-Annual Conference, Bristol, UK. Del 18 al 21 de septiembre de 2006. Recuperado de http://www.media-anthropology.net/ardevol_etal_gamepleasures.pdf.
- Asher, S., y Parker, J. (1991). *Significance of peer relationship problems in childhood*, en: Schneider, B., Attili, G., Nadel, J. y Weissberg, R. (eds), "Social competence in developmental perspective. Amsterdam: Kluwer Academic Publishing.
- Bar, A. (2001). Abducción: La Inferencia del Descubrimiento. *Cinta de Moebio*, 12, 1-7. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10101202>.
- Bavelier, D., Green, C., Dye, M. (2010). Children, wired: for better and fot worse.

Neuron, 67, 692- 701.

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Belli, S., y López Raventós, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 1 (14), 159- 179.

Bencomo, T. (2008). "El trabajo" visto desde una perspectiva social y jurídica. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, (7), 27- 57.

Benítez Larghi, S., Moguillansky, M., Lemus, M., y Welschinger, N. (2014). TIC, clase social y género. La constitución de desigualdades sociales y digitales en las juventudes argentinas. *X Jornadas de Sociología*. Facultad de ciencias sociales, Buenos Aires, Argentina.

Beuchot, M. (2011). Respuesta a los límites de la hermenéutica analógica.

Multidisciplina, 3, 107-109. Recuperado de

<http://www.revistas.unam.mx/index.php/multidisciplina/issue/view/2297/showToc>

Beuchot, M. (2015). Elementos de una hermenéutica analógica. *Diánoia*, 60(74), 127- 145.

Baudrillard, J. (2000). *El crimen perfecto* (3a ed.). Barcelona: Editorial Anagrama.

Carbonell, X. La adicción a los videojuegos en el DSM-V. The Internet Gaming Disorder in the DSM-V. *Adicciones*, 26 (2), 91- 95.

Casillas, G. (2015). La clase media en México (Parte 2). *EL FINANCIERO*.

Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/gabriel-casillas/la-clase-media-en-mexico-parte-1>.

- Centro Psicología Bilbao, S.L.P. (2017). Adicción a los videojuegos. Recuperado de <https://www.centro-psicologia.com/es/adiccion-videojuegos.html>.
- Chóliz, M., y Marco, C. (2011). Patrón de Uso y Dependencia de Videojuegos en Infancia y Adolescencia. *Anales de Psicología*, 27(2), 418- 426.
- De Azcárate, P. (2005). *Obras de Aristóteles puestas en lengua castellana. Moral. Tomo 1*. Madrid: Biblioteca filosófica.
- De la Calle, L., y Rubio, L. (2010). *Clasemedieros: pobre no más, desarrollado aún no*. México: CIDAC.
- Department of Health, U, Services, H., & of the Surgeon General, O. (2016). *Facing Adiccition in America. The Surgeon General' Report on Alcohol, Drugs, and Health*. (U.S. Department of Health & Human Services, Ed.) (1a ed.). Washington: SAMHSA. Recuperado de https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK424857/pdf/Bookshelf_NBK424857.pdf.
- Díaz, E. (2005). *La filosofía de Michel Foucault*. (Editorial Biblos, Ed.) (Tercera). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Echavarría, A. (2012). Incontinencia, juicio práctico y continencia diacrónica de la voluntad según Leibniz. *Revista de Filosofía de la Universidad de Costa Rica*, 51 (129-131), 335- 343.
- Eguia Gómez, J., Contreras- Espinosa, R., y Solano- Albajes, L. (2013). Videojuegos: conceptos, historia y su potencial como herramienta para la educación. *Dialnet (3 ciencias Tic)*, 1(2), 1- 14.
- Escobar, H. Y Cuartas, V. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Santafé de Bogotá: Universidad Medillin.

- Foucault, M. (2003). *Historia de la sexualidad 2*. (Siglo XXI Editores, Ed.) (1a ed.). México: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Frances, A. (2016). Abriendo la caja de pandora las 19 peores sugerencias del DSM-V preparémonos. Recuperado de <http://www.seypna.com/documentos/criticas-dsm-v.pdf>.
- Fuster, H. (s.f.). *Influencia de las Motivaciones y los Estilos de Juego en Jugadores de MMORPG*. Tesis doctoral. Catalunya, Facultad de psicología.
- Fuster, H., Oberst, U., Griffiths, M., Carbonell, X., Chamarro, A., y Talarm, A. (2012). Psychological motivation in *online* role-playing games: A study of Spanish World of Warcraft player. *Anales de Psicología*, 28(1), 274-280.
- Galagovsky, L., y Greco, M. (2009). Uso de analogías para el “aprendizaje sustentable”: El caso de la enseñanza de los niveles de organización en sistemas biológicos y sus propiedades emergentes. *REIEC*, 1, 1-33.
- Garcés Giraldo, L., y Giraldo Zuluaga, C. (2014). La contienencia aristotélica: encauzamiento de las acciones rectas en el científico que experimenta con animales. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 14(26), 199-210.
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. México: CONACULTA.
- García, M., y Gómez, E. (2014). Avatar- habitar- actuar. Jóvenes en las redes sociales virtuales: ¿habitantes, navegantes o actores digitales? *Análisis*, 46(85), 253- 283.

- García Ninet, A. (2007). Aristóteles: Silogismo práctico y “akrasia”. *A Parte Rei*, 50(1), 1- 17.
- García, O. (2018). Los problemas y limitaciones del DSM-V. *ILEMATA. Revista Internacional de éticas aplicadas*, 27, 367-391.
- Gaspar Herrero, S. (2016). *Bases psicosociales del uso del smartphone en jóvenes: un análisis motivacional y cross- cultural*. (Tesis). Universidad Complutense de Madrid.
- González Flores, S., Lozano Mercado, P., y Varela Navarro, G. (2013). Jóvenes y tecnología: nuevas formas de socialización. *PAAKAT: Revista de tecnología y Sociedad*, 3(4), 1-7.
- Guerra, H. (2014). La analogía como instrumento de la argumentación inductiva. Una propuesta para su enseñanza. *Política y Cultura*, 1(42), 211-227.
- Hellmann, K. (2007). El consumo como cultura. Una perspectiva teórica sistémica. *Estudios sociológicos*, 25(75), 709- 729.
- Huizinga, J. (2007). *Homo ludens*. (6ª Eds.). Madrid: El libro de bolsillo, Alianza editorial.
- Juárez, J., Barrios, E., Muñoz, P., y Buenrostro, M. (2013). Adicción Farmacológica y Conductual. En *Cerebro y Drogas* (1a ed., pp. 8-30). México: Manual moderno.
- Kardefeld- Winther, D. (2014). Critical account of DSM- V criteria for Internet Gaming disorder. *Addiction Research & Theory*, 23 (2), 1-6.
- Kühn, S., Romanowski, A., Schilling, C., Lorenz, R., Mörsen, C., Seiferth, N., ... Galliant, J. (2011). The neural basis of video gaming. *Translational Psychiatry*, 1, 1- 5.

Kuhn, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lamí Rodríguez del Rey, L. E., Rodríguez del Rey Rodríguez, M. E., & Pérez

Fleites, M. G. (2016). Las comunidades virtuales de aprendizaje: sus orígenes. *Universidad y Sociedad* [seriada en línea], 8 (4). pp. 93-101.

Levis, D. (2013). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. (2a ed.) (1a ed. electrónica). Argentina: Sivel. Recuperado de <https://levistextos.files.wordpress.com/2013/08/librovideojuego.pdf>.

López, C. (2013). *El videojuego como práctica discursiva contemporánea. Pokémon y la naturalización de la realidad social neoliberal*. Tesis doctoral. Barcelona, Departamento de Psicología Social, Universitat Autònoma de Barcelona.

Lorenzo, R. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista de Centro de Educación*, 31(1), 11- 22.

Marco, C., y Chóliz, M. (2014). Tratamiento cognitivo- conductual de la adicción a videojuegos del rol *online*: fundamentos de propuesta de tratamiento y estudio de caso. *Anales de Psicología*, 30(1), 46-55.

Martínez, M. (2001). El placer. *Razón y palabra*, 21. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n21/editorial.html>.

Marx, C. (2014). *El capital: Crítica de la economía política, tomo I, Libro I. El proceso de producción del capital* (4a. Ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

- Medrano, J. (2014). DSM-V, un año después. *Revista de la asociación española de neuropsiquiatría*, 34(124), 655-662.
- Montoya, R. (2011). *Ética sexual y estética de la existencia en la Antigua Grecia*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Morales, F. (2003). Libertad y deliberación en Aristóteles. *Ideas y Valores*, 1(121), 81- 93.
- Newzoo (2018). Free 2018 global games market report. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2018-light-version/>.
- Organización Mundial de la Salud. (1992). *Trastornos mentales y del comportamiento. Descripciones clínicas y pautas para el diagnóstico*. CIE 10. Madrid.
- Oriol, M. (2013). Tipología de la akrasia en Aristóteles. SCIO. *Revista de filosofía*, 1(9), 35- 54.
- Ortiz, G. (2015). Hermenéutica analógica, verdad y método. *Diánoia*, 60(74), 155-163.
- Pallares, J. (2016). ¿Cómo es un jugador profesional de videojuegos? *EL UNIVERSAL*. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2016/07/1/como-es-un-jugador-profesional-de-videojuegos>.
- Paredes, Y. (2014). *Análisis histórico hermenéutico de los objetos simbólicos de consumo y su relación con la construcción de identidad de las generaciones de consumidores en la ciudad de Cali*. (Tesis licenciatura). Universidad Autónoma de Occidente, Colombia, Santiago de Cali. Recuperado de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/7565/1/T05702.pdf>.

- Pereira, F., y Alonzo, T. (2017). Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos. *Anagramas- Rumbos Y Sentidos de La Comunicación*, 15(30), 51- 54.
- Pérez García, Á. (2014). El Aprendizaje con videojuegos. Experiencias y buenas prácticas realizadas en las aulas españolas. *Escuela Abierta*, 17(1), 135-156.
- Piuzzi, G. (2010). Videojuegos *MMORPG*, conceptos, características, problemáticas y posibilidades. *E- Innova*, 1(305), 1-11.
- Ramos- Villagrasa, P., Suerio, M. (2010). PERSONALIDAD Y ELECCIÓN DE PERSONAJES EN LOS JUEGOS DE ROL: DIME QUIÉN ERES Y TE DIRÉ QUIÉN PREFIERES SER. *TESI*, 11(3), 8-26.
- Ravaja, N., Turpeinen, M., Saari, T., Puttonen, S., y Keltikangas, S. (2008). "The Psychophysiology of James Bond: Phasic Emotional Responses to Violent Video Game Events". *Emotion*, 8(1), 114- 120.
- Real Academia Española. (2018). Diccionario de la lengua española (23ª ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=P4sce2c>
- Rodríguez, C., y Sandoval, D. (2017). Estratificación digital: accesos y usos de las TIC en la población escolar de Chile. *Revista electrónica de investigación educativa*, 19(1), 21- 34.
- Rodríguez, M. (2014). Subjetividad posmoderna y patologías del consumo. *Errancia*, 9. Recuperado de http://www.iztacala.unam.mx/errancia/v9/litorales_4.html.
- Rouse, R. (2005). *Game Desing: theory & practice*. (2a ed.). Texas: Wordware Publishing, Inc.
- Ruíz Corona, C. (2017). *El bien virtual. Medio para la producción y reproducción*

de relaciones sociales entre usuarios en el videojuego World of Warcraft

(Tesis licenciatura). Escuela Nacional de Antropología e historia.

Schaffhauser, P. (2010). Reseña de “La dicotomía *emic/etic*. Historia de una confusión” de Aurora González Echeverría. *Relaciones. Estudio de Historia y Sociedad*, 31 (121), 257-269.

Smart, B. (2002). *Michel Foucault: critical assessments*. (B. Smart, Ed.). London and New York: Routledge.

Toykin, F. (2012). *Identificación y dinámicas grupales en os equipos arenales net games (ANG) y shot e-sports (shot) del videojuego league of legends, en contexto competitivo de lima*. (Tesis licenciatura). Pontifica Universidad Católica de Perú.

Valverde, M. (2004). Un vistazo hacia la antropología del consumo. *Cuadernos de antropología*, 14, 107-114.

Villanueva Mansilla, E. (2010). *Vida digital: la tecnología en el centro de lo cotidiano*. (Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica de Perú, Ed.). Lima: Digitalia.

Zangara, A., y Sanz, C. (2012). Aproximaciones al concepto de interactividad educativa. En *I Jornadas Iberoamericanas de Difusión y Capacitación sobre Televisión Digital*. Universidad Nacional de la Plata, La Plata, Argentina.