



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**“MUNDO DE VIDA Y PRÁCTICA COMUNICATIVA, LA PRODUCCIÓN Y
REPRODUCCIÓN DE LA ESTRUCTURA EN LOS VIDEOJUEGOS
MASIVOS MULTIJUGADOR (MMOS) Y LOS ESPORTS”**

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
DOCTOR EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PRESENTA:
ADOLFO GRACIA VÁZQUEZ

TUTORA PRINCIPAL:
DRA. EVELYN CASTRO MÉNDEZ (FCPYS)

COMITÉ TUTORAL:
DR. ALEJANDRO MERCADO CELIS (CISAN)
DR. JOSÉ ÁNGEL GARFIAS FRÍAS (FCPYS)
DR. JERÓNIMO REPOL (UAM - XOCHIMILCO)
DR. DAVID CUENCA OROZCO (FCPYS)

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., AGOSTO DE 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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

A mis padres y hermanos por todo su amor y apoyo incondicional.

A la Dra. Evelyn Castro Méndez y los doctores Alejandro Mercado Celis, José Ángel Garfias Frías, Jerónimo Repol y David Cuenca Orozco; por su apoyo y guía en la elaboración de esta tesis.

Al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías.

A la Dra. Carola García Calderón y a la Lic. Patricia Martínez Torreblanca por todo su apoyo y confianza.

A todos mis amigos que me acompañaron durante este proceso.

A los videojugadores que participaron en esta investigación.

Índice

Introducción	1
1. <i>Esports</i> , MMOs y <i>Gamers</i>	6
1.1 Videojuegos Masivos Multijugador en Línea (MMOs).....	10
1.1.1 Sobre los estudios de MMOs	13
1.2 <i>Esports</i>	19
1.2.1 Los estudios sobre <i>esports</i>	26
1.3 <i>Gamers</i>	29
1.4 Relación <i>esports</i> , MMOs y <i>gamers</i> . Hacia una propuesta de investigación	32
2. Comprendiendo al videojuego desde el mundo de vida y la práctica comunicativa.	36
2.1. El mundo de vida y la pertinencia de una fenomenología del videojuego	37
2.2 La práctica comunicativa como aspecto esencial para construir el mundo de vida.	45
2.3 Las estructuras del mundo de vida y el videojuego.	54
2.4 El videojuego como parte de la realidad fundamental.	76
3. Dimensiones del mundo de vida en el videojuego y la ideología <i>gamer</i>	84
3.1 Lo real: El espacio de juego.....	85
3.2 Lo subjetivo: El videojugador como agente.....	95

3.3 Lo intersubjetivo: Producción y reproducción de la estructura	101
3.3.1 Construcción de una ideología, los <i>gamers</i>	111
4. Hacia un modelo de análisis del videojuego.....	118
4.1 Sistemas del espacio de juego.	121
4.1.1 Sistemas de Normas	121
4.1.2 Sistemas de Recursos.....	126
4.1.3 Sistemas de Convenciones	130
4.2 Las motivaciones del videojugador.	139
4.3 La reproducción y producción de la estructura del videojuego	146
4.4 Modelo de Análisis	151
5. Caso de estudio <i>World of Warcraft</i>	158
5.1 Contexto Sociohistórico de <i>World of Warcraft</i>	159
5.1.1 Sistemas de Normas en <i>World of Warcraft</i>	159
5.1.2 Sistemas de Recursos en <i>World of Warcraft</i>	171
5.1.3 Sistemas de Convenciones en <i>World of Warcraft</i>	180
5.2 Mundo de vida en <i>World of Warcraft</i>	188
6. Conclusiones	214
Fuentes Consultadas.....	229

Introducción

Los videojuegos desde su aparición en la década de los cincuenta han ido evolucionando a la par de los avances tecnológicos. En su corta historia han logrado transitar de permitir a los videojugadores experimentar con narrativas cortas a través de representaciones figurativas hechas de unos cuantos píxeles a presentar mundos complejos con gráficos compuestos por millones de polígonos con historias complejas que dan vida a estos mundos virtuales. Así mismo, el incremento en las capacidades de cómputo no solo ha impactado el aspecto narrativo y figurativo; también ha permitido que los videojuegos estén disponibles en una amplia variedad de dispositivos.

Sumado a esto, la ubicuidad del internet ha permitido que estos mundos de juego no sólo estén poblados por personajes controlados por el videojuego; sino también por cientos de miles de personas que se conectan a estos mundos virtuales y viven su cotidianeidad en ellos. Al mismo tiempo esta conectividad ha impulsado la popularidad de la práctica competitiva de los videojuegos: los *esports*, permitiendo que los jugadores compitan unos con otros a través de internet generando ligas amateurs y profesionales. Esto en conjunto con las tecnologías que permiten el *streaming* en vivo de contenidos de videojuegos han llevado a que los *esports* hayan visto un incremento en su popularidad convirtiéndose en una rama más del negocio de los videojuegos que atrae a millones de entusiastas alrededor del mundo.

En estos pocos años de existencia la industria de los videojuegos se ha convertido en una de las industrias creativas más relevantes del entretenimiento a nivel global, donde las propiedades intelectuales no sólo generan recursos a través del videojuego,

sino también a través de los deportes electrónicos, *merchandising*, películas, cómics, novelas, parques temáticos por citar a algunos ejemplos; convirtiéndose al mismo tiempo en referentes culturales. Al ser los videojuegos, sus mundos virtuales y los deportes electrónicos son un fenómeno fundamental para comprender la cultura digital, estos son un objeto de interés para las ciencias sociales.

En estos mundos persistentes, donde las identidades de los videojugadores y el espacio de juego se mantienen aún cuando no esté jugando el videojugador, millones de videojugadores forman grupos para derrotar dragones, conquistar un sistema solar, derrotar una invasión alienígena o vencer a las fuerzas de la oscuridad entre muchas otras; para competir o simplemente convivir unos con otros. Lugares donde no sólo están, sino que a partir de los universos, historias y mundos que se les presentan en los videojuegos crean comunidades con sus propios códigos comunicativos y normas. Sin embargo, a pesar la prevalencia de los videojuegos en el ecosistema del entretenimiento de la era digital, y de que millones de personas interactúan en los mundos virtuales presentados por las desarrolladoras hay pocos estudios sobre el tema y en específico, sobre los procesos que permiten la formación de estas comunidades en los mundos virtuales y en los deportes electrónicos

A partir de esta preocupación, este trabajo busca proporcionar un marco teórico con un orden teleológico para explicar cómo los videojugadores pueden compartir una intersubjetividad en los mundos virtuales de los Juegos Masivos Multijugador y de los *esports*, siendo estos parte del mundo de vida de los videojugadores, y no un espacio digital o virtual separado. Así mismo, busca explicar cómo llevan a cabo la práctica comunicativa y por lo tanto, producir y reproducir estructuras de significación, dominación

y legitimación, con el fin de explicar cómo crean los videojugadores comunidades con sus propios sistemas de convenciones, recursos y normas; permitiendo de esta forma que los videojugadores, que se identifican como *gamers*, compartan un mundo de vida aunque con horizontes diferentes.

Con esta intención, en el primer capítulo se discute el panorama actual de la industria de los videojuegos, centrándose en los Juegos Masivos Multijugador en Línea y en los Deportes Electrónicos, los cuales se dividen en subcapítulos para facilitar la comprensión de los conceptos. Se discuten por un lado los elementos para comprender su relevancia a partir de los factores económicos y de uso a nivel mundial; así como las definiciones y clasificaciones necesarias para comprenderlos. Por el otro, se realiza un análisis de los estudios actuales sobre los *esports* y los MMOs que da luz sobre los abordajes teóricos y metodológicos que se han utilizado en los últimos años para investigar estos fenómenos desde las Ciencias Sociales.

El segundo apartado de este trabajo se desarrolla a partir de la perspectiva fenomenológica, en tanto reflexiona los elementos que permiten comprender al videojuego como parte de la realidad fundamental. En un primer momento se discute el papel que tiene la práctica comunicativa para que los *gamers* puedan interpretar lo que se les desvela en el mundo de vida y participar en el constante proceso de definición, redefinición y expansión de los significados de su mundo de vida. Se continúa con el análisis de las estructuras del mundo de vida, sentando las bases para comprender por qué en los MMOs y los *esports* existe una constante negociación entre el mundo real, el mundo social y el mundo subjetivo de los actores. Permitiendo que los videojugadores

tengan un cúmulo de conocimientos, es decir, un mundo pre-interpretado sobre el cual pueden construir en busca del entendimiento y la acción con una actitud natural.

Una vez sentadas las bases que permiten al videojugador entender las situaciones, los temas y los contextos dentro de la cotidianeidad del videojuego, que se presentan en su mundo de vida; y, por lo tanto, permitiendo la existencia y creación de patrones interpretativos propios tanto culturales como lingüísticos a partir de lo experimentado en el mundo de juego. En el tercer capítulo se discuten las dimensiones del mundo de vida, a partir del videojuego en tres categorías: lo real, lo subjetivo y lo intersubjetivo. Permitiendo comprender al espacio de juego como lo real (el mundo compartido y presupuesto por los videojugadores), donde operan a partir de las estructuras del mundo de vida; la subjetividad, a partir de la perspectiva analítica propuesta por Giddens (2013), donde se resalta el papel del videojugador como agente y la importancia de la teoría de la motivación para la creación de la intersubjetividad. Por último, se discute cómo a partir de la producción de la interacción, es posible que los videojugadores produzcan y reproduzcan la estructura permitiendo la formación de la vida social en los MMOs y en los *esports*.

Con estas bases teóricas, en el cuarto capítulo se propone una metodología para el estudio de estos fenómenos complejos de la cultura digital contemporánea, donde se discuten los elementos analíticos divididos en un primer momento en un análisis sociohistórico que contiene los elementos del espacio de juego, lo real, comprendiendo los sistemas de espacio del videojuego: sistemas de normas, recursos y convenciones, y en un segundo momento, el análisis del mundo de vida, comprendido por las categorías analíticas de las motivaciones del videojugador como agente subjetivo, y las

correspondientes a la producción de la interacción los sistemas de convenciones, recursos y normas.

Por último, en el quinto capítulo, se aplica el modelo teórico analítico propuesto al videojuego masivo multijugador en línea, *World of Warcraft*, donde se realiza en un primer momento, el análisis del contexto sociohistórico que permite comprender los elementos que conforman el espacio de juego que los videojugadores consideran como real. En un segundo momento, a través de una observación participante con una comunidad de videojugadores, durante el periodo comprendido entre agosto de 2018 a agosto de 2019, se realiza el análisis del mundo de vida de los videojugadores.

De esta forma, este trabajo busca aportar conceptos teóricos y analíticos para explicar cómo el videojuego forma parte del mundo de vida de los videojugadores, permitiendo que estos sean analizados desde la perspectiva de la realidad fundamental de quienes están inmersos en estos, otorgando elementos para evitar divisiones entre lo virtual y lo real. Del mismo modo, se resalta la importancia de la práctica comunicativa y de la agencia del videojugador para la producción y la reproducción de la vida social en los videojuegos masivos multijugador en línea y en los *esports*. De esta forma a partir de esta perspectiva fenomenológica se busca proporcionar un modelo de análisis no solo aplicable a los *esports* y a los videojuegos masivos multijugador en línea, sino también al videojuego en general y a los mundos virtuales. Aportando de esta forma al análisis de la cultura digital contemporánea dónde comprender estos productos resulta fundamental para explicarla y analizarla.

1. *Esports, MMOs y Gamers.*

A pesar de su corta historia como medio de entretenimiento comercial de tan solo medio siglo, los videojuegos se han logrado posicionar como uno de los productos de entretenimiento más importantes dentro de la amplia oferta a la que tiene acceso la gente en su vida cotidiana. De acuerdo con datos presentados por *NewZoo*, consultora especializada en videojuegos, en el año 2023 existen con 3,381 millones de videojugadores alrededor del mundo (*NewZoo*, 2023) . Los videojuegos han tenido un impacto innegable en el imaginario de la cultura popular, que se puede observar en la incorporación de personajes e historias de los videojuegos reconocidos en todo el mundo; pero también en los irracionales miedos de los detractores de los videojuegos quienes se dedican a señalarlos como la causa de una amplia variedad de problemas sociales.

Además de la influencia que tienen los videojuegos en los imaginarios, estos tienen una gran importancia como industria creativa. No solo por los 187,700 millones de dólares que se espere genere la industria durante el año 2023 (véase gráfico1 para el desglose por plataforma), un 2.6% más que el año anterior (*NewZoo*, 2023); sino también por las ganancias que obtienen las empresas desarrolladoras a partir del uso de las propiedades intelectuales para la elaboración de *merchandising*, convenciones y productos transmedia como: películas, series de televisión, cómics, novelas, etc. Así como por las industrias que se han creado alrededor de los videojuegos, como los contenidos de video sobre videojuegos y los *esports* o deportes electrónicos; las cuales también generan ganancias multimillonarias.

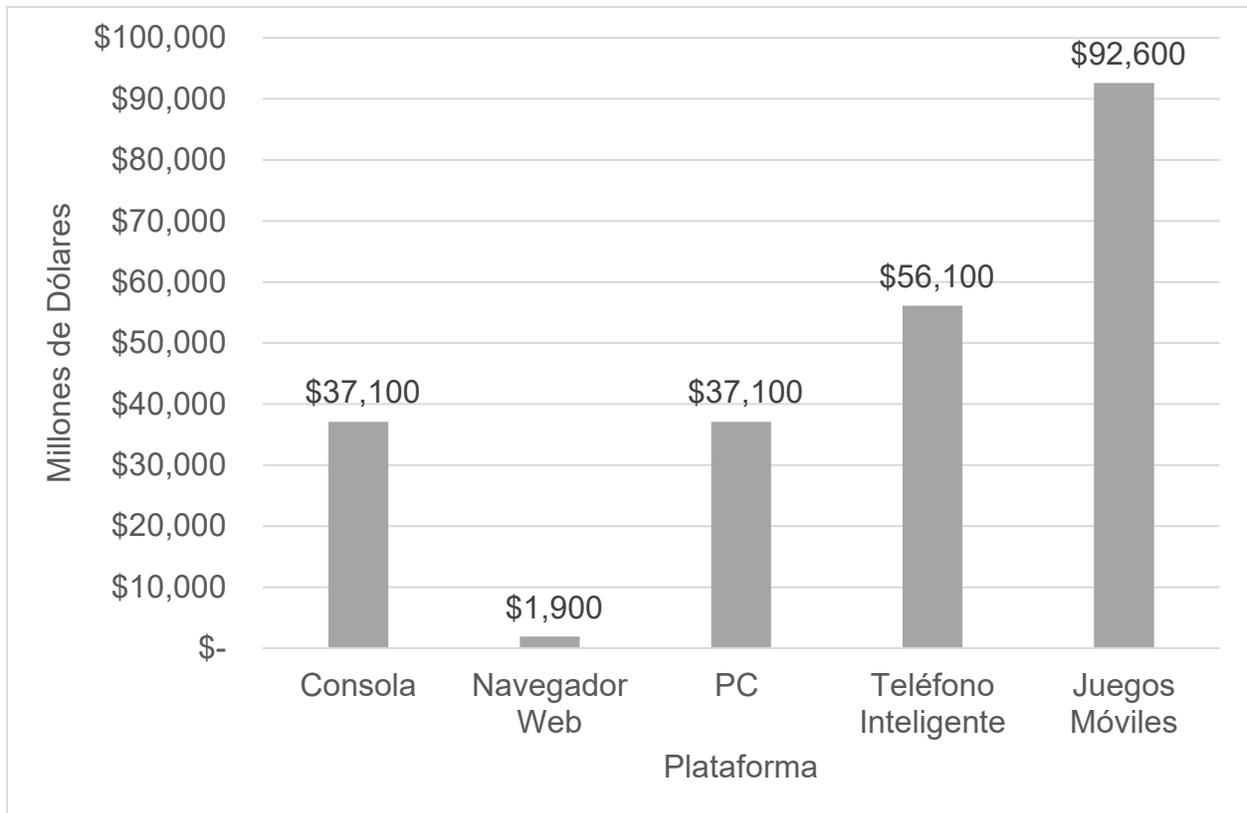


Gráfico 1: Ganancias por Plataforma de Videojuegos. Fuente: NewZoo, 2023.

En el caso de México, la consultora *NewZoo* estima que existen 55.8 millones de videojugadores y que la industria de los videojuegos tuvo ganancias por 1,600 millones de dólares durante 2018; colocando a México como el lugar número doce a nivel mundial y el lugar número uno en Latinoamérica (2018a). Datos del mismo reporte indican que el 54% de la población en línea consume contenidos de video sobre videojuegos y que de la población con acceso a internet el 65% de los hombres y 60% de las mujeres juegan juegos móviles al menos una vez al mes, mientras que en el caso de las consolas es 51% de hombres y 30% de mujeres (NewZoo, 2018a).

Por otro lado, los *esports* han logrado posicionarse alrededor del mundo generando un mercado con un valor de 1,084.1 millones de dólares en 2022 (NewZoo, 2022). La consultora SuperData menciona que los *esports* atraen la atención de las

marcas puesto que el 54% del público está entre los 21 y los 35 años, un grupo que es cada vez más difícil de alcanzar a través de medios tradicionales (2017, p.16). La profesionalización, el auge y la importancia de los *esports* se analizará más a fondo a lo largo de este capítulo (véase subcapítulo [1.1](#)).

Los contenidos de video sobre videojuegos son generados por los usuarios, y pueden ser vistos en la forma de *streaming* en vivo o como videos a demanda en plataformas como *Twitch*, *Facebook* o *YouTube*, entre otras. Este tipo de contenidos generó 5,200 millones de dólares de ganancias y alcanzó 850 millones de usuarios durante 2018 según lo reportado por la consultora especializada *SuperData* (2019a, p. 13). *Streamers*¹ como *Ninja* quien en 2018 acumuló 218 millones de horas vistas en su canal de *Twitch* (SuperData, 2019a, p. 14); obtuvo ingresos por esta actividad de alrededor de 500 mil dólares al mes (Heitner, 2018). Las ganancias que generan los *streamers* provienen de suscripciones pagadas al canal, un porcentaje de las ganancias de los anuncios en las plataformas, donaciones de otros usuarios de *streaming* y patrocinios. Los contenidos de video sobre videojuegos y los *esports* tienen una estrecha relación la cual se analizará más adelante (véase subcapítulo [1.2](#)).

Además de estos modelos de negocio se le puede sumar los productos de hardware de alto rendimiento dirigido al mercado *gamer*, el cual creció 40% durante 2017 llegando a los 40 mil millones de dólares (Cole, 2018). Por otro lado, vale la pena recalcar la relevancia que están tomando los *serious games*, cuyo enfoque se puede dirigir a la

¹ Este término es utilizado para referirse a los videojugadores que a partir del uso de plataformas de *streaming* transmiten en vivo sus sesiones de juego.

educación, la medicina, el periodismo, la ciencia y para capacitación de personal a partir del uso de las tecnologías de realidad virtual (VR) (véase: Cuenca, 2019). De acuerdo con datos de *SuperData*, se espera que el uso de la realidad virtual para entrenamiento genere un ahorro a las empresas 13,500 millones de dólares durante 2019 (SuperData, 2019b). El uso de esta tecnología permite que procesos de entrenamiento que pueden ser peligrosos o que requieran de lugares apartados para realizarse, se puedan realizar mediante el uso de software y hardware de realidad virtual; reduciendo así costos y riesgos.

Pero la importancia de los videojuegos en la cultura digital no solo radica en la influencia monetaria o cómo han modificado los imaginarios de la cultura popular. También han cambiado la forma en la que se puede comprender la interacción y la comunicación entre personas dentro de los ambientes digitales, la manera en la que crean relaciones y forman comunidades dentro de estos ambientes. Estas comunidades formadas alrededor y dentro de los videojuegos, tienen ritos, rituales, significados y significantes propios; en pocas palabras un mundo de vida con horizontes diferentes. Estas diferencias son más fáciles de observar en los Juegos Masivos Multijugador en Línea (MMOs) y en los *esports*, siendo estos el foco de la presente investigación.

A continuación, se analizará y se describirán los objetos de estudio de esta investigación: MMOs, *esports* y *gamers*; posteriormente se discutirá la estrecha relación entre los MMOs, las comunidades *gamers* y los *esports*. Sentando así las bases para la discusión teórica y metodológica de este trabajo (véase [capítulo 2](#)).

1.1 Videojuegos Masivos Multijugador en Línea (MMOs)

Los MMOs son tan solo una de las ofertas en el creciente mercado de videojuegos la oferta de géneros disponibles la cual ha aumentado en comparación de la década de los noventa cuando se encontraba limitada a juegos para computadora y en específico a videojuegos del género de rol, gracias a la masificación del acceso a internet y de las mayores capacidades de cómputo de los equipos de cómputo de escritorio, móviles y consolas. En el año 2016 el mercado de los MMOs generó ganancias de 19,800 millones de dólares (SuperData, 2016). Este mercado se encuentra segmentado en juegos gratuitos (*Free to Play*) y o videojuegos de suscripción (*Pay to Play*). Los juegos gratuitos primeros, obtienen ganancias a través de la venta de artículos dentro del juego (microtransacciones), por ejemplo: mejoras cosméticas, cajas con recompensas aleatorias, vidas o aumentos de poder dentro del juego, pases de temporada, entre otras. Mientras que los juegos de suscripción obtienen la mayor parte de sus ganancias a partir de una suscripción mensual y la venta de expansiones de contenido, aunque la mayoría de estos también cuentan con microtransacciones para la venta de bienes virtuales. En la Tabla 1, se identifican los principales géneros de MMOs que se encuentran actualmente disponibles en el mercado.

Los MMOs son “...aquellos juegos que involucran mundos persistentes y habitables, en los cuales los jugadores interactúan sincrónicamente con el mundo y con otros jugadores” (Gracia, 2017, pp. 39–40). A diferencia de los videojuegos de un solo jugador los MMOs siempre requieren una conexión a internet y las mecánicas de juego están enfocadas a que los jugadores cooperen o compitan entre sí para alcanzar los objetivos del juego. Se presentan en modalidades jugador contra jugador (PVP por sus

siglas en inglés), donde los jugadores en equipo o en solitario tienen que competir contra otros; o bien jugador contra el ambiente (PVE por sus siglas en inglés) modalidad en la que los jugadores cooperan en grupo para vencer a enemigos o retos controlados por el software del juego; algunos MMOs tienen la disponibilidad de ambos sistemas dentro del juego.

Tabla 1 Géneros de Juegos Masivos Multijugador en Línea MMOs		
<u>Género de Juego</u>	<u>Siglas</u>	<u>Ejemplos</u>
Juegos Masivos Multijugador de Rol	MMORPG	World of Warcraft, EVE Online, Star Wars: The old Republic
Juegos Masivos Multijugador de Cartas Coleccionables	MMOTCG	Hearthstone Heroes of Warcraft, Magic the Gathering Online
Juegos Masivos Multijugador de Tirador	MMO Shooter	Overwatch, Counter Strike, World of Tanks
Campo de Batalla Multijugador en Línea	MOBA	League of Legends, Heroes of the Storm, Smite, Dota 2
MMOs de Deportivos	MMO Sports	World of Speed, Need for Speed World
MMOs de Simulación Virtual y Mundos Virtuales	MMO Virtual World	Club Penguin, Minecraft
MMOs de Estrategia en tiempo real	MMORTS	Starcraft 2, Age of Empires, Clash Royale
MMOs de Estrategia Basada en Turnos	MMOTBS	Civilization, Warhammer, XCOM
MMOs de Supervivencia	MMO Survival	ARK: Survival Evolved, No Man's Sky, The Forest.
Battle Royale	Battle Royale	APEX, Fortnite, PUBG

Tabla 1. Géneros de Juegos Masivos Multijugador en Línea (Construcción Propia)

En la definición anterior se mencionan tres elementos fundamentales, los cuales se revisarán a continuación. En primer lugar, la persistencia del mundo no solo se refiere a que las acciones que tomemos en el mundo tengan un impacto en este, también se refiere a la continuidad de mecánicas de juego y reglas de un mundo determinado. Esta consistencia permite que los videojugadores puedan formar un marco interpretativo a

partir del cual se pueden referir e interactuar con los objetos del mundo; siendo este marco interpretativo es compartido por todos los habitantes del mundo virtual.

Uno de los aspectos más importantes para que los jugadores puedan habitar, interactuar y comunicarse es la creación de su *avatar* (persona en línea) o a través de su *gamertag* (nombre de jugador). Estas son identidades persistentes y por lo tanto permiten que el jugador sea reconocido como un “otro” por los demás jugadores; y al mismo tiempo, que este pueda reconocer al “otro” jugador. Permitiéndole al jugador no solo realizar las acciones dentro del juego, sino también generar reputación y crear intersubjetividad con los demás jugadores; aspectos fundamentales para la formación de comunidades. “Los jugadores no solo socializan en el sentido más simple (a través de chatear y estar juntos en el mundo virtual), sino a través de complicados sistemas de confianza, dependencia y reputación”(T. L. Taylor, 2006, L. 1107–1108).

Vale la pena apuntar que los jugadores pueden tener varias identidades en línea, pero en general es una o dos con las que se identifican en las diferentes plataformas en las que juegan; en algunos casos utilizan derivados del nombre principal para nombrar otros personajes. Es la identidad en línea, en su forma de *gamertag* o de avatar, la que mantiene los logros obtenidos en los juegos, la reputación del jugador y la pertenencia a comunidades. “La gente crea identidades para ellos mismos, tiene una variedad de redes sociales, trabajos, tiene roles y obligaciones, construye historias y comunidades. La gente vive, y a través de vivir juega” (T. L. Taylor, 2006, L. 405–406).

Si a los elementos antes listados, se le suma la interacción sincrónica a través de la práctica comunicativa se puede entonces comprender cómo es que los videojugadores generan sentido en común, es decir, intersubjetividad; derivando en la creación de

comunidades de juego e imaginarios compartidos. Pearce comenta que: “La emergencia social en este contexto es el resultado de la prolongada y repetida interacción con un mundo virtual persistente a través de una identidad persistente” (Pearce, 2009, L. 2022–2023). Estas comunidades de videojugadores tienen simbolismos y códigos de lenguaje propios, la mayoría de los cuales no pueden ser comprendidos por personas que no participan en estas comunidades (Véase [capítulo 2](#) para un análisis más detallado de estos conceptos).

1.1.1 Sobre los estudios de MMOs

Castronova hablando sobre los MMOs menciona que: “Los antropólogos ven nuevas culturas, los emprendedores ven nuevos mercados, los abogados nuevos precedentes y los expertos políticos y sociales ven nuevas formas de presión y crisis en el horizonte” (2005, L. 4347–4348). A esto se le debe sumar que desde el campo de la comunicación observamos ambientes en los que se puede explorar cómo la comunicación es utilizada por los videojugadores no solo para cumplir los objetivos del juego, sino también para la creación de sentido, significados y simbolismos en común, que lleva a la formación de comunidades de juego e imaginarios. Tina Taylor lo plantea de la siguiente manera: “Estamos llegando a un punto en el estudio de los videojuegos en el que nos serviría más estudiar no solo los géneros de juego, sino los diferentes estilos de jugar, las formas de interacción/comunicación y los variados placeres de jugar”(2006, L. 1246–1249).

Mäyrä, en su libro *An Introduction to Game Studies* comenta la forma de abordar los estudios sobre videojuegos, enunciando tres ejes fundamentales: el estudio de los juegos, el estudio de los jugadores y el estudio de los contextos de ambos. Al mismo

tiempo, recuerda que estos campos de estudio no pueden ser separados y deben ser vistos como elementos complementarios, en constante interacción dentro de un proceso histórico (2008, p. 2). Esta forma de estudiar los videojuegos puede ser también vista en el libro coordinado por Garfias (2018) *Aportes para la Construcción de Teorías del Videojuego*, uno de los pocos trabajos de investigación sobre videojuegos que existe en Latinoamérica. Es importante entender que a diferencia de los medios tradicionales el videojuego requiere de la acción del jugador para existir como producto cultural y que la relación que existe entre el videojuego, los videojugadores y las comunidades que se crean dentro y alrededor de ellos, es inseparable y debe de tomarse en cuenta para el análisis de estos productos culturales.

Bajo esta lógica los estudios sobre jugadores de MMOs se han basado principalmente en el análisis de las motivaciones, línea de estudio que busca comprender las distintas razones que tienen los jugadores para jugar. La categorización de las motivaciones proviene de los estudios realizados por Bartle (1996) para balancear las mecánicas de los MUDs (*Multi User Dungeons*), de acuerdo con las motivaciones de los jugadores. Posteriormente, Yee (2006, 2014) realiza un estudio con 6,000 jugadores en línea, y propone “tres clústeres de motivaciones de juego, se relacionan con logros, interacción social e inmersión”. (Yee, 2014, p. 29).

En Gracia (2017) se analizaron y actualizaron las motivaciones de los jugadores, a partir de un estudio exploratorio con videojugadores en Latinoamérica, el análisis estadístico de los datos confirmó que los jugadores tienen distintas razones para jugar y arrojó seis motivaciones distintas: socializar; interacción social y trabajo en equipo; logros competitivos y progreso en el juego; e inmersión (Gracia, 2017). Sin embargo, debido a

la naturaleza del estudio, este no arrojó información adicional acerca de cómo los motivos influyen en la formación de equipos con otros jugadores y de comunidades.

La tipología anterior ha sido utilizada para conocer las motivaciones de los videojugadores en MMORPGs (Williams, Kennedy, & Moore, 2011); en cómo afectan el rol y el género (Williams *et al.*, 2009); para conocer las diferencias entre los jugadores jóvenes y los adultos (Delwiche & Henderson, 2013); así como, para conocer los efectos negativos de jugar MMOs sobre el bienestar psicológico y la conducta en línea (Shen & Williams, 2011; Kirby, Jones, & Copello, 2014). También ha sido utilizado para investigar la relación que tienen estas con el capital social en los MMOs (Zhang & Kaufman, 2015; Snodgrass, Lacy, Francois Dengah, & Fagan, 2011).

Dentro de los estudios sobre los videojugadores MMOs también podemos encontrar los estudios que hablan de los avatares y su relación con la identidad y el capital social (Teng, 2017), los cuales investigan las motivaciones para crear avatares y las conductas de los videojugadores (Lin & Wang, 2014); o el papel del avatar en la inmersión y cómo este puede considerarse un agente social (Banks & Bowman, 2016).

En cuanto a los estudios sobre el videojuego se encuentran estudios sobre las narrativas y la forma en la que están contruidos mitológicamente los universos de los videojuegos (Krywinska, 2008). Por otro lado, se pueden encontrar estudios sobre las mecánicas de juego y el uso por parte de los jugadores. En este mismo sentido, se puede analizar el juego a partir de las motivaciones, puesto que los videojuegos tienen sistemas para atraer y enganchar a jugadores con distintas motivaciones (Gracia, 2017).

Uno de los objetos de interés más importantes en los MMOs, dejando fuera los estudios conductistas que buscan encontrar los daños a la salud mental o la relación de

estos con las adicciones; son los estudios que exploran el capital social, las reglas y la organización de las comunidades en línea. Este es un objeto de interés en los MMOs ya que sus ambientes y las mecánicas de juego fomentan la cooperación entre jugadores y estos generan relaciones de amistad, alianzas para conseguir sus objetivos y comunidades que trascienden las barreras del videojuego.

En el trabajo realizado por Gracia se estudió la confianza como elemento necesario para la formación de comunidades, donde se encontró una alta prevalencia de la confianza entre los videojugadores encuestados. Investigaciones como la de Zhong (2011) analizan el papel del capital social de los videojugadores dentro y fuera de línea, otros estudios se enfocan a investigar el efecto que tiene jugar MMOs sobre el capital social en los jugadores de MMOs mayores a 50 años (Delwiche & Henderson, 2013; Zhang & Kaufman, 2015); el estudio realizado por Perry *et al.* investiga el capital social entre los amigos en línea y fuera de línea (2018). Sobre esta línea de interés está el libro *Social Interactions in Virtual Worlds*, en el cual se recopilan investigaciones en cuatro áreas de interés: los comportamientos individuales y las relaciones diádicas, los grupos, sus normas, liderazgo y las organizaciones virtuales; la cultura dentro de los videojuegos; y técnicas para analizar datos obtenidos de los videojuegos (Lakkaraju *et al.*, 2017).

En cuanto a foco de atención para investigaciones, uno de los videojuegos que más ha captado la atención se encuentra *World of Warcraft*, uno de los MMOs más exitosos y longevos (véase capítulo 4). Castronova en su libro *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*, ya apuntaba la importancia que comenzaban a tomar los videojuegos en línea y a las comunidades que se formaban dentro de estos (2005); tan sólo un año después del lanzamiento de *World of Warcraft*, videojuego en el

que Nardi, Ly, & Harris, investigan el papel de las conversaciones entre jugadores como mecanismo de aprendizaje (2007). En tanto que en Nardi & Harris se analiza el papel de la colaboración entre extraños, encontrando que esta puede presentarse como colaboraciones breves e informales hasta grupos altamente estructurados y organizados (2009).

Así mismo, el libro *Digital Culture, Play and Identity*, el cual recopila estudios sobre *World of Warcraft* enfocándose en la cultura, el juego, el mundo de juego y la identidad (Corneliussen & Rettberg, 2008). Del mismo modo, Pearce en su libro *Communities of Play: Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds* (2009), analiza distintos aspectos sobre las comunidades, los avatares y aborda técnicas para la realización de etnografía en los mundos virtuales; uno de los objetos de estudio en su obra es *World of Warcraft*. Por último, McGonigal en su obra *Reality is Broken*, aborda como los videojuegos hacen a las personas mejores y plantea como están cambiando el mundo(2011); entre los ejemplos más socorridos se encuentra el videojuego *World of Warcraft*.

Los MMOs son un objeto de estudio que requiere que el investigador invierta mucho tiempo para conocer los matices de la vida social y para que pueda acceder a los imaginarios que existen dentro de ellos. Esto presupone una barrera de entrada para las observaciones etnográficas dentro de los mundos de los MMOs. La mayoría de los estudios que se realizan alrededor de los MMOs se limitan a encuestas en línea y a entrevistas semiestructuradas con los participantes; aun cuando estas permiten conocer hasta cierto punto aspectos de estos juegos, no ayudan a comprender los significados ni la importancia que tienen las comunidades de jugadores para los videojugadores, así

como para las empresas desarrolladoras de los mismos. Desde las ciencias sociales, a partir de este tipo de juegos podemos explorar y aprender sobre distintas formas de crear relaciones, comunidades y el papel que juega la comunicación en estos productos característicos de la era digital.

Así mismo, se identifica una falta de estudios etnográficos en específico aquellos que se dediquen a investigar las comunidades de juego de los grupos *hardcore*²; esto se puede deber a que, como se mencionó anteriormente, la barrera de entrada para los MMOs es muy alta. Jugar a niveles competitivos en los MMOs requiere una inversión considerable de tiempo, en primer lugar, para llegar al nivel máximo; y, en segundo se requiere de un aprendizaje prolongado de las mecánicas de juego, estrategias, así como normas y reglas sociales que deben cumplirse para poder jugar competitivamente estos videojuegos.

Por estas razones, es necesario ampliar el conocimiento científico sobre estas industrias creativas, desde la perspectiva etnográfica y considerando las distintas aristas que participan en la creación de imaginarios y comunidades: el videojugador, el videojuego y la intersubjetividad que crean. Como menciona Tina Taylor:

Estamos llegando a un punto en los estudios sobre videojuegos donde deberíamos de enfocarnos no solo a los distintos tipos de géneros en los videojuegos, sino también a los estilos de juego y a las formas de interacción y de comunicación que existen en estos y los varios placeres de jugar. La diversidad

² Jugadores *Hardcore*: Se refiere a jugadores que son los más activos y/o comprometidos a lograr algo en un ambiente de juego. Por ejemplo, aquellos que lucha por estar lo más alto en clasificatoria de las ligas competitivas o lograr vencer jefes poderosos en el juego que solo un mínimo porcentaje de los jugadores puede lograr.

de posiciones subjetivas y las formas de enganche disponibles a los jugadores pueden ayudarnos a entender la vivencia de jugar videojuegos en diversas comunidades (2012, L:1246-1249).

1.2 Esports

Los *esports* no son un fenómeno nuevo en la escena de los videojuegos, sus orígenes se pueden rastrear a la época de las arcades, las competencias de juegos de computadora en los noventa. Como Tina Taylor apunta, vale tener esto en mente, puesto que fueron estos los que comenzaron a moldear, a abrir camino y “al mismo tiempo también resaltan que los *esports* contemporáneos están insertos en una tradición más antigua y larga de juego competitivo” (T. L. Taylor, 2012, L. 244). La revisión histórica de la evolución de los *esports* está más allá de los intereses de este trabajo pero un recuento detallado se puede encontrar en el libro de Tina Taylor: “*Raising the Stakes: Esports and the Professionalization of computer Gaming*” (2012).

Un *esport* se refiere a la práctica competitiva de videojuegos que puede ser jugador contra jugador (PvP) o jugador contra el ambiente (PVE por sus siglas en inglés), las partidas y torneos pueden jugarse en línea o presencialmente. Por citar ejemplos, de juegos competitivos contra el ambiente se pueden encontrar los *speed runs*, cuyo objetivo es acabar algún juego en el menor tiempo posible, juegos como *World of Warcraft* que cada vez que sale una banda mítica nueva las mejores hermandades del mundo compiten por ser el primer lugar del mundo. En el caso de las competencias de videojuegos PVP encontramos a *League of Legends*, *Dota 2*, *Streetfighter*, *CS Go*, por citar algunos ejemplos.

Actualmente, los *esports* han adquirido una gran relevancia motivada por varios factores. En primer lugar, al popularizarse los videojuegos se ha generado una audiencia importante la que, de acuerdo con datos presentados por la consultora *NewZoo*, consta de 261.2 millones de entusiastas de los *esports* y 249.5 millones de espectadores ocasionales a nivel mundial (*NewZoo*, 2022). En segundo lugar, se han profesionalizado las ligas competitivas de los *esports*, incluyen desde entrenadores, psicólogos deportivos, narradores, dueños de equipos, árbitros, producciones sofisticadas en estadios, sistemas de transmisión de partidas en vivo, etc.; además de la diversificación de los ingresos (véase gráfico 2).

Eventos de *esports* como el campeonato *Worlds 2018* (organizado por la compañía *Riot Games* dueña del MOBA *League of Legends*), torneo donde compiten equipos de todas las regiones del mundo para alzar el título de campeón del mundo; tuvo una audiencia de 99.6 millones de espectadores únicos y un máximo de 44 millones de usuarios concurrentes, la bolsa de premios fue de 6.7 millones de dólares, de los cuales 2.5 los puso la compañía *Riot Games* y 4.2 millones fueron contribución de los fanáticos a través de microtransacciones dentro del videojuego (*Riot Games*, 2019). En México, la Comisión Nacional de Deportes (CONADE) reconoció a la Federación Mexicana de *Esports* (FEMES) en 2019, otorgándole así a los *esports* el estatus deporte a nivel nacional.

Por último, y quizás uno de los aspectos más importantes para los *esports* es la relación que tienen con los servicios de *streaming* y la cultura de fans que se ha generado alrededor de estos. Tina Taylor se aventura a definir este fenómeno como la tercera oleada en los *esports*, comenzando cerca del 2010 y teniendo en cuenta que en su

núcleo está el crecimiento del *streaming* en vivo el cual combina lo televisivo con lo social y la interacción del público (T. L. Taylor, 2018, L. 140). Esto no solo ha potenciado el crecimiento de los *esports* y la formación de comunidades, también alrededor del *streaming* se generan ganancias multimillonarias para las plataformas (véase gráfico 2), así como para los *streamers*.

Es importante comprender que los *esports* no son solo la escena profesional, gran parte de ellos es la competencia que ocurre en las ligas competitivas de los videojuegos; la mayoría de los videojuegos que son *esports* tienen modos competitivos donde los jugadores pueden probar sus habilidades y ser posicionados de acuerdo con su nivel de habilidad. Los equipos profesionales reclutan jugadores a partir de su posición en estas ligas. Así mismo están las comunidades que se generan alrededor del videojuego y su práctica competitiva, así como las que se forman a partir de los servicios de *streaming*. Por último, pero no con menor importancia, está el fanatismo de los *gamers* hacia los videojuegos y su práctica. A continuación, se analizarán estos conceptos que son diferencias fundamentales que tienen los *esports* a comparación con los deportes tradicionales.

La mayoría de las personas que son entusiastas de los *esports*, primero se consideran videojugadores, a partir de ello es que se involucran con estos. Tina Taylor plantea que los videojugadores no llegan a los *esports* “esperando ser fans o espectadores, sino que primero se consideran jugadores y después de exposición a videos a demanda, sitios web o podcasts, transforman su objeto de esparcimiento a uno que simultáneamente también es sobre el fanatismo” (T. L. Taylor, 2012, L. 3823). Es a partir del interés por un juego sumado a intereses como: mejorar su nivel de juego, ver

más del videojuego que les gusta o la aspiración de llegar a ser profesionales; que se involucran con la escena de los *esports*.

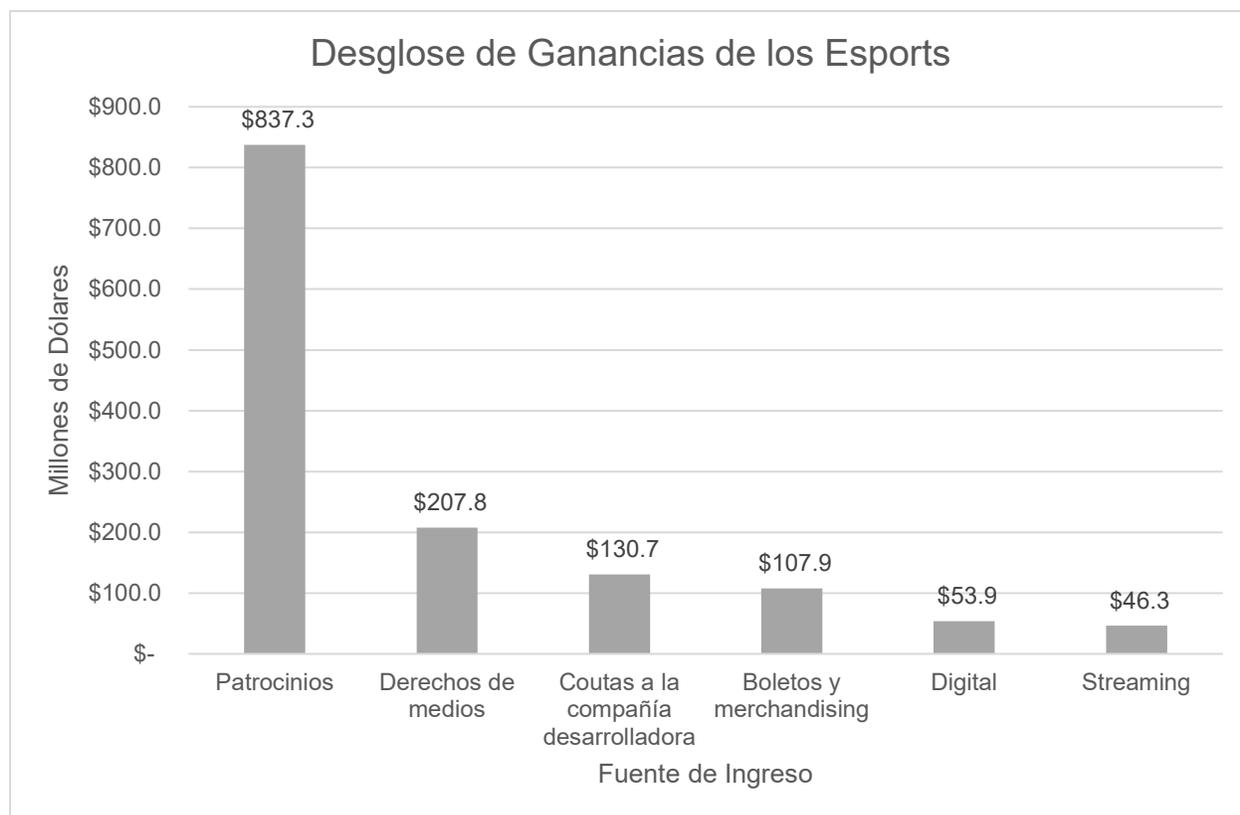


Gráfico 2: Desglose de Ganancias de los *Esports* 2022 Fuente: NewZoo 2022

El llegar a este entorno primero como jugador les permite a los observadores entender lo que está sucediendo en las partidas de juego; los videojuegos que son *esports* son muy variados y se necesita conocimiento específico de las reglas de cada uno, las situaciones que suceden y a menudo también conocimiento sobre el meta juego. Ver una partida de un MOBA o de un MMOTCG puede ser tan diferente como ver un partido de fútbol americano y uno de tenis. “... los *esports* son un fenómeno cultural amalgamado donde prácticas separadas de los *esports* están correlacionadas a través de un flujo de entendimientos compartidos, herramientas, habilidades y competencias” (Seo & Jung, 2016, p. 649).

Al mismo tiempo, existe una relación afectiva con el videojuego y con lo que sucede en la partida que está observando, los videojugadores pueden extrapolar las situaciones que están sucediendo con experiencias que han tenido en el juego. “Además del trabajo cognitivo que realiza el espectador, hay un competente afectivo y de encarnación importante. Cuando veo a alguien jugar un videojuego a menudo me siento activado como jugador” (T. L. Taylor, 2012, p. 3780). Los espectadores pueden aprender estrategias y trucos que después pueden aplicar a sus propias sesiones de juego.

Los *esports* también afectan la forma en la que los diseñadores abordan el diseño de los videojuegos. La importancia que tiene el *streaming* no solo los ha llevado a buscar alianzas con *streamers* para promover sus videojuegos, sino también a agregar modos de espectador o sistemas con compatibilidad para el *streaming* de las partidas (Cheung & Huang, 2011; Sjöblom & Hamari, 2017). Por otro lado, las compañías desarrolladoras constantemente realizan modificaciones al código buscando mantener el balance del juego; reaccionando a formas de jugar que descubren y popularizan los jugadores profesionales y semiprofesionales.

Otro de los aspectos importantes de los videojuegos y los *esports* es que los límites entre los profesionales y los jugadores aficionados son mucho menos marcados que en los deportes tradicionales. Los jugadores se pueden encontrar con los jugadores profesionales en sus propias partidas de juego ya sea competitivamente o durante el juego casual; algunos de los jugadores más habilidosos hacen cuentas con otros *gamertags* para jugar en ligas más bajas, fenómeno conocido como *smurfing* dentro de la comunidad *gamer*. “Esta conexión entre el entretenimiento diario y el fanatismo, entre

lo amateur y lo profesional, ayuda a construir lazos afectivos fuertes. (T. L. Taylor, 2012, L. 3837)".

Los videojuegos siempre han tenido espectadores, desde la época de los arcades cuando los jugadores tenían que esperar su turno para poder retar, o en los juegos de consola de un jugador cuando esperaba un jugador su turno para tener el control. Durante estas sesiones el jugador que toma el papel de espectador puede dar consejos, asombrarse por la manera de jugar del otro o comparar sus habilidades con las del jugador que se encuentra jugando. Hablando de los espectadores en los arcade, Holin y Chuen mencionan que estos ayudan a moldear los marcos de interacción que rodean el juego a través de sus actitudes, nivel de habilidad y sus rangos; convirtiendo la actividad de jugar en un espacio de espectáculo público (2011, p.134). Vale la pena resaltar que aun cuando no se está jugado, el observador está pensando como jugador; por lo que 'espectar' es otra forma de involucrarse con el videojuego.

Las plataformas de *streaming* no solo permiten la transmisión de *esports*, es a través de estas donde sucede la interacción entre jugadores profesionales y semiprofesionales con los espectadores. Tina Taylor comenta que: "Una de las contribuciones más importantes del *streaming* en vivo para el desarrollo de los *esports* ha sido su habilidad de conectar a los fanáticos con los mejores jugadores"(2018, L. 1478). Ciertamente el ver a jugadores profesionales puede ser una oportunidad para aprender y conocer nuevas estrategias. Sin embargo, es la capacidad de platicar e interactuar con los *streamers* mientras juegan y con los otros espectadores mirando el stream, la que es una de las características más importantes de la forma en la que se ven los *esports*.

Los *streamings* en vivo de videojuegos están profundamente embebidos a las redes sociales y a las comunidades de práctica. La plataforma tiene sus raíces en la comunicación entre el locutor y los miembros de la audiencia, o entre los miembros de la audiencia.(T. L. Taylor, 2018, L. 557).

Otro de los aspectos importantes en los *esports* son los eventos en vivo, donde más que el fanatismo por un equipo en específico lo que une a los espectadores es la pasión por el videojuego que se está jugando. Son lugares donde los asistentes pueden estar con otros que comparten la misma pasión que ellos; es decir, donde puedo estar con otros como yo. “Los *esports* no solo son acerca de jugar videojuegos, sino que también pueden satisfacer la necesidad de pertenecer” (Martončík, 2015, p. 208) Estos eventos son transmitidos a través de las plataformas de *streaming* que utilizan los *gamers*, en estas transmisiones el chat también juega un papel crucial para la convivencia y el enganche de la audiencia. “Un componente importante en los eventos de *esports* es el espectáculo en vivo en la locación, la otra parte crucial del *stream* es lo que sucede en el chat de la plataforma en vivo al mismo tiempo que el torneo” (T. L. Taylor, 2018, L. 3206).

Resulta importante entender que son los *gamers* quienes están creando contenido para otros *gamers*, ya sea eventos presenciales, torneos en línea o *streaming* en vivo; resaltando que estos son creados por fans para fans. “Los *gamers* están creando productos mediáticos para otros jugadores. No lo están haciendo a través de la televisión, sino a utilizando sitios en línea y técnicas que son resonantes con los videojuegos y la vida en línea” (T. L. Taylor, 2018, L. 740). Los *esports*, los contenidos de *streaming* de videojuegos y los *streamings* sobre videojuegos no solo son una nueva forma de

entretenimiento (Kaytoue, Silva, Cerf, Meira, & Raïssi, 2012; Taylor, 2018); sino que son también una manera más en la que los *gamers* se mantienen enganchados con el videojuego.

1.2.1 Los estudios sobre esports.

Tina Taylor mencionaba en 2012 que a pesar de que el fanatismo alrededor de los *esports* y los videojuegos es uno de los sitios afectivos más importantes ligados a la experiencia de juego; el estudio de su complejidad es uno de los aspectos menos desarrollados en los estudios de videojuegos (T. L. Taylor, 2012, L. 3807). Actualmente, a pesar del impacto que han tenido estos al pasar al *mainstream*, los estudios alrededor de este fenómeno siguen siendo escasos.

Gran parte de los estudios que se han realizado sobre los *esports* buscan comprender por qué la gente consume este tipo de productos. Cheung y Huang (2011) a partir de una revisión de materiales en línea buscaron realizar una clasificación de los tipos de espectadores para el videojuego *Starcraft*, proponiendo nueve categorías distintas de espectadores; mientras que Holin Lin y Chuen, 2011 analizan el papel de los espectadores en los juegos de arcade. Posteriormente, Seo y Jung (2016) utilizan la teoría de la práctica social para comprender el consumo de videojuegos y *esports*, concluyendo que los jugadores tienen prácticas de consumo más allá del juego. Una investigación relacionando los géneros de videojuegos vistos con los usos y gratificaciones, concluyendo que los *streamings* de *esports* no tenían asociación con las gratificaciones sociales (Sjöblom *etal.*, 2017).

En el mismo sentido, otro estudio aplicó la escala de Motivaciones para el consumo de Deportes (MSSC), buscando comparar el consumo de deportes con los

esports, concluyendo que estudios posteriores deben enfocarse en las motivaciones propias de los *esports* (Hamari & Sjöblom, 2017). Sjöblom y Hamari (2017) buscan conocer como los espectadores se acercan a los videojuegos como medio, encontrando que el sentirse parte de una comunidad es uno de los factores que aumenta el número de horas que la gente pasa viendo *streaming*. Por último, Tina (2018), propone seis categorías para entender el consumo de *streaming* de *esports* y videojuegos. Como se puede observar, analizar los *esports* y el consumo de *streaming* de videojuegos desde lógicas tradicionales, falla al momento de intentar reconocer las características que hacen que las comunidades y las prácticas que se forman a partir de estos sean diferentes (para el análisis de las motivaciones del consumo de *esports* véase capítulo IV).

Otra línea de investigación se enfoca en los efectos de la competencia en los videojuegos. El estudio realizado por Weiss y Schiele (2013) se enfoca en conocer cómo afecta esto la formación de relaciones sociales y si los videojuegos competitivos afectan el desarrollo de la personalidad de los individuos. Mientras que el estudio realizado por Verheijen, Stoltz, Van den Berg y Cillessen (2019) examina cómo el juego en solitario, cooperativo o competitivo afecta la conducta de los adolescente y sus actitudes hacia sus amigos. En esta línea de estudios falta analizar la percepción que tienen los *gamers* cuando están practicando de manera *amateur* un *esport*; conocer cuáles son sus prácticas en el juego competitivo desde el punto de vista del deporte.

Uno de los focos de indagación más explorados gira en torno a los *esports* son los *streamers* y la práctica del *live streaming*. Kaytoue *et al.* (2012) investigan lo que llaman un nuevo tipo de comunidad social emergiendo en las plataformas de *streaming*

de videojuegos; mientras que Smith, Obrist y Wright (2013) analizan las comunidades que se forman alrededor de distintos contenidos de *streaming* buscando maneras de mejorar los servicios interactivos de transmisión de contenidos. Por otro lado, (Hamilton, Garretson, y Kerne (2014) evalúan la forma en la que los canales de *Twitch* funcionan como un tercer espacio y la manera en la que se promueve la participación en los *streams* para proponer prácticas de diseño que promuevan la participación en las transmisiones en vivo.

Mientras que, otro estudio considera el *streaming* como la legitimización de videojugar como una actividad más amplia, con *Twitch* como la plataforma que abrió la posibilidad de la existencia de una comunidad de práctica donde la gente aprende a jugar videojuegos (Johnson & Woodcock, 2019). Así como el estudio realizado por Sjöblom, Törhönen, Hamari y Macey (2019), investiga acerca de las prácticas y elementos que utilizan los *streamers* de *Twitch* y que beneficios tienen estos tanto para el *streamer* como para los espectadores.

Entre los estudios sobre las organizaciones de *esports* y jugadores profesionales se pueden encontrar estudios que investigan las metas de vida de jugadores profesionales (Martončík, 2015); análisis sobre la formación y la coordinación de los equipos de *esports* (Freeman & Wohn, 2018). Por último, estudios que investigan el género en los *esports*, por ejemplo el estudio de N. Taylor, Jenson y Castell (2009) donde argumentan que en estos se continua la dominación masculina; mientras que el estudio realizado por Ruvalcaba, Shulze, Kim, Berzenski y Otten (2018) analiza la poca representación que tienen las mujeres en los *esports*.

Los *esports* a pesar de ser un objeto de estudio con un impacto importante en términos sociales y económicos, son un tema poco estudiado desde los estudios de videojuegos; sin embargo, se puede resaltar de los trabajos y el análisis previo que los *esports* y el *streaming* en vivo están ligados. Por otro lado, existe una relación entre el videojuego, los videojugadores y las comunidades que se forman alrededor de ellos (en los streams y los *esports*); misma que se vuelve difícil de observar y enunciar cuando se estudian estos fenómenos de manera fragmentada. Si bien no es lo mismo ser un *streamer* de videojuegos que un videojugador, que no vuelve público su juego; las lógicas que requiere el *streamer* para transmitir y apelar a otros *gamers*, así como los códigos y simbolismos que requiere el jugador para entender los contenidos son compartidos. Es necesario analizar la intersubjetividad que crean los videojugadores a partir de la práctica de *esports*, su consumo y el jugar videojuegos en su día a día.

I.3 Gamers

El término *gamer* es utilizado una y otra vez en la literatura sobre videojuegos, sin embargo, hay poca claridad e intentos para explicar que es un '*gamer*'. Pareciera que el '*gamer*' al que se refieren los estudios sobre videojuegos es una criatura mítica o como Deshnamdu comenta -realizando un paralelismo con lo planteado Wittgenstein (1954)- que este término es analíticamente indefinible como el término juego (2016). Sin embargo, si este fuera el caso por qué hay gente que se identifica como *gamer* y videojugadores que no adoptan esta identidad (posteriormente se argumentará que es una ideología, véase capítulo 3).

Investigaciones como la de Williams *et al.* (2008), busca desmentir los estereotipos del videojugador adolescente, blanco y antisocial; aun cuando logran este

objetivo no presentan una definición de que es un *gamer*. Mientras que el trabajo realizado por Shaw (2012), analiza cómo la gente se identifica como *gamer* y la manera en la que esta identidad convive con otras identidades el género, la raza y la sexualidad, concluyendo que las investigaciones deben enfocarse en el papel que los videojuegos tienen en la vida cotidiana generando la necesidad de representarse como *gamers*. En tanto que Deshbandhu (2016) plantea que los estudios sobre videojuegos deben buscar identificar los hilos en común a través de la vida lúdica para entender que significa ser un *gamer*.

Por otro lado, Tina Taylor (2012) se cuestiona el uso de la categoría 'gamer' y al retomar a Conslavo argumenta que el término *gamer* debe de eliminarse de las conversaciones académicas debido a este es excluyente argumentando que hay pocos beneficios en que las personas se agreguen a ellos mismos la etiqueta *gamer*, concluyendo que si ahora todo mundo es un *gamer* el término se vuelve carente de sentido (2012). Aun cuando el término *gamer* puede tener connotaciones negativas y en muchos casos es utilizado de manera excluyente, esta categoría sigue siendo utilizada por grupos de videojugadores para identificarse, separarse de otros y es un término que se utiliza para delimitar grupos y construir comunidades.

Tina Taylor, comentando sobre el uso para excluir y marginalizar a las personas a partir del término *gamer* señala que muchos adoptaron el término y se unieron a la subcultura gamer, formando esto parte del núcleo de su identidad y agrega: "Llamarse a uno mismo *gamer* se vuelve una forma de enmarcar tu pasión y señalársela a otros. Ser un 'gamer' es a menudo un método para construir comunidad" (T. L. Taylor, 2012). La identificación como *gamer* le ayuda a las personas a saber que el otro con el que están

platicando tiene y comparte conocimientos, consumos mediáticos e imaginarios similares, es decir que comparten una intersubjetividad sobre la cual se pueden entender y comunicar. El uso del término '*gamer*', -a pesar de las críticas que se le puedan hacer desde las perspectivas excluyentes como la de género o el uso mercantilista del mismo por parte de marcas y compañías de videojuegos- es un aspecto que requiere ser estudiado más a fondo puesto que determina la forma y la perspectiva desde la que un grupo de personas entiende el mundo, consume medios y vive su vida cotidiana.

Para entender a los *gamers* es necesario abordar el concepto del fan, Jenkins comenta que esto se trata de controlar y dominar el arte, acercarlo a uno mismo e integrarlo a la identidad (2006). Los *gamers* hacen justo esto tomar su pasión por un producto cultural y lo convierten en parte de la forma en la que se presentan ante el mundo. Ciertamente, existe una gran variedad de formas de identificarse como *gamer*, desde los juegos de computadora, desde las consolas, desde los MMOs, como *gamer* casual o *gamer* de poder (hardcore) (T. L. Taylor, 2006), pro *gamer*, etc. Surge entonces la pregunta de qué es lo que une a todos ellos como *gamers*; sin duda un tema pendiente en la investigación sobre videojuegos.

Uno de los aspectos más importantes de los *gamers* es que no solo consumen los videojuegos, también se involucran en discutir y empujar cambios al diseño y la jugabilidad de los videojuegos de los que son fans a partir de discusiones en foros o eventos en vivo. Al mismo tiempo son ellos quienes le dan vida a los eventos presenciales, quienes construyen una comunidad alrededor de un videojuego o quienes abandonan un título, técnicamente matando al videojuego. "Ser fan es al mismo tiempo

expresivo y constructivo. Por lo tanto, es un área importante para mirar si se quiere tener un mejor entendimiento de los videojuegos y la cultura *gamer*” (T. L. Taylor, 2012).

Por lo tanto, los *gamers* resultan un punto importante a investigar cuando se habla de videojuegos. No solo es necesario conocer la manera en la que usan este término en su vida cotidiana; también es relevante poner atención a cómo se modifica la percepción de este en un momento en el que los videojuegos están volviéndose *mainstream*, qué efectos tendrá esto en la capacidad de formar comunidades a partir de ser *gamer*. “Conforme la cultura en general cambia su percepción sobre los videojuegos y la acepta como otra actividad diaria, lo que antes era un término de identidad y comunidad importante también enfrenta transformaciones” (T. L. Taylor, 2012).

I.4 Relación *esports*, MMOs y *gamers*. Hacia una propuesta de investigación

Debemos comprender que los videojuegos son una de las industrias creativas más importantes dentro de la cultura digital y que su estudio desde las ciencias sociales es necesario para comprenderla. Para realizar esta tarea es necesario partir desde la perspectiva de que el videojuego no es únicamente el software (sus mecánicas, narrativa, elementos visuales, etc.), tampoco son únicamente los videojugadores o la cultura y las comunidades *gamer*; los videojuegos son más que la suma de sus partes.

La acción, agencia³, del videojugador es fundamental para que el videojuego pueda ser experimentado, revele su trama, que exista con quien competir o jugar y para

³ [Véase 3.2](#)

que los sistemas de interacción entre usuarios funcionen. “Los jugadores no solo consumen, o actúan como miembros de una audiencia pasiva del juego, sino que son co-creadores activos en la producción del juego como una experiencia significativa y como objeto” (T. L. Taylor, 2006, L. 1795–1796). La acción del videojugador sobre el videojuego es el primer paso para que se comience a generar intersubjetividad, para que a partir de lo propuesto por el videojuego (mecánicas, narrativas, etc.) se comiencen a generar capitales simbólicos propios; y para que se formen comunidades con ritos, rituales, normas e imaginarios propios.

Como se mencionó anteriormente, existe un vacío en la investigación académica sobre qué es lo que significa ser *gamer*. Sin embargo, es la actividad de estos dentro de los distintos videojuegos sumado al interés competitivo, ya sea PVP o PVE, junto con las prácticas de *streaming* de videojuegos la que comenzará un ciclo de retroalimentación y fortalecimiento de las comunidades. Esto también influye a las desarrolladoras quienes a partir de las maneras de jugar buscarán hacer el juego más interesante, corregir errores de balance y agregar contenido constantemente.

Eventualmente esta escena competitiva llevará a la formación de ligas de *esports*, vale la pena tener en cuenta que aun cuando varios juegos se lanzan con la intención de convertirse en *esports* la mayoría no lo logran. Esto se puede deber a falta de interés por las comunidades *gamers*, a que los cambios en el juego o mejoras de jugabilidad no suceden lo suficientemente rápido u otro título del mismo género tiene mejores mecánicas, gráficos, más gente y se lleva a la mayoría de los jugadores. Es importante recalcar que los jugadores profesionales, y generalmente los profesionales que se dedican a dirigir equipos de *esports*, organizar eventos y desarrollar videojuegos

proviene de las comunidades *gamers*. Al mismo tiempo hay que recordar que el ser espectador de *esports*, ya sea presencialmente o a través de *live streaming* es, como se mencionó anteriormente, una extensión de la actividad de juego.

Los *gamers*, el videojuego, las comunidades y los *esports* se retroalimentan uno al otro. Estas relaciones están atravesadas por la práctica comunicativa mediada por el uso de tecnologías de información y la comunicación (TICs). Por lo que, para comprender las relaciones que ocurren en todos los sentidos, resulta necesario conocer que es lo que motiva a los videojugadores, su subjetividad; la intersubjetividad que crean y el lugar donde interactúan.

Como se ha mencionado anteriormente existe un vacío en la investigación sobre videojuegos sobre el papel que estos tienen en la vida cotidiana para identificarse, así como en las interacciones sociales dentro y fuera del videojuego (Crawford & Gosling, 2009; Crawford & Rutter, 2007), como forma de entretenimiento y como manera de enfrentar al mundo. Siguiendo el planteamiento de Tina Taylor quien comenta que: “los estudios sociológicos del juego digital resaltan lo simplista, individualista y dicotómico característicos de algunas de nuestras viejas teorías del juego (T. L. Taylor, 2018); se planteará, en el capítulo II, un marco teórico partiendo desde el concepto de mundo de vida y la práctica comunicativa con el objetivo de ofrecer un orden teleológico.

Este a su vez permitirá entender y articular la comprensión del mundo de juego como real, en el que el videojugador a partir de su agencia, en su práctica de la interacción con otros videojugadores producen una intersubjetividad. Así mismo esto funcionará para comprender que el término *gamer* debe de ser entendido como una

ideología en lugar de buscar comprenderlo como una identidad, siendo la ideología *gamer* reproducida y producida por los videojugadores en su mundo de vida.

Es necesario estudiar a los videojuegos, los *gamers*, las comunidades de videojugadores y a los *esports*; no solo en términos económicos o como un simple producto de entretenimiento. Comprender a los videojuegos como parte del mundo de vida donde la práctica comunicativa es esencial para la creación de una intersubjetividad compartida, permitirá replantear la forma en la que se crean comunidades alrededor de productos culturales mediados por la tecnología en la era digital. Los videojuegos y las comunidades que los videojugadores crean en su mundo de vida son un aspecto central para comprender la cultura digital actual; por lo tanto, es necesario y pertinente incluir estos temas en la agenda académica de las ciencias sociales.

2. Comprendiendo al videojuego desde el mundo de vida y la práctica comunicativa.

El presente capítulo tiene como objetivo dilucidar sobre los conceptos fundamentales que articulan los ejes teóricos que utilizados en este trabajo. A continuación, se presenta un marco teórico con la intención de proporcionar un orden teleológico que, en última instancia, integra las diferentes dimensiones de análisis que atañen a esta investigación. Dicho orden parte desde la revisión de los conceptos de práctica comunicativa y el mundo de vida; es necesario recalcar que, el análisis y el uso de los conceptos enumerados en ningún momento pretende inmiscuirse en las discusiones críticas, meta críticas o epistemológicas que existen alrededor de estos; puesto que no son la materia de la presente investigación. A través del uso de estos se integra un marco teórico para la investigación de un fenómeno tan complejo como son los videojuegos y la vida social que ocurre en estos.

En primer lugar, se discute el concepto del mundo de vida a partir de las aportaciones teóricas de: Edmund Husserl (2008), Alfred Schutz y Thomas Luckmann (2009) , Martín Heidegger (2001a, 2001b) y Jürgen Habermas (1984, 1987). En una primera instancia este análisis permite cimentar el marco referencial y contextual en el que sucede la acción, la práctica comunicativa y la formación de una vida social en los videojuegos, en específico en los MMOs y en los *esports*. Este análisis, inevitablemente conduce al segundo concepto central de este capítulo: la práctica comunicativa, donde se explora su importancia como una cualidad ontológica antropomórfica y su papel fundamental para la creación social de sentido, es decir para la creación de una

intersubjetividad. Este análisis se realiza a partir de la discusión de la teoría de la acción comunicativa propuesta por Habermas (1984, 1987), al mismo tiempo, se revisarán conceptos planteados por Heidegger (2001a, 2001b), Charles Taylor (1997) y Nikolas Kompridis (2006). A partir de la cual se plantean las bases para comprender la práctica comunicativa que ocurre en el mundo de vida de los videojugadores.

Posteriormente, se realiza el análisis de la operación de las estructuras del mundo de vida en el videojuego, siguiendo la línea de pensamiento planteada por Schultz y Luckman (2009). Una vez superada esta elucidación se procede a la discusión de por qué los videojuegos deben de ser considerados como parte del mundo de vida; así como de la pertinencia del estudio desde la fenomenología del videojuego; proporcionando un orden teleológico que permite continuar la discusión teórica en el capítulo tres.

2.1. El mundo de vida y la pertinencia de una fenomenología del videojuego

Los videojuegos se han vuelto parte de la vida cotidiana de las personas; los videojugadores invierten un gran número de horas en algo que no es solo una actividad recreativa; sino que, son a su vez espacios donde, en el caso de los MMOs y los juegos en línea, se comunican, conocen a otros y crean relaciones. A partir de estas generan redes y estructuras sociales para conseguir objetivos en común, convivir y jugar. Construyen a través de estas acciones, referentes simbólicos, códigos de lenguaje e imaginarios: una intersubjetividad; a partir de la cual interactúan dentro del videojuego, pero también fuera de este tanto en espacios físicos como en los mediados digitalmente.

La inclusión de los videojuegos en la cotidianeidad de las personas en la era digital, no solo se puede observar en su papel como espacios donde los videojugadores crean intersubjetividad o en su papel como entretenimiento diario, pues también representan una fuente de ingresos, al ser un trabajo formal para todos aquellos que están involucrados en el desarrollo y comercialización de estos productos y también para los individuos que se dedican a jugar videojuegos de manera profesional, deportistas o *streamers* en vivo ([véase capítulo 1](#)), quienes agregan nuevas dimensiones del papel de los videojuegos a la vida cotidiana.

A pesar del innegable papel que tienen los videojuegos en la vida cotidiana de las personas, cuando se habla de lo que sucede dentro de éstos, se utiliza una separación tajante entre lo que sucede en el mundo de juego o alrededor de ellos, denominándolo como “virtual”, y aquello que acontece fuera, como lo “real”. Intentos como el realizado en *The Onlife Manifesto: Being Human on the Hyperconnected Era* (Floridi, 2014), acuñan el neologismo “*onlife*”, que se refiere a una nueva forma de relacionarse con el mundo, uno mismo y otros a partir del avance y uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Este manifiesto tiene como aspectos principales el desvanecimiento entre lo real y lo virtual, entre el hombre y la máquina; y, el cambio de enfoque que significa pasar de dar prioridad a las entidades, a otorgársela a las interacciones (Floridi, 2014).

En este sentido el manifiesto “*onlife*” como plantea Charles Ess busca romper con las definiciones dualistas que hacen distinciones tajantes entre lo virtual y lo real, las cuales “descansan en el dualismo Cartesiano, que divorcia el cuerpo no cognitivo (y con él, todo aquello en la naturaleza como ‘substancia extendida’) de lo no extendido y, por

lo tanto, de la mente totalmente incorpórea” (Ess, 2014, p. 91). El problema no subyace, *per se*, en la denominación de virtual a lo que sucede en un ambiente mediado digital y tecnológicamente; la contrariedad está en que al usar este término se desestima lo que sucede en estos ambientes como no real y se acepta todo lo que sucede fuera de estos como real; en consecuencia, se utiliza la consigna de que lo que sucede en estos ambientes mediados por la tecnología, y en especial en los videojuegos, es simplemente un juego, una fantasía; es decir algo que no es real. Recluyendo lo que sucede en estos ambientes, en términos del mundo de vida, a lo que Schutz denominó ámbitos finitos de sentido donde incluye a los juegos, los mundos de ensueño, la poesía, entre otros (Schutz & Luckmann, 2009, p. 47). O como menciona Don Ihde: “En todo caso, fenomenológicamente, este espacio ciertamente más activo no es sino un pequeño adelanto con respecto a la pasividad de las situaciones audiovisuales previas”(2001, p. 32).

Por lo tanto, se podría juzgar que los esfuerzos para analizar fenomenológicamente al videojuego y su papel en el mundo de vida son fútiles y que los videojuegos están condenados a ser vistos desde la academia como un simple producto de entretenimiento. Justo partiendo de esta percepción es que Floridi propone una re-ontologización de la vida en la “*infoesfera*”, donde la consecuencia más importante es “el desvelamiento de los humanos como agentes interconectados, organismos informacionales entre otros agentes informacionales” (2007, p. 10). Esta nueva ontología sumada a conceptos explorados, centrados y prefigurados en la filosofía moderna especialmente en la fenomenología (Ess, 2014, p. 90), dan lugar al manifiesto “*onlife*”. Donde apuntan que retoman los preceptos de la fenomenología ya que esta “resiste la

subordinación de los seres humanos, nuestras experiencias y el entendimiento de uno mismo de las polaridades del conocimiento subjetivo contra el objetivo" (Ess, 2014, p. 92).

El uso del concepto "*onlife*" pretende o renombrar el espacio donde sucede la interacción entre los actores, el mundo de vida; la realidad fundamental y eminente del hombre (Schutz & Luckmann, 2009); donde no solo el sujeto reconoce de antemano la existencia de otros como él, sino que tiene la capacidad de comunicarse con ellos. Dentro de la interacción de los individuos está inevitablemente la comunicación entre actores, y esta, ya presupone la transmisión de la información a la que la visión "*onlife*" dice ponerle más énfasis. Si bien es cierto que actualmente la cantidad de información que se puede recibir, almacenar y transmitir es mayor, esto tan sólo se debe a los avances tecnológicos. Presuponer que la relación del hombre con las nuevas tecnologías requiere un replanteamiento ontológico de la condición humana, ignora que, la vida humana siempre ha estado mediada a través de la tecnología desde el uso del lenguaje y de la ropa hasta el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (véase 2.4). Por último, ante la idea de priorizar las interacciones es pertinente retomar a Giddens quien apunta que la "sociología no se ocupa de un universo predado de objetos, sino con que es constituido y producido a través de la participación activa de los sujetos" (Giddens, 2013, L. 3020). Por lo que resulta necesario, entonces, comprender cómo funcionan las estructuras del mundo de vida en el videojuego para comprender cómo es la experiencia del sujeto en estos y a partir de eso comprender la forma en la que estos producen y constituyen la realidad social en estos ambientes.

Para lograr este cometido es necesario, retomar a Schutz y Luckman quienes mencionan que el mundo de la vida es donde los individuos adquieren experiencias y agregan que: “Únicamente en el mundo de la vida cotidiana puede constituirse un mundo circundante, común y comunicativo. El mundo de la vida es, por consiguiente, la realidad fundamental y eminente del hombre” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 25). Ante esta situación surgen las siguientes interrogantes: ¿Cómo es posible que los videojugadores no solo se puedan comunicar entre ellos, sino que también creen una intersubjetividad dentro de los videojuegos? ¿Por qué se pueden generar nuevos conocimientos y prácticas para la vida cotidiana en estos, si no son parte del mundo de vida? ¿Entonces, qué papel juegan estos conocimientos y prácticas en la construcción de la realidad fundamental?

Denisa Butnaru, en su discusión sobre los medios digitales y la manera en la que estos colonizan el mundo de vida apunta que: “...los medios digitales ya no operan en términos de una substracción a los principios básicos que constituyen la realidad fundamental. Se convierten en la vida cotidiana, ofreciendo el preámbulo para un nuevo acercamiento fenomenológico al mundo de vida” (2015, pp. 70–71).

Ante el horizonte que presentan los videojuegos, en especial los MMOs y los *esports*, en la realidad eminente de la vida cotidiana de millones de videojugadores en la era digital y en las modificaciones que han provocado también a la realidad de aquellos que nos son videojugadores. Resulta necesario y pertinente reflexionar desde la fenomenología a los videojuegos y a la fenomenología a partir de los videojuegos; para entender el papel, consecuencias e implicaciones que tienen los videojuegos en la formación realidad fundamental.

Para proceder con la discusión es necesario retomar el concepto de mundo de vida. En su obra de 1936 *La crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*, Husserl plantea que el mundo de vida “nos es pre-dado como horizonte, no una vez accidentalmente sino siempre y necesariamente como campo universal de toda práctica efectiva y posible. Vivir es siempre vivir con la certeza del mundo” (Husserl, 2008, p. 145). Posteriormente, Schutz construye sobre los conceptos planteados por Husserl y junto con Luckmann en 1977 apuntan que: “El mundo de la vida cotidiana es la región de la realidad en que el hombre puede intervenir y que puede modificar mientras opera en ella mediante su organismo animado”(2009, p. 25).

La noción de Schutz sobre el mundo de vida está orientada a la acción sobre el mundo de vida. Para poder actuar sobre este con actitud natural enuncian como propiedades: la presunción de que este es real y el no cuestionar este carácter, así como la existencia de Otros semejantes a mí; por lo tanto este incluye tanto los objetos de la naturaleza como los objetos culturales (Schutz & Luckmann, 2009). Así mismo, resaltan dos idealizaciones inherentes al mundo de vida que tienen su origen en que este se presenta como permanente; por lo que, tanto el conocimiento como las experiencias adquiridas conservan su validez y por lo tanto puedo volver a actuar de la misma manera (Schutz & Luckmann, 2009).

Por otro lado, Habermas agrega a los conceptos propuestos por Schutz, que podemos pensar el mundo de vida como “representado por un acervo de patrones interpretativos transmitidos culturalmente y organizados lingüísticamente” (1984, L. 2928). De igual manera, no abandona la importancia del mundo de vida como lugar para la acción:

“El mundo de vida es el sitio trascendental donde el hablante y el oyente se encuentran, donde recíprocamente pueden reclamar la validez de sus declaraciones y su coherencia con el mundo (objetivo, social o subjetivo); y donde pueden criticar o confirmar la validez de esas declaraciones, resolver desacuerdos y llegar a acuerdos” (Habermas, 1987, L. 2966).

Con el objetivo de plantear una definición que permita seguir con las discusiones sobre los videojuegos y el mundo de vida, resulta importante analizar los conceptos planteados hasta este momento. En primer lugar, el individuo en el mundo de la vida tiene la certeza de que este existe, es real y que él existe en este; además también sabe que este ha existido antes de él. “En la actitud Natural siempre me encuentro en un mundo que presupongo y considero evidentemente “real”. Nací en él y presumo que existió antes de mí” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 25). Existe un mundo que al que llegué o como plantea Heidegger al que fui arrojado en el cual opero a través de un conocimiento del mundo pre reflectivo y gramaticalmente regulado (Heidegger, 1993); mi experiencia del mundo de vida no solo depende de estar en el sino también de mi capacidad de poder nombrar y entender las cosas que hay en este.

Además, el acercamiento del individuo al mundo de vida es uno en el que no hay cuestionamientos, para Schutz la reducción de la experiencia elemental a conceptos y las preguntas de cómo se constituyen los objetos experimentables pertenece al pensamiento filosófico y científico (Schutz & Luckmann, 2009). Mientras que para Habermas el mundo de vida “está formado de convicciones en el fondo más o menos difusas y siempre no problemáticas. Este trasfondo del mundo de vida sirve como una fuente para definir situaciones que para los participantes son presupuestas como no

problemáticas” (Habermas, 1984, L. 2152). Se comprende que el mundo de la vida se presenta en horizontes, considerados como reales, y es a través de la interpretación de estos que puedo obtener los elementos para realizar cualquier acción en el mundo de la vida.

La presunción de que el mundo de la vida está habitado por Otros individuos similares que comparten el mundo de vida conmigo y que lo entienden de manera similar; es sumamente importante, ya que, por lo tanto, se presupone la existencia de un mundo intersubjetivo. Un mundo que ha sido interpretado por otros sujetos similares, quienes han generado el acervo de conocimientos y patrones interpretativos; los cuales utiliza el individuo para interpretar el mundo y poder actuar en este. La comprensión del ser humano del mundo de vida está ligada al lenguaje y la comunicación. “El mundo de vida está disponible únicamente a los sujetos que ejercen su capacidad de hablar y actuar. Ganan acceso a este participando, al menos virtualmente, en las comunicaciones de los miembros y por lo tanto convirtiéndose en al menos miembros potenciales de este” (Habermas, 1984, L. 3010).

Teniendo en cuenta estos elementos, a lo largo de este trabajo se considerará al mundo de vida como el lugar preexistente, de antemano considerado real, donde el individuo presupone que existen objetos, así como Otros que perciben este mundo de manera similar. Este el lugar se presenta en horizontes a partir de los cuales el individuo puede interpretar las situaciones, así como actuar sobre los objetos y los Otros en este lugar; al mismo tiempo estos pueden actuar sobre el individuo.

Para continuar con la discusión de por que lo que los videojuegos son parte de la realidad fundamental del mundo de vida y cómo se pueden entender las estructuras del

mundo de vida ante esta nueva perspectiva; resulta necesario analizar el papel fundamental que tienen la comunicación para la formación de la realidad fundamental. Este análisis permitirá comprender el papel de esta para la formación de la intersubjetividad del mundo de vida, las presunciones de realidad y la manera en las que el individuo interpreta las situaciones que se le presentan en los horizontes del mundo de vida.

2.2 La práctica comunicativa como aspecto esencial para construir el mundo de vida.

En primer lugar, es necesario recalcar que, para experimentar el mundo de vida, interpretar los horizontes en los que se presenta y actuar en él se requiere el lenguaje; y para transmitir el lenguaje necesitamos la comunicación. Habermas plantea que los humanos como especie se mantienen a través de las actividades sociales coordinadas y “esta coordinación es establecida a través de la comunicación (...) entonces la reproducción de la especie también requiere satisfacer las condiciones de racionalidad inherentes a la acción comunicativa” (Habermas, 1984, L. 397). Para Heidegger, la forma en la que el discurso se expresa es el lenguaje, y considera que:

“Puesto que el discurso es constitutivo del Ser ‘ahí’ (es decir, de la disposición afectiva y el comprender), sí *Dasein* significa estar-en-el-mundo, el *Dasein* como un ser discursivo, en su estar-en ya se ha expresado discursivamente. El *Dasein* tiene lenguaje. (...) El hombre se muestra como la entidad que habla. Esto no significa que sólo el hombre tenga la posibilidad de comunicarse por medio de la voz, sino que este ente es en la forma del descubrimiento del mundo y del mismo *Dasein*” (Heidegger, 2001a, pp. 208–209).

Para Anthony Giddens la constitución del mundo como “significativo, explicable o inteligible depende del lenguaje, entendido este no como un simple sistema de signos y símbolos si no como un medio para la actividad práctica” (Giddens, 2013, L. 2936). Por lo tanto, la comunicación debe ser comprendida como una cualidad ontológica del ser humano que utiliza el lenguaje para tener acceso al mundo de vida y para experimentarlo, y así mismo para producir y reproducir los patrones interpretativos necesarios para comprender este y comunicarse con otros.

El lenguaje en la teoría de la “Acción Comunicativa” planteada por Habermas (1984, 1987), no solo tiene un papel fundamental para experimentar el mundo de vida, sino es el elemento central para que exista la intersubjetividad, argumentando que esta depende de las capacidades lingüísticas de los individuos, apuntando que:

“Solo el modelo de la acción comunicativa presupone al lenguaje como medio de comunicación sin ataduras donde los oyentes y los hablantes, a partir de su concepto de un mundo de vida pre interpretado se refieren simultáneamente a objetos en el mundo objetivo, social y subjetivo para generar y negociar definiciones en común de la situación” (Habermas, 1984, L. 2666).

Es a partir de este giro lingüístico para la construcción de la intersubjetividad que elabora la teoría de la acción comunicativa. Esta presupone el cumplimiento de dos requisitos para poder suceder:

- 1) La existencia de un mundo de vida intersubjetivamente compartido “...las presuposiciones de intersubjetividad son necesarias si queremos ser capaces de

referirnos al (único) mundo objetivo, idéntico para todos los observadores, o a algo en el mundo intersubjetivamente compartido”(Habermas, 1984, p. 1747).

2) Que se cumplan las condiciones de la racionalidad comunicativa que se refiere al uso del lenguaje para la argumentación en la vida cotidiana con el objetivo de llegar al mutuo entendimiento. Esta requiere participantes “..que físicamente estén constituidos como capaces de una experiencia verídica, que estén motivados a hablar ‘verdaderamente’ de su experiencia y que hablen de acuerdo con esquemas de expresión reconocidos y compartidos” (Habermas, 1984, L. 1009).

Sin embargo, para Habermas los únicos sujetos capaces de cumplir los requisitos necesarios para el uso de la racionalidad comunicativa son los ‘actores sociales’, siendo estos últimos definidos por la característica de orientar sus acciones a expresiones válidas y reconocidas intersubjetivamente; así mismo son capaces de proveer razones para explicar sus expresiones. La validez de las expresiones simbólicas, a su vez, depende de que estén formuladas a partir de un conocimiento compartido intersubjetivamente y que puedan ser sujetas a crítica y mejoramiento (Habermas, 1984).

Por lo tanto, un actor que busca realizar una expresión simbólica válida (además de formarla de manera correcta) debe de construirla con base a tres pretensiones de validez:

“1. Que la declaración hecha es verdad (o que las presuposiciones existenciales del contenido propuesto son satisfechas); 2. Que el acto de habla es correcto de acuerdo con el contexto normativo existente (o que el contexto normativo que

debe de satisfacer es legítimo); 3. Que la intención que manifiesta el hablante es realmente lo que está expresando” (Habermas, 1984, p. 2747).

Por ejemplo, si un videojugador se acerca y expresa: ‘El día de ayer me *gankearon* en repetidas ocasiones en el carril inferior y mis compañeros me acusaron de *feedear*’. Bajo el modelo de la acción comunicativa, si quien recibe esta información no comparte la intersubjetividad necesaria para validar esta expresión, que es totalmente lógica y verídica, tendrá que investigar el significado de esta frase.

Ante el panorama planteado hasta el momento surgen dos problemas. Primero para Habermas, la construcción de la intersubjetividad está dada a partir del uso del lenguaje a través de la acción comunicativa, realizando actos de habla desde una intersubjetividad compartida y cuya validez se mide ante la misma intersubjetividad; pareciendo entonces que la construcción de la intersubjetividad es un proceso circular. Charles Taylor habla de la teoría del atomismo del significado y critica esta visión, señalando que esta: “incorporó esta comprensión del trasfondo en las relaciones palabra-objeto y las hizo autosuficientes. La medida liberadora llega cuando nos damos cuenta de que esas relaciones necesitan un trasfondo y de que puede ser explorado en toda su riqueza y diversidad” (C. Taylor, 1997, pp. 108–109); sugiriendo la existencia de un elemento más a considerar para entender la construcción de la intersubjetividad relacionada con la experiencia humana.

Segundo, si solo las expresiones realizadas a partir del contexto normativo -es decir, aquellas que están formuladas desde la intersubjetividad compartida- son posibles; entonces, cómo se explica la aparición de nuevas palabras, nuevos patrones culturales u otras formas de actuar. Para Nikolas Kompridis, este es un problema que tiene su

origen en la forma en la que está construido el concepto de racionalidad comunicativa; apuntando que “Este no es un problema que sea fácilmente rectificado, ya que los conceptos básicos de la racionalidad comunicativa no están diseñados para explicar – simplemente se toman por un hecho- las maneras en las que los seres humanos transforman los significados, ideales, normas, instituciones, prácticas y tradiciones que heredan y transmiten” (2006, L.707).

Estas dos problemáticas presentan un reto para comprender cómo los videojugadores crean una intersubjetividad, a partir de sus experiencias, las acciones que realizan y la comunicación que tienen en los videojuegos y en torno a estos. Taylor plantea que una solución es reconocer el papel activo que tienen los individuos para reconocer el mundo mencionando que al articular “el mundo estamos siendo sensibles a algo que no somos nosotros” (C. Taylor, 1997, p. 111). Kompridis continua con esta línea de pensamiento y comenta que:

“Antes de establecer relaciones epistémicas con el mundo ‘externo’; nuestra comprensión teórica del mundo siempre se refiere a, y toma de, un involucramiento práctico con aquello que encontramos en el mundo – un mundo que no ‘constituimos’, sino un mundo al que somos ‘arrojados’”. (Kompridis, 2006, L. 785)

Para continuar con la línea de pensamiento es necesario precisar el papel que tiene la perspectiva heideggeriana del *Dasein*⁴ para reconocer el papel que juegan los

⁴ Se trata de un término cuya pretensión será distinguir el modo de ser del Hombre del de otros entes cuya esencia sería distinta a la humana. Sirve para indicar el modo de ser propio del ser humano, con la finalidad de repensar la tradición metafísica (ontológica) occidental. Es siempre una relación con el

individuos al momento de desvelar el mundo. El *Dasein* es lo que posibilita que los objetos en el mundo puedan ser encontrados, solo cuando el ser existe en un mundo, existe la posibilidad de que los objetos pueden ser reconocidos. En palabras de Heidegger:

“Ciertamente, sólo mientras el ‘ser ahí’ es, es decir, la posibilidad óptica de una comprensión del ser, ‘se da’ el ser. Si no existe el ‘ser ahí’, entonces no ‘es’ tampoco ‘la independencia’ ni ‘es’ tampoco el ‘en sí’. Entonces tampoco cabe ni que se descubran entes intramundanos, ni que permanezcan ocultos. Entonces tampoco cabe decir ni que los entes son, ni que no son. Sí cabe decir ahora, mientras una comprensión del ser es, y con ella una comprensión del ‘ser antes los ojos’, que entonces los entes seguirán siendo” (Heidegger, 1993, pp. 232–233).

Una vez que se establece la posibilidad de que un ser que existe en el mundo reconozca algo que no es él. Kompridis, con el objetivo de ampliar la razón habermasiana y solucionar el problema para la construcción de la intersubjetividad, sugiere retomar la perspectiva del desvelamiento comentando que: “En un sentido el mundo es pre-reflectivamente desvelado a nosotros; sin embargo, en otro, el mundo es desvelado a

propio ser a cuyas características el filósofo llama existenciales. Es presentado desde la cotidianidad como el ser-en-el-mundo que siempre se está proyectando en las posibilidades de ser, las cuales constituyen su propio ser. No se muestra como un sujeto individualizado que representa objetos mentalmente, por el contrario, se pierde en la impersonalidad del mundo compartido con los otros y establece relaciones funcionales con el entorno (Vial Roehé & Dutra, 2014, p. 106).

El *Dasein* fungirá como vía para plantear la pregunta del sentido del ser en general. Se presenta como la oportunidad de superar una determinación de él mismo en cuanto una “mera cosa” presente en un espacio. Representa el acto” de constituir el “mundo” debido a que se explicita como el acto de conformación de aquella realidad en la que vivimos, de aquello que en su diversidad concierne a la vida humana. Tiene un ámbito develador del ente, de su misma “realidad” y del despliegue mismo del Ahí en el que habita. Es un término cuyo eje temático refiere al problema del origen de lo que deberemos entender por nuestro Ahí o indagar en el problema de la constitución misma del mundo (Johnson Muñoz, 2018).

través de nosotros: somos nosotros quienes hacemos la desvelación posible”(2006, L. 807). Propone que el desvelamiento pre-reflectivo tiene que ver con las estructuras y condiciones necesarias para que se pueda comprender el trasfondo, mientras que el desvelamiento reflectivo tiene que ver con “las maneras en las que las estructuras de inteligibilidad del trasfondo son reabiertas y transformadas a través de nuevas interpretaciones y prácticas culturales...”(Kompridis, 2006, p. 811).

Hasta este momento se ha analizado por un lado la teoría de la acción comunicativa, así como la importancia de la acción del individuo para desvelar lo que se presenta en el mundo de vida y la importancia de esta para agregar cosas ocultas a los horizontes. Por lo tanto, resulta necesario articular los conceptos expuestos, para encontrar un modelo de práctica comunicativa que contribuya a explicar cómo los videojugadores crean nuevas prácticas, palabras y una intersubjetividad a través de sus prácticas comunicativas.

Si se considera que la experiencia fundamental a partir de la que se puede comenzar a explicitar cualquier objeto o significado es la existencia del sujeto en el mundo; se puede entonces, comenzar a construir una forma de intersubjetividad no ligada a la intersubjetividad. Siguiendo la propuesta de Kompridis de desvelamiento pre-reflectivo y desvelamiento reflectivo podemos comenzar a elaborar una forma en la que ambos modelos comunicativos puedan ser integrados. Comenzando por todo aquello que se presenta pre-reflectivamente, los horizontes que nos permiten entender las situaciones a través del lenguaje y los conocimientos previos. Ante estos el sujeto puede realizar actos de habla los cuales se pueden referir a conceptos u objetos que existen en el mundo de vida, ya sea en el ámbito real, subjetivo o intersubjetivo. Es en este contexto,

como plantea Habermas, que los individuos pueden juzgar las aseveraciones realizadas y constatar que se refieran a aspectos válidos a partir de un binomio sí o no. En el caso de aquello que se refiere al mundo real pueden ser medidas ante la verdad, enunciar sobre el mundo social puede ser juzgada contra los marcos normativos; y, por último, expresarse sobre experiencias del mundo subjetivo que pueden ser validadas a partir de su sinceridad (Habermas, 1984).

Por otro lado, si se presenta algo que está fuera de los contextos pre-reflectivos se puede utilizar el desvelamiento reflectivo, el cual “puede aumentar nuestra percepción de interconexiones anteriormente escondidas o no tematizadas. Es aquí cuando nuestro entendimiento del mundo pre-reflectivo no es tanto como cuestionado y subvertido; sino más bien, descubierto y rearticulado”(Kompridis, 2006, L. 843). Las aseveraciones que se realizan a partir de este tipo de desvelamiento también deben de ser confrontadas con la realidad del mundo como menciona Kompridis: “Un lenguaje o una práctica que desvela el mundo no es anterior, sino subordinada a la pregunta de verdad (validez). Una práctica o lenguaje que desvela el mundo tiene que ser medida ante el mundo que supuestamente debe iluminar” (Kompridis, 2006, L. 2063).

Como menciona Kompridis: “...cuando estamos tratando de entender y evaluar aseveraciones innovativas y nuevos vocabularios, no podemos tomar la actitud Sí/No, ya que las condiciones que hacen a una aseveración que desvela el mundo aceptable o no, aún no han sido obtenidas”(2006, L. 2864). Para este tipo de significados o aseveraciones “La verdad y la falsedad son irrelevantes para esta clase particular de significados, no porque estén más allá de la evaluación y la justificación por definición,

sino porque están más allá del alcance de las prácticas actuales de evaluación y justificación” (Kompridis, 2006, L. 2926).

Por lo que la forma en la que se pueden juzgar es a través de su significado y de su posibilidad de modificar y enriquecer los parámetros sobre los cuales medimos la validez o veracidad de las aseveraciones. “Siempre que puedan enriquecer las condiciones culturales de inteligibilidad y posibilidad, pueden ‘crear’ las condiciones bajo las cuales su ‘verdad’ – es decir, las posibilidades que desvelan- puedan ser evaluadas y verificadas” (Kompridis, 2006, L. 2927). Es decir, los nuevos significados, vocabularios o aseveraciones amplían los horizontes a partir de los cuales pueden ser juzgados, posibilitando así la expansión de estos sin negar que estos en su momento también deben de ser juzgados a partir de su validez.

Retomando el ejemplo, si el videojugador se acerca y expresa: ‘El día de ayer me *gankearon* en repetidas ocasiones en el carril inferior y mis compañeros me acusaron de *feedear*’. Ahora quien recibe la comunicación no juzgará la validez de la enunciación puesto que sabe que no tiene las condiciones para hacerlo. En su lugar este enunciado le abre la posibilidad de que algo se le desvele. Puede entonces, ir al videojuego *League of Legends* y experimentar que el carril inferior es uno de los espacios donde se juega, que *gankear* significa que uno o varios miembros del equipo enemigo llegaron al carril con el objetivo de matarlo. Y que *feedear* es un término que utilizan los videojugadores para referirse a un jugador enemigo que a través de asesinatos ha conseguido mucho dinero del juego, que se traduce en mucho poder para continuar asesinando a los jugadores del equipo enemigo. Una vez que se adquieren los elementos necesarios para juzgar la aseveración, se puede, entonces, juzgar ante los preceptos de la racionalidad

comunicativa agregándose la convención del significado de una palabra al conocimiento mutuo. Por lo que, como se puede observar “el significado de una palabra en una comunidad lingüística depende de las normas o convenciones que prevalecen en la comunidad” (Giddens, 2013, L. 17).

Entonces se puede comprender que los sujetos que están actuando comunicativamente lo hacen siempre interpretando lo que se les desvela en el mundo de vida; donde la interpretación pre-reflectivamente o reflectiva sirve a los participantes para definir las situaciones en las que se encuentran o bien para ampliarlas. Como apunta Giddens: “es esencial reconocer, para cualquier esquema de análisis de la interacción como producto de las actividades inherentes de los actores, que el significado es activa y continuamente negociado, y no solo la comunicación programada de esquemas comunicativos ya establecidos” (2013, L. 2036). Por lo que, los participantes en la práctica comunicativa se involucran en un constante proceso de definición, redefinición y expansión de los significados de lo que se les desvela en el mundo de vida.

2.3 Las estructuras del mundo de vida y el videojuego.

La diferencia fundamental entre los videojuegos y otras plataformas o productos de entretenimiento es que los videojuegos por definición requieren la participación de sus jugadores. Esta no es una simple interactividad, puesto que el videojugador a partir de sus acciones, decisiones, yerros, aciertos, derrotas y triunfos que lo construye como una experiencia significativa; ‘sin jugador no hay juego’ no es solo un lugar común para referirse a los videojuegos. Además, la experiencia es única para cada videojugador, aun cuando dos jugadores jueguen el mismo título, cada uno tendrá una experiencia diferente de acuerdo con sus elecciones y acciones en el videojuego.

Schutz y Luckman apuntan que: “El mundo de la vida es, ante todo, el ámbito de la práctica, de la acción. Los problemas de la acción y la elección deben ocupar, por lo tanto, un lugar fundamental en el análisis del mundo de la vida” (2009, p. 38). Sumado a esto, en los MMOs los videojugadores siempre están interactuando con el Otro, comunicándose con este; crean relaciones, redes sociales y una intersubjetividad; actividades que son únicamente posibles en el mundo de la vida. Entonces, estos deben ser considerados como parte del mundo de la vida y por lo tanto, parte de la realidad fundamental.

Para proseguir con esta discusión en primer lugar para facilitar la argumentación se enumerarán críticas o posibles objeciones que se considera podrían surgir ante la línea de pensamiento que se presenta.; en tanto que estos representan argumentos que necesariamente tendrán que ser atendidos y discutidos a lo largo de este trabajo. En primer lugar, se podría argumentar que en realidad cuando se juega un videojuego se está realizando un cambio en la actitud cognoscitiva, a partir de una suspensión de la realidad; por lo tanto, la interacción con el videojuego se puede comprender simplemente a través de la encarnación vicaria o del círculo mágico⁵. Por lo tanto, correspondiendo a una provincia del conocimiento finito, la experiencia en los videojuegos sería más parecida a la experiencia estética.

Además, podría surgir la tesis de que los videojuegos no pueden ser parte del mundo de vida debido a que no hay una corporalidad. Negando así toda posibilidad de

⁵ Este concepto se discute a profundidad en el [subcapítulo 3.1](#), por ahora basta comprenderlo como un espacio cerrado separado del mundo real que permite la actividad de juego.

que el videojugador tenga una experiencia fenomenológica a partir de lo que sucede dentro del videojuego. Agregando, que no hay una experimentación de todos los sentidos, no se pueden oler las flores, ni sentir el agua en los videojuegos; por lo tanto, estos no difieren mucho de ver una película o una serie de televisión. Sumado a esto, la mediación tecnológica es contraria a la actitud natural; y sobre el mismo tenor, la presencia virtual del Otro (mediada tecnológicamente) no es equiparable a los encuentros cara a cara, por lo que la socialización en los videojuegos no es posible.

Igualmente, la temporalidad de los videojuegos es completamente diferente a la del mundo de vida. Además, no hay finitud, la muerte no es permanente en los videojuegos. Aunado a esto las reglas sobre las que opera el videojugador son completamente fantásticas, totalmente contrarias a lo que sucede en el mundo de la vida; por lo tanto, el (o los) videojuegos no pueden ser predados y por lo tanto no puede existir una actitud natural.

Antes de dar solución a estos cuestionamientos, es necesario examinar las características de las estructuras del mundo de vida. Para poder analizar y repensar cómo el videojuego se puede comprender en estas. Con este objetivo en mente a continuación se discute: A) La experiencia del videojugador en el videojuego, B) El tiempo en el videojuego, C) El Otro en el videojuego, D) Los acervos de conocimiento y las tipificaciones; los cuales son elementos fundamentales para comprender la actitud natural del sujeto en el mundo de vida.

A. La experiencia del videojugador en el videojuego

Uno de los aspectos fundamentales para el mundo de vida es su relación con la acción del individuo sobre lo que existe el mundo de la vida; así como la que ejerce este

sobre el individuo. Por lo tanto, uno de los intereses centrales del sujeto en el mundo de la vida es su corporalidad, no solo porque a través de este experimenta el mundo; sino ya que también es a través de este que actúa sobre el mundo. Es entonces, que la ubicación espacio temporal, tiene una gran importancia para el sujeto en el mundo de vida. “La persona alerta en la actitud natural se interesa sobre todo en el sector de su mundo cotidiano que está a su alcance, y que se ordena espacial y temporalmente alrededor de él como centro” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 54).

El plano más simple está la ubicación física del sujeto, a partir de esta puede experimentar a los objetos que se presentan en el mundo de la vida. Al mismo tiempo, le permite a partir de su ubicación física en el mundo determinar la posición en la que se encuentran los objetos. Schutz y Luckman denominan a este el mundo al alcance efectivo; que definen como: “el sector del mundo que es accesible en la experiencia inmediata, tiene una estructura fija y un sistema de coordenadas y recibe su punto de referencia de la orientación hacia mí organismo animado” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 55).

La zona de alcance efectiva se puede observar en los videojuegos. El videojugador siempre tiene una ubicación espacial en estos; la cual determina los objetos que puede experimentar. Así mismo, esta posición le hace posible definir la posición que ocupan los objetos que se le presentan. Por ejemplo, si el jugador se encuentra en un bosque en un videojuego de mundo abierto; puede observar los árboles, animales y enemigos; al mismo tiempo puede escuchar los sonidos propios del bosque y de los enemigos que se encuentran en su zona de alcance efectiva. A partir de su posición

puede determinar la distancia y la ubicación de los objetos, los árboles a su izquierda y derecha, la planta a tan solo centímetros y los enemigos delante de él.

Schutz y Luckman comentan que: “este ordenamiento en el campo visual en el campo auditivo — a decir verdad, en todo campo que esté al alcance— se superpone la identidad (presupuesto en la actitud natural) de las cosas vistas, oídas, etc.” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 55). Es importante recalcar que los objetos que se le presentan al videojugador los considera como existentes; para poder interactuar, actuar o referirse a estos es necesario que realice una suspensión fenomenológica de la aceptación de la realidad.

Retomando el ejemplo, el videojugador a partir de su posición en el bosque juzga que el enemigo se encuentra a veinte pasos de distancia. Las reglas y mecánicas del juego ([véase subcapítulo 3.1](#)) determinan que el videojugador solo pueda utilizar ataques de cuerpo a cuerpo; por lo tanto, el enemigo a veinte pasos de él está fuera de su alcance inmediato. Mientras que la planta que se encuentra al alcance de su brazo la cual puede recolectar se encuentra en lo que Schutz denomina zona de operación, que define como: “...una zona en la que puedo influir mediante la acción directa.” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 59).

Ahora supongamos que el jugador tiene la intención de ir a pelear con el enemigo que se encuentra a 20 pasos, para lograr esto camina esta distancia. Una vez completado su recorrido, el videojugador ahora además del bosque también puede observar una casa que antes no estaba en su campo de visión. Aquí se puede observar otro de los supuestos de la zona de alcance efectiva: “El contenido de este sector está

sujeto a cambios constantes que obedecen a los movimientos de mi organismo animado” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 55).

Aquí podemos observar otro de los conceptos del ordenamiento del mundo de la vida el alcance recuperable. El videojugador sabe que la planta que podía recolectar hace unos momentos (y que ahora no puede, ya que se encuentra fuera de su zona de operación), estaba ahí porque la experimentó. Sabe que puede regresar a donde se encontraba, caminando 20 pasos en la dirección por la que venía. Así mismo, en este ejemplo se atisba otro aspecto fundamental del mundo de vida que es la temporalidad ([véase subcapítulo 2.3.B](#)); el videojugador experimenta un antes, un después y un ahora. Estaba cerca de la planta y ahora no lo está; presuponiendo, además, un orden lógico de las acciones para poder interactuar con la planta una vez más, tendría que regresar a donde se encontraba antes.

El alcance recuperable es especialmente cierto para los MMOs que tienen mundos permanentes ([véase capítulo 1.1](#)); sin embargo, lo mismo se puede decir para los videojuegos que mantienen estructuras de mundos permanentes como los de mundo abierto. Esto no solo permite tener la certeza de que puede volver a donde se encontraba anteriormente, también le permite tener la seguridad de que los conocimientos adquiridos y las experiencias conservan su validez y pueden ser aplicadas una vez más.

Continuando con el videojugador que ahora se encuentra frente al enemigo, la única manera en la que puede pelear con él es cuerpo a cuerpo, por lo que, para atacarlo el videojugador debe utilizar los puños o patadas. Ahora supongamos, que el videojugador cuenta con una espada. Para poder atacar al enemigo sigue necesitando estar cerca del enemigo; sin embargo, su rango de ataque se incrementó (el radio de

ataque que alcanza con la espada). Mas, si en lugar de tener una espada tuviese un rifle; la distancia desde la que pude atacar al enemigo es mucho mayor y podría haberlo atacarlo desde la posición en la que se encontraba originalmente.

En cada una de estas situaciones la zona de operación del videojugador cambió; es importante tomar en cuenta que la zona de alcance del videojugador sigue siendo la misma, lo que cambia es que tan lejos puede realizar una acción a través de herramientas tecnológicas. Por lo tanto se puede comprender que existe una zona primaria de operación que es: “el ámbito de la acción no mediata y de modo correspondiente, el mundo primario al alcance” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 61) mientras que la zona secundaria se: (...) funda en la zona primaria que halla sus límites en las condiciones tecnológicas vigentes en una sociedad” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 61). Como se puede observar estos ordenamientos del mundo de la vida son válidos también en el videojuego.

Regresando al videojugador que al cambiar de su posición inicial observó una casa. Esta casa nunca la ha visitado, pero a partir de sus experiencias previas sabe que es posible visitarla. Aquí podemos observar el alcance asequible que es el mundo que nunca estuvo al alcance pero que sé puede estarlo (Schutz & Luckmann, 2009, p. 56). Del mismo modo, si el videojugador advierte que después del bosque existe una ciudad, sabe que en algún momento podrá visitarla; del mismo modo puede haber zonas en el videojuego que no pueda experimentar ya que requieran que el videojugador tenga un nivel más alto o que estén prohibidas para el jugador. Como comentan Schutz y Luckman: “La expectativa fundamental de que puedo poner a mi alcance cualquier sector del mundo que me plazca se ordena empíricamente, no sólo según *grados objetivos de*

probabilidad, sino también según *grados de capacidad* física, técnica, etc.” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 56).

Es a partir de estas experiencias que los videojugadores pueden comenzar a formar conocimientos y planes, “(...) mis expectativas se originan en mi acervo de conocimiento que contiene vivencias sedimentadas. Sobre esta base, puedo considerar las perspectivas de los actos planeados por mí y estimar mi capacidad para alcanzar uno u otro fin” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 57). El videojugador puede entonces realizar planes: ‘si quiero ir a la ciudad que está más allá del bosque entonces...’; y estimar la factibilidad de estos de acuerdo con las experiencias que ha tenido: ‘hay demasiados enemigos en el camino y moriré antes de llegar’, por ejemplo.

B. El tiempo en el videojuego

La construcción de la estructura del tiempo en el mundo de vida sucede: “donde el tiempo subjetivo del flujo de conciencia (de la duración interior) se intersecta con el ritmo del cuerpo como «tiempo biológico» en general, y con las estaciones como tiempo del mundo en general, o como calendario, o tiempo «social»” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 64). Entonces los planes que realiza el videojugador están subordinados a las capacidades temporales. Por ejemplo: un videojugador que se encuentra en el bosque y quiere ir a la ciudad a comprar algún objeto, primero tiene que transportarse a la ciudad, después navegar por la ciudad, llegar a la tienda y comprar el objeto. No puede realizar el último paso antes de haber completado los primeros; en los videojuegos también aplica el precepto del curso fijo de la temporalidad o el principio de lo ‘primero es lo primero’ que es el recorrido inamovible de los eventos en la vida cotidiana (Schutz & Luckmann, 2009, p. 65).

Al mismo tiempo, si el videojugador quiere ir a vencer a un enemigo que solo aparece los días domingo y es lunes, este tiene que esperar para poder completar sus planes. Por más interés y preparación que tenga el videojugador por salir a vencer a ese enemigo, no hay nada que pueda hacer para que sea domingo más rápido; el tiempo social tiene su propio ritmo. Lo mismo puede pensarse si el videojugador acaba de ser operado de los ojos o se fracturó las dos manos, tiene que esperar a que su cuerpo sane, antes de poder jugar. “No sólo se nos impone la incongruencia de las diversas dimensiones temporales (cuyo correlato objetivo es la espera), sino también una estructura Objetiva de simultaneidad y sucesión que está fuera de nuestra influencia” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 64).

Es necesario aclarar que los videojuegos tienen un tiempo interno que difiere del social, los acontecimientos que suceden en las narrativas de los videojuegos tienen su propio tiempo social. Sin embargo, el tiempo social y la experiencia personal del videojugador siguen correspondiendo al funcionamiento temporal del mundo de vida. Schutz y Luckman plantean que cuando una persona se va a dormir y despierta al día siguiente “Experimenta el mundo como si estuviera envejecido (ayer era domingo hoy es lunes). Vive el tiempo del mundo como transcendido a su tiempo” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 63). Lo mismo sucede en los MMOs, el tiempo social sigue su curso, si el jugador se desconecta el lunes y se vuelve a conectar el martes, el tiempo ha pasado; tanto para el videojugador como para los Otros que comparten el videojuego con él.

Schutz y Luckman apuntan que cuando estamos actuando con actitud natural “la finitud y el curso fijo del tiempo son experimentados como impuestos e inevitables, como el límite dentro del cual es posible nuestra acción, como estructura temporal básica de la

realidad propia, de los antepasados, semejantes y sucesores”(2009, p. 65). Hasta este momento se han revisado algunos ejemplos de cómo el flujo del tiempo se experimenta como impuesto e inevitable en el videojuego; sin embargo, resulta necesario ahondar más en este asunto antes de hablar de la finitud. Como se ha mencionado, una de las características de los MMOs es la persistencia, esto no solo significa que el videojugador pueda reutilizar los conocimientos y experiencias previas; sino también que en el videojuego siguen sucediendo cosas y hay Otros haciendo cosas, aun cuando él no esté en este ahí. En este sentido, un jugador en un MMO de mundo abierto que se desconecta del videojuego por la noche y no se vuelve a conectar hasta la tarde del día siguiente, no experimentó todo lo que sucedió mientras estaba desconectado, todo esto está ya en el pasado, “el tiempo del mundo, sin embargo, se experimenta como irreversible”(Schutz & Luckmann, 2009, p. 65).

Sobre este mismo orden de ideas, en los MMOs si termina un evento que estaba sucediendo en el mes de marzo; y el videojugador no lo experimentó en este periodo ha perdido su oportunidad. Ninguna partida o sesión de juego será percibida de la misma forma aun cuando se esté repitiendo el mismo contenido de un videojuego, ya que a diferencia de por ejemplo ver una serie de televisión donde la interpretación del sujeto puede cambiar con el paso del tiempo; en los MMOs lo que cambia es la experiencia completa no hará, verá, ni escuchará exactamente lo mismo dos veces.

La finitud de la experiencia humana, es decir la certeza de que el individuo morirá juega un papel esencial en la experiencia de la temporalidad, esta experiencia de la finitud “(...) se convierte en el motivo fundamental del plan de vida” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 65). En el videojuego la muerte (salvo algunas excepciones) no es permanente,

es utilizada como una manera de castigar al videojugador por sus errores. Sin embargo, la finitud de la existencia sigue jugando un papel importante, los videojugadores perciben el paso del tiempo están al tanto del andar del reloj biológico y están al tanto de su finitud y la de Otros. Como un ejemplo se puede citar el funeral de la jugadora Fayejin en el videojuego *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004) quien murió de un infarto al miocardio y sus compañeros de hermandad⁶ organizaron un último adiós a la jugadora en una de las zonas del videojuego.

Schutz y Luckman plantean que: “la actitud natural contiene una distinción entre el carácter histórico de la naturaleza y el del mundo del hombre (...) el mundo social se experimenta fundamentalmente como histórico...” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 65). El videojugador comprende el momento sociohistórico en el que se encuentran, que le permite experimentar los videojuegos; y tiene conocimiento de que era diferente para generaciones anteriores. La situación sociohistórica se presenta como dada e inalterable y como de la existencia del sujeto.

Sumando la estructura temporal a las zonas de operación se obtiene el ámbito de lo factible construido a partir de lo experimentado anteriormente en las zonas de operación. “Ese ámbito de lo factible halla su limitación absoluta en la estructura ontológica inmodificable del mundo de la vida, especialmente en su estructura temporal” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 66). La persistencia de los mundos en los MMOs permite

⁶ Agrupaciones de videojugadores que se unen con objetivos específicos (sociales, participar en actividades jugador contra jugador, jugador contra el ambiente o para ayudarse a subir de nivel entre otras). Generalmente cuentan con una estructura social jerárquica donde los miembros tienen diferentes responsabilidades y privilegios.

al videojugador moverse o actuar dentro del videojuego experimentar una temporalidad (un antes, un ahora y un después). Estos representan una dimensión temporal, la zona de alcance efectivo del videojugador representan su presente, mientras que el alcance recuperable el pasado y todo aquello que se encuentra en el alcance asequible posibilidades a futuro. Para Schutz y Luckman estos son los correlatos temporales subjetivos “el alcance efectivo (la fase presente del flujo de conciencia, con su tema efectivamente presente y los horizontes explicables basados en el acervo de conocimiento); el alcance recuperable (la memoria); el alcance asequible (la expectativa)” (2009, p. 67).

En los MMOs que tienen mundos abiertos persistentes el videojugador tiene la posibilidad de regresar al lugar en el que se encontraba anteriormente, o visitar algún lugar al cual no ha ido anteriormente; y recordemos que en el videojuego el jugador siempre tiene un aquí. Mientras que en videojuegos que no son de mundo abierto como puede ser el caso de *League of Legends* (Riot Games, 2009), la persistencia se puede observar en que el mapa de juego es el mismo. Permitiendo así al videojugador planear a dónde irá o qué hará basado en las experiencias previas que ha tenido. Permitiendo crear un acervo de conocimiento que: “se relaciona de muchas maneras con la situación del sujeto que vive la experiencia. Se erige sobre sedimentaciones de anteriores experiencias realmente presentes, vinculadas a situaciones”(Schutz & Luckmann, 2009, p. 109).

C. El Otro en el videojuego.

En los MMOs la presencia de Otros es necesaria para que el juego pueda funcionar, ya sea para que exista con quien cooperar para cumplir los objetivos más

difíciles o competir contra otros jugadores, al mismo tiempo tienen que existir otros videojugadores con quienes competir. A través de la actividad de jugar, de convivir, y comunicarse con otros videojugadores además de crear una intersubjetividad; también crean relaciones, redes sociales y grupos con estructuras sociales, normas y reglas definidas ([véase capítulo 3.3](#)).

Para Schutz y Luckman: “El encuentro (la situación cara a cara) es la única situación social caracterizada por la inmediatez temporal y espacial” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 76); y agregan que “(...) por su inmediatez a la relación social originaria y genéticamente más importante”(Schutz & Luckmann, 2009, p. 82). De acuerdo con esta concepción al individuo solo le es posible compartir un flujo de conciencia con otro, en el que reconocen mutuamente su finitud, cuando se encuentran en un sector temporal y espacial del mundo de vida.

Ciertamente en el videojuego en línea la aparición del otro, no se presenta en el sentido tradicional ‘cara a cara’. Sin embargo, como se ha visto el videojugador sigue teniendo una presencia que lo ubica en el mundo de juego; y al mismo tiempo, cuenta con una percepción temporal, está al tanto de la inevitabilidad del tiempo y de su paso.

Para analizar esto más a fondo, supongamos que el videojugador A se encuentra en el bosque. Como se ha establecido, este tiene una zona de alcance y una de operación que tiene como punto de referencia su posición en el mundo del videojuego. En su campo de visión puede observar además de los animales del bosque, los árboles al jugador B; así mismo, tiene la capacidad de reconocer la diferencia entre el videojugador B y los objetos inanimados y los personajes que no son Otros (esto se discutirá a fondo en el siguiente apartado). En este momento en el que A y B comparten

un espacio y un tiempo, hay dos *Daseins* reconociéndose el uno al otro en el presente; entienden que son seres similares capaces de reconocer los objetos que se les presentan en el mundo y de entablar comunicación el uno con el otro. En este mutuo reconocimiento están al tanto de que la perspectiva de A es diferente a la de B y viceversa. A sabe que la planta junto a B está al alcance de este, pero fuera de su alcance; mientras que la roca junto a A está a su alcance, pero no al de B. Así mismo, A asume que un simple cambio de lugar pondría a su alcance la planta y por lo tanto la roca al alcance de B.

En este breve ejemplo se pueden reconocer los axiomas fundamentales de la actitud natural social: "(...) primero, la existencia de semejantes inteligentes (dotados de conciencia), y segundo, el carácter experimentable que tienen para mis semejantes los objetos del mundo de la vida (en principio, similar al que tienen para mí)"(Schutz & Luckmann, 2009, p. 74). De la misma manera se pueden observar las idealizaciones de la actitud natural social, la idealización de la intercambiabilidad de los puntos de vista que parte del principio de que las zonas de operación no pueden ser iguales ya que tanto A como B reconocen que son individuos diferentes (Schutz & Luckmann, 2009, p. 74). Y la idealización de la congruencia de los sistemas de significatividad, en los que ambos individuos saben que las diferencias de perspectiva y apreciación de los objetos debido a la ubicación carecen de importancia para los objetivos prácticos (Schutz & Luckmann, 2009, p. 75) y comunicativos.

Considerando los axiomas de actitud natural social, los videojugadores A y B al reconocerse mutuamente pueden entrar en una relación social a la que Schutz y Luckman denominan una relación Nosotros (2009, p. 77). En esta los videojugadores A

y B no solo se pueden comunicar, también están al tanto de la presencia uno del otro en el espacio y pueden experimentar como uno y otro modifica el mundo de vida a través de sus acciones. Esta relación tiene como fundamento el Dasein que permite a A como un yo reconocer a B como un tú, abriendo la posibilidad de que el yo de A sea un tú para B.

“La condición fundamental de la posibilidad del yo ser un posible tú en el ser-con otro, se funda en que el Dasein en tanto que el yo que es sea de tal modo que exista como ser-en-el-mundo. Pues tú significa: tú, qué eres conmigo en un mundo” (Heidegger, 2001b, p. 355)

A partir de este reconocimiento tú-yo, los videojugadores pueden en conjunto a partir del ‘nosotros’: “podemos actuar y comprendernos mutuamente como si hubiéramos experimentado de un modo idéntico, y explicitado los Objetos —y sus propiedades— que están efectiva o potencialmente a nuestro alcance” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 75). En este caso el videojugador A usando el lenguaje⁷ —que recordemos es una cualidad ontológica del Dasein—, hacerle saber a B que un enemigo se dirige hacia B desde el árbol que se encuentra en un punto intermedio entre ambos. Los videojugadores como Daseins, que están en el mundo pueden ver el árbol y al enemigo que se les desvela pre- reflectivamente⁸. Por lo que, B puede juzgar la validez de esta enunciación contra la intersubjetividad compartida y actuar desde el resultado de esta prueba de validez con respuesta sí/ no.

⁷ A través de sistemas de voz IP o el uso de sistemas de chat tanto integrados al videojuego o externos.

⁸ [Véase 2.2](#)

Ahora, supongamos que A le hace saber a B que de entre los árboles se acerca un ogro; B no tiene el acervo de conocimiento para de manera pre-reflectiva juzgar la aseveración de A. Sin embargo, en su campo de visión —su alcance efectivo— puede observar al ‘ogro’ acercándose, este se le desvela al Dasein de B. Esta desvelación reflectiva que no puede ser juzgada a partir de la intersubjetividad existente; pero este experimentar al ogro se asentará en los acervos de conocimiento de B en su experiencia biográfica. Eventualmente, la próxima ocasión que A le diga que se acerca un ogro B tendrá en los horizontes compartidos intersubjetivamente los elementos para juzgar esta aseveración a partir del binomio sí/ no.

Entonces podemos observar cómo: “Así, en general, es en la relación Nosotros donde la intersubjetividad del mundo de la vida se desarrolla y se confirma continuamente” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 82). Pero no sólo se desarrolla y se confirma se amplía a través de la práctica comunicativa que puede desvelar reflectiva y pre-reflectivamente. Vemos entonces que “El mundo de la vida no es mi mundo privado ni tu mundo privado, ni el tuyo y el mío sumados, sino el mundo de nuestra *experiencia común*” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 82); experiencia en común que es posible ya que Daseins, que por ser en el mundo, pueden compartirlo y experimentar lo que se desvela en este. Heidegger lo plantea de la siguiente manera:

“El Dasein no está primeramente delante de las cosas y luego, de una manera ocasional, descubre entre esas cosas un ente que posee su propio modo de ser, sino que el Dasein, en tanto que ente, que se ocupa de sí mismo, es co-originariamente ser-con otro y ser cabe el ente intramundano. El mundo, dentro del cual se encuentra ese ente, dado que todo Dasein, en tanto que existente, es,

por sí ser con otro, siempre es ya un mundo que cada uno comparte con otro. Solo porque el Dasein está constituido previamente como ser-en-el-mundo, puede un Dasein existencialmente comunicar fácticamente algo otro, pero no es esta comunicación fáctica existencial lo que permite a un Dasein tener un mundo en común con el otro” (2001b, pp. 354–355).

Los videojugadores en los MMOs tienen identidades persistentes, por lo que las relaciones sociales también están sujetas a ser recuperables; el videojugador puede A puede volver a encontrarse con el videojugador B. Así como a un alcance asequible, donde puedo tener una relación con los Otros que existen en el mundo social conmigo (Schutz & Luckmann, 2009, p. 84). Es a partir de estos conceptos de repetibilidad que estas relaciones entre Daseins pueden formar vínculos afectivos, de amistad o relaciones amorosas en los videojuegos. Al mismo tiempo son la base sobre las que forman redes sociales complejas y estructuras sociales dentro del videojuego, que se analizan más a fondo en el [apartado 3.3](#).

Ahora, resulta necesario revisar las relaciones de los videojugadores con los Otros en el mundo social. Para Schutz y Luckman las relaciones en las que no hay una orientación tú-yo-nosotros, son las relaciones con los contemporáneos los cuales se aparecen como más o menos anónimos y su concepto se construye de las experiencias pasadas del mundo social. Esta orientación Ellos, se presentan como tipos (Schutz & Luckmann, 2009). Los videojugadores también tienen relaciones Nosotros como parte de su mundo de vida social, el videojugador A sabe que existen otros videojugadores, desarrolladores, diseñadores, etc.; que a su vez lo tipifican a él.

En la relación social con los contemporáneos “atribuyo a mí coparticipe en la relación social un esquema de expectativas e interpretaciones que me contiene como tipo”, esta tipificación es anónima “(...) orientamos esta conducta menos hacia tipos individualizados que hacia una tipificación de conductas, o hacia tipos de cursos de actos” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 96). Este conocimiento tipificado del otro juega un papel importante en la interpretación de los horizontes que se presentan en el mundo de vida, orientando la conducta y las acciones; es decir un conocimiento del funcionamiento del mundo social. La diferencia fundamental entre la relación nosotros y la relación ellos, es que en la relación nosotros “puedo siempre (una y otra vez) hallar la confirmación de que mis experiencias del mundo de la vida son congruentes con tus experiencias de él. (...) pero una confirmación con referencia a menos contemporáneos no es posible”(Schutz & Luckmann, 2009, p. 97).

D. Los acervos de conocimiento y tipificaciones.

El sujeto en el mundo de la vida siempre se encuentra en una situación cuyos horizontes tiene que interpretar para definir la situación. Para realizar esto tiene que utilizar el acervo de conocimiento que:

“Se erige sobre sedimentaciones de anteriores experiencias realmente presentes, vinculadas a situaciones. A la inversa, toda experiencia realmente presente se inserta en el fluir de vivencias en una biografía, según el conjunto de tipos y significatividades que se encuentran en el acervo de conocimiento. Y, finalmente, cada situación es definida y dominada con ayuda del acervo de conocimiento, que así se vincula con la situación (es decir, la experiencia en cuanto ligada a la

situación), tanto genética como estructural y funcionalmente” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 109)

El acervo de conocimiento está compuesto por distintos elementos que incluyen conocimientos básicos, habituales y conocimientos que se articulan según su familiaridad. Los conocimientos básicos son aquellos que están relacionados con la estructura ontológica del mundo y con las estratificaciones del mundo de vida. Están relacionados con la inevitabilidad del tiempo, los límites de la corporalidad (sus zonas de alcance y de operación), así como con características del Dasein, el ser en el mundo con otros y mi existencia ‘aventada’ en un mundo en un periodo histórico dado. Todos estos conocimientos no pueden ser contradichos, por lo tanto, en la actitud natural son considerados no problemáticos. “En toda situación se me impone la estructura ontológica del mundo. La situación es absolutamente *limitada*: Saber esto es un elemento básico del acervo de conocimiento” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 122).

El acervo de conocimientos que incluye a los conocimientos habituales está compuesto por las habilidades: “las unidades funcionales habituales del movimiento corporal (en el sentido más amplio) que han sido erigidas sobre los elementos fundamentales del funcionamiento usual del cuerpo” (Schutz & Luckmann, 2009, pp. 115–116). Al conocimiento útil que está relacionado con las habilidades pero que no tienen que ver con el funcionamiento corporal básico “en la zona de ejecución del mundo cotidiano, hay ciertos objetivos de actos y correspondientes «medios para lograr el fin» que ya no presentan el menor problema. Fueron inicialmente problemáticos, pero han sido resueltos definitivamente” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 116). Y, por último, los conocimientos de recetas, el cual es conocimiento que no tiene relación con las

habilidades “de manera inmediata pero también está automatizado y uniformado. Esto significa que puede estar presente como una implicación evidente, especialmente en el horizonte de situaciones, sin llegar a ser tematizado” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 116).

Estos conocimientos útiles en los videojugadores se pueden observar por ejemplo en el control de su personaje en el videojuego, la orientación en el espacio y la habilidad de moverse. La forma de tomar el mando para el control del personaje ya sea un teclado o un control; también en el control de las habilidades y acciones del personaje en el videojuego. El poder estar jugando mientras a la vez fuman un cigarro o toman agua o platican sobre algún tópico con alguien más. Mientras que en el caso de las recetas que se presentan como conocimiento habitual, pueden estar pasos a seguir para realizar una actividad determinada en el videojuego, por ejemplo, antes de atacar al enemigo debo acercarme o preparar mi arma; en el caso de los conocimientos de receta el videojugador no se plantea todos los pasos a realizar lograr su objetivo. Es importante reconocer que el conocimiento habitual presenta “soluciones definitivas a los problemas que se originan en el fluir de la vivencia sin que sea necesario prestarles atención esto significa que se les puede subordinar a un núcleo de experiencia y coordinarlos con él sobre todo con un acto predominante” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 117).

Todos estos conocimientos forman parte del mundo de la vida cotidiana; en algún momento fueron experimentados como problemáticos, pero se han convertido en conocimiento rutinario que suspende las explicaciones del horizonte permanentemente y las acciones y conocimientos son tomados como totalmente confiables y válidos (Schutz & Luckmann, 2009). Recordemos aquí que la certeza de la persistencia de los MMOs permite que esto sea posible. Por lo que este conocimiento está

“presente en las situaciones, no simplemente a mano de un caso a otro. El conocimiento habitual, en todas sus variantes, comparte esto con los elementos básicos del acervo del conocimiento. En todo caso, no está necesariamente co-dado en el horizonte de cada situación (...) sino que solo está continuamente «dispuesto a ser tomado». (Schutz & Luckmann, 2009, p. 117)

Toda experiencia que se le presenta al sujeto en el mundo de vida debe de ser delimitada para poder tomar cualquier acción. La delimitación de la situación se realiza a partir de los horizontes que se presentan. De acuerdo con Schutz y Luckman los horizontes se presentan como internos y externos y la situación: “puede ser explicitada según sus relaciones con otras situaciones, experiencias etc.; con respecto a su historia anterior y a su futuro. Al mismo tiempo, con respecto a sus detalles constituyentes, es divisible interpretable sin límites”(Schutz & Luckmann, 2009, p. 123). Pero aun cuando esto es posible la única determinación de la situación necesaria es aquella que sea suficiente para cumplir los planes de vida o del curso del día. “El interés determinado por un plan, que deriva de la jerarquía planes del curso de vida, limita la necesidad de determinar la situación” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 123).

Ante esto la delimitación de las situaciones que se presentan en el mundo de vida pueden tomar dos formas. La primera corresponde a las situaciones rutinarias en las que: “con ayuda el conocimiento habitual, de modo suficiente para satisfacer el interés determinado por el plan. (...) En tal caso, la situación es aproblemática, aún en aquellos elementos suyos que no están ya predeterminados” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 123). Por ejemplo, al videojugador en el videojuego que juega todos los días se le acerca un enemigo en el bosque, la situación es rutinaria; por lo que no necesita definir nada en la

situación para defenderse del enemigo que se aproxima. Esto corresponde a lo que entendemos como un desvelamiento pre-reflectivo.

La segunda corresponde a las situaciones problemáticas, en la cual se deben de “adquirir nuevos elementos de conocimiento o tomar elementos viejos que no están aclarados de manera suficiente para la situación actual y llevarlos a niveles superiores de claridad” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 124). Si el videojugador está en el bosque y se le aproxima una figura que no reconoce ya que es la primera vez que la experimenta. Entonces, para comenzar a delimitar la situación utilizará las tipificaciones del acervo del conocimiento que contienen “elementos de conocimiento no relacionados con objetos y personas específicos, sino más bien con aspectos y atributos típicos de objetos, personas y sucesos”. (Schutz & Luckmann, 2009, p. 148).

Podría empezar a determinar la situación relacionando lo que sucede con la familiaridad que tiene con otros tipos de experiencias anteriores; si a partir de la familiaridad con estas puede reconocer que este es un enemigo entonces el proceso de explicitación termina, puesto que tiene suficientes elementos realizar la acción que quería. “(...) la explicitación de una situación experiencia se interrumpe, en general, cuando el conocimiento constituido por la explicitación basta para el dominio de la situación” (Schutz & Luckmann, 2009, pp. 145–146).

Las tipificaciones explican porque a los videojugadores les es relativamente sencillo tomar diferentes géneros de videojuegos y poder moverse con facilidad y crear planes y efectuarlos con facilidad. Tienen un acervo de conocimiento en el cual utilizan las tipificaciones para determinar las situaciones. En el caso de que de que la experiencia no se pueda tipificar, sucede un desvelamiento reflectivo en el que “se inducen procesos

de explicitación en los que se hacen familiares nuevas tipificaciones en otros niveles de determinación” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 151). Es a partir de este proceso y del proceso de creación de convenciones a partir de la práctica comunicativa a través del que estas nuevas tipificaciones se pueden convertir en conocimiento mutuo, que siempre está siendo interpretado y reinterpretado por los actores.

2.4 El videojuego como parte de la realidad fundamental.

Hasta este punto, se han revisado aspectos constitutivos de la experiencia del sujeto en el mundo de la vida y cómo son estas transferibles al videojuego; así como la forma en la que este crea el acervo de conocimiento y define los horizontes de las situaciones que se le presentan. Sin embargo, se ha omitido un aspecto central sobre el que es necesario precisar. Los conceptos revisados hasta el momento hablan de la experiencia corpórea del sujeto en el mundo de la vida; entonces por qué equiparamos esto a lo que claramente sucede a través de una mediación tecnológica. Como hemos visto las estratificaciones del mundo de vida que son transferibles al videojuego, hasta donde la capacidad tecnológica lo permite. Está claro que existe una mediación tecnológica, pero el mundo de vida y la vida cotidiana de los humanos está repleto de mediaciones tecnológicas desde el lenguaje y la ropa hasta computadoras.

El videojuego es experimentado por los videojugadores como una experiencia fenomenológica. Partiendo del hecho de que ningún videojugador comentará ‘se murió el personaje que estaba controlando en el videojuego’, lo escuchará comentar ‘me morí’; en ninguna comunicación entre dos videojugadores oírá ‘voy a mover a mí personaje para acercarme al árbol’, lo que diría será un ‘me voy a mover a la derecha’ o ‘voy hacia ese árbol’. Esto es porque como se ha discutido la forma en la que experimentan el

mundo de los videojuegos es la misma en la que experimenta la vida cotidiana. Ciertamente le será imposible al videojugador oler las flores en el videojuego o sentir el agua en el videojuego; pero esto no hace menos real que cuando un videojugador le señala un objeto o acción a otro videojugador los dos consideran este como real, puede suceder una práctica comunicativa racional ([véase 2.2](#)).

Ihde comenta que: “Las tecnologías pueden ser los medios a través los cuales ‘la conciencia misma’ es mediada. Las tecnologías pueden ocupar ‘el lugar de’ y no solo ser el dominio de un objeto” (2009, p. 23). Schutz y Luckman ya reconocían las posibilidades que la tecnología permitía y mencionaban “Es obvio que, mediante el desarrollo tecnológico, sea producido un salto cualitativo en el dominio de la experiencia y una ampliación de la zona de operación (...)” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 61); la mediación de la conciencia y la forma de experimentar el mundo puede y ha sido modificada por los videojuegos.

Quizás el problema de aquellos que reniegan de la posibilidad de la mediación de la conciencia y del papel de las nuevas tecnologías, y en especial de los videojuegos como parte de la realidad fundamental esté, como comenta Ihde, en el deseo de que la tecnología sea transparente, invisible; que la experiencia sea tan natural como las relaciones cara a cara originarias.

“Quiero la transformación que la tecnología permite, pero de una manera en la que no me entere de su presencia. La quiero de tal forma en la que ella se convierta en mí. Este deseo al mismo tiempo rechaza lo que son las tecnologías y pasa por alto los efectos transformadores que están necesariamente ligados en las relaciones humano-tecnología” (Ihde, 1990, p. 75).

Sin embargo, esto es imposible las tecnologías resultado de los avances científicos han modificado la vida cotidiana del ser humano desde que hemos podido hacer uso de ellas. La mediación de la conciencia no viola las leyes ontológicas del mundo de la vida, el videojugador no está en dos lugares a la vez. Su cuerpo está donde sea que esté jugando, pero su conciencia —su atención a la vida— está en el videojuego. Sigue utilizando su cuerpo físico para controlar a su personaje funciona como una encarnación de su conciencia, sigue estando en un mundo habitado por otros, donde actúa, crea intersubjetividad y se comunica.

Los videojuegos en su papel de realidad cotidiana le plantean al videojugador tareas, metas y objetivos a conseguir. Para lograrlas este realiza planes y la realidad se le resiste; no solo en el sentido de los retos y problemáticas programadas que tiene que resolver, se le resisten las estructuras temporales, físicas y sociales. “Proyecto mis propios planes en el mundo de vida, y este resiste la realización de mis objetivos por lo cual algunas cosas se me hacen factibles y otras no” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 35). En una actitud natural hace uso de todos los acervos de conocimiento y de las tipificaciones para lograr sus objetivos en el mundo de vida.

Esta mediación de conciencia le permite al videojugador tener una actitud cognoscitiva, pragmática y comunicativa; propia de la actitud natural en el mundo de vida. Schutz y Luckman comentan que cuando la atención del individuo está enajenada en los mundos de fantasía “(...) ya no necesito dominar el mundo externo. No hay ninguna resistencia de Objetos circundantes que deban de ser domeñados. Estoy eximido de la urgencia del motivo pragmático, en el cual me encuentro en la actitud natural cotidiana” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 47). Como se ha demostrado el motivo pragmático sigue

existiendo en el videojuego en línea, las estructuras del tiempo del mundo subjetivo y social siguen operando.

En los mundos de fantasía donde si se toma al yo como objeto de la fantasía “puedo insertarme en todo rol concebible; pero el yo que imagino es experimentado solamente como una parte de mi personalidad completa, Como un aspecto del yo que sólo existe gracias a mí” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 50). No cabe duda de que los videojuegos le permiten al individuo jugar distintos roles desde pirata espacial pasando por deidad mitológica y todo lo que se pueda imaginar en el medio; la diferencia está en que en el videojuego en línea esto no existe solo gracias al videojugador. Como se discutió en el videojuego en línea el videojugador no deja de Ser con Otro en el mundo, siempre hay Daseins reconociéndose uno al otro y al mundo que los rodea. Existe en una intersubjetividad compartida que reconoce a través de la práctica comunicativa al vaquero espacial y a la deidad mitológica, y a todas las demás posibilidades, como algo válido en la intersubjetividad y por lo tanto real.

Aún, cuando se pueda argumentar que “La estructura social de los mundos de la fantasía es compleja. Se puede fantasear solo o con otros; con uno o muchos semejantes con quienes uno está relacionado socialmente; y en masa” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 50). Los videojuegos modifican el mundo externo algo que no es posible en los mundos de fantasía “Mi capacidad productiva no está circunscrita por circunstancias externas; pero en tanto vivo en mundos de la fantasía tampoco me es posible «producir», en el sentido de un acto que se inserte en el mundo externo y lo altere” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 48). Las modificaciones del videojuego a la realidad fundamental se pueden observar en todos los elementos que han incorporado a la intersubjetividad, las abuelitas

hablan del Nintendo aún que sea un Xbox; los personajes de los videojuegos son embajadores de las olimpiadas, por mencionar algunos.

A niveles personales los videojugadores generan relaciones significativas de amistad, sentimentales y utilitarias en los videojuegos en línea. Declaraciones y acciones de videojugadores han motivado debates políticos. Y en el nivel más básico cotidiano el papel que juegan los videojuegos en el curso de la cotidianidad los planes que se hacen para jugarlos y los planes que se hacen jugándolos, acervos de conocimiento, habilidades que adquieren en estos y son útiles en la vida cotidiana; además de los de su Yo que ponen en juego cada vez que videojuegan. Modifican el plan de vida el ejemplo más evidente, son aquellos que se convierten en videojugadores profesionales.

Es cierto que en el videojuego el sujeto opera con reglas diferentes a las que opera fuera de este. En el videojuego se puede volar, lanzar hechizos, viajar por el espacio en realidad cualquier cosa que se pueda imaginar tiene la potencialidad de ser posible. Ante esto se podría argumentar que hay un salto o un cambio en la actitud cognoscitiva propio del paso de un ámbito finito⁹ de sentido a otro; y que hay una clara suspensión de los principios de realidad. Estas suspensiones se presentan con:

“(…) el cambio (percibido objetivamente como un «salto») de uno a otro ámbito de realidad con estructura finita de sentido. Con el cambio a otro estilo de vivencia

⁹ Para Schultz incluso el mundo de la vida es una provincia finita de conocimiento, pero esta se caracteriza por ser en la que está la realidad fundamental con la orientación a la práctica y como la única en la que se puede crear intersubjetividad.

o de comprensión, las estructuras de significatividades que eran exclusivas del primero son «dejadas atrás»(Schutz & Luckmann, 2009, p. 133).

Sin duda, al momento de entrar al videojuego existe un cambio en ciertas estructuras del conocimiento, entran en juego habilidades específicas para poder jugar un determinado videojuego. Butnaru plantea cuando habla sobre los mundos virtuales de su doble posición fenomenológica, por un lado: “fáctico por las consecuencias que tiene en nuestras acciones y actividades en la vida cotidiana, legitimando su aspecto práctico. Y su carácter virtual lo mantiene como una provincia finita con sus propias reglas y posibilidades” (Butnaru, 2015, p. 74). Como hemos discutido las estructuras del mundo de vida y la actitud natural se mantienen en el videojuego en línea a través de una mediación de la conciencia. Recordando que de acuerdo con Schutz y Luckman el único lugar donde se puede crear un mundo común, comunicativo e intersubjetivo es el mundo de vida (2009, p. 25); por lo que no es posible no considerarlos como parte de la realidad fundamental.

Ante este panorama es necesario puntualizar por qué los videojugadores pueden operar en los videojuegos con las estructuras del mundo de vida, pero con otras reglas, es decir las propias del videojuego. Los humanos actuamos siempre a partir de una suspensión fenomenológica de la aceptación de la realidad que “es esencialmente diferente en las diversas *epojés* subyacentes en la mitología de la ciencia empírica, pero también la actitud natural de la vida cotidiana tiene una forma especial de *epojé*” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 46). El contexto histórico-tecnológico-cultural permite que los videojugadores medien su conciencia y tengan una actitud natural en el videojuego, en la que como se ha desarrollado toman los objetos y las experiencias que suceden en

este como reales. “En la actitud natural, el hombre no suspende, por cierto, sus creencias en la existencia del mundo externo y sus objetos. Por el contrario, suspende toda duda respecto de su existencia” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 46).

Scott Rettberg comenta que “El videojugador define un segundo yo, con rasgos y cualidades físicas diferentes a su propia personalidad real. Para muchos jugadores esto representa una oportunidad de escapar de los confines de su propia situación (“el ser arrojado heideggeriano) en el mundo” (2008, pp. 286–288). Es necesario precisar que no es que se tenga otro yo en línea; ya que como apunta T.L Taylor: “la manera en la que la gente entiende y experimenta quienes son en línea no está inherentemente separada de quienes son y de que hacen fuera de línea” (2006, p. 294); sino que es a partir de la mediación de su conciencia al videojuego que puede experimentar todo lo que se le presenta en este, no deja en ningún momento de estar arrojado en el mundo. Lo único que selecciona el videojugador es el mundo de juego (con sus reglas, mecánicas, historias, etc.) al que media su conciencia a partir de esto se le desvelarán los contenidos de este mundo de juego, que considerará reales y se pueden validar reales ante la práctica comunicativa.

Es por esta razón que conceptos como el círculo mágico, la encarnación o la inmersión encuentran dificultades al momento de intentar explicar lo que sucede en el videojuego; no es otro yo del jugador jugando, es su yo mediando su conciencia operando el juego físicamente. Donde su atención a la vida está tanto en el videojuego como fuera de este (no deja de, por ejemplo, tomar agua, ser interrumpido por el teléfono, etc.).

Es importante recalcar el papel que tiene la experiencia fenomenológica del videojuego. El videojugador no es un receptor pasivo, sino que este actúa en el mundo de juego y este se le opone. Le ofrecen resistencia las reglas físicas del mundo de juego, los enemigos programados, como el mundo social del videojuego Otros que pueden ser amigos o enemigos; y las estructuras del tiempo. Cada videojugador tendrá una experiencia única puesto que: “(...) la secuencia, la cercanía y profundidad vivenciales y la duración de la experiencia (aún con respecto a experiencias de «contenido similar») determinan la articulación biográfica singular del acervo del conocimiento” (Schutz & Luckmann, 2009, p. 121). En el videojuego aun cuando la historia que presenta el videojuego sea la misma las decisiones de cada jugador serán diferentes y por lo tanto su experiencia diferente, algo que es completamente distinto a lo que sucede en los medios tradicionales.

Por último, es importante recalcar que cualquiera puede tener la experiencia fenomenológica del videojuego, lo único que necesita alguien que no esté familiarizado es incursionar en el videojuego. Con el tiempo las situaciones problemáticas que se encuentre se volverán habituales y tendrá los acervos de conocimiento necesarios para realizar planes en estos. Permitiéndole compartir, definir y renegociar la intersubjetividad que antes le era ajena. Ahora que podemos entender al videojuego como parte del mundo de vida, procederemos a analizar las dimensiones sociales, real y subjetiva de la vida cotidiana en el videojuego.

3. Dimensiones del mundo de vida en el videojuego y la ideología *gamer*.

La discusión previa sobre cómo la experiencia del sujeto dentro de los videojuegos puede ser comprendida a partir de las estructuras del mundo de vida, permite sentar las bases para comprender como los videojugadores negocian la intersubjetividad en estos ambientes. Thomas Eberle comenta que estas “representan una proto-hermenéutica que revela las operaciones básicas para la constitución del significado y su interpretación (...). Sin embargo, no proveen una manera práctica para comprender empíricamente el significado subjetivo de la acción social” (2014, p. 25). Es decir, hasta este punto se cuenta con una comprensión de las estructuras básicas de operación del videojugador en su vida cotidiana; sin embargo, esto no es suficiente para explicar las complejas interacciones de la vida social que suceden en los videojuegos.

Recuperando la discusión del sujeto en actitud natural dentro del videojuego se sabe que este reconoce lo que es él de aquello que no lo es; y entre lo diferente distingue a Otros similares a él, así como objetos culturales y objetos de la naturaleza. Por lo que, para proseguir con el análisis se delimita el mundo de vida del videojugador en tres categorías: lo real, lo subjetivo y lo intersubjetivo. En un primer momento de este capítulo se discute el espacio de juego como lo real, es decir el mundo compartido y presupuesto por los videojugadores donde operan a partir de las estructuras del mundo de vida. En este sentido, se analizan las diferencias de este con el mundo natural y se discuten las características involucradas en su creación a partir de su funcionamiento como sistemas

de interacción partiendo de la perspectiva propuesta por Giddens (2013) y de los conceptos de diseño de videojuego explorados por Katie Salen y Eric Zimmerman (2003).

En un segundo momento, en la subjetividad, se analiza el papel del videojugador como agente y la importancia de la teoría de la motivación desde la perspectiva analítica propuesta por Giddens (2013). Este análisis da pie al tercer momento del capítulo, la intersubjetividad donde se analiza la producción y la reproducción de la estructura a partir de la propuesta de Giddens de la producción de la interacción, se analiza la formación de la vida social y el papel de las estructuras en esta. La discusión prosigue en un subapartado de lo intersubjetivo con el concepto de ideología partiendo de la discusión de los conceptos planteados por Paul Ricoeur (2016) y complementando su comprensión con lo discutido con respecto a la teoría de la motivación y de la producción de la interacción. Por último, el capítulo cierra con la explicación de las categorías de análisis propuestas y la discusión de indicadores para cada una de estas.

3.1 Lo real: El espacio de juego

Como se ha discutido la experiencia del sujeto en el videojuego sucede a partir de la actitud natural, siendo equiparable a la manera en la que este experimenta el mundo cuando no está jugando. Sin embargo, antes de continuar la discusión sobre los elementos es necesario precisar sobre el círculo mágico, este concepto fue acuñado por Johan Huizinga en 1938 dentro del libro *Homo Ludens*; donde plantea que las arenas de juego crean mundos temporales donde se aplican reglas especiales, siendo estos espacios dedicados a actos diferentes a los del mundo de la vida cotidiana (Huizinga, 2005), es decir un círculo 'mágico' separado de la realidad donde las acciones de juego

pueden ocurrir; concepto que contradice la posibilidad de que el videojuego sea parte del mundo de la vida cotidiana como se ha planteado.

Más adelante Katie Salen y Eric Zimmerman en su libro *Game Design Reader* apuntan que: “el hecho de que el círculo mágico sea solamente un círculo es una propiedad importante del concepto. Como un círculo cerrado el espacio que circunscribe está aislado y separado del mundo real” (2003, p. 107). Añadiendo que dentro de este “...se crean y condensan significados especiales alrededor de objetos y comportamientos. De hecho, una nueva realidad es creada habitada por los jugadores y definida por las reglas del juego” (Salen & Zimmerman, 2003, p. 107). Estas dos características han propiciado que el círculo mágico sea un concepto utilizado frecuentemente para explicar lo que sucede en los videojuegos ya que permite comprender cómo los jugadores aceptan otros códigos de conducta, reglas y simbolismos diferentes a aquellos fuera de la actividad de jugar.

Sin embargo, aun cuando el concepto puede resultar útil para separar las acciones de juego de aquellas que no los son; su uso propicia la desestimación de lo que sucede en los videojuegos como no real, ficticio o virtual al quedar todo lo que sucede en estos enmarcado en un ‘círculo mágico. Taylor comenta al respecto que: “aun cuando el concepto del círculo mágico puede ser una poderosa herramienta para comprender algunos aspectos de videojugar, el lenguaje puede ocultar (incluso mistificar) la relación mucho más compleja que existe entre las esferas especialmente en los MMOGs” (T. L. Taylor, 2006, L. 2062–2063).

El uso del círculo mágico como concepto oculta la compleja relación que existe entre la persona y la mediación de la conciencia a través de avatares en los videojuegos;

en primer lugar, la entrada a este espacio mágico apoya la noción de que los videojugadores son personas completamente diferentes en línea y en la vida real. Y por consecuencia de esto negando cualquier impacto, valor de lo que sucede en estos en la vida fuera de línea del videojugador. Castronova en su discusión sobre este concepto en su libro *Synthetic Worlds* ya discutía sobre esta problemática: “esta membrana es bastante porosa. En realidad, no puede ser sellada completamente; la gente la cruza todo el tiempo en ambas direcciones llevando consigo sus conductas, actitudes y suposiciones” (Castronova, 2005, Locaciones No. 2310-2311).

Así mismo, al ser la experiencia en el videojuego una medicación de la conciencia en la que parte de la experiencia del sujeto está en el mundo de juego, mientras que su cuerpo físico se encuentra en el lugar donde está jugando; pone en evidencia que no solo lo que sucede en el videojuego tiene un efecto sobre el sujeto. Por ejemplo, el timbre del teléfono, la temperatura ambiental o la comodidad de la silla en la que están videojugando tienen un papel en la experiencia fenomenológica del videojugador; aspectos que conceptualizando lo que sucede en el videojuego desde el círculo mágico no pueden ser tomados en cuenta. Sumado a esto, lo que sucede en el entorno donde se encuentra físicamente el sujeto puede ser percibido por otros videojugadores, fortaleciendo el sentido del Otro con quien se juega. Pearce menciona que, el uso de tecnologías de comunicación por voz a través de internet causa rupturas en el círculo mágico y sostiene que: “las cuestiones de la vida real de los jugadores pueden sangrar al mundo virtual, el grupo puede escuchar conversaciones telefónicas, niños o perros ladrando en el fondo” (2009, Locaciones No.1700-1703).

Se puede observar por lo tanto que el concepto de círculo mágico aun cuando podría resultar útil para comprender una supuesta suspensión de la realidad, en realidad opaca la compleja experiencia fenomenológica del sujeto. Tina Taylor reflexiona que: “si los estudios críticos de internet (por no mencionar trabajos más amplios sobre tecnología y cultura) nos han enseñado algo, es que no hay una línea sólida entre los múltiples mundos en los que nos movemos”. (2006, L. 2099–2100) Por lo que, resulta necesario abandonar el concepto del círculo mágico. Permitiendo la entrada a comprender lo que sucede en los videojuegos como una experiencia fundamental donde hay una suspensión fenomenológica de la aceptación de la realidad.

Una vez superada la discusión de círculo mágico, resulta inevitable analizar la construcción de los mundos a los que el jugador se enfrenta en los videojuegos, la cual no puede ser comparada con el mundo natural, donde como Giddens plantea: “la diferencia entre el mundo social y el mundo natural es que el último no se constituye como significativo: los significados que tiene son producidos por los seres humanos en el transcurso de su vida práctica” (Giddens, 2013, p. 1587). Los mundos de los videojuegos le presentan al videojugador significados producidos por las desarrolladoras; cuya construcción involucra los procesos creativos de grandes grupos de personas siendo el producto el agregado de distintas cosmovisiones y valores. Procesos de creación, en los que también intervienen intereses empresariales y financieros, políticas gubernamentales y aspectos sociales. En consecuencia, para poder analizar los componentes de lo real en el videojuego, la forma en la que se crean los elementos que el videojugador experimenta, así como los intereses que existen detrás de la fabricación

de estos es pertinente analizar las condiciones de su creación, las mecánicas de juego y las narrativas.

Para el propósito enunciado anteriormente, es necesario considerar a las desarrolladoras de videojuegos como un sistema de interacción con propiedades estructurales, cuya discusión se realiza en el [apartado 3.3](#). Sin embargo, en este momento basta con decir que en primer lugar como sistemas de interacción al momento de desarrollar los videojuegos comunican, entran en relaciones morales y de poder con los videojugadores y que en segundo lugar, esta interacción ocurre en un momento específico. Por lo que, el interés al pensar en la desarrolladora como constructora de un mundo de juego que posteriormente será resignificado y tomado como real por los videojugadores en su vida cotidiana no está en las relaciones que tiene la desarrolladora con sus trabajadores; sino la interacción que tiene con los videojugadores y las comunidades que estos forman.

En este sentido es importante observar el sistema de normas que generan a partir de la ideología corporativa, así como los sistemas de recursos que utilizan en la interacción con los videojugadores; elementos que se discuten a fondo en el [apartado 4.1](#). Por último, esta interacción también cuenta con un sistema de convenciones, en el que se incluyen los mensajes significativos que emite la desarrolladora para la creación del mundo de juego. Que incluyen expresiones sonoras, escritas, visuales; narrativas y de mecánicas de juego; elementos que en su conjunto componen el mundo de juego en el que los videojugadores interactúan en su vida cotidiana, elementos que se examinan a continuación.

Uno de los aspectos más importantes de los videojuegos son las mecánicas de juego, que pueden ser entendidas como: “la actividad esencial de juego que los jugadores realizan una y otra vez” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 23 p. 2). En la mayoría de los juegos no existe una sola mecánica de juego, sino un conjunto de acciones (Salen & Zimmerman, 2003), por lo que es más exacto referirse a ellas como mecánicas de juego. Por ejemplo, un juego de plataforma como Super Mario Bros, tiene como mecánicas moverse, saltar, pisar enemigos, recolectar monedas y mejoras para el personaje, las vidas del jugador, el tiempo para terminar el nivel. Estas “crean patrones de conducta, que se manifiestan como experiencia para los jugadores (...) son el mecanismo a través del cual los jugadores toman decisiones significativas y logran una experiencia de juego significativa” (Salen & Zimmerman, 2003, p. 4). Es importante, recalcar que estas representan los elementos que le permiten al videojugador tener agencia ([véase 3.2](#)); así mismo que el dominio de estas se convertirá en conocimiento habitual para los jugadores y al mismo tiempo el acervo de conocimiento obtenido por la experiencia de estas les permite crear tipificaciones que les permiten interactuar e identificar distintos géneros de videojuegos.

En Gracia se menciona que las narrativas deben de cumplir tres funciones básicas: “explicarle al jugador espacio figurativo de juego, el conflicto y los objetivos” (2021). En primer lugar, el espacio figurativo consiste en explicar al videojugador los componentes del mundo de juego qué tipo de mundo es al que se adentra (e.g. un mundo medieval, un mundo futurista, una distopía, etc.), qué tipo de seres habitan ese mundo, los tipos de gobiernos, sociedades, religiones, entre otras; así como las reglas sociales de este como las físicas (e.g. la gravedad es la misma, se puede viajar en el tiempo, etc.).

Tanya Krzywinska apunta que: “el sentido de mundo del juego proviene, en gran parte, del ensamblado de diferentes razas y culturas ficticias, cada una con sus propios antecedentes ficto-históricos (desde los cuales se puede encontrar una gran variedad de mitos y leyendas secundarias)” (2008, pp. 1587–1588).

Para la construcción de estas narrativas las desarrolladoras utilizan mitos cosmogónicos, escatológicos, origen y de héroe. Estas historias que se pertenecen a un tiempo pasado cumplen la función de la ampliación del conocimiento del mundo y como referencia a lo que sucede en el presente por lo que tiene también un carácter constitutivo (Gadamer, 1993). Estos mitos como menciona Krywinska: “al igual que fuera del juego, informan a los miembros de un grupo de las cosmovisiones; funcionan como una historia putativa para la experiencia de cada raza. Estos tienen un profundo efecto en la jugabilidad y en la forma en la interpelación de los jugador en el mundo de juego” (2008, pp. 1588–1589).

Se puede observar, entonces, que estos mitos son una pieza fundamental del espacio figurativo que le proporciona al videojugador la información necesaria para saber qué acciones puede tomar en el videojuego, puesto que: “jugar un juego significa interactuar con y dentro de un universo figurativo, un espacio de posibilidad dentro de las dimensiones narrativas” (2003, Cap. 26, p.2). Al mismo tiempo, también determina las mecánicas de juego que pueden existir en el videojuego; por ejemplo: si el espacio figurativo sugiere un ambiente situado en el viejo oeste las mecánicas de juego deben incluir el uso de revólveres y rifles propios de la época y montar a caballo.

En segundo lugar, “el objetivo o la serie de objetivos de un juego son parte del contexto narrativo que construyen el videojuego” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 26,

p. 11). Completando estos es la manera en la que el videojugador avanza la narrativa del juego; por ejemplo, rescatar a la princesa quien fue secuestrada por el villano puede ser el objetivo final de un videojuego, mientras que vencer a los secuaces del villano para poder llegar a la guarida donde esta cautiva la princesa son una serie de objetivos que van avanzando la narrativa. Tal como apuntan Salen y Zimmerman: “las estructuras de juego basadas en misiones también proveen metas narrativas importantes para los jugadores. Completar un nivel no sólo significa alcanzar un objetivo, sino que también completar un episodio de una historia más larga” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 26 p. 10).

Por último, el conflicto, elemento que se percibe en el ejemplo anterior, debe ser entendido como una fuerza que se opone a los objetivos del jugador y el cual es fundamental para que exista el juego. Este “proporciona la oportunidad para que los elementos y el contexto narrativo que enmarcan los obstáculos, que el jugador debe superar, existan” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 26 p. 11). Así mismo es importante recalcar que los objetivos, conflictos y mecánicas deben coincidir con el marco figurativo; si esto falla se rompe la inmersión y afecta el principio de suspensión fenomenológica de aceptación de la realidad. La resolución del conflicto principal generalmente significa el final de la narrativa de un videojuego determinado.

Otro aspecto relacionado con la narrativa y las mecánicas de juego es la incertidumbre, que se refiere a que el resultado de una sesión o partida de juego depende de la habilidad del videojugador o del grupo de videojugadores involucrados y no se puede saber el resultado por anticipado. Por ejemplo, en una partida multijugador no se sabe quién ganará, en una partida de juego en solitario el videojugador no puede saber

si logrará vencer el nivel o al jefe; así mismo tampoco tiene idea de que es lo que sucederá después de que complete el objetivo. La incertidumbre guarda una estrecha relación con el sentimiento de oposición que tiene el mundo de la vida a los planes que proyecta el sujeto y que se pueden hacer factibles o no.

Los descriptores narrativos que son todas las representaciones de uno o más aspectos en el juego (Salen & Zimmerman, 2003); y estos juegan “un papel diferente para contar la historia, ya sea explicando el universo o creando un contexto narrativo para los eventos y las acciones” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 26, p. 26). Los descriptores narrativos son todos los elementos visuales, sonoros y textuales que son utilizados dentro del videojuego. Desde los nombres, ropa, color y forma de los personajes, los elementos que forman el mundo (árboles, edificios, ríos, etc.), la iluminación, los efectos de sonido, la música ambiental, los diálogos, etc.; aportan narrativamente a la construcción del mundo de juego. Dentro de los descriptores narrativos también se encuentran los cinemáticos que son elementos audiovisuales que pueden ser utilizados para otorgar contexto, por ejemplo, a la llegada del mundo del videojuego, explicar lo que está sucediendo en un momento específico del videojuego, así como para avanzar la narrativa.

Sumado a los descriptores narrativos y las mecánicas de juego, se pueden también encontrar elementos que combinan ambas para atraer la atención de los videojugadores a distintas motivaciones para jugar ([véase 3.4](#)). Por ejemplo, los logros o “*achievements*” que pueden ser conseguidos por los jugadores realizando tareas complicadas o simplemente por avanzar en la historia, sirven como motivadores para completar ciertas tareas o desbloquean algunas recompensas especiales. Así mismo se

pueden encontrar otras funcionalidades, e.g., los chats y sistemas para crear clanes o grupos de amigos, que incentivan la interacción social. Mientras que otras como los sistemas de ligas y puntajes para los modos jugador contra jugador incentivan la competencia.

A su vez, algunos videojuegos, generalmente aquellos que se enfocan al combate jugador contra jugador, no necesariamente tienen una estructura narrativa tradicional donde se relata una historia a lo largo de las partidas de juego. En este tipo de videojuegos, aun cuando el videojugador interactúa con descriptores narrativos a lo largo de la partida, los orígenes de estos y su desarrollo se realiza en plataformas dentro y fuera del juego, que pueden incluir películas, contenidos audiovisuales, libros, cómics, convenciones, páginas web, etc. El uso de la transmedialidad es una práctica común para expandir y explicar la historia en los videojuegos dado que el espacio narrativo disponible dentro del videojuego es limitado, siendo la mayor parte del tiempo de juego lo ocupado por el videojugador en la acción de jugar; mientras que una parte importante del espacio narrativo se utiliza para explicarle los objetivos, acciones que debe de tomar y notificaciones de combate (Gracia, 2020). Por lo que el uso de narrativas transmedia permite a las desarrolladoras expandir con detalle los eventos periféricos a lo que acontece en un momento específico del videojuego, avanzar rápidamente la historia, así como ahondar en motivaciones personales y el estado psicológico de los personajes.

Por último, resulta relevante mencionar un aspecto que no está ligado a la construcción del mundo de juego, el hardware que utiliza el videojugador, *i.e.* el teclado, ratón, control, monitor, pantalla, etc.; así como la conexión a internet a través de la que juega. Estos elementos tienen un papel fundamental para la medicación de la conciencia

y por lo tanto para la experiencia del videojugador. Estas herramientas representan la interfaz a través de la cual el videojugador controla las acciones que toma en el mundo de juego. Mientras que la conexión a internet determina la velocidad con la que el videojugador puede experimentar y reaccionar a lo que sucede en el mundo de juego. Por lo tanto, el mal funcionamiento de estos elementos afecta la percepción de lo real para el videojugador, haciendo visible la mediación de la conciencia y rompiendo el principio de suspensión fenomenológica de la realidad.

3.2 Lo subjetivo: El videojugador como agente.

Ahora que se han analizado las características de la creación de los mundos de juego; resulta necesario analizar a los videojugadores como el agente que realiza las acciones dentro estos. A lo largo del capítulo dos se discutió cómo a partir de una mediación de conciencia, el videojugador puede tener una experiencia fenomenológica en los videojuegos, así como la forma en la que a través del lenguaje y la práctica comunicativa puede conocer el mundo de juego, crear acervos de conocimiento y comunicar aquello que experimenta a Otros. El jugador se vuelve central partiendo desde la idea de que “la producción o constitución de la sociedad es un logro práctico de sus miembros, pero uno que no se realiza bajo condiciones que son completamente comprendidas o intencionadas por estos” (Giddens, 2013, L. 1991); o en el caso de los videojuegos como comenta Tina Taylor sin la labor de los videojugadores no puede haber juego, ni cultura dentro en los videojuegos (T. L. Taylor, 2006, L. 2166).

Por lo que, antes de analizar el mundo social dentro de los MMOs, resulta imperativo analizar las características del videojugador como un ente que actúa a partir motivaciones, las cuales “pueden operar como condiciones causales inconscientes de la

acción, es decir, como impulsos inconscientes analizables a través del monitoreo reflexivo de la conducta” (Giddens, 2013, p. 2457). Al mismo tiempo, generan “intereses definidos, que *a grosso modo*, se pueden comprender como cualquier curso de acción que facilita la satisfacción de necesidades”(Giddens, 2013, p. 2460); y en el ámbito del análisis social promueven la creación del “interés social, donde la respuesta de otros sirve como un medio para perseguir intereses particulares”(Giddens, 2013, L. 2461). Por lo que de acuerdo con Giddens la teoría de la motivación es de amplia relevancia para la reproducción de la estructura; por lo tanto, resulta necesario realizar un análisis de la teoría de la motivación y cómo esta aplica en los videojuegos.

En primer lugar es necesario reconocer al videojugador que actúa dentro del videojuego como un agente, donde la agencia puede ser comprendida como “la corriente de intervenciones causales contempladas o reales de los seres corpóreos en el continuo proceso de eventos en el mundo” (Giddens, 2013, L. 1150). Donde, de acuerdo con Giddens, esta contiene dos componentes analíticos: “(1) que la persona ‘podría haber actuado de otra manera’, (2) que el mundo está constituido como un flujo de eventos-en-proceso independientes del agente sin un futuro predeterminado”(2013, L. 1511). Ahora bien, es pertinente aclarar que las acciones de los actores son intencionales y estas pueden ser comprendidas como aquellas en las que: “el agente sabe (cree) puede manifestar una cualidad o resultado particular, donde usa este saber para lograr producir la cualidad o resultado” (Giddens, 2013, L. 1538).

En relación con las acciones intencionales, es necesario precisar que el origen del conocimiento que el agente utiliza para realizarlas, el cual le permite esperar un resultado específico, tiene su origen en los acervos de conocimiento y en las tipificaciones ([véase](#)

[2.3](#)). Así mismo, es importante resaltar que: “para que una acción tenga propósito, los agentes no necesitan ser capaces de formular el conocimiento que están aplicando como una proposición abstracta, tampoco tiene que ser ese ‘conocimiento’ válido. (Giddens, 2013, p. 1542). Por lo tanto, esto puede derivar en que el actor obtenga resultados inesperados o que no los consiga; y esto puede ser “producto de que el ‘conocimiento’ aplicado como ‘medio’ haya sido erróneo o irrelevante para el resultado buscado; o debido a que el actor estaba equivocado sobre las circunstancias que se tomaron en cuenta para el uso de esos medios” (Giddens, 2013, p. 1555), en este caso se puede observar situaciones problemáticas a partir de las cuáles se amplían los acervos de conocimiento ([véase 2.3](#)).

Para ilustrar esto en el videojuego se puede pensar que el jugador A, un jugador experimentado, y B, un jugador neófito, jugarán el mismo videojuego masivo multijugador de rol en línea (MMORPG). En este la primera acción que debe tomar el jugador es seleccionar qué rol que jugará, en pos de la simpleza se asumirá que solo pueden elegir entre un rol de combate de rango y uno de combate melé. El jugador A quien eligió combatir desde rango tiene una zona de operación distinta de la que tiene el jugador B quien necesita estar cuerpo a cuerpo para combatir; por lo que esta acción de seleccionar rol modifica la forma en la que cada uno de los jugadores experimentará el juego. Ahora bien, en el curso del juego para el jugador A completar una serie de misiones para avanzar en la historia puede ser algo trivial; ya que tiene una mayor experiencia y por ende un acervo de conocimientos más amplio para actuar de acuerdo con la situación. Mientras que el jugador B aplicará conocimiento para actuar no adecuado, provocando que en no obtenga los resultados esperados, por lo que completar las mismas misiones

le implicará un proceso más largo en el que tendrá que ampliar sus horizontes de conocimiento. Por lo que la experiencia del jugador A y la del jugador B siempre será diferente y dependerá de su agencia (actuación como agentes); así mismo queda implícito que los resultados que obtengan son consecuencia de esta y no están predeterminados.

Los jugadores A y B tienen como objetivo fabricar mejor equipo, para lograr esto tienen que realizar una serie de acciones (recolectar los minerales, comprar la tela y fabricar las piezas de armadura). Esto se puede comprender como una jerarquía de propósitos, es decir el: “entrelazamiento o entretejido de diferentes propósitos o proyectos. Un acto puede ser relevante para un número de intenciones que el actor está realizando; un proyecto representa un rango de modos intencionales de actividad” (Giddens, 2013, L. 1565). En los videojuegos, en especial en los MMOs, los objetivos de los jugadores son una serie de actividades intencionadas con el mundo de juego y con otros, esto se debe a su carácter cooperativo y a que este tipo de videojuegos no tienen un final definido. Esto de la misma manera que la vida humana no es tan sólo “una serie de propósitos y proyectos discretos, sino en un espectro continuo de actividad intencionada con otros y con el mundo natural; un acto intencional (...) solo puede ser entendido reflectivamente por el actor, o aislado conceptualmente por otro actor” (Giddens, 2013, L. 1656).

Ahora, el videojugador A expresa que necesita más equipo, si se le preguntara el por qué, contestaría que lo requiere para realizar calabozos de alto nivel con sus compañeros dentro del videojuego. Estas explicaciones pueden ser comprendidas como razones que son: “principios centrados de acción, con las que el ‘actor está en contacto’

como un elemento del monitoreo reflexivo de su conducta” (Giddens, 2013, L. 1676). Además, esta racionalización de las acciones “es la expresión causal de la cimentación de la intencionalidad del agente en el conocimiento propio y el conocimiento del mundo social y material que son el ambiente del actuante” (Giddens, 2013, p. 1705). Por lo que, la explicación que da A de sus acciones no solo le sirve para evaluar sus acciones en el mundo de juego, sino también para que el videojugador B pueda comprender las acciones que A está realizando.

En la explicación que dio el videojugador A sobre su acciones se pueden apreciar sus intereses que tienen una: “relación cercana a la de motivo, los ‘intereses’ pueden ser definidos como cualquier resultado o evento que facilita la satisfacción de las necesidades” (Giddens, 2013, L. 1716). Estos intereses están originados en las motivaciones, que agrupan los casos en las que “los que los actores están conscientes de sus de necesidades y también aquellos en la que su conducta está influenciada por fuentes no accesibles a su consciencia” (Giddens, 2013, L. 1711). Es decir, cuando el videojugador A menciona que quiere poder hacer calabozos de alto nivel con sus amigos este interés puede estar motivado por la necesidad de socializar o la motivación de obtener logros en el juego ([véase 4.2](#)). “La motivación humana puede ser entendida como un orden jerárquico tanto en un sentido de desarrollo, así como de la distribución de las necesidades de una persona en un momento dado su vida” (Giddens, 2013, L. 2255).

Por lo tanto, se puede observar que los agentes utilizan el lenguaje para explicar las razones de sus acciones o para declarar sus intenciones; es decir, a través de la práctica comunicativa estos realizan actos comunicativos en los que la “intención del

actor, o una de las intenciones del actor, está ligada a lograr pasar información a otros” (Giddens, 2013, L. 1737). Así mismo es importante recalcar que las proposiciones pueden presentarse también en la forma de una acción, donde “algo hecho puede también tener una intención comunicativa” (Giddens, 2013, L. 1739). Esto explica por qué el videojugador B puede comprender las intenciones del videojugador cuando se abalanza hacia los enemigos, o cuando este se acerca hacia un vendedor dentro del mundo de juego. En los MMOs es común que se utilicen distintas formas de comunicación no verbal como es el caso de las acciones que toman los videojugadores en un momento determinado, señalizaciones rápidas, el tipo de armadura que traen puesta, entre otras.

Es importante recalcar que los videojugadores en su papel como agentes constantemente están evaluando las razones, acciones o intenciones de los otros actores; a partir de los acervos de conocimiento y del uso de la práctica comunicativa. Giddens lo plantea de la siguiente forma: “En la vida cotidiana las razones de los agentes ofrecidas directamente o intuitas por el otro, son juzgadas como adecuadas en relación a los parámetros aceptados del sentido común, o de lo aceptado comúnmente en contextos definidos de acción” (2013, L. 1685). Por lo tanto, el videojugador a través de su agencia y de la práctica comunicativa es capaz no solo de dar cuenta de sus razones para actuar o su intencionalidad, sino que también a través del uso de estos símbolos compartidos y comprendidos por otros videojugadores puede organizarse con estos. La información que dan los actores: “no solo tiene que ser propositiva, sino que también puede tener la intención de persuadir o influenciar a otros para que respondan de una manera en particular” (Giddens, 2013, L. 1738). Permitiéndole así a los actores tener

estructuras sociales complejas donde las motivaciones de los distintos actores pueden cumplirse.

A lo largo de esta discusión se ha visto cómo las motivaciones de los agentes son fundamentales para comprender sus acciones e interacciones con otros agentes. Aun cuando las motivaciones no siempre son conscientes para el agente, su categorización y dilucidación para la comprensión de la intencionalidad del agente en la práctica comunicativa y en sus acciones resulta fundamental. Sin embargo, antes de realizar el análisis de las motivaciones de los videojugadores en los *esports* y los MMOs ([véase 4.2](#)), resulta necesario abordar la práctica de la interacción con los otros agentes con los que convive en el videojuego a través de la práctica de la interacción.

3.3 Lo intersubjetivo: Producción y reproducción de la estructura

Giddens menciona que las condiciones analíticas para analizar la reproducción de las estructuras de la interacción pueden ser analizadas a partir de: 1) las habilidades constitutivas de los actores sociales, 2) la agencia como la racionalización de estas habilidades, 3) las características no explicadas de los sistemas de interacción que promueven y permiten el ejercicio de las habilidades, 4) las que pueden ser analizadas en términos de la motivación, y 5) la dualidad de la estructura (2013, L. 2002). Hasta este punto se ha discutido cómo los videojuegos son parte del mundo de vida, las habilidades de los actores sociales a partir del uso de la práctica comunicativa y de su operación en el mundo de vida a partir de sus estructuras; las características del mundo de juego experimentado como real, donde el videojugador es un agente y la importancia de las motivaciones para las acciones que realiza en este. Así mismo, se ha discutido la presencia de los Otros, con identidades persistentes, con quienes el videojugador

interactúa a partir de una intersubjetividad compartida cuyos horizontes de conocimiento pueden ser ampliados a través de la práctica comunicativa; permitiendo interacciones significativas entre los actores.

Partiendo desde la perspectiva en la que “la vida social puede ser tratada como una serie de prácticas reproducidas” (Giddens, 2013, L. 2020); que puede ser estudiada a partir de: “1) su constitución como una serie de actos realizados por los actores; 2) las formas constitutivas de interacción involucrando la comunicación de significado; 3) las estructuras constitutivas en forma de colectivos o comunidades sociales”. (Giddens, 2013, L. 2020). Resulta entonces necesario discutir los conceptos que conforman la producción de la interacción y aquellos pertenecientes a la estructura; comenzando por la producción de la interacción que se compone de “tres elementos fundamentales: su constitución como significativa, orden moral y la operación de relaciones de poder” (Giddens, 2013, L. 2050).

Parte de la constitución de la interacción como significativa se discutió en el [capítulo 2](#); es prudente recordar que los significados son creados por los actores en el transcurso de su vida cotidiana en su labor de comprender el mundo y explicarlo; esta actividad pertenece a “la vida social que es producida por los actores que la componen precisamente en términos de su constitución y reconstitución de marcos de significado en los que organizan su experiencia” (Giddens, 2013, p. 1589). Estos marcos de significado, producidos y reproducidos por los actores, son parte de los horizontes del mundo de vida compartidos por los actores. Donde a partir de esto, también, se puede comprender que el mantenimiento de un marco de seguridad ontológica es un logro de

los actores a partir de la producción de modos de interacción utilizando conocimiento mutuo no problemático (Giddens, 2013, p. 2777).

Así mismo es necesario apuntar que: “en toda interacción hay un constante interés y la habilidad de desvelar modos de comprensión de la conducta del otro, además de lo que contiene la intención comunicativa, por ejemplo en comprender sus motivos” (Giddens, 2013, L. 2030). Es decir, no solo se pone atención a los significados que se comparten a partir de la práctica comunicativa y a través de las acciones, sino que al mismo tiempo los actores también tienen una comprensión sobre lo que puede estar motivando estas. Como se vislumbraba en el ejemplo en el que el jugador A le mencionaba que quería hacer calabozos de alto nivel con sus amigos al jugador B, este último puede inferir los motivos que están detrás de esto. Si bien es cierto que no necesariamente el jugador B puede hacer una abstracción de la motivación tiene una idea sobre lo que este está buscando ya sea convivir con sus amigos u obtener más poder o prestigio (esto se discute a fondo en el [apartado 4.2](#)).

El orden moral de la interacción, “puede ser comprendido como la actualización de derechos y la imposición de obligaciones” (Giddens, 2013, L. 2100); en el cual están contenidas un grupo de normas que de acuerdo con Habermas expresan “un acuerdo que obtiene un grupo social. Donde para todos los miembros de un grupo para quien una norma tiene validez esperan que los demás en ciertas situaciones realicen (o se abstengan) de acciones ordenadas (o prohibidas)” (1984, L. 2462). Sin embargo, el cumplimiento de las normas no solo depende del acuerdo de los miembros de un grupo social, su cumplimiento también está relacionado con el interés de los actores de evitar las consecuencias de incumplirlas. Giddens apunta que: “una pretensión normativa

puede ser reconocida como vinculante no porque el actor acepte la obligación como un compromiso moral, sino debido a que el actor anticipa, y quiere evitar, las sanciones que serán aplicadas en el caso de no cumplirlas”(2013, L. 2111).

Los videojugadores conviven con dos tipos de normas morales en sus interacciones dentro del videojuego, las primeras son los códigos de conducta especificados por las desarrolladoras en los términos de uso y en los acuerdos de usuario final; en los que se especifican comportamientos y usos del videojuego penados y las sanciones correspondientes. En segundo lugar, con las normas de los grupos sociales con los que interactúa dentro del videojuego donde las sanciones son impuestas por los otros videojugadores. Por ejemplo, si el videojugador A y el videojugador B pertenecen a un grupo de videojugadores que todos los días acordó verse a las cinco de la tarde para realizar calabozos; y el videojugador B llega tarde en repetidas ocasiones la sanción que le impone el grupo es la expulsión. Ahora si suponemos que en una de las sesiones de juego el videojugador B realiza insultos racistas y homofóbicos a otro de los miembros del grupo, la sanción no solo será la expulsión del grupo de jugadores, sino que al ser este tipo de conducta penada por los acuerdos de usuario final y términos de uso el videojugador también se puede hacer acreedor a una sanción por parte de la desarrolladora.

Otro aspecto importante en cuanto al comportamiento de los agentes ante las normas morales es que estos pueden ponderar el cumplimiento de una norma determinada ante sus intereses y tomar una decisión utilitaria; es decir, este puede “abordar una pretensión moral de la misma manera en la que aborda una prescripción técnica, en cada caso el individuo puede calcular los riesgos involucrados en un acto

determinado de acuerdo con la probabilidad de evitar una sanción” (Giddens, 2013, L. 2113). Así mismo, el actor también está consciente de que las sanciones pueden ser negociadas; para Giddens esta es la forma en la que “la producción de un orden normativo existe cercano a la producción de significado: la transgresión puede ser negociada y la forma en la que esta es caracterizada o identificada afectará las sanciones que puede ameritar” (2013, L. 2119). Continuando con el ejemplo del grupo de videojugadores que realiza calabozos en un horario determinado, la norma común puede ser que al final del calabozo el botín se distribuya a quien en una tirada de dados obtenga el número más alto. Sin embargo, el videojugador A podría decidir que, parte del botín tiene que ir al jugador B eliminando la posibilidad de la distribución aleatoria; si a partir de una negociación se acuerda que esto es lo más benéfico a largo plazo para el grupo, este acto que normalmente hubiera ameritado algún tipo de sanción no la tiene. En este ejemplo, se puede observar que: “la coordinación moral de la interacción es asimétricamente interdependiente con su producción como significativa y su expresión de relaciones de poder (Giddens, 2013, L. 2132).

La relación de lo moral con las relaciones de poder tiene como consecuencia que exista: “1) la posibilidad de choques de diferentes ‘ideas del mundo’ o, menos macroscópicamente, definiciones de lo que es; 2) la posibilidad de choques entre comprensiones divergentes de normas ‘comunes’” (Giddens, 2013, L. 2132). Es importante entender que las normas están sujetas a la interpretación y negociación por parte de los agentes, permitiendo que estas cambien a lo largo del tiempo.

El poder puede ser comprendido en primer lugar como: “la capacidad transformativa de la agencia humana, la capacidad del actor de intervenir en una serie

de eventos para alterar su curso; es lo que media entre las intenciones o lo que quiere, y la realización o los resultados buscados” (Giddens, 2013, L. 2161); en este sentido, el poder es intrínseco al agente y es utilizado por él sobre el mundo de vida para lograr sus objetivos. En el caso de los MMOs y de los videojuegos este poder incrementa conforme el videojugador sube de nivel o avanza la narrativa del videojuego; adquiriendo fuerza o nuevas habilidades que incrementan sus posibilidades de intervenir en diferentes partes del mundo de vida. Mientras que visto desde la perspectiva de la interacción este “puede ser definido como la capacidad para asegurar resultados cuando la realización de estos depende de la agencia de otros (...) algunos tienen poder ‘sobre otros’: esto es poder como dominación” (Giddens, 2013, L. 2159). Este poder sobre la agencia del otro en el videojuego puede tomar distintas formas por ejemplo cuando los videojugadores seleccionan a un videojugador para que dirija el grupo a través del calabozo o para que administre la operación del grupo de videojugadores coordinando horarios de juego, estrategias, adquisición y distribución de recursos entre otras cosas.

Si tomamos como ejemplo la dirección de un grupo de jugadores a través de un calabozo, el ejercicio del poder en la interacción incluye el uso “de los recursos o facilidades que los participantes traen y movilizan como elementos de su producción; por lo tanto, dirigiendo su curso”(Giddens, 2013, L. 2179). En el caso de un MMO donde cada uno de los jugadores de un grupo aportará conocimientos y recursos de acuerdo con este; por ejemplo, el sanador¹⁰ se ocupará de mantener a sus compañeros vivos,

¹⁰ Rol enfocado utilizar habilidades que restablecen o protegen los puntos de vida de otros videojugadores.

mientras que el tanque¹¹ de evitar que los enemigos ataquen directamente a sus compañeros. Al mismo tiempo el ejercicio del poder también incluye “cualquier otro recurso que el participante sea capaz de utilizar para controlar o influenciar la conducta de otros en esa interacción, incluyendo la posesión de ‘autoridad’ y cualquier amenaza del uso de ‘fuerza’” (Giddens, 2013, L. 2180). Donde el líder de un grupo puede expulsar a un jugador por incumplir las normas o por no cooperar para lograr las metas en común.

Así mismo, es necesario reconocer que: “el poder no solo existe cuando es ‘utilizado’, (...) se puede hablar de poder ‘almacenado’ para su uso en ocasiones futuras. (Giddens, 2013, L. 2164). Esto es particularmente importante en los videojuegos donde, por ejemplo, es importante reconocer el poder almacenado que tiene un oponente en habilidades que no ha utilizado o en el juego cooperativo donde este poder almacenado es utilizado estratégicamente para lograr los objetivos. Así mismo, el poder almacenado cobra importancia cuando se juega a niveles competitivos donde los cambios de estrategia por parte de los líderes de equipo o los entrenadores se realiza después de las partidas de juego. Por otro lado, es importante mencionar que el conflicto y el poder no tienen una relación lógica; sino que: “es el concepto de ‘interés’, en lugar del de poder el que se relaciona directamente con el conflicto y la solidaridad (...) el poder está vinculado a la persecución de intereses y los intereses de las personas pueden no coincidir” (Giddens, 2013, L. 2174).

¹¹ Rol enfocado a mantener la agresión de los enemigos, recibiendo la mayor parte de los ataques de estos, protegiendo así a otros videojugadores.

Por último, con relación al poder es necesario recordar que: “la creación de marcos de significado ocurre como la mediación de actividades prácticas y en términos de diferenciales de poder que los actores son capaces de utilizar” (Giddens, 2013, L. 2198). Estas diferencias de poder se pueden expresar en las habilidades o acervos de conocimiento que posee el agente; e.g., un videojugador con un mayor nivel tiene más acceso a habilidades y un mayor acervo de conocimiento que un jugador novato. Del mismo modo, estas diferencias de poder también se pueden presentar por habilidades dialécticas y lingüísticas superiores o la capacidad de utilizar la fuerza o una posición de autoridad (Giddens, 2013). Por lo que, resulta necesario apuntar que:

“Lo que se comprende por ‘realidad social’ tiene una relación inmediata con la distribución del poder, no solo en las formas más mundanas de las interacciones de la vida cotidiana, sino también al nivel de culturas globales e ideologías cuya influencia se puede sentir en cada rincón de la vida social” (Giddens, 2013, L. 2020).

La interacción de los videojugadores no sólo incluye las normas morales y las relaciones de poder dentro de los grupos de juego; como se ha mencionado también existen normas morales y una relación de poder con las desarrolladoras de los videojuegos. Por lo que, como se mencionó en el [apartado 3.1](#) resulta importante conocer no sólo los elementos que conforman el mundo de juego, sino que también a las empresas desarrolladoras quienes tienen un papel activo en la interacción de los videojugadores.

Ahora bien, una vez analizados los conceptos de moral y poder, se puede proceder al análisis de la dualidad de la estructura, que se refiere a que: “la estructura

social es al mismo tiempo constituida por la agencia humana y esta es al mismo tiempo el medio de su constitución” (Giddens, 2013, L. 2358). Donde la estructura se puede comprender cómo: “los sistemas generativos de reglas y recursos”(Giddens, 2013, p. 2442); es decir los actores toman recursos de las estructuras y las aplican a través de un medio a sus interacciones y al momento de aplicar estos recursos también reproducen la estructura. Durante la práctica comunicativa el agente toma recursos de acervos de conocimiento y tipificaciones en común, esquemas interpretativos, a partir de los cuales significan lo que se dice o lo que se hace; donde “el proceso de retomar de ese orden cognitivo, la aplicación de esquemas interpretativos al mismo tiempo reconstituye ese orden” (Giddens, 2013, L. 2368). En tanto que, en el caso del poder el agente aplica medios a partir de los cuales busca modificar la conducta del otro, estos medios son recuperados de un orden de dominación; al ser ejercido por el actor al mismo tiempo se reproduce este orden dominación (Giddens, 2013, p. 2371).

Por último, “la constitución moral de la interacción involucra la aplicación de normas que se basan en un orden legítimo, y al momento de su aplicación lo reconstituyen” (Giddens, 2013, p. 2373). En consecuencia, a los elementos analíticos de la interacción que se habían analizado anteriormente (práctica comunicativa, poder y moralidad) es necesario sumarle los medios a través de los cuales se aplican: esquemas interpretativos, medios y normas. Para finalmente, agregarle aquellas correspondientes a la estructura “la significación, dominación y legitimación son propiedades analíticas separables de la estructura” (Giddens, 2013, p. 2373).

Es importante considerar que las estructuras que no poseen: “una ubicación socio-temporal específica, se caracterizan por la ‘ausencia de sujeto’; y no pueden ser

conceptualizadas en términos de la dialéctica sujeto objeto” (Giddens, 2013, L. 2304). Por lo que, observar y analizar el papel del agente como productor y reproductor de estas estructuras en un momento específico es fundamental; al mismo tiempo tomando en cuenta que la agencia no solo reproduce la estructura, sino que también tiene la capacidad de modificarla. Esto se debe a que “cada acto que contribuye a la reproducción de la estructura es también un acto de producción, un nuevo emprendimiento, y como tal puede iniciar cambios alterando la estructura al mismo tiempo que la reproduce”(Giddens, 2013, L. 2379).

Continuando con este orden de ideas es necesario recalcar el papel fundamental de la teoría de la motivación para comprender la producción y la reproducción de la estructura; partiendo de que las motivaciones generan intereses sociales donde la respuesta de otros es necesaria para perseguir intereses particulares (Giddens, 2013, L. 2464). Estos intereses forman colectivos, grupos o comunidades que pueden ser estudiados a partir de las interacciones de sus miembros y “cualquier sistema de interacción, desde un encuentro casual hasta una organización, puede ser estudiado estructuralmente” (Giddens, 2013, L. 2293). Por lo que estos pueden ser estudiados a partir de conceptos propios de la teoría de sistemas considerando que en los sistemas sociales: las tendencias de equilibrio operan ciegamente; la homeostasis depende de distintos grados de interdependencia de relaciones de poder; y que, se puede lograr a través de una auto transformación del sistema (Giddens, 2013).

Se puede comprender entonces, que: “los procesos de estructuración vinculan la integración o transformación estructural de los colectivos u organizaciones como sistemas con la integración o transformación social de la interacción en el nivel del mundo

de vida” (Giddens, 2013, L. 2396). Aquí es necesario precisar que durante este proceso pueden surgir contradicciones que son: “oposiciones entre principios estructurales” (Giddens, 2013, L. 2400), las cuales se pueden comprender como el surgimiento de ideologías divergentes; formas distintas de aplicar la producción de la interacción a lo típico (doxa), ya sean ortodoxas o heterodoxas. Resultando importante: “examinar la organización de recursos que, en el plano de la interacción, los actores son capaces de tomar para emitir sanciones; y cuáles, a nivel de la integración estructural, permiten ideologías divergentes” (Giddens, 2013, L. 2391)

Por lo que, se puede entonces comprender que la vida social que sucede en los videojuegos es un logro que depende de las habilidades de los actores; donde el papel del videojugador como agente es fundamental para la producción y la reproducción de la estructura. Finalmente, como menciona Giddens cuando se habla de una totalidad de colectivos “como un sistema integrado de reglas semánticas y morales se puede hablar de la existencia de una cultura en común” (2013, p. 2379). Es por esto que se puede hablar de culturas específicas en distintos MMOs, puesto que cada una tiene sus sistemas de reglas semánticas y morales. Así mismo, existe una cultura en general con la que los videojugadores se identifican y alrededor de la cual se agrupan, en el siguiente apartado se discutirá por qué esta debe de ser pensada como una ideología.

3.3.1 Construcción de una ideología, los *gamers*.

Como se discutió en el capítulo 1, el concepto de *gamers* utilizado por los videojugadores en su cotidianidad para diferenciarse, identificarse y formar comunidades a partir de esta identificación. Al mismo tiempo esta afiliación implica actitudes y actividades específicas en su vida cotidiana; e incluso una forma de

comprender el mundo. Ante este panorama se discutirá por qué el ser *gamer* corresponde a una ideología y cómo esta debe ser comprendida como una estructura, que inevitablemente surge a partir de la producción de la interacción, y que a su vez es producida y reproducida por los agentes. Para lograr este cometido se partirá desde los conceptos planteados por Paul Ricoeur, quien enuncia tres funciones de la ideología: integrar, legitimar y distorsionar. La discusión se centrará en las primeras dos características puesto que como señala Ricoeur “el punto fundamental es que la ideología está definida por su función y su contenido; si hay inversión esto se debe a que cierta producción humana es, como tal, inversión” (2016, p. 191); añadiendo que “la ideología es un fenómeno insuperable de la realidad social y como tal siempre tendrá un constitución simbólica que incorpora una interpretación, en imágenes y representaciones, del lazo social mismo” (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 193).

La función integradora, explica Ricoeur siguiendo el pensamiento de Weber, es una consecuencia de la práctica social que sucede cuando el agente tiene una conducta significativa y esta está orientada a la actividad del otro; siendo este punto en el que el fenómeno ideológico aparece con toda su originalidad (Ricoeur & Thompson, 2016). Es necesario realizar una precisión, ya que para la discusión que se realizará resulta más productivo pensar a la ideología como consecuencia de la producción de la interacción; puesto que dentro de este concepto está integrada la práctica comunicativa, el poder y la moral. Donde el objetivo de la función integradora “está vinculada a la necesidad de un grupo a otorgarse una imagen de sí mismo, en el nivel teatral del mundo” (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 186).

Ahora bien, Ricoeur distingue cinco aspectos de la función integradora de la ideología; el primero se refiere a la ideología como una “función de la distancia que separa la memoria social de un evento inaugural que debe de ser repetido” (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 186). Este evento inaugural puede ser comprendido como un suceso significativo que marca el origen de un grupo social, el cual “solo puede ser revivido y reactualizado en una interpretación que lo modela retroactivamente, a través de una representación del mismo”(Ricoeur & Thompson, 2016, p. 186). Se puede observar el papel del agente para la producción y reproducción del evento inaugural; así mismo Ricoeur agrega que: “quizás ningún grupo social podría existir sin esta relación indirecta con su propio evento inaugural” (2016, p. 186), resaltando el papel fundamental que tiene la ideología para la conformación de grupos sociales. Sobre este mismo orden de ideas, es importante reconocer que además de la memoria del evento también hay un consenso y una racionalización, siendo la ideología movilizadora siempre y cuando esta cumpla una función justificadora (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 186).

Como segunda característica Ricoeur menciona el dinamismo, colocando a la ideología como “una teoría de motivación social; siendo esta, a la praxis social, lo que el motivo es a un proyecto individual” (Ricoeur, 2016, p. 188). Esta característica parece sugerir que el grupo social tiene una motivación otorgándole agencia a este, apunta Ricoeur que: el argumento de la ideología es animado por el interés de mostrar que el grupo que la profesa tiene derecho a ser lo que es” (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 188). Sin embargo, esto debe ser entendido como la motivación de los actores por seguir perteneciendo a ese grupo; *i.e*, mantener la estructura que reproducen y su pertenencia

a ella. En este sentido, la ideología es “una reflexión, también es siempre una justificación y un proyecto” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 188).

Así mismo, la ideología es una simplificación, “un código o cuadrícula para dar una vista amplia no solo del grupo, sino también de la historia y en última instancia del mundo” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 188). Por lo que, esta tiene la función de un esquema interpretativo, utilizado por un grupo social para tener una práctica comunicativa significativa y una significación específica de acciones, comunicación y del mundo. Por lo que Ricoeur lógicamente la considera operativa puesto que “código interpretativo de una ideología es algo que el Hombre vive y piensa, en lugar de una concepción que plantean. En otras palabras, una ideología es operativa y no temática” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 189). Es decir, la ideología siempre está en el horizonte del mundo de vida del actor de una forma no problemática; y como tal esta “opera a nuestras espaldas, en lugar de aparecer como un tema frente a nuestros ojos. Pensamos desde ella en lugar de pensar sobre ella” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 189).

Por último, se encuentra el aspecto del retraso o la inercia que está ligada a la temporalidad inevitable impuesta por el mundo de vida; para Ricoeur esto “significa que lo que es nuevo sólo puede ser acomodado en términos de lo típico, surgiendo lo típico de la sedimentación de la experiencia social” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 189). Esta característica en combinación con su característica como un esquema de interpretación no problematizado dan pie a la segunda función de la ideología, la disimulación. La cual, de acuerdo con Ricoeur, “ocurre particularmente respecto a las realidades experimentadas por el grupo, pero inasimilables a través del uso del esquema principal. Todo grupo muestra rasgos de ortodoxia, marginalidad e intolerancia” (Ricœur &

Thompson, 2016, p. 189). En este sentido aparece lo intolerable, que puede ser comprendido cuando algo nuevo “amenaza seriamente la posibilidad del grupo de reconocerse y de redescubrirse” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 189); *i.e.*, una interpretación de la moral, relaciones de poder o de los significados que pone en riesgo la producción y reproducción de la estructura.

En cuanto a la función de disimulación Ricoeur comenta que: “lo que la ideología interpreta y justifica es, por encima de todo, la relación a un sistema de autoridad” (2016, p. 190). Considerando que la ideología es una consecuencia de la producción de la interacción entre los agentes considerar que por encima de todo lo que se justifica es la autoridad como un ejercicio del poder, resta importancia a los demás elementos que componen la producción de la interacción; los cuales guardan una relación estrecha con la autoridad como un ejercicio del poder. En este sentido los actores dentro de un orden que incluye los elementos morales, de significación y de poder; se debe a un compromiso motivacional en este caso el de pertenecer al grupo. En este sentido como comenta Giddens:

“el compromiso motivacional con un ‘orden’ es equivalente al compromiso moral con ese ‘orden’, por lo tanto, relegando cualquier preocupación con la acomodación de este como un sistema de dominación que expresa y es reproducido por asimetrías en las relaciones de poder en la interacción social” (2013, L. 2470).

Esto no niega que la ideología pueda ser utilizada para mantener los medios y la dominación de un grupo, pero es necesario recordar que, así como existen relaciones de poder en todos lados, también existen sistemas de interdependencia y un interés por

mantener el sistema y de los agentes de mantener la seguridad ontológica. Para Ricoeur la ideología “es un efecto y una resistencia al desgaste. Esta paradoja está dada por la función inicial de la ideología, que es perpetuar un acto fundacional en el modo de una ‘representación’” (Ricœur & Thompson, 2016, p. 189). Es cierto que las ideologías tienen una resistencia y un interés de perpetuar el evento inaugural; mas es importante recordar que en los sistemas sociales tienen la capacidad de transformarse a partir de su producción y reproducción por parte de los agentes.

Por lo tanto, se puede comprender a la ideología como un producto inevitable de la producción de la interacción de los agentes en el que un evento inaugural los cohesiona como miembros de un grupo social. Los agentes están comprometidos con este orden por su motivación a pertenecer, el cual contiene estructuras de significación, legitimación y dominación; que se presentan como no problemáticas para los actores y son utilizadas por estos en su vida cotidiana para reproducir y producir la ideología.

Hasta este punto se ha realizado una discusión de la operación de las estructuras del mundo de vida en los videojuegos y de cómo estas operan de una manera equiparable a como lo hacen fuera de este; a partir de esto se puede comprender la experiencia fenomenológica del videojugador. Así mismo se ha elaborado sobre cómo los videojugadores a partir de la suspensión fenomenológica de la aceptación de la realidad y del uso de la práctica comunicativa puedan crear una intersubjetividad a través de sus interacciones en la vida cotidiana. Por lo que, ahora se cuenta con los elementos indispensables para comprender el funcionamiento de la vida social en los videojuegos: la construcción del mundo de juego y los elementos que lo constituyen, al videojugador como agente a través la teoría de la motivación; la producción y reproducción de la

estructura a partir de la interacción entre los actores, y por último la ideología como una consecuencia de esta. A partir de este análisis se ha establecido un orden teleológico que permite comprender la interacción en los videojuegos, por lo que en el siguiente capítulo se realizará la discusión de las variables a observar y del método a utilizar.

4. Hacia un modelo de análisis del videojuego.

En la Figura 1 se puede observar la esquematización de la relación que guardan los conceptos teóricos discutidos hasta este punto. Por lo que, ahora es necesario ahondar en los observables correspondientes al espacio de juego considerado como lo real por los videojugadores; las motivaciones como motor de la agencia de estos y la intersubjetividad a partir de la producción y la reproducción de la estructura.

En primer lugar, se analizarán los sistemas que las desarrolladoras utilizan para crear los mundos de juego que incluyen los sistemas de normas y de sanciones que rigen la interacción de los videojugadores con el videojuego, así como con otros videojugadores. Así mismo, se identificarán los sistemas de recursos comprendidos como los medios implementados por la desarrolladora para mantener al videojugador enganchado con el videojuego; y los sistemas de convenciones que permiten la creación de mundos de juego, a partir de marcos de significado que le permiten a los videojugadores ordenar y explicar su experiencia en el mundo de juego.

En un segundo momento, se discuten las motivaciones del videojugador para jugar MMOs, para ver contenidos de videojuegos y para consumir deportes electrónicos. Estos permiten comprender los sistemas de recursos que implementan las desarrolladoras para mantener al videojugador enganchado y son fundamentales para comprender la formación de estructuras sociales complejas en los MMOs.

Posteriormente, se analizan los elementos correspondientes a la práctica de la interacción de los videojugadores en el mundo de vida y las estructuras que esta produce y reproduce; así como los conceptos a analizar de la ideología, como una estructura que

se forma inevitablemente a partir de la práctica de la interacción de los videojugadores. Por último, discutiremos los resultados y el modelo de análisis que obliga la propuesta teórico-metodológica que se presenta.

Figura 1. Relación Teórico-Metodológica

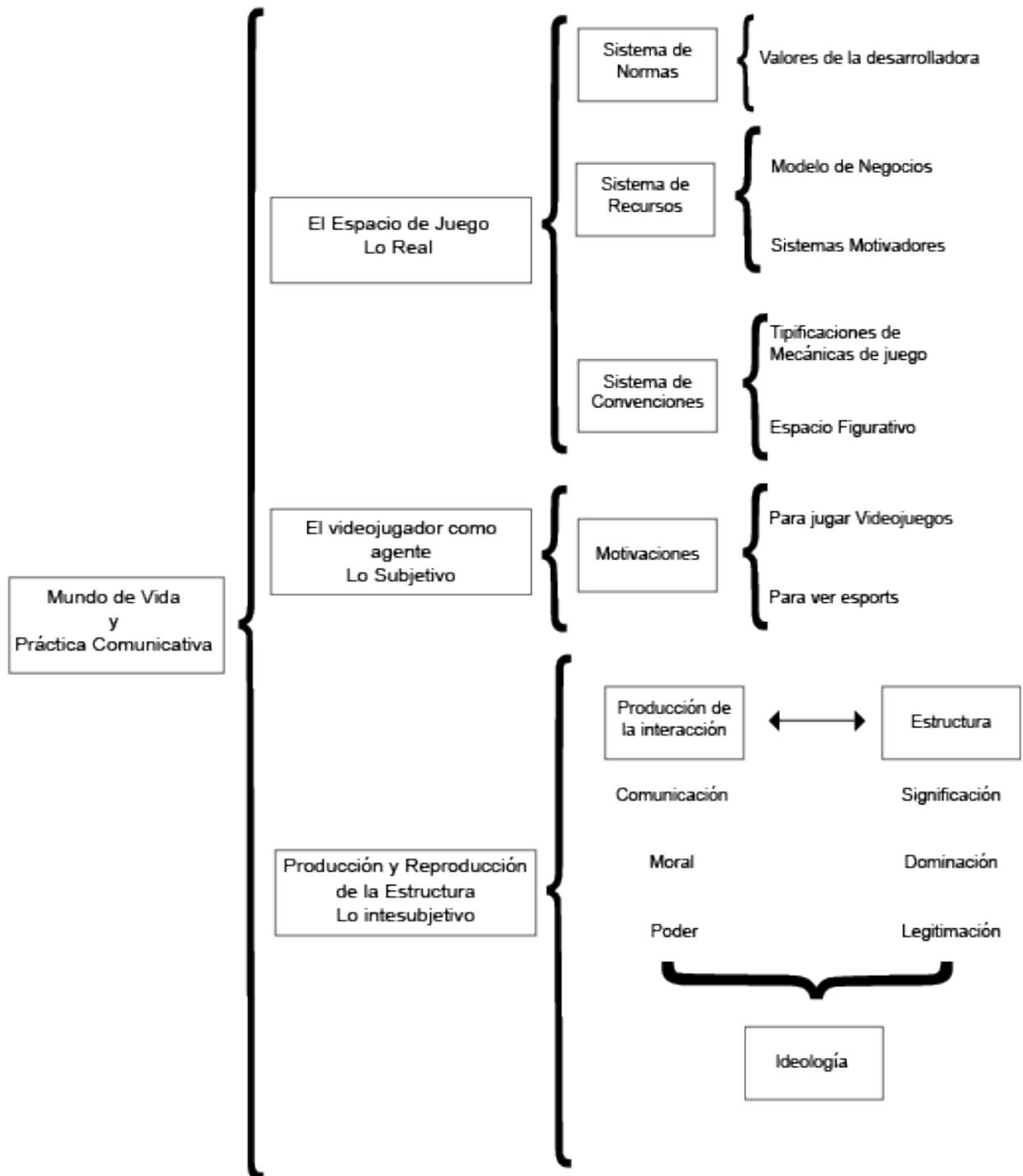


Figura 1. Relación Teórico-Metodológica. Fuente: Elaboración Propia

4.1 Sistemas del espacio de juego.

Es importante recordar que el espacio de juego, aun cuando es tomado como real por el videojugador en su vida cotidiana, es un espacio construido por grupos de personas que pertenecen a una desarrolladora. En el [subcapítulo 3.1](#) se mencionó que se debe considerar a estas como sistemas de interacción con propiedades estructurales; por lo que, ahora que se han desarrollado los conceptos necesarios se puede ahondar en los elementos centrales para la interacción del videojugador con estos: 1) los sistemas de normas, 2) los sistemas de recursos y 3) los sistemas de convenciones. Estos moldean y definen la experiencia del videojugador con el juego, así como la vida social dentro de estos.

4.1.1 Sistemas de Normas

Los sistemas de normas se pueden comprender como el conjunto de reglas y normas definidas por las desarrolladoras de los videojuegos y sustentadas en las leyes de derecho de autor y propiedad intelectual. Son presentadas al videojugador a través de documentos como los Términos de Servicio (*Terms of Service*, ToS por sus siglas en inglés), el Acuerdo de Licencia con el Usuario Final (*End User License Agreement*, EULA por sus siglas en inglés) y los códigos de conducta esperados del jugador en su interacción en línea con otros jugadores. En estos se expresan los derechos y las obligaciones de los videojugadores que utilizan el software, así como las sanciones que se aplicarán en caso de incumplimiento. Las reglas contenidas en estos documentos deben de ser aceptadas por el videojugador para poder jugar; y contienen las condiciones de uso del software, de uso de la propiedad intelectual de la desarrolladora y tienen su sustento en leyes locales e internacionales; así como los códigos de conducta

que debe acatar el videojugador durante sus sesiones de juego. T.L Taylor comenta que esta relación entre: “empresas, políticas y leyes que abordan temas desde la propiedad intelectual hasta los estándares de conducta gobiernan a los videojuegos. Usuarios, propietarios y sistemas co-constituyen un espacio que a su vez moldea la experiencia (2018, L. 235).

Estos sistemas de normas tienen una incidencia directa en la vida cotidiana de los videojugadores, regulan su interacción con el juego y con otros videojugadores a un nivel estructural. Por su impacto en la práctica de la interacción son de interés las normas que definen la propiedad y el uso del videojuego, y las que se refieren a códigos de conducta esperados de los videojugadores. Las primeras definen la propiedad del software, los personajes, historias, elementos visuales y de los bienes virtuales y el uso que el videojugador puede hacer de estos, estas están orientadas principalmente a proteger los intereses comerciales de las desarrolladoras y a evitar el uso abusivo del software del videojuego. Conocer las limitaciones que se le imponen al videojugador es importante; ya que estas determinan las posibilidades que tiene el videojugador de modificar interfaces de juego, realizar transmisiones en vivo de sus partidas de juego, crear contenidos utilizando a los personajes e historias del videojuego y lo que puede hacer con los bienes virtuales que acumule dentro del videojuego.

La modificación de las interfaces de juego es una práctica común en algunos MMOs, los videojugadores utilizan softwares de terceros para agregar información útil para sus sesiones de juego; e.g. pueden utilizar modificaciones de la interfaz de juego para perfeccionar su rol dentro del juego, maximizar la obtención de recursos, etc. En la mayoría de los MMOs las modificaciones de este tipo están permitidas, siempre y cuando

la desarrolladora no considere que estas violan los seguros del software o que modifiquen el funcionamiento de los sistemas de juego de una manera nociva. Por ejemplo, en 2008 la desarrolladora *Blizzard Entertainment* demandó a la empresa *MDY Industries* por la creación y distribución de un software que realizaba acciones dentro del juego sin la necesidad de que el jugador estuviera presente; en este caso la desarrolladora argumentó que este software interfería con el contrato de prestación de servicio y violaba el *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA) incurriendo en competencia injusta y enriquecimiento injusto (Gracia, 2017).

En circunstancias extremas como se puede observar este tipo de casos pueden llegar a demandas legales; pero las sanciones más comunes para los jugadores por el uso o creación de programas de terceros que se considere violan los acuerdos de usuario son las suspensiones temporales o definitivas de sus cuentas de juego. Como es el caso del videojugador *FAZE Jarvis*, fue suspendido de por vida del uso del videojuego *Fortnite* después de haber sido descubierto utilizando un programa de tipo *Aimbot*, *i.e.* que apunta automáticamente a los jugadores enemigos (Tenbarga, 2019). En este mismo orden de ideas el abuso de sistemas en el juego o de errores en la programación (bugs), práctica conocida como “*exploiting*”, es considerada también una violación de los términos de uso del software que puede hacer al videojugador acreedor al mismo tipo de sanciones.

El uso de la propiedad intelectual de las empresas desarrolladoras para la creación de obras derivadas o contenido a partir de las sesiones de juego que puede ser desde transmisiones de *streaming* en vivo, videos tutoriales o de *gameplay* u obras de *fan fiction*; está también regulado en estos documentos. En el caso de que las desarrolladoras consideren que las obras derivadas creadas por los videojugadores

violan los derechos de autor, estas pueden emprender acción legal contra los creadores. Por ejemplo, *Sony Entertainment Online* demandó a la usuaria “*Mystere*” argumentando violación de derechos de autor y de obras derivadas por crear y subir a un sitio web una obra de ficción utilizando los personajes y elementos del MMO *EverQuest* (T. L. Taylor, 2006). Por otro lado, el uso de las sesiones de juego por parte de los videojugadores para el *streaming* en vivo, también se encuentra estipulado en estos documentos y sustentado en las leyes de protección de la propiedad intelectual. Por ejemplo, la desarrolladora de videojuegos *Nintendo*, lanzó el programa “*Nintendo Creators*” que tenía como objetivo regular lo que los videojugadores podían hacer con los contenidos de la desarrolladora en la plataforma *YouTube*; el programa duró tres años y fue fuertemente criticado por la comunidad de videojugadores (Plunkett, 2018) .

Así mismo es importante prestar atención a lo que estos documentos estipulan relativo a las reglas de uso y posesión de los bienes virtuales; los cuales pueden ser objetos que mejoran al personaje de alguna forma como: armas, armaduras, materias primas y consumibles; terrenos y bienes raíces virtuales; objetos de mejora cosmética y coleccionables entre otros. Estos bienes virtuales son obtenidos por el videojugador a través de su interacción con el juego, *i.e.* a partir de la actividad de jugar el videojuego o a través de microtransacciones en las que el videojugador utiliza dinero para adquirir estos. En algunos videojuegos el videojugador puede vender estos bienes a través de sistemas permitidos por la desarrolladora como casas de subasta o mercados en línea, que pueden utilizar la moneda que se adquiere dentro del juego o bien a través de monedas virtuales que solo pueden adquirirse a partir de microtransacciones; en algunos otros la venta está prohibida en su totalidad. Por ejemplo, en el videojuego *Second Life*

(2003) Marc Bragg demandó a la compañía desarrolladora, *Linden Labs*, por haberlo privado de sus bienes virtuales después de una suspensión de su cuenta de juego; el caso no llegó a la corte ya que las partes alcanzaron un acuerdo fuera de esta (Gracia, 2017).

Sumado a estas reglas de uso del software y la posesión de los bienes virtuales se encuentran los códigos de conducta, los que establecen las conductas esperadas de los videojugadores en sus interacciones con sus pares, así como en los torneos de *esports*. Están enfocados a que la convivencia entre los videojugadores sea satisfactoria para todos los participantes, regulan el tipo de lenguaje que está permitido en las interacciones, sancionando generalmente el lenguaje ofensivo, racista u homófobo entre otros; así como las actitudes que dañan la experiencia de juego de los otros videojugadores, por ejemplo, la trampa, ayudar intencionalmente al otro equipo o abandonar las partidas en línea antes de su conclusión. Estos códigos de conducta guardan una estrecha relación con los valores que expresa la desarrolladora, por lo que el análisis de estos no solo nos da información de porqué se promueve cierto tipo de conducta; sino que también nos brinda información de porqué construyen las narrativas de cierta forma.

El incumplimiento de estos códigos de conducta puede significar para los videojugadores desde la suspensión del derecho a usar los sistemas de comunicación integrados en el videojuego ya sean escritos o voz, mayores tiempos de espera para partidas multijugador, la suspensión temporal; hasta la suspensión definitiva de su cuenta de juego. El incumplimiento de las normas establecidas en los códigos de conducta tiene efectos en la experiencia de juego del videojugador; y en el caso de las sanciones más

estrictas, las suspensiones definitivas, el videojugador con el acceso al juego pierde, también, todos los bienes virtuales que poseía y con ello grandes cantidades de tiempo y en ocasiones dinero invertidas.

Se puede observar que los sistemas de normas que regulan el uso y propiedad del software, de los bienes virtuales y los códigos de conducta; tienen un impacto en la vida cotidiana del videojugador. Este está obligado a acatarlos y observarlos para evitar sanciones y el desconocimiento de lo incluido en estos no lo exime de recibir sanciones. Así mismo, algunas de estas normas y reglas se integran a la moral que los grupos de videojugadores; por ejemplo, un grupo de videojugadores puede no solo condenar conductas racistas o de trampa en su práctica de la interacción a través de sus normas y reglas internas excluyendo al jugador que las incumple del grupo. Sino que también pueden incorporar las normas y las sanciones de la desarrolladora para que esta también tome acciones contra el jugador de esta manera asegurar la convivencia; reproduciendo de este modo los sistemas de normas del grupo y los de la desarrolladora.

4.1.2 Sistemas de Recursos

Los sistemas de recursos, en la construcción del mundo, comprenden a todos los medios empleados por la desarrolladora para obtener una respuesta específica por parte de los videojugadores; generalmente buscan mantener al jugador enganchado con el videojuego y con productos relacionados a este, es decir una dominación. En este sentido, el interés económico es el motor para el desarrollo de estos sistemas y su análisis para efectos de esta investigación se dividirá en dos rubros el modelo de negocio de la desarrolladora y los sistemas motivadores contenidos dentro del videojuego; los cuales modifican e influyen el mundo de vida y la práctica cotidiana del videojugador.

Dentro del modelo de negocio es necesario observar la estructura financiera y la estrategia de venta de la desarrolladora. En la primera, es importante conocer si la empresa cotiza en bolsa donde los compromisos fiduciarios que adquieren pueden tener consecuencias para los videojugadores, a diferencia de las empresas cuya estructura financiera es privada, es decir que no cotiza en bolsa, quienes no tienen este tipo de compromisos. En este sentido las decisiones que toman las desarrolladoras para proteger sus intereses financieros como la reducción de personal, mover las operaciones a países distintos o acciones para evitar sanciones en mercados modifican la forma en la que el videojugador se relaciona con el producto en su vida cotidiana; pueden ocasionar retrasos en el contenido llevando a que los videojugadores abandonen el juego, o incluso protestas por parte de la comunidad de videojugadores.

En tanto que, la estrategia de venta se refiere a la manera en la que la desarrolladora le ofrece los contenidos al videojugador y las estrategias que utilizan para que este gaste dinero en los videojuegos. Existen dos modelos de negocio predominantes en el mundo de los videojuegos aquellos videojuegos que son gratuitos conocidos como *free to play* (F2P) y aquellos que son de paga *pay to play* (P2P). En los primeros el acceso a las funciones del videojuego es totalmente gratuito para el videojugador y la forma en la que la desarrolladora obtiene ganancias es a través de microtransacciones que incluyen la venta de: artículos cosméticos, *i.e* todos aquellos que modifican los aspectos visuales del videojuego sin impactar en las mecánicas de juego o en el poder del videojugador; aumentos de experiencia con la finalidad de hacer más rápido el proceso de subir de nivel y tener acceso a más características del videojuego; de personajes, cartas, armas u otros elementos del videojuego los cuales generalmente

pueden ser obtenidos a través de la actividad de juego; la venta de pases de temporada que permiten desbloquear contenido adicional (objetos cosméticos, divisas del videojuego, experiencia, entre otros) conforme se juega durante un periodo de tiempo determinado.

Vale la pena mencionar que en algunos videojuegos *Free to Play* es posible que el videojugador pueda comprar objetos que mejoran el poder de su personaje en el videojuego dándole una ventaja sobre otros jugadores, o pagar por divisas que puede intercambiar para realizar más actividades dentro del juego; a este tipo de videojuegos se les conoce como juegos *pay to win*, es decir juegos en los que se paga para ganar. En ambos casos ya que estos obtienen sus ganancias a través de microtransacciones, estos suelen lanzar contenidos con una mayor frecuencia que los juegos *pay to play*; esto con el objetivo de ofrecer constantemente a los videojugadores contenido cosmético, objetos u otros elementos nuevos para ser adquiridos a través de los sistemas de microtransacciones.

Por otro lado, los juegos de paga donde el modelo incluye la compra del videojuego y en algunos casos el pago de una suscripción para el uso de este durante un periodo de tiempo determinado. En estos, generalmente, todas las funcionalidades de juego están disponibles para el videojugador y al comprar el videojuego o estar suscritos obtienen de manera gratuita actualizaciones de contenido; sin embargo, las ampliaciones de contenido mayores son vendidas al videojugador en forma de expansiones o a través de contenido descargable (*Downloadable Content* por sus siglas en inglés *DLC*). Los videojuegos de paga pueden aumentar las ganancias a través de la

venta de objetos cosméticos, servicios dentro del juego y pases de temporada a través de microtransacciones.

Por otro lado, los motivadores se refieren a los sistemas de recursos buscan mantener al jugador enganchado con el videojuego, apelando a las distintas motivaciones que pueden tener los videojugadores ([véase 4.2](#)). Estos se componen de aquellos que apelan al interés de los jugadores por: A) la socialización donde se pueden encontrar herramientas que le facilitan a los videojugadores la creación de comunidades y el trabajo en equipo, por ejemplo, la habilidad de crear clanes, grupos, clubes entre otros dentro del juego, así como mecanismos que les permiten buscar y encontrar a otros jugadores con intereses afines. También que se pueden encontrar los chats escritos y de voz, sistemas de mensajes asincrónicos que permiten la organización y la comunicación entre los jugadores y herramientas que permiten la cooperación entre los jugadores como bancos de objetos compartidos, intercambiar o regalar objetos del juego o elementos cosméticos.

B) Los que buscan mantener el interés del videojugador a través elementos que le permiten seguir su progreso en el juego, donde se pueden encontrar los logros que obtiene el jugador por realizar acciones dentro del juego como vencer jefes o enemigos poderosos, explorar, recolectar objetos, alcanzar cierto nivel, completar toda la historia, realizar tareas en tiempo determinado o complicadas, entre otros. Del mismo modo en los logros se pueden encontrar los elementos del juego que permiten al videojugador seguir su progreso en los modos competitivos como son los sistemas de ligas, puntos, torneos y sistemas de premios por participar en actividades competitivas. C) Por último los sistemas de recursos que buscan retener al videojugador por su interés en la

inmersión; incluyen la inserción dentro del juego de mensajes o contenidos ocultos mejor conocidos como huevos de pascua (*easter eggs*), referencias a eventos pasados, así como contenido dentro del juego y contenido transmedia que le permite al videojugador conocer más aspectos del mundo del videojuego.

Por lo que para comprender el papel que tienen los sistemas de recursos implementados por las desarrolladoras para mantener a los videojugadores enganchados y generando ganancias; resulta necesario conocer y analizar el modelo de negocios de las desarrolladoras puesto que este afecta la forma y la frecuencia en la que los contenidos son adquiridos y experimentados por el videojugador. Del mismo modo, también determina las decisiones que toman para cumplir compromisos o para proteger sus intereses financieros las cuales pueden afectar la generación de contenidos o elementos del juego, ya sea retrasándolos o eliminando contenidos de los videojuegos o creando normas y reglas para el uso de estos que en última instancia modifican el mundo de vida del videojugador. Sumado al modelo de negocios es necesario reconocer los sistemas motivadores los cuales apelando a las motivaciones de los videojugadores buscan mantenerlos enganchados, consumiendo y por lo tanto, generando ganancias. Estos sistemas de recursos son parte del mundo de vida del videojugador, este los utiliza y convive con ellos; y a menudo está consciente del impacto que estos tienen en su práctica de juego y puede decidir reproducirlos o no.

4.1.3 Sistemas de Convenciones

Los sistemas de convenciones que utilizan las desarrolladoras para la construcción de los mundos de juego le permiten a los videojugadores tener un marco de referencia a través del cual puede elaborar marcos de significado para organizar,

comprender y explicar su experiencia en los mundos de juego. Estos sistemas de convenciones *a priori* le brindan al videojugador información sobre cómo se moverá en el mundo de juego, qué tipo de acciones, sistemas de progreso y de batalla puede esperar en este; así como información básica del tipo de universo en el que se encuentra el mundo de juego. Mientras que durante la práctica de juego son la base sobre la cual los videojugadores pueden producir y reproducir marcos de significado compartidos como parte de los horizontes de su mundo de vida a través del cual pueden interactuar utilizando conocimiento mutuo no problemático; *i.e.*, les permite tener un marco de seguridad ontológica.

Por el impacto que tienen para el videojugador en su mundo de vida es necesario prestar especial atención a las tipificaciones de las mecánicas de juego y al espacio figurativo, elementos esenciales para comprender los sistemas de convenciones utilizados en el desarrollo de los mundos de juego. En primer lugar, para hablar de la tipificación de las mecánicas de juego, es necesario comprender que una mecánica de juego es, de acuerdo con Salen y Zimmerman, la actividad esencial de juego que los jugadores realizan una y otra vez; la cual puede ser una acción o una actividad compuesta de diversas acciones (Salen & Zimmerman, 2003, Capítulo 23, p.4); siendo lo más común en los MMOs una actividad compuesta de diversas acciones.

Al referirse a la tipificación de las mecánicas de juego se comprende la convención utilizada por la desarrolladora para que el videojugador comprenda las actividades que este realizará en el videojuego a partir de los acervos de conocimiento disponibles para ambas partes. En términos generales, la tipificación de las mecánicas de juego se enuncia en el género al que pertenece el videojuego; *e.g* al hablarse de un juego del

género MOBA el videojugador puede saber que las mecánicas incluirán el combate en equipos utilizando distintos personajes cuyas habilidades se obtienen o mejoran subiendo de nivel, el manejar oleadas de súbditos y derrotar a los jugadores enemigos para destruir la base enemiga. En la Tabla 2 se puede observar una descripción de distintos tipos de mecánicas de juego en los géneros más comunes de MMOs que se mencionan en el [capítulo 1](#).

<u>Tabla 2</u>	
Tipificaciones de mecánicas de juego y acciones de juego características	
<u>Tipificaciones de Mecánicas de Juego</u>	<u>Acciones de juego</u>
Juegos de Rol	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento en ambientes 3D o 2D • Selección de roles que determinan la manera de ataque (distancia o cuerpo a cuerpo). • Obtención de puntos de experiencia para subir de nivel. • Manejo de recursos como: puntos de vida, ira o energía. • Selección y manejo del progreso de habilidades.
Cartas Coleccionables	<ul style="list-style-type: none"> • Juego por turnos. • Uso de cartas para atacar o defenderse. • Manejo de recursos como puntos de vida del jugador y de las cartas. • Manejo de recursos para jugar cartas.
Tirador	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento en ambientes 2D o 3D. • Uso de armas de fuego. • Manejo de recursos como: puntos de vida, armadura y municiones.
Campo de Batalla Multijugador en Línea	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de recursos como: puntos de vida, ira o energía • Movimiento en ambientes 2D o 3D. • Uso distintos personajes con distintos roles. • Juego en equipo. • Obtención de habilidades a partir de recolectar experiencia y subir de nivel • Manejar y eliminar oleadas de súbditos • Destrucción de las estructuras del equipo enemigo.

Deportivos	<ul style="list-style-type: none"> • Simulación de las mecánicas de juego del deporte. E.g. Fútbol Conducir la pelota, patear el balón, correr.
Simulación Virtual y Mundos Virtuales	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento en ambientes 3D o 2D • Simulación de juegos deportivos.
Estrategia	<ul style="list-style-type: none"> • Juego en tiempo real o por turnos. • Manejo de recursos económicos • Manejo de unidades a través de controles e.g. ratón y teclado. • Uso de tácticas y estrategias.
Supervivencia	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento en ambientes 2D o 3D • Recolección de recursos como armas, comida, ropa, etc. • Creación y uso de armas, ropa, refugios, etc. • Manejo de puntos de vida, hambre, factores ambientales, etc.
Battle Royale	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento en ambientes 2D o 3D • Recolección de armas, armaduras, etc. • Cierre del mapa a través de la disminución del área segura de juego. • Combate utilizando armas de fuego, hechizos o cuerpo a cuerpo

Tabla 2 Tipificaciones de mecánicas de juego y de acciones de juego características. Fuente elaboración propia.

El uso de tipificaciones de mecánicas de juego permite a la desarrolladora crear un videojuego a partir de convenciones compartidas y transmitir la información al videojugador sobre qué tendrá que hacer en el videojuego aun antes de que este lo juegue. Así mismo las mecánicas de juego determinan las acciones y decisiones que podrá tomar el videojugador en el videojuego; y, por lo tanto, moldean la experiencia de este en el mundo de vida del videojuego.

Por último, es importante puntualizar que las mecánicas de juego tienen una relación indivisible con el espacio figurativo del videojuego y deben tener concordancia con lo que propone este para que el videojuego pueda funcionar de manera adecuada. El espacio figurativo tiene la función de dar sentido al mundo de juego a partir del uso de convenciones para hacerle conocer al videojugador los orígenes y características de este,

así como la narrativa actual a través de la que se da a conocer el conflicto y los objetivos de este. El espacio figurativo, en conjunto con las mecánicas de juego moldean la experiencia del videojugador en el mundo de juego, “jugar un juego significa interactuar con y dentro de un universo figurativo, un espacio de posibilidad dentro de las dimensiones narrativas” (2004, Cap. 26 p. 2). Es por esta razón que el espacio figurativo y las mecánicas de juego deben tener coherencia entre sí; por citar un ejemplo, un juego de tirador en primera persona no tendría sentido en un mundo situado en un espacio figurativo de la época medieval.

La construcción del espacio figurativo involucra procesos de programación, diseño y de desarrollo narrativo. Sin embargo, por su importancia para la experiencia del videojugador y por el papel que tienen para la creación de marcos de significado en común en el mundo de vida de los videojugadores resulta necesario analizar los elementos narrativos y los descriptores narrativos. Los elementos narrativos tienen la función de explicar y dar sentido al espacio figurativo y por lo tanto los conflictos y objetivos que tendrá el videojugador en el mundo de juego; en tanto que los descriptores narrativos cimientan la construcción del espacio figurativo en el videojuego. Para lograr esta tarea los videojuegos utilizan mitos cosmogónicos, escatológicos y de origen; como el sistema de convenciones para la construcción del mundo de juego.

Dentro de los elementos narrativos se encuentran los mitos cosmogónicos que como menciona Joseph Campbell tienen dos efectos, el primero “es el de limitar el escenario del mundo en el espacio; el segundo es la producción de vida dentro de ese marco” (Campbell, 1998, p. 248). En el videojuego cumplen la misma función, explican el origen del universo y del mundo de juego haciendo explícito qué es lo que está dentro

del ámbito de posibilidades, el tipo de fuerzas existentes y la forma en la que estas se comportan; así como el tipo de vida que se desarrolló en este. A partir de este conocimiento el videojugador puede saber, por ejemplo, si es posible utilizar magia y los tipos de magia que podrá utilizar; es decir funcionan como acervos de conocimiento compartidos que, en primer lugar, le permite a los videojugadores y a las desarrolladoras utilizar convenciones sobre el tipo de mundo de juego a las que comúnmente se refieren como el género narrativo del juego, e.g. fantasía, ciencia ficción, medieval, etc. En segundo lugar, funciona como el sustrato para que los videojugadores a partir de este conocimiento compartido puedan discernir sobre lo que es verdadero en su mundo de vida y por lo tanto permitiendo la práctica comunicativa. Aquí se puede observar por qué es necesario que exista coherencia entre las mecánicas de juego y el espacio figurativo.

De la mano del mito cosmogónico, el mito escatológico también es utilizado como un elemento narrativo, estos tienen como fundamento que de acuerdo con Mircea Eliade “la Nueva Creación no puede tener lugar hasta que este mundo no sea definitivamente abolido. No se trata ya de regenerar lo que ha degenerado, sino de destruir el viejo mundo para poder recrearlo en totalidad” (1991, p. 33). A partir de estos se puede presentar el gran conflicto que tiene que resolver el videojugador evitar el triunfo de las fuerzas que buscan la destrucción del mundo para crearlo de nuevo o para representar un mundo de juego situado una vez que sucedió el fin del mundo.

Por último, en cuanto a los elementos narrativos se encuentran los mitos originarios que: “narran y justifican una ‘situación nueva’, nueva en el sentido en que no estaba desde el principio del Mundo. (...) prolongan y completan el mito cosmogónico: cuentan como el mundo ha sido modificado, enriquecido o empobrecido” (Eliade, 1991,

p. 28). Estos ayudan a clarificar el estado actual del mundo, a poner en contexto los conflictos que “proporcionan la oportunidad para que los elementos narrativos, y el contexto narrativo que enmarcan los obstáculos los cuales el jugador debe sobrepasar existan” (2004, Salen y Zimmerman, Cap.26 p.11). Dejan claro el o los problemas por resolver, así como las fuerzas que se oponen a los videojugadores.

A partir de estos mitos cosmogónicos que enmarcan tanto los orígenes del mundo, su funcionamiento y sus reglas; y de los mitos escatológicos y los mitos originarios que sitúan en contexto al jugador y explican el conflicto; es que se puede presentar el gran objetivo a los videojugadores. La narrativa en los videojuegos está ligada a los objetivos, conforme el videojugador cumple los objetivos avanza la historia del videojuego hasta cumplir el gran objetivo del videojuego que culmina la historia de este.

Es importante mencionar que los elementos del espacio figurativo son conocidos por los videojugadores como el *lore* del juego, es decir la historia y tradiciones del mundo de juego. Debido a que en los videojuegos la mayor parte del tiempo de juego se ocupa para realizar las acciones de juego y que por lo tanto una parte importante de los textos y diálogos se ocupan para explicar los objetivos y situaciones para que el videojugador sepa qué tiene que hacer. Sumado a que algunas historias no son necesariamente interesantes para jugar, obliga que las desarrolladoras utilicen el transmedia para complementar el espacio figurativo del videojuego a través de libros, cómics o páginas web.

Para complementar la construcción del mundo de juego se utilizan los descriptores narrativos que son “representaciones de uno o más aspectos del mundo de juego” (2004, Salen y Zimmerman Cap.26, p.23). Estos, se pueden comprender como todos los

elementos visuales, sonoros, audiovisuales y textuales que se utilizan dentro del videojuego para representar el mundo de juego, “cada tipo de descriptor narrativo juega un papel diferente para contar la historia, ya sea explicando el universo o creando un contexto narrativo para los eventos y las acciones” (Salen & Zimmerman, 2003, Cap. 26, p. 23). Es decir, comunican, dan coherencia y consistencia a los elementos narrativos sobre los que se construye este.

En este sentido los descriptores narrativos visuales representan el mundo de juego según su mito cosmogónico por ejemplo la orografía del lugar de juego, su fauna, vegetación, los animales que viven en este. Así mismo también comunican visualmente su estado actual a partir de los originarios la forma en la que se visten la apariencia física de los habitantes del mundo, su forma de vestir, las construcciones que han creado, etcétera. Los descriptores narrativos sonoros complementan a los descriptores visuales, los efectos de sonido que se escuchan en el mundo de juego, los sonidos que hace la fauna, las voces de los habitantes, el sonido que se escucha al blandir una espada o lanzar un hechizo; así como la música que acompaña el juego.

En cuanto a los descriptores narrativos textuales estos además de ayudar a avanzar la historia brindando información al videojugador sobre objetivos a cumplir; también fortalecen la construcción del mundo de juego. Los nombres de los lugares, ciudades, de los habitantes, de las habilidades que utilizan los videojugadores, de la flora y la fauna, etc., así como la existencia de lenguajes y símbolos propios; contribuyen a explicar los elementos narrativos y dar coherencia y profundidad al mundo de juego. Por último, los elementos audiovisuales o cinemáticos son interludios cuya función es situar la acción, problemática o avanzar la historia a partir de la combinación de descriptores

narrativos. Los elementos narrativos dan el sentido de ‘mundo’ al mundo de juego que como menciona Tanya Krywinska “proviene, en gran parte, del ensamblado de diferentes razas y culturas ficticias, cada una con sus propios antecedentes ficto-históricos (desde los cuales se puede encontrar una gran variedad de mitos y leyendas secundarias)” (2008, L. 1587–1588), y los descriptores narrativos que dan coherencia y consistencia a este sentido de mundo.

Como se puede observar las mecánicas de juego y el espacio figurativo están íntimamente relacionados y deben mantener coherencia entre sí. Así mismo, el uso de los sistemas de convenciones, le proporcionan al videojugador un marco de referencia *a priori* sobre el mundo de juego; acerca del tipo de acciones que realizará en este a partir de la tipificación de las mecánicas de juego y del tipo de mundo al que entrará a través de la delimitación del espacio figurativo. Esto por un lado permite que el videojugador pueda pasar de un juego con mecánicas de juego similares a otro con facilidad y por el otro tener un marco de referencia sobre los orígenes y funcionamiento del mundo de juego; a partir de los acervos de conocimiento disponibles en sus horizontes del mundo de vida con facilidad.

Así mismo, dentro del mundo de juego, a partir de las mecánicas de juego que los videojugadores pueden realizar acciones en este como parte de su mundo de vida ([véase 2.3](#)), pueden tener agencia en el mundo juego y con base en esta, pueden cumplir los objetivos y solucionar el conflicto del mundo juego, explicitado por el espacio figurativo. Es importante recalcar que a partir de las mecánicas de juego y de la interpretación del espacio figurativo, desde los horizontes de su mundo de vida, es que los videojugadores actuando como agentes pueden utilizar la práctica comunicativa para sus interacciones;

a partir de las cuales producen y reproducen sistemas de convenciones, normas y recursos en su interacción en el mundo de vida. Por lo que los sistemas de convenciones utilizados para crear el mundo de juego son un elemento importante para poder comprender el mundo de vida de los videojugadores.

4.2 Las motivaciones del videojugador.

Ahora que se ha abundado sobre los sistemas que componen el espacio de juego que contiene sistemas de normas, dominación y convenciones a partir de los que el videojugador interactúa con el mundo de juego y con otros videojugadores; es necesario analizar las motivaciones del videojugador. Como se mencionó en el [capítulo 3.2](#) el videojugador debe ser comprendido como un agente que actúa con una intencionalidad para cumplir con algún interés y que puede dar explicaciones sus actos y comprender las explicaciones que otros dan sobre sus acciones; a partir de las cuales se pueden formar estructuras sociales complejas.

Dentro de las explicaciones de los actos los agentes pueden explicitar la necesidad consciente que precipitó un acto determinado; sin embargo, hay factores que no son accesibles a su consciencia, las motivaciones. Resulta importante, por lo tanto, categorizar y analizar las motivaciones de los videojugadores para comprender la intencionalidad del agente, el papel que juegan estas en su interacción con otros y en la formación de estructuras sociales complejas; así como para comprender por qué las desarrolladoras crean sistemas de dominación en el desarrollo de mundos de juego para mantener al videojugador enganchado.

En este sentido es importante categorizar y analizar las motivaciones que tienen los videojugadores para jugar MMOs y consumir *esports*; recordando que estas están ligadas y que el consumo de *esports* y otros contenidos sobre videojuegos puede ser comprendido como una extensión de la actividad de juego (véase [capítulo 1](#)). A partir de esto se podrá indagar sobre el papel que tienen las motivaciones en el mundo de vida del videojugador y la influencia que tienen para la formación de estructuras sociales complejas.

En cuanto a las motivaciones para jugar MMOs a partir del estudio realizado por Gracia, se identificaron motivaciones en 3 categorías la primera relacionada con la creación de comunidades compuesta por la motivación por la interacción social y por la motivación del trabajo en equipo; la categoría enfocada a la obtención de logros compuesta por la motivación de progreso en el juego y la motivación por la competencia; y por último las motivaciones por la inmersión. (2017). En tanto que para las motivaciones para ver *esports* Taylor propone seis distintas motivaciones: aspiracionales, educativas, inspiracionales, entretenimiento, comunidad y ambiente (T. L. Taylor, 2018, L. 768).

Tomando en cuenta la relación entre la práctica de jugar MMOs y de consumir *esports* y contenidos de video sobre videojuegos, se propone su análisis a partir de: a) las motivaciones sociales, b) por logros y c) de inmersión. Es importante recordar que estas no son excluyentes, como menciona Nick Yee “no son categorías separadas en las que los jugadores caen, son más constructos que nos ayudan a identificar individualmente a los jugadores” (Yee, 2014, p. 29). Por un lado, las motivaciones de los videojugadores pueden cambiar según con quien esté jugado el videojugador, los intereses que tenga en un momento dado; sus motivaciones para jugar y aquellas

relacionadas con el consumo de *esports* que se relacionan o complementan en algunos casos.

a) Las **motivaciones sociales** están relacionadas con el interés de interactuar con otros. Las desarrolladoras implementan sistemas de recursos, motivadores, para apelar y facilitar que los videojugadores puedan satisfacer las necesidades que se originan de estas motivaciones ([véase 4.1.2](#)). Por ejemplo, los chats escritos o de voz integrados en los videojuegos que facilitan la comunicación entre los videojugadores, las funcionalidades que les permiten crear listas de amigos y grupos como hermandades, clanes, equipos, entre otros. Así mismo, los sistemas de juego que fomentan el trabajo en equipo, *i.e.*, enemigos poderosos que solo pueden ser derrotados por grupos de jugadores o los modos de juego que fomentan la competencia entre equipos de videojugadores y por lo tanto el trabajo en conjunto. En el caso de los deportes electrónicos y los *streaming* en vivo de videojuego, las plataformas de *streaming* cuentan con servicios de chat para la interacción entre los usuarios; sumado a esto los videojugadores pueden utilizar foros, redes socio digitales y software que combina funcionalidades de chats, foros y sistemas de voz como Discord para mantenerse en contacto y organizarse.

Las motivaciones sociales se pueden dividir en dos; primero la motivación por la interacción social que de acuerdo con Yee tiene que ver con el hecho de que "los juegos en línea pueden ser vistos como una gran sala de chat, donde siempre hay alguien con quien chatear, siempre gente nueva por conocer" (2014, p.31). Esto le permite a los videojugadores formar relaciones con otras personas y fortalecer amistades, como lo mencionan Chen y Siew: "jugar permite a los usuarios interactuar con otros usuarios y

comentar problemas de la vida real y otros problemas según sea su voluntad. Así mismo cuando se habla de la socialización en los *streamings* en vivo de deportes electrónicos o de videojuegos, estos “se convierten en un lugar donde el fanatismo por un videojuego se encarna en el creador de contenidos y en el videojugador como miembro de la audiencia y es transformada en una experiencia colectiva”(T. L. Taylor, 2018, L. 792).

En segundo lugar, se encuentran las motivaciones sociales que están relacionadas con el trabajo en equipo, Yee comenta que para estos videojugadores “lo que es divertido es trabajar con otros jugadores y convertirse en parte de un equipo”(Yee, 2014, p. 32); así mismo, también entra el interés de organizar y dirigir a grupos de jugadores para lograr objetivos más complejos como señalan Nicholas Taylor *et al.*:

“Los MMOs le ofrecen a los videojugadores múltiples oportunidades para tomar posiciones de liderazgo de grupos pequeños e informales trabajando en metas de corto plazo; hasta de organizaciones de jugadores con metas a largo plazo que se unen alrededor de prioridades o preferencias de juego como clanes, gremios o corporaciones” (2017, pp. 4715–4718).

Los *esports* y los *streaming* en vivo de videojuegos también funcionan como espacios donde los videojugadores pueden encontrar personas con las cuales crear equipos para alcanzar una meta en común.

b) **Por logros**, son las motivaciones que están relacionadas con la acumulación de poder y con los medios de aplicación de este en la actividad de juego se pueden dividir en dos: el progreso en el juego y los competitivos; mientras que para ver *esports* o *streamings* de videojuegos se pueden encontrar las: aspiracionales e inspiracionales, que como se discutirá están relacionadas con la actividad de juego.

Respecto a las motivaciones por progreso en el juego, “la satisfacción proviene de un sentido de progreso en el juego – subir de nivel y gradualmente ser más poderoso” (Yee, 2014, p. 30); permitiéndole al videojugador enfrentar retos más complicados, por ejemplo, vencer a enemigos más poderosos o tener acceso a habilidades, hechizos o armamento y armaduras más poderosas. Las desarrolladoras como sistemas de recursos para mantener al jugador enganchado implementan límites de nivel para acceder a contenido, enemigos progresivamente más poderosos que al ser vencido recompensan al videojugador con armas, equipo o habilidades más poderosas. Así mismo, integran sistemas de logros dentro del juego, que se pueden comprender como trofeos o medallas que el jugador obtiene y que son testimonio de su pericia o poder dentro del juego para él y para otros jugadores. Estos pueden ser desbloqueados a través del progreso en el juego o a partir de realizar hazañas que no solo requieren que el jugador tenga un determinado nivel de poder, sino también pericia.

Por otro lado, las motivaciones por logros competitivos están relacionadas “por el deseo de estar en la cima o el deseo de oprimir y dominar a otros jugadores” (2014, p.30), aquí el enfoque es el uso del poder para avanzar en la competencia con otros jugadores y la satisfacción que se obtiene al derrotar al oponente en combate. Aquí los sistemas de ligas, divisiones o puntos son la forma en la que la desarrolladora implementa los motivadores, estos le permiten al videojugador saber su nivel de juego con respecto a otros. Estos al igual que los sistemas de logros le permiten al videojugador tener una evidencia, para él y para otros, de su habilidad en el videojuego.

En tanto que las motivaciones por logros para ver *esports* o contenidos de video sobre videojuegos están relacionadas con el deseo de ser mejor en el juego ya sea para

tener más progreso en el juego o ser mejor en los modos competitivos; donde también pueden entrar en juego los intereses por volverse jugadores profesionales de *esports* o el interés por transmitir sus propias partidas de juego y convertirse en creadores de contenido. En este sentido las motivaciones aspiracionales para ser espectador de *esports* o de *streamings* en vivo de videojuegos están relacionadas con la aspiración “a ser más habilidoso, a tener más pericia o demostrar virtuosidad” (T. L. Taylor, 2018, L. 770). En este caso, “el miembro de la audiencia puede utilizar la transmisión para investigar algo acerca del juego (...) para obtener información sobre técnicas específicas para saber cómo jugar” (T. L. Taylor, 2018, . 774); a partir de lo que el videojugador puede acumular más poder y progresar más en el juego o mejorar su nivel competitivo; lo que también puede servirle para buscar ser jugador profesional o creador de contenido.

Es importante mencionar que T.L Taylor propone una separación entre las motivaciones aspiracionales, educacionales e inspiracionales. Apunta que la diferencia entre las aspiracionales y las educacionales, se encuentra en el nivel afectivo de la motivación siendo la diferencia que en las primeras el deseo y la esperanza es lo que impera, en tanto que la segunda corresponde a lo que se convierten las motivaciones aspiracionales; así mismo apunta que la diferencia en las inspiracionales estriba en que estas están relacionadas con el vínculo afectivo del videojugador con el videojuego que está observando y que esto a menudo lo inspira a jugar el videojuego (2018). Respecto a lo aspiracional y lo educacional, ambas implican la búsqueda de información o conocimiento que el videojugador buscará poner en práctica para satisfacer la necesidad de progresar o ser mejor competitivamente. En tanto que, en lo relacionado a lo inspiracional, se basa en explotar las mismas motivaciones que están siendo aplicadas

en la transmisión, ya sean competitivos o de progreso en el juego. Por último, como se ha discutido el acercamiento a estos contenidos es realizado por videojugadores que generalmente ya tienen un vínculo afectivo con el videojuego y en el caso de que no existiera, la motivación está relacionada con conseguir los logros o a participar en la competencia; por lo que no es necesario separar las categorías y se considera únicamente la motivación aspiracional.

c) Por último, las motivaciones **de inmersión** son aquellas relacionadas con el interés por adentrarse en un mundo diferente ya sea para conocer todos sus detalles o simplemente para entretenerse. Al momento de jugar MMOs la motivación por inmersión que se refiere a los jugadores a quienes se ven “fascinados por las historias del mundo de juego -sus personajes, historia, líderes y ciudades. (...) están interesados en explorar el mundo y aprender lo más que puedan sobre el *lore* del juego” (Yee, 2014, p. 33). Una parte importante de esta motivación es “el sentimiento de ser transportado a un mundo vivo de fantasía es por sí mismo increíblemente llamativo” (Yee, 2014, p. 34); para apelar a los videojugadores que les interesa esta motivación las desarrolladoras incluyen los *easter eggs*, la referencialidad a diferentes acontecimientos en la historia del videojuego, así como la creación de productos transmedia. Es importante tener en cuenta que la construcción del mundo de juego a partir de los sistemas de convenciones es de suma importancia para los videojugadores con esta motivación.

Mientras que para ver *esports* y *streaming* en vivo de videojuegos T.L. Taylor propone dos motivaciones el entretenimiento y el ambiente, la primera se refiere al placer del entretenimiento por el *esport* o *streaming* que se está consumiendo; en tanto que la segunda está relacionada con tener los *streamings* de videojuego como

acompañamiento a lo largo del día (2018). Ambas motivaciones que propone Taylor son una forma de seguir interactuando con el videojuego aun cuando no se esté jugando, por lo que, únicamente se utilizará la motivación por entretenimiento.

Como se mencionó anteriormente, los videojugadores no tienen una sola motivación para jugar MMOs o consumir *esports* y *streaming* en vivo de videojuegos; las motivaciones están en constante flujo, según las necesidades y los intereses del videojugador, en un momento determinado o dependiendo de con quién esté jugando. Sumado a esto, un videojugador con una motivación de inmersión puede, por ejemplo, verse en la necesidad de obtener más poder para poder avanzar en la historia o en la necesidad de trabajar en equipo para poder vencer a enemigos poderosos y conocer más sobre la historia del juego. A pesar de las distintas motivaciones que puede tener un videojugador en un determinado momento, es importante recalcar que esta categorización permitirá comprender el papel que tienen estas para las acciones del videojugador y la formación de estructuras sociales complejas a partir de las interacciones entre los videojugadores.

4.3 La reproducción y producción de la estructura del videojuego

Hasta este punto se han discutido los sistemas de normas, recursos y convenciones utilizados por las desarrolladoras para la construcción del mundo de juego; así como las motivaciones del videojugador para interactuar con este y con otros videojugadores; elementos esenciales para comprender cómo se crea la intersubjetividad en el videojuego que como menciona Pearce “es realmente una colaboración de tres vías, entre el jugador individual, la comunidad y los diseñadores del mundo quienes están presentes no como avatares, sino como el juego y su ecosistema”

(2009, L. 1358–1360). Donde los videojugadores no solo producen y reproducen la estructura en su mundo de vida, sino que al mismo tiempo reproducen los sistemas de normas, recursos y convenciones que la desarrolladora utiliza para la creación de los mundos de juego.

Como se discutió en el [capítulo 3](#), el papel de la agencia del actor y de sus motivaciones es central para analizar la práctica de la interacción y de la producción/reproducción de la estructura. Siendo los elementos analíticos de la interacción: la práctica comunicativa, el poder y la moralidad; mientras que los de las estructuras son la significación, dominación y legitimación. Es importante apuntar que la práctica comunicativa, el poder y las normas “están implícitos en la noción de la intencionalidad y en la de la estructura: todo orden cognitivo y moral es al mismo tiempo un sistema de poder que involucra un ‘horizonte de legitimidad’” (Giddens, 2013, L. 3039). Por lo que aun cuando para facilitar su análisis se realice una separación de estos conceptos en la práctica están ligados los unos a los otros; *i.e.* en toda interacción están presentes la práctica comunicativa, la moral y el poder.

Retomando la dualidad de la estructura, donde el videojugador toma recursos de la estructura y los aplica a través de un medio en sus interacciones, de este modo produciendo la estructura; y siendo esta al mismo tiempo el medio a través del que se produce. Teniendo en cuenta que: “la estructura no debe ser conceptualizada simplemente como algo que limita la agencia humana, sino como habilitadora” (Giddens, 2013, L. 3035); es decir, se debe tener en cuenta que la estructura a su vez modifica la práctica de la interacción de los videojugadores. Por lo tanto, el análisis se debe realizar a partir de las dicotomías de la práctica de la interacción y su estructura: a) la práctica

comunicativa y la significación; b) el poder y la dominación; así como c) la moral y la legitimación, en donde es importante observar no sólo los recursos que los videojugadores toman de la estructura y los medios que utilizan para aplicarlos, sino también la relación con las motivaciones que generan los intereses que utilizan para formar comunidades, ello debido a:

a) Como se discutió en el [apartado 2.1](#) a partir de la práctica comunicativa los videojugadores pueden enunciar aseveraciones utilizando tipificaciones y acervos de conocimiento, es decir esquemas de interpretación y de sistemas de convenciones disponibles en los horizontes del mundo de vida compartido. Como menciona Giddens: “la producción de la interacción como significativa puede ser analizada como dependiente del conocimiento mutuo el cual es tomado por los participantes como esquemas interpretativos para entender lo que el otro hace y dice” (Giddens, 2013, L. 2980). En este sentido, analizar todas las interacciones comunicativas significativas entre los videojugadores sería un intento fútil ya que como se ha discutido el videojuego es parte de la realidad fundamental del videojugador.

En cambio, se debe prestar atención a la práctica comunicativa, su interpretación y a los sistemas de convenciones que estas producen y reproducen a partir de lo que se les presenta en el mundo de juego y que no están disponibles para los observadores externos ([véase 2.2](#)), los cuales utilizan para comprender el mundo de juego, explicarlo, dar razón de sus actos, comprender la intencionalidad de otros actores y crear estructuras sociales complejas.

Es necesario estudiar los actos de la práctica comunicativa generados a partir de los recursos que toma de la significación, *i.e.* sistemas de convenciones y tipificaciones;

enunciados a partir del uso del lenguaje escrito, hablado, corporal o visual, donde el uso del lenguaje escrito o hablado a través del uso de herramientas como los chats escritos o de voz permite comunicar la intencionalidad de los actos o explicar el mundo de juego.

Respecto al lenguaje corporal del videojugador en el mundo de vida, este puede ser utilizado para indicar su intencionalidad, por ejemplo, una postura de ataque o defensiva; mientras que el lenguaje visual a partir del uso de una armadura o de emblemas puede tener la intencionalidad de dar a conocer su nivel de habilidad o de poder a otros videojugadores. Es importante recalcar que los sistemas de convenciones utilizados por las desarrolladoras para la creación de los mundos de juego son legitimados y reproducidos al ser utilizados por los videojugadores en la práctica comunicativa.

b) Como se discutió anteriormente el poder está relacionado con la capacidad del agente para intervenir y alterar el curso de eventos con el objetivo de lograr cumplir sus intenciones. En este sentido, es importante observar los medios a través de los que el videojugador puede ejercer el poder, en primer lugar, se encuentra el poder del videojugador relacionado con su habilidad y conocimiento sobre el videojuego que le permite acceder sistemas de recursos en un orden de dominación y aplicar estos medios para alterar el curso de los eventos en el videojuego. Por ejemplo, a un videojugador con un alto conocimiento sobre el videojuego le será más fácil conseguir niveles altos de su personaje dándole acceso a habilidades y a equipo más poderoso, lo que en turno le hará más sencillo tener un impacto para conseguir sus metas.

En segundo lugar, es importante observar el poder relacionado a la implementación de medios para influenciar la agencia de otros jugadores, es decir dirigir

y utilizar los recursos de estos, para lograr objetivos propios o en común. El videojugador aplica medios que toma de los sistemas de recursos en un orden de dominación para controlar o influenciar la conducta de los demás videojugadores. Dentro de los sistemas de recursos el videojugador puede tomar y aplicar medios como la posición de autoridad (por tener mayor conocimiento, mejor equipo, etc.), sanciones o el uso de la fuerza. Por ejemplo, en la organización de un grupo para vencer un calabozo donde un videojugador dirige y organiza al resto de los jugadores para lograr vencer a los enemigos. El líder del grupo puede utilizar desde una posición de autoridad por tener más conocimiento o experiencia la práctica comunicativa para girar instrucciones, o puede utilizar sanciones como no volver a invitar al jugador en caso de no seguir las instrucciones o el uso de la fuerza como la expulsión de un videojugador del grupo.

c) En cuanto a la moral se habla de todas las normas que contienen los derechos y obligaciones de los videojugadores cuando están interactuando en sociedad, cuyo cumplimiento se debe al acuerdo del grupo social o al interés del agente de evitar sanciones. Por lo que es necesario observar las normas que acatan los videojugadores en su práctica las cuales están basadas en un orden legítimo. Estas normas regulan la convivencia de los videojugadores en su mundo de vida al interactuar, normando los comportamientos esperados en su trato con otros videojugadores las cuales a menudo retoman elementos de los códigos de conducta planteados por las desarrolladoras en sus sistemas de normas. Del mismo modo se incluyen las normas de los grupos o comunidades específicas para sus interacciones internas.

Así mismo, estas normas también regulan la actuación y las acciones esperadas de un videojugador, por ejemplo la conducta esperada de un rol o posición de juego; “las

reglas del juego involucradas en un personaje clasificado como ‘sanador’ no son determinadas únicamente por el código del mundo, sino también por las normas de los usuarios” (Castronova, 2005, L. 1609–1610). Es prudente apuntar que el cumplimiento de las normas es atravesado por la capacidad de los actores para negociarlas a partir de la práctica comunicativa y del ejercicio del poder para aplicar sanciones.

Por último, como se discutió en el [apartado 3.31](#) la ideología es una consecuencia de la interacción de los agentes y tiene la función de cohesionar a un grupo social así como justificar un sistema de dominación; estando la adhesión de los agentes a esta motivada por el interés de pertenecer al grupo social. En primer lugar, es necesario identificar el evento inaugural que da origen al grupo que se identifica como *gamers* a partir del mito de origen en común. En segundo lugar, es necesario identificar las estructuras de significación, dominación y legitimación que reproducen los agentes para resignificar y reproducir el evento inaugural; y así justificar su pertenencia al grupo social. Estas estructuras tienen la característica de estar orientadas a mantener la pertenencia al grupo y su identidad.

4.4 Modelo de Análisis

En la figura 2 se puede observar la relación de los conceptos teóricos, metodológicos y los indicadores que se han discutido hasta este punto. Por lo que resta precisar sobre aspectos del modelo de análisis que obliga el objeto de estudio, a partir de la propuesta teórico-metodológica que presentamos. En este sentido, el orden teleológico desarrollado a partir de la fenomenología y de la práctica comunicativa brinda las bases para estudiar la construcción de intersubjetividad en el mundo de vida de los MMOs; ubicando la creación de esta como un logro de la agencia de los videojugadores.

A partir de estos planteamientos la construcción de la intersubjetividad y el papel de la práctica comunicativa en los MMOs debe ser abordado desde el análisis sociológico, cuyas tareas principales de acuerdo son: “a) la explicación hermenéutica y la mediación de formas de vida divergentes con el metalenguaje de las ciencias sociales; b) la explicación de la producción y reproducción de la sociedad como el logro de la agencia humana”(Giddens, 2013, L. 3063). Para lograr este objetivo se debe considerar que los conceptos generados desde las ciencias sociales presentan una doble hermenéutica que implica comprender los marcos de significado utilizados por los actores para producir la vida social; para después reconstruirlos en nuevos marcos de significado (Giddens, 2013, L. 1591).

Por lo tanto, “la inmersión en la forma de vida es el medio necesario y único por el cual un observador es capaz de generar tales caracterizaciones” (Giddens, 2013, L. 3048). Recordando que el observador debe en primer lugar, penetrar hermenéuticamente el mundo de vida, es decir comprender el conocimiento compartido por los actores sociales para poder analizarlo y explicarlo; y en segundo lugar tener presente que la inmersión en la cultura que se estudia no significa convertirse en un miembro de la comunidad sino poder aplicar el conocimiento compartido para poder participar en el conjunto de práctica y poder generar descripciones científicas (Giddens, 2013).

Ahora bien, la inmersión en el mundo de vida obliga a realizar observación participante en el mundo de vida de los videojugadores, puesto que esta representa la única forma de comprender el conocimiento compartido y la posibilidad de aplicarlo. En el caso de los MMOs como apuntan Tom Boellstroff *et al.*: “la observación participante

bien hecha significa jugar e investigar en paralelo como una misma actividad” (2012, p. 69); lo cual implica la doble tarea de estar involucrado en la actividad de juego y tomar notas de campo y al mismo tiempo que deben incluir capturas de video, de pantalla y de chats escritos.

Aquí es precisar que el mundo de juego, a diferencia del mundo natural, es creado por seres humanos; por lo que la inmersión en este también permite conocer la interacción de los videojugadores con los sistemas del mundo de juego y la forma en la que esta interacción influye en las prácticas sociales de los videojugadores. Como apuntan Boellstorff *et al.*: “realizar investigación en mundos virtuales requiere adquirir una pericia considerable, no solo en la cultura que se está estudiando sino también en las mecánicas propias del software” (2012, p. 74).

Esto obliga a realizar en un primer momento un análisis contextual que permita conocer las tramas socio históricas en las que las desarrolladoras crean los sistemas de normas, recursos y convenciones; donde están incluidas las mecánicas propias del software y sobre los que se construye el mundo que los videojugadores consideran como real y en el que sucede la práctica de la interacción. Conocer estos elementos de antemano a realizar la inmersión es fundamental ya que estos forman parte de los conocimientos mutuos no problemáticos que los videojugadores utilizan en su mundo de vida. Como comentan Boellstorff *et al.*: “si se ha realizado trabajo de campo preliminar, no se necesita aprender un nuevo lenguaje o se regresa a un campo de estudio bien conocido el tiempo necesario para la observación participante puede ser menos de un año” (2012, pp. 88–89).

Es importante recordar que: “preguntarse sobre la estructuración de las prácticas sociales es buscar explicar cómo es que la estructura es construida por la acción y cómo recíprocamente la acción es constituida estructuralmente” (Giddens, 2013, p. 3037). A partir de la comprensión del conocimiento mutuo y la participación en la práctica de la interacción en el mundo de vida de los videojugadores y la de identificación de su intencionalidad a partir de la teoría de la motivación; es como se deben identificar los procesos de producción y reproducción de la vida social en los MMOs. Recordando que el poder, la moral, la práctica comunicativa y sus componentes estructurales la dominación, la legitimación y la significación están siempre presentes en toda interacción.

Así mismo es necesario tener presente que la presencia que se tenga como observador participante “varía en función del contexto; en algunos mundos virtuales, la selección de una facción o servidor en particular (juego de roles o no-juego de roles) o unirse a un grupo, gremio o foro específico establecerá un cierto tipo de presencia” (Boellstorff et al., 2012, p. 76); el contexto y la selección según el MMO debe quedar explícita ya que tiene impacto en la forma en la que se experimentará la vida social.

Por último, es importante agregar que la inmersión en el mundo de vida se puede ver enriquecida por: “interacciones con ‘informantes clave’, es decir, individuos que son particularmente amables o serviciales mientras se navega en una cultura poco conocida” (Boellstorff et al., 2012, p. 78). Así como a través de entrevistas que pueden “proporcionar una oportunidad para discusiones verdaderamente privadas que pueden revelar creencias y opiniones de difícil acceso de otra manera” (Boellstorff et al., 2012, p. 93).

En la figura 3, se puede observar la guía para el análisis de los contextos sociohistóricos que permiten conocer el contexto de la elaboración del mundo de juego, base para comprender a partir de donde se crea el conocimiento compartido y para poder aplicarlo. En tanto en la figura 4 se presenta la guía de investigación para la observación participante que permite analizar la producción y reproducción de la vida social en los MMOs, partiendo de la premisa de que esta es un logro intersubjetivo de los actores; por lo tanto, toma en cuenta el papel fundamental de la teoría de la motivación como motor la agencia del videojugador. En el [capítulo 5](#) se aplica la propuesta teórico-metodológica propuesta en el estudio de caso del MMO *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004).

Figura 3. Guía de investigación para el análisis de los contextos sociohistóricos.

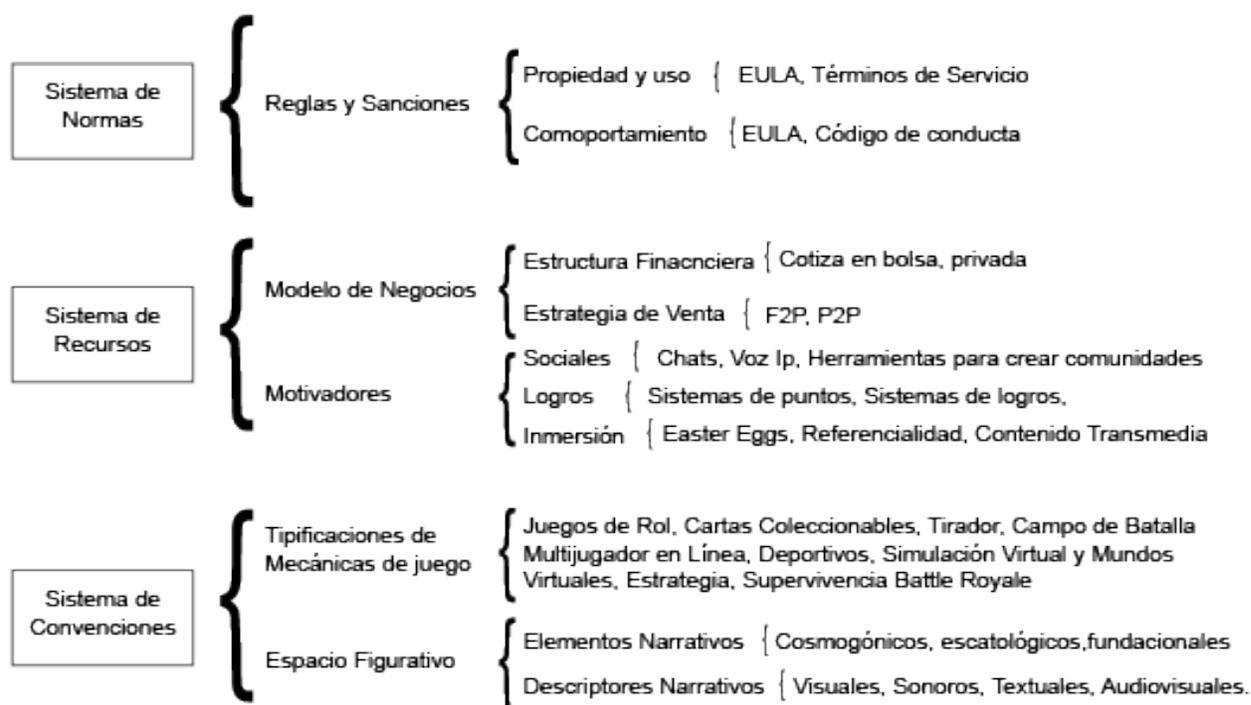


Figura 3. Guía de investigación para el análisis de los contextos sociohistóricos. Fuente: Elaboración Propia

Figura 4. Guía de observación para la observación participante.

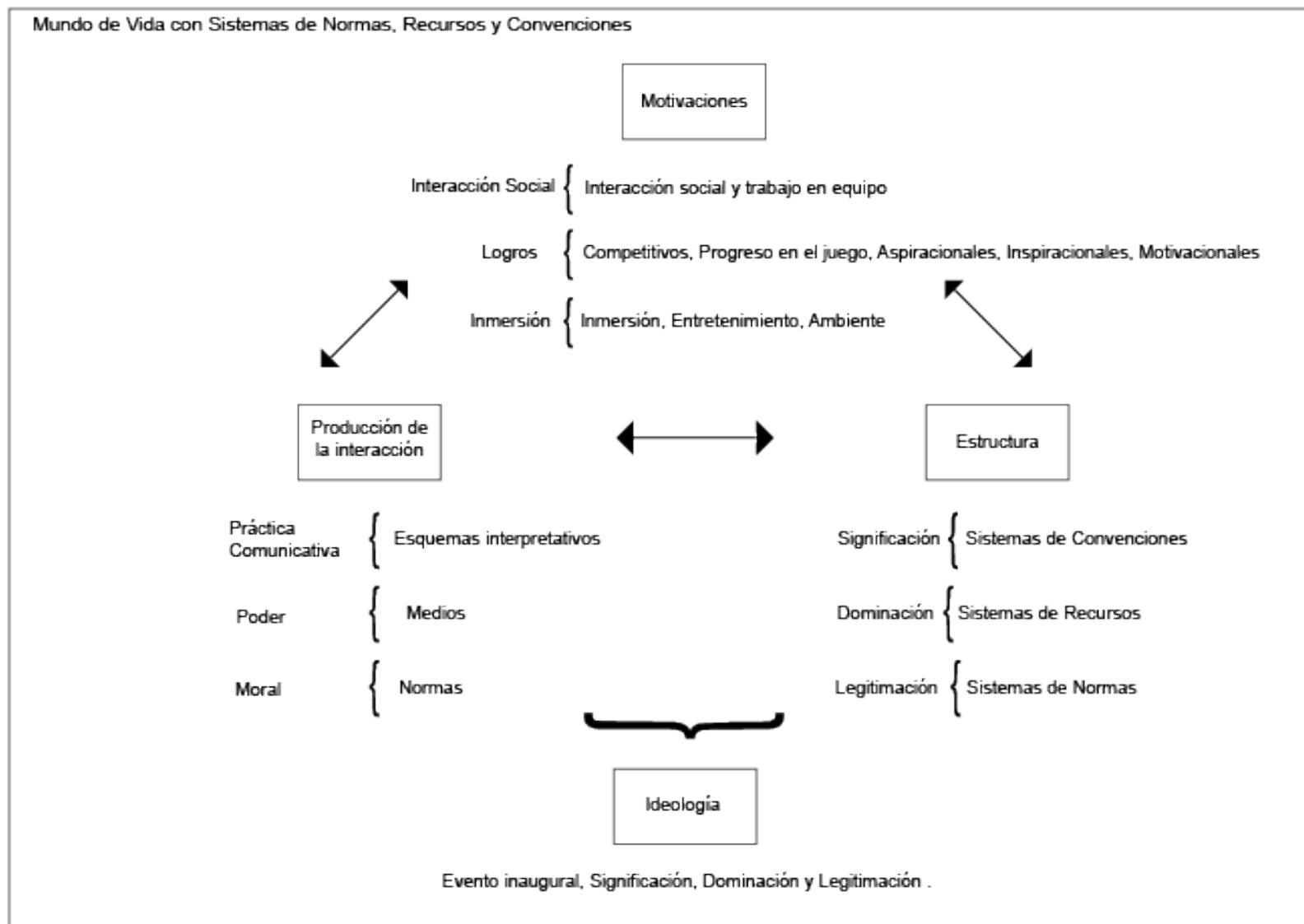
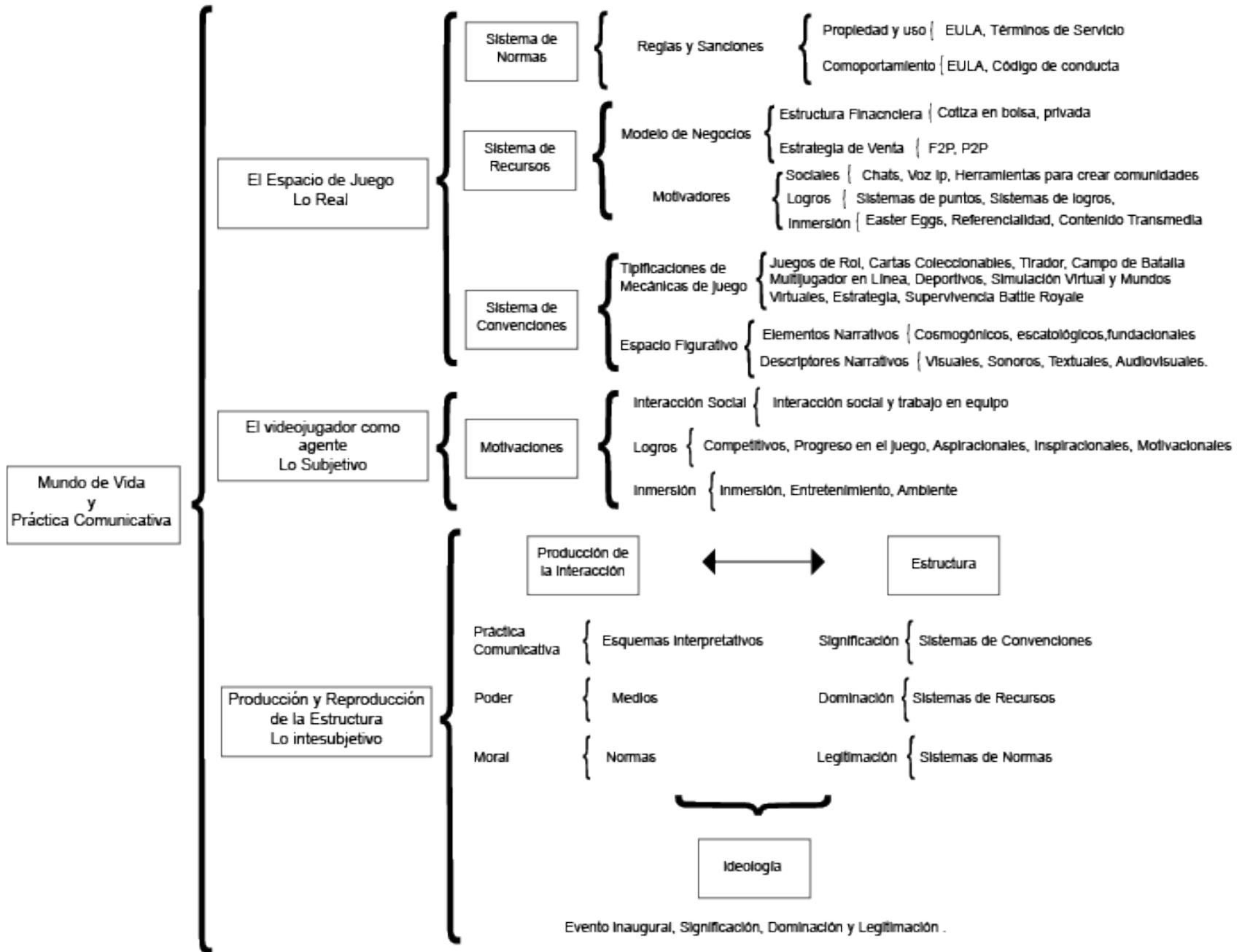


Figura 4. Guía de observación para la observación participante. Fuente: Elaboración Propia

Figura 2. Relación Teórico-Metodológica e Indicadores.



5.Caso de estudio *World of Warcraft*

Como se ha visto a lo largo de esta obra, la construcción de la intersubjetividad y el papel de la práctica comunicativa en los MMOs debe ser abordado desde el análisis sociológico cuyas tareas principales, de acuerdo con Giddens son: “a) la explicación hermenéutica y la mediación de formas de vida divergentes con el metalenguaje de las ciencias sociales; b) la explicación de la producción y reproducción de la sociedad como el logro de la agencia humana”(2013, L. 3063). Por lo que, a partir de los planteamientos teóricos y metodológicos discutidos en el capítulo anterior se analizará el videojuego *World of Warcraft*, el cual fue seleccionado debido a que es uno de los Juegos Masivos Multijugador, con una de las bases de videojugadores más robustas al alcanzar en 2012 los 12 millones de videojugadores a nivel mundial (Reilly, 2012), y al mismo tiempo, por su longevidad que desde su lanzamiento en 2004 a la fecha cuenta con nueve expansiones de contenido.

En este sentido, y considerando que los conceptos generados desde las ciencias sociales presentan una doble hermenéutica que implica comprender los marcos de significado utilizados por los actores para producir la vida social; para después reconstruirlos en nuevos marcos de significado (Giddens, 2013, L. 1591); en este capítulo en un primer momento se realiza un análisis contextual que permita conocer los escenarios sociohistóricos en los que las desarrolladoras crean los sistemas de normas, recursos y convenciones. Sistemas donde están incluidas las mecánicas propias del software y sobre los que se construye el mundo que los videojugadores consideran como real y en el que sucede la práctica de la interacción. Conocer estos elementos de antemano a realizar la inmersión es fundamental ya que estos forman parte de los

conocimientos mutuos no problemáticos que los videojugadores utilizan en su mundo de vida.

El análisis del contexto sociohistórico que da pie para comprender el espacio de juego que se considera como real por parte de los videojugadores, se complementa con una observación participante en *World of Warcraft* durante un periodo de un año comprendido entre agosto de 2018 a agosto de 2019. A partir del cual se realiza un análisis del mundo de vida de los videojugadores en *World of Warcraft*, con el objetivo de identificar cómo a través de la producción de la interacción, producen y reproducen la estructura que se pueden observar en los sistemas de convenciones, recursos y de normas.

5.1 Contexto Sociohistórico de *World of Warcraft*.

5.1.1 Sistemas de Normas en *World of Warcraft*

Para efectos del análisis del sistema de normas como se discutió en el [capítulo 4](#), son de especial interés aquellas que reglamentan el uso y la propiedad del juego, así como aquellas que norman la conducta del videojugador; puesto que estas tienen un impacto en la experiencia del videojugador dentro del mundo de juego. En el caso del videojuego *World of Warcraft*, la desarrolladora Blizzard Entertainment expone aquellas referentes a uso y la propiedad en el Contrato de Licencia de Usuario Final de Blizzard (EULA); en tanto que las segundas se encuentran tanto en el EULA, en el código de conducta y específicamente en el caso de *World of Warcraft* en un Contrato Social.

Comenzando por el Contrato de Licencia de Usuario de Final de Blizzard, en el que la desarrolladora expone los términos a los que los usuarios deben consentir “antes

de instalar o usar la plataforma de juegos online de Blizzard” (Blizzard Entertainment, 2022), entre los que está incluido *World of Warcraft*. Es importante recalcar que este documento debe de ser aceptado en su totalidad de lo contrario no se puede acceder a los servicios brindados por la desarrolladora: “Si no está de acuerdo con todos los términos del contrato, absténgase de instalar la plataforma o, en general, de acceder a la misma” (Blizzard Entertainment, 2022).

El contrato se divide en doce secciones: La plataforma, Propiedad de Blizzard, Software precargado, Consentimiento a la supervisión, Garantía Limitada, Limitación de la responsabilidad, Indemnización, Vías de acción en virtud del régimen de equidad, Alteraciones, Vigencia y rescisión, Resolución de Disputas, General (Blizzard Entertainment, 2022). El análisis a fondo de las implicaciones legales del mismo está más allá de los objetivos planteados en este trabajo de investigación; por lo que únicamente se analizarán los elementos que impactan la interacción de la desarrolladora con el mundo de vida de los videojugadores.

La primera parte de la sección de la plataforma aborda los temas de quién puede crear una cuenta en la plataforma, señalando que únicamente se puede crear una cuenta si se es una persona física adulta en el país de residencia y si no existe una prohibición expresa por parte de la desarrolladora para crear una cuenta; en tanto que, para el caso de menores de edad señala que esto podrán utilizar la cuenta siempre y cuando el tutor legal hay aceptado los términos de este (Blizzard Entertainment, 2022).

Así mismo, en este apartado se señala en su numeral VIII las reglas y códigos que rigen la interacción con la empresa y con otros usuarios; así como las penas aplicables en caso de incumplir:

“el uso de la Plataforma con la finalidad de interactuar con Blizzard y otros jugadores se regirá por el o los Códigos de conducta de Blizzard (los “Códigos de conducta”) y las políticas para juegos aplicables (las “Políticas para Juegos”) de Blizzard (...) “Ten en cuenta que cualquier violación a alguno de los Códigos de conducta de Blizzard (incluso en relación con tu uso de los foros y sitios web de Blizzard) puede dar lugar a la imposición de sanciones a tu Cuenta Blizzard, entre ellas la suspensión y/o cancelación de las licencias del Juego” (Blizzard Entertainment, 2022).

Resalta en este punto la revocación y/o cancelación de las licencias de juego las cuales se tratan en el segundo apartado de la primera sección, en la que se estipula que el otorgamiento de la licencia es limitado, revocable, no exclusiva y sin derecho a conceder sublicencias; haciendo énfasis en que esta únicamente puede ser utilizada con fines personales de entretenimiento (Blizzard Entertainment, 2022). Esto es relevante porque en la cuenta de usuario que se liga a la licencia contiene la identidad del videojugador en el mundo de juego por lo que la cancelación o la suspensión de la licencia puede significarle la pérdida de años de logros y progreso en el mundo de juego.

Posteriormente, en la siguiente sección están las limitaciones de la licencia y que pueden llevar a la suspensión o cancelación de la cuenta, en esta parte resaltan dos rubros, el primero que busca limitar las acciones del videojugador para proteger los intereses económicos de la compañía como el crear obras derivadas, utilizar los juegos para realizar torneos de deportes electrónicos sin previa autorización, realizar minería de datos o duplicar objetos que puedan ser posteriormente vendidos (Blizzard Entertainment, 2022).

El segundo aspecto relativo a las limitaciones de la licencia está enfocado en normar las acciones del videojugador en los mundos de juego para mantener un ambiente competitivo y respetuoso, donde en primer lugar, destaca la trampa que incluye: el uso de hardware o software o su combinación para obtener ventaja sobre otros jugadores, el uso de “bots” (programas informáticos utilizados para automatizar acciones en el juego) y los *hacks* (cualquier modificación al software para obtener ventaja). Así mismo, en el documento se señala expresamente la prohibición del uso de la plataforma para cometer cualquier tipo de acto ilegal; así como incurrir en actos de acoso que son definidos cómo:

“conducta molesta, chat o comportamiento abusivos, conducta destinada a socavar o alterar de forma injustificada la experiencia de juego de otras personas, inactividad o desconexiones deliberadas y/o cualquier otra actividad que infrinja los Códigos de conducta o las Políticas para Juegos de Blizzard”.(Blizzard Entertainment, 2022).

La segunda sección del documento trata temas relevantes sobre la propiedad, que resulta relevante considerado la cultura participativa que gira alrededor de los videojuegos a través de las transmisiones en vivo de videojuegos, el contenido de video a demanda de videojuegos, el fan art entre otros; así como en la posesión de los bienes virtuales que existen en los mundos virtuales. En el interés de proteger su propiedad intelectual la desarrolladora señala que es propietaria de los componentes visuales, las narraciones, personajes, sonidos, código informático entre otros (Blizzard Entertainment, 2022).

En este apartado resalta el que se refiere a los objetos que se comprenden como todos los “bienes virtuales tales como tarjetas digitales, monedas, pociones, armas, armaduras, prendas, diseños, sprays, mascotas, monturas, etc.” (Blizzard Entertainment, 2022). Lo que es de relevancia para los videojugadores ya que esto significa que todos los objetos que el videojugador colecciona u obtiene a través de sus interacciones con el mundo de juego y que están ligados al poder y al prestigio del videojugador; son propiedad de la desarrolladora. Así mismo, se precisa que el nombre de la cuenta y el Battle Tag, que en este caso tiene la función de mantener la identidad persistente del videojugador son posesión de la desarrolladora.

Por último, en esta sección resalta lo relativo a la creación de obras derivadas dónde el videojugador acepta que no creará ningún producto basado en la plataforma (Blizzard Entertainment, 2022), salvo que esta sea creada sin fines de lucro y que esta esté en una plataforma de acceso gratuito y siempre y cuando el contenido creado cumpla con los requisitos de la clasificación para adolescentes (Blizzard Entertainment, s/f). Agregando que: “por razones de negocio, es posible que Blizzard se vea en la necesidad de extinguir el derecho que extiende a sus usuarios de distribuir o alojar Producciones específicas (...) sin responsabilidad alguna y sin necesidad de emitir notificación alguna”(Blizzard Entertainment, s/f).

Este es un tema de relevancia ya que como se ha mencionado con anterioridad el contenido creado por usuarios es una parte importante del ecosistema en los videojuegos, ya que en primer lugar, mucho de este contenido actúa como publicidad gratuita para la empresa aumentando la visibilidad de los videojuegos y a su vez representa para los videojugadores formas de interactuar con el juego fuera de los

mundos de juego. Esto lleva a que como se observa en el documento legal parte de este contenido está sancionado por Blizzard y en una gran parte de los casos como señalan Hanna Wirman & Rhys Jones, muchas veces los videojugadores operen en áreas legales grises a menudo obteniendo ganancias por sus obras y en otros casos se enfrentan a acciones legales por parte de la desarrolladora especialmente en los casos en los que se crea contenido pornográfico (2022) o que daña los intereses financieros de la empresa.

Finalmente se señala que en caso de rescisión del contrato el jugador perderá:

“todo derecho a acceder a Juegos o bienes virtuales, como tarjetas digitales, moneda, armas, armaduras, prendas, diseños, sprays, mascotas, monturas, etc., que hayas precomprado, y aceptas y reconoces que no tendrás derecho a recibir reembolso alguno por los montos prepagados en tu Cuenta con anterioridad a la rescisión del presente Contrato. Asimismo, no podrás usar la Plataforma” (Blizzard Entertainment, 2022)

Esta declaración sumada a la que menciona que todos los objetos son propiedad de la desarrolladora abre la pregunta sobre la posesión de los bienes virtuales y de los derechos que tienen las personas que habitan los mundos virtuales. Aun cuando en 2007 el caso (*Marc Bragg, Plaintiff v Linden Research, INC and Phillip Rosedale, Defendants.*, 2007) presentado en una corte civil en los Estados Unidos buscó abordar este tema cuando al demandante le fueron confiscados sus bienes virtuales tras una suspensión de cuenta en el mundo virtual *Second Life* y demandó a la empresa por la confiscación ilegal de los mismos. Sin embargo, la discusión legal sobre la propiedad virtual no se llevó a cabo, ya que las partes llegaron a un acuerdo fuera de la corte. El debate

relacionado a los derechos que tienen los habitantes de los mundos virtuales es un tema que continuará cobrando relevancia conforme aumente la oferta de estos.

El siguiente documento de relevancia es el Código de Conducta de Blizzard en el cual se estipula que los juegos de la desarrolladora son: “un lugar seguro y divertido para interactuar con los demás a través de diferentes mundos de juegos. Instamos a nuestros jugadores a cooperar y competir en nuestros juegos, pero cruzar la línea y abusar, jamás será aceptable” (*Código de conducta de Blizzard, 2020*). Asegurando además que la infracción de cualquiera de estas expectativas conllevará restricciones de cuenta. Las infracciones más serias y reiteradas conllevarán mayores restricciones (*Código de conducta de Blizzard, 2020*). En este sentido las medidas que toma la desarrolladora van desde la restricción del uso de las herramientas de comunicación dentro del juego por algunos periodos de tiempo hasta la eliminación permanente de la cuenta de juego.

Para asegurar el cumplimiento de lo señalado en el Código de Conducta, la desarrolladora presenta al videojugador de forma más concreta las normas establecidas en el Contrato de Licencia de Usuario de Final de Blizzard; divididas en cuatro temas: la comunicación, nombres, trampas y comportamiento. En las dos primeras secciones se le recuerda al jugador que es responsable de su forma de expresión recalcando que: “cualquier lenguaje discriminatorio u ofensivo es inapropiado, así como cualquier lenguaje obsceno o perturbador. Amenazar o acosar a otro jugador siempre será inaceptable, sin importar la clase de lenguaje utilizado” (*Código de conducta de Blizzard, 2020*). De esta manera, normando la comunicación permitida entre los jugadores, donde algunos de los esfuerzos para detectar el tipo de lenguaje son revisados por softwares

automatizados y otra parte por los mismos videojugadores, quienes reportan las conductas que consideren violan estos términos.

La siguiente sección de este código habla sobre la trampa en las partidas, donde define de manera más amigable el qué se considera hacer trampa: “ el uso de programas de terceros para automatizar cualquier faceta del juego, aprovecharse de errores del juego o participar en cualquier actividad que otorgue una ventaja injusta se considera hacer trampas” (*Código de conducta de Blizzard, 2020*). Así mismo, ahonda en que el buscar timar a otros videojugadores, incurrir en prácticas que involucran el coludirse para acordar o intercambiar victorias (conocido como *win trading*) son también consideradas actividades graves (*Código de conducta de Blizzard, 2020*), tanto esta sección como la parte que regula el comportamiento buscan proteger tanto la integridad del videojuego y la experiencia de los videojugadores.

Continuando con la protección de la experiencia de juego la última parte de interés del documento habla sobre el comportamiento esperado de los videojugadores, señalando que toda conducta que: estropee intencionadamente el disfrute de otros (como crear malestar, "griefing", "feeding", etc.) no será aceptado” (*Código de conducta de Blizzard, 2020*). Así mismo, se señala una vez más que esta información se determina a partir de los reportes que realizan los videojugadores y que la empresa es quien toma la decisión de sancionar o no; así mismo recalca que el envío de informes falsos es también considerado una ofensa y puede concluir de igual manera en sanciones (*Código de conducta de Blizzard, 2020*).

Sumado a estos documentos la desarrolladora implementó dentro de *World of Warcraft* un documento denominado “Contrato Social” (véase imagen 1 y 2), el cual al

ser una versión simplificada de los documentos legales analizados previamente que se presenta al videojugador antes de entrar al mundo virtual, con la intención de que este obligadamente lea las reglas básicas de convivencia dentro del videojuego. Es importante recalcar que el videojugador únicamente tiene la opción de aceptar el contrato social o de salir del juego, es decir el videojugador de la misma forma que los documentos analizados la aceptación del contrato social es obligatoria.

El documento después de dar la bienvenida al jugador a Azeroth (nombre del planeta en el que ocurre la mayor parte de la acción de *World of Warcraft*) retoma tres aspectos importantes. El primero habla sobre la socialización y el trabajo en equipo invitando a los jugadores a crear amistades a mantener la cordialidad y fomentar el trabajo en equipo y la cooperación entre los videojugadores. El segundo aspecto que aborda el documento habla sobre la conducta esperada en el mundo virtual haciendo especial énfasis en que es inaceptable todo discurso de odio donde no solo se incluye la intolerancia por temas de género o raza, sino también cualquier comentario sobre la habilidad de otro jugador. Así mismo, señala que las amenazas acoso o cualquier tipo de comportamiento abusivo o despectivo no será tolerado; señalando por último que todo tipo de publicidad o spam o actividad inapropiada será castigada.

Por último, la tercera categoría recalca las sanciones a las que se puede hacer acreedor el videojugador en caso de violar el contrato social, señalando que: “si lastimas a otro aventurero como consecuencia de alguna de estas conductas recibirás un castigo que puede terminar en la suspensión de la cuenta” (Blizzard Entertainment, 2004). Agregando el llamado a los usuarios para que denuncien cualquier tipo de conducta que viole estas normas para que la desarrolladora pueda tomar acciones, especificando

como meta última del contrato social poder “hacer de *World of Warcraft* un hogar lejos de casa seguro para todos” (Blizzard Entertainment, 2004).

Como se puede observar a partir del análisis realizado, las normas planteadas por la desarrolladora rigen el uso del software y el comportamiento esperado de los videojugadores; y en este sentido, la interacción de los videojugadores tanto con el software, con la desarrolladora, como con los demás videojugadores. El análisis de estos elementos resulta fundamental para comprender las bases sobre las que los videojugadores producen y reproducen estructuras a partir de las interacciones en su mundo de vida dentro del videojuego.

Figura 5. Contrato Social de *World of Warcraft* Parte 1

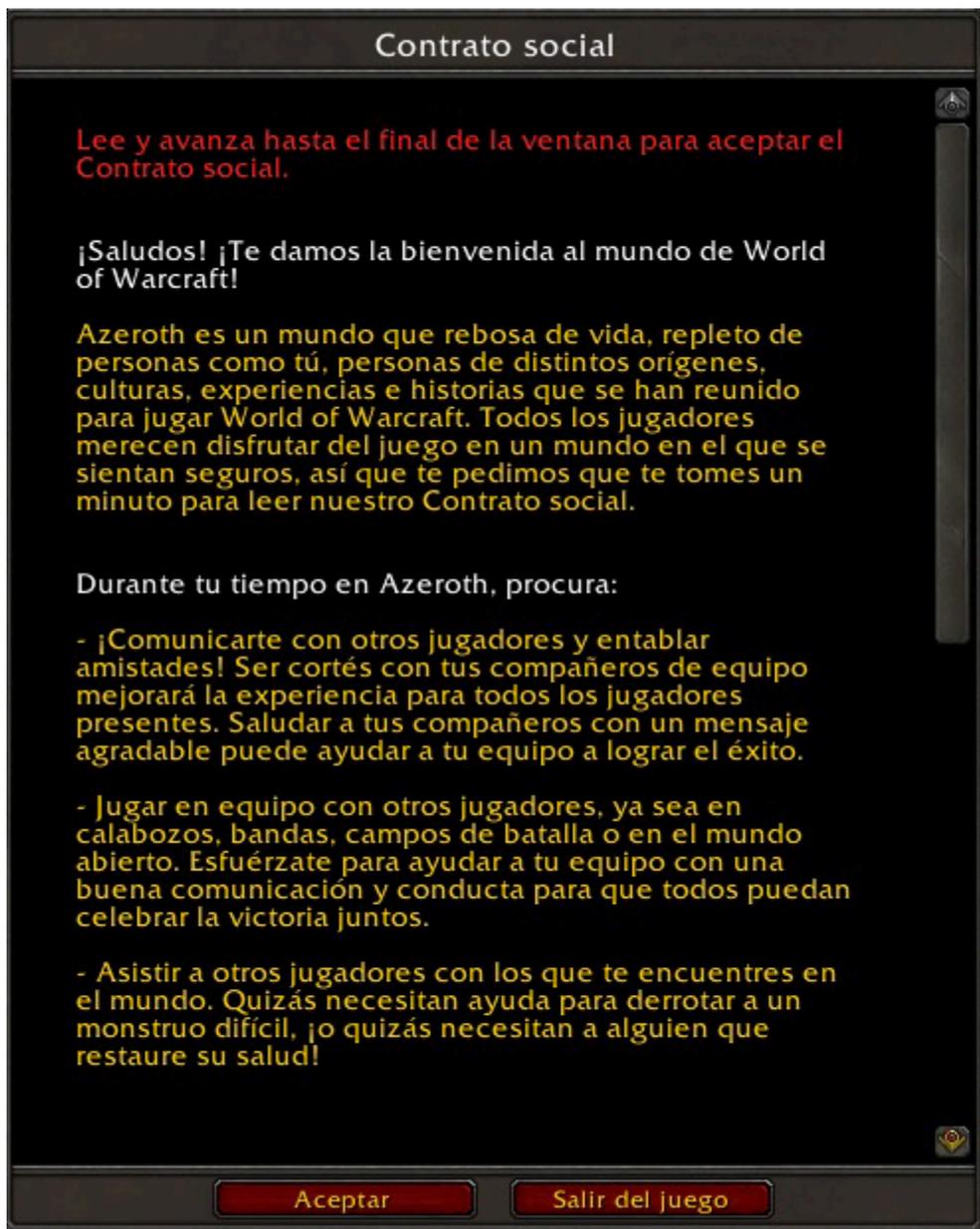


Figura 5 Contrato Social de World of Warcraft Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004).

Figura 6. Contrato Social de *World of Warcraft* Parte 2

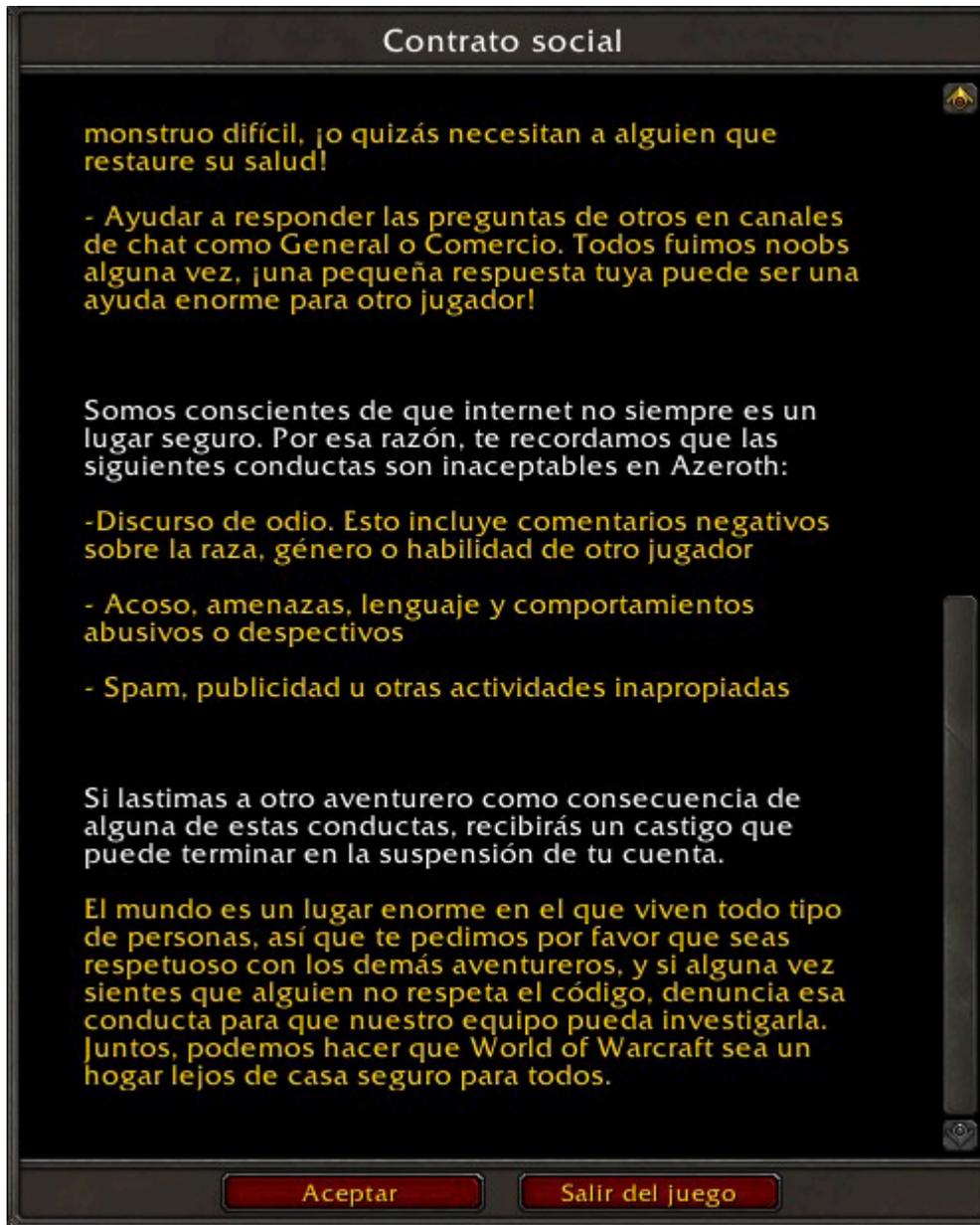


Figura 6: Contrato Social de World of Warcraft, Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004).

5.1.2 Sistemas de Recursos en *World of Warcraft*

Como se mencionó en el apartado [4.1.2](#) los sistemas de recursos se refieren a todos los medios utilizados por la desarrolladora para mantener al videojugador enganchado con el producto. Por lo que, en un primer momento resulta necesario analizar el modelo de negocios de la desarrolladora y posteriormente todos los sistemas de motivadores utilizados dentro del videojuego para lograr el fin antes mencionado.

En este sentido, el juego *World of Warcraft* pertenece a la compañía Activision Blizzard Inc., registrada en Santa Mónica California, y con carácter de empresa pública que cotiza en el *NASDAQ Global Select Market* bajo la acción ATVI. De acuerdo con el reporte anual de 2021 emitido por la compañía esta conduce su negocio “a través de tres segmentos reportables, cada uno siendo líder global en el desarrollo y distribución de contenido de entretenimiento interactivo y servicios basados primariamente en las propiedades intelectuales desarrolladas internamente” (Activision Blizzard Inc., 2021, p. 5). Estos segmentos incluyen, Activision Publishing Inc. cuya franquicia insignia es *Call of Duty*, Blizzard Entertainment, Inc. con las franquicias clave *Warcraft* (dónde se incluye *World of Warcraft*), *Herathstone* y *Diablo*; por último, King Digital Entertainment cuya propiedad intelectual clave es *Candy Crush* (Activision Blizzard Inc., 2021).

El desarrollo y comercialización de la franquicia de *Warcraft* se encuentra bajo la responsabilidad de la subsidiaria Blizzard Entertainment Inc., la cual de acuerdo con los señalado por Activision Blizzard Inc. se encarga de:

“distribuir contenido a través de ofertas premium y ofertas *free to play*, generando ganancias principalmente a través de la venta de juegos completos, ventas dentro del juego (micro transacciones), suscripciones y a partir del licenciamiento de

software a terceros o a empresas que distribuyen sus productos” (Activision Blizzard Inc., 2021).

La franquicia de *Warcraft* cuenta con varios videojuegos y productos basados en el mundo de Azeroth (el espacio figurativo del videojuego y la franquicia se analiza en el apartado 5.1.3), dentro de esta se encuentra el videojuego *World of Warcraft*, objeto de esta investigación. El cual es un juego en el modelo *pay to play*, compuesto por la venta del software completo del videojuego que se compone por el juego base el cual fue lanzado en 2004; y por la venta de expansiones al juego base que agregan grandes porciones de contenido que incluyen nuevas historias, nuevas zonas de juego, nuevos límites de niveles y en algunos casos nuevas razas o clases jugables.

Sumado a esto *World of Warcraft* cuenta con un modelo de suscripción mensual que es necesario para que el videojugador pueda seguir teniendo acceso al mundo de juego, así como a las actualizaciones de contenido dentro de una expansión. Así mismo, el juego tiene una tienda dentro del juego que permite a los videojugadores la compra de elementos cosméticos en forma de mascotas, monturas, juguetes dentro del juego, armaduras cosméticas; servicios como cambio de nombre o de raza de los personajes, cambios de facción y la compra de subidas de niveles a los personajes. Por último, también ofrece un sistema de intercambio de divisas en el que el videojugador puede cambiar dinero por la moneda del juego para comprar bienes o servicios dentro del juego o bien cambiar la moneda del juego por balance para ser utilizado en los productos que ofrece *Blizzard Inc.*

Del mismo modo Activision Inc. menciona que para mantener a los videojugadores enganchados con sus productos a lo largo del año, se enfocan en tres pilares

estratégicos expandir el alcance de la audiencia, incrementar el enganche de los consumidores e incrementar el compromiso de los videojugadores (Activision Blizzard Inc., 2021). El primero está enfocado a crear contenidos basados en propiedades intelectuales tanto establecidas como nuevas para llegarle a la mayor cantidad de consumidores a través de distintas plataformas. La segunda busca incrementar el enganche de los consumidores a través del diseño de juegos y contenidos; por último, incrementar el compromiso a través de permitirles comprar más contenido en línea, incorporando también deportes electrónicos (Activision Blizzard Inc., 2021).

A partir de estos tres pilares estratégicos que a través de los contenidos alrededor del videojuego y del diseño este buscan mantener al videojugador enganchado dan pie a que se revisen los motivadores incluidos en *World of Warcraft*. Estos, como se señaló en el [apartado 4.1.2](#), son todos aquellos sistemas de recursos que buscan mantener al jugador enganchado con el videojuego, apelando a las distintas motivaciones que pueden tener los videojugadores.

En primer lugar, se analizarán los motivadores sociales que incluye *World of Warcraft* en su diseño, uno de los elementos principales del juego es la cooperación entre jugadores y la creación de grupos y comunidades para vencer enemigos más poderosos ([véase 5.1.3](#)). Para facilitar este fin el videojuego cuenta con diversos sistemas enfocados a fomentar y facilitar la creación de comunidades. Entre los más básicos está permitir la formación de grupos de hasta cinco jugadores para vencer mazmorras, la formación de *raids* o bandas conformadas hasta por 8 grupos de 5 personas. Estos grupos son efímeros y se crean con la finalidad de participar en mazmorras, participar en actividades de jugador contra jugador o derrotar a enemigos poderosos en el mundo de

juego. Tanto la formación de grupos como la de bandas cuentan con un sistema que permite que los videojugadores seleccionen lo que desean hacer entrar en una fila para que el sistema forme los grupos de manera aleatoria este ofrece recompensas a los videojugadores por colaborar. Así mismo, para el contenido más complejo existe un buscador de grupos en el que los jugadores pueden ya sea crear un grupo o aplicar a grupos creados por otros jugadores para realizar la actividad deseada (véase figura 7).

Figura 7. Buscador de grupos en *World of Warcraft*.



Figura 7. Buscador de grupos en *World of Warcraft*. Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004)

Adicionalmente, a los grupos existe la posibilidad de que los videojugadores creen hermandades (*guilds* en inglés) agrupaciones más duraderas que cuentan por diseño con una estructura que permite tener un líder de la hermandad, así como crear diferentes rangos dentro de la misma, que ayuden a controlar el acceso a los recursos compartidos que los jugadores pueden poner en una bóveda de banco de la hermandad hasta controlar quien puede invitar a nuevos miembros a la misma. Estas son creadas por jugadores que pueden tener lazos preexistentes o por jugadores que tienen los mismos fines dentro del juego; por ejemplo, vencer mazmorras míticas o participar en actividades organizadas de jugador contra jugador (véase figura 8). Para facilitar a los jugadores encontrar hermandades existe un buscador donde el videojugador puede elegir a cuál aplicar para unirse de acuerdo con sus intereses (véase figura 9).

Figura 8. Interfaz del sistema de hermandades en *World of Warcraft*



Figura 8. Interfaz del sistema de hermandades en *World of Warcraft* Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004)

Figura 9. Interfaz del buscador de hermandades en *World of Warcraft*.

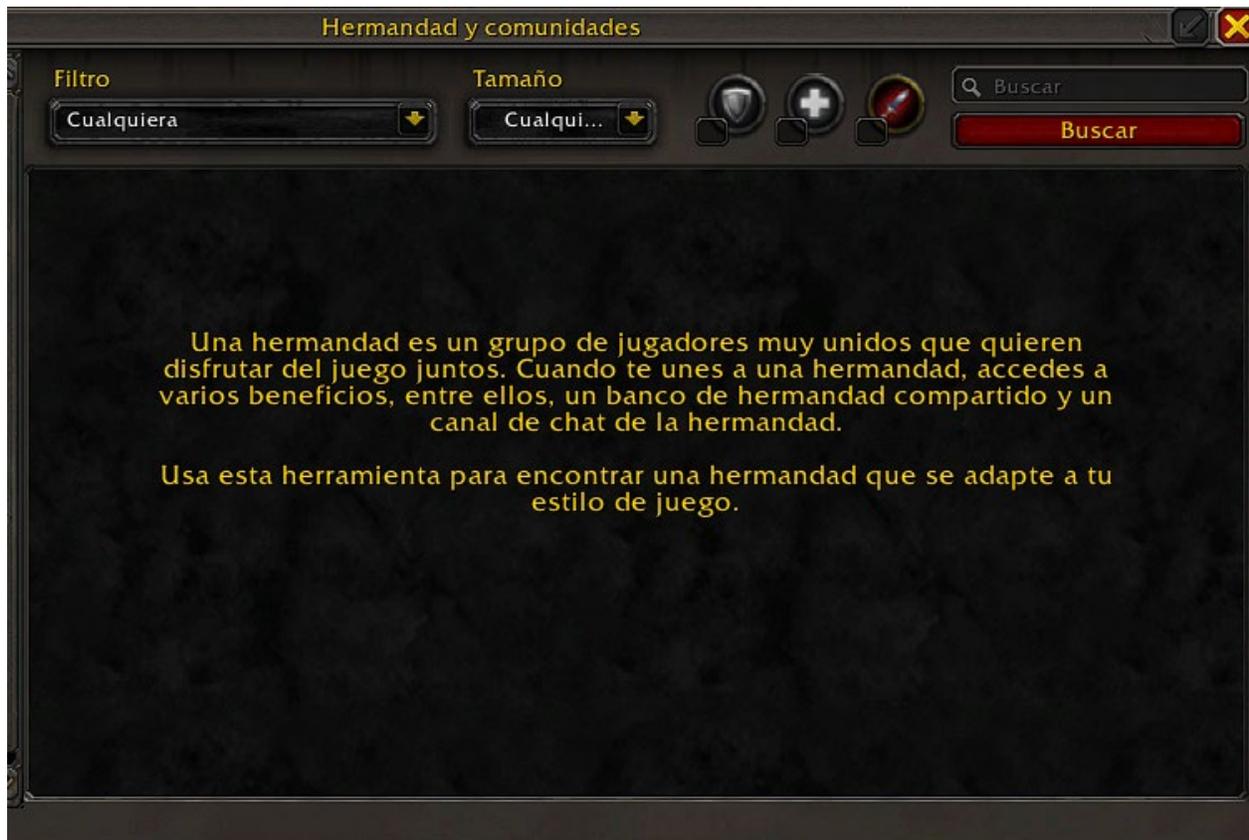


Figura 9. Interfaz del buscador de hermandades en *World of Warcraft*. Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004)

Para facilitar la comunicación entre jugadores en los distintos tipos de grupos, el videojuego cuenta con un sistema de chat escrito, que le permite a los videojugadores comunicarse unos con otros. Este sistema tiene diversos niveles desde permitir al jugador interactuar únicamente con los jugadores que se encuentran en el área circundante, comunicarse con aquellos que están en su grupo, los chats generales que permiten hablar con quien se encuentren en una ciudad o en área mayor; así como los que facilitan hablar con los miembros de la hermandad. Sumado al sistema de chat escrito *World of Warcraft* también cuenta con el sistema “Chat de voz de Blizzard” el cual

permite que los videojugadores puedan tener como herramienta adicional al chat escrito un chat de voz.

En cuanto a los sistemas de logros, *World of Warcraft*, cuenta con uno que rastrea distintas categorías actividades o metas que el videojugador puede completar en distintas partes del juego. La mayoría de estos logros únicamente otorgan puntos de logros al jugador que no tienen mayor función que presumir a otros jugadores el puntaje que se ha obtenido, mientras que algunos pocos contienen recompensas cosméticas en forma de monturas, juguetes dentro del juego, títulos de jugador o armaduras cosméticas. Los logros incluyen categorías relacionadas con el avance del personaje a lo largo del juego, sobre actividades en grupo como calabozos y bandas, sobre la colección de objetos dentro del juego, la exploración y el completar misiones dentro del juego, entre otras (véase figura 10).

Dentro de esta misma categoría se encuentran los sistemas de puntos en la categoría jugador contra jugador que funciona como un sistema de clasificación para ordenar a los mejores jugadores, así mismo los puntos obtenidos en este sistema permiten comprar mejores armaduras y obtener títulos que demuestran la proeza del jugador en las actividades de jugador contra jugador. Del mismo modo, existe un salón de la fama de hermandades que rastrea y muestra a las primeras 100 hermandades en vencer la banda vigente en la más alta dificultad que ofrece el videojuego.

Figura 10. Interfaz del Sistema de Logros en *World of Warcraft*.



Figura 10. Interfaz del Sistema de Logros en *World of Warcraft*. Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004).

Por último, en la categoría de Inmersión se encuentran todos los contenidos que Blizzard desarrolla para mantener enganchados a los videojugadores aún fuera del videojuego. En este sentido alrededor de *World of Warcraft* existe:

“una serie de obras en distintos medios y tecnologías: manga, novela gráfica, videos de YouTube (animación 2D y 3D), novelas, audio historias y una película; los cuales actualmente alcanzan 129 productos diferentes incluyendo los videojuegos. Estas narrativas a través de los lenguajes y formas de cada medio complementan, contextualizan, explican, avanzan o precisan; lo que ha

acontecido no solo en los videojuegos, sino que también lo que sucedió antes y durante ellos” (Gracia, 2020).

Complementando estas narrativas transmediáticas, también se puede encontrar las ligas de deportes electrónicos alrededor de *World of Warcraft* las cuales son organizadas por Blizzard Entertainment. La primera gira alrededor de batallas jugador contra jugador en un formato de arena tres contra tres, el torneo que lleva por nombre *Arena World Championship* se celebra una vez al año y compiten equipos de Europa y de Norteamérica. El segundo, deporte electrónico es el “Torneo de Calabozos Míticos Internacional” en el que compiten 8 equipos de todo el mundo. Ambos torneos son transmitidos a través de *YouTube* y de la plataforma *Twitch*.

Continuando con la categoría de motivadores por inmersión, se encuentran los *easter eggs*, contenido o mensajes escondidos dentro del videojuego, este tipo de contenido es agregado frecuentemente a través de las actualizaciones de contenido como cambios o adiciones no documentadas para que los videojugadores los puedan descubrir. Por citar un ejemplo, después de que se hiciera viral el video de un cangrejo con un cuchillo, se agregó a *World of Warcraft* el juguete “Corvo de Cangrejo”, el cual se podía obtener después de derrotar al enemigo, “Corvotenazas” en forma de un cangrejo con un chuchillo; este les permite a los jugadores dar un cuchillo a cualquier cangrejo que tengan como mascota (véase figura 11).

Por último, relativo a la inmersión se puede es importante mencionar la referencialidad a los personajes del mundo de ficción. Esta se puede presentar a través de misiones dentro del videojuego que llevan al jugador a revivir momentos que sucedieron en los videojuegos de *Warcraft*, la adición de libros, objetos, juguetes,

mascotas, entre otras dentro del videojuego que hacen referencia a personajes o eventos ocurridos en el universo de Warcraft.

Figura 11. Enemigo Corvotenzas



Figura 11. Enemigo Corvotenzas Fuente: (Wowhead, s/f)

Hasta el momento se ha ahondado en los sistemas de normas y de recursos que utiliza la desarrolladora para normar el uso del software, la convivencia de los videojugadores en el mundo de juego; así como los sistemas utilizados para mantener a los videojugadores enganchados para mantener las ganancias a través de la explotación de sus propiedades intelectuales y de la creación de sistemas que apelan a las motivaciones de los videojugadores. Por lo que, el último punto que se debe analizar en torno al contexto sociohistórico de *World of Warcraft* es el sistema de convenciones.

5.1.3 Sistemas de Convenciones en *World of Warcraft*

Los sistemas de convenciones como se mencionó en el [apartado 4.1.3](#) le brindan al videojugador la información necesaria sobre cómo funciona el mundo de juego y lo

que puede esperar de este. Por lo que, en primer lugar, es necesario identificar las tipificaciones de mecánicas de juego de *World of Warcraft*; y en un segundo momento el espacio figurativo ya que ambos son la base para que los videojugadores puedan producir y reproducir marcos de significado compartidos como parte de los horizontes de su mundo vida permitiéndoles interactuar utilizando conocimientos mutuos no problemáticos.

World of Warcraft es un juego de rol masivo multijugador en línea, (MMORPG), por lo que, como lo dice su nombre uno de los aspectos principales del videojuego es la selección de un rol, una raza y una clase, que es la primera decisión que debe tomar el videojugador para crear un personaje y entrar al mundo de juego (véase figura 12). En este videojuego la selección de la raza está ligada al espacio figurativo que se analizará más adelante, los otros dos aspectos están ligados a los roles que cumplen.

Figura 12. Pantalla de selección de roles, clases y razas en *World of Warcraft*

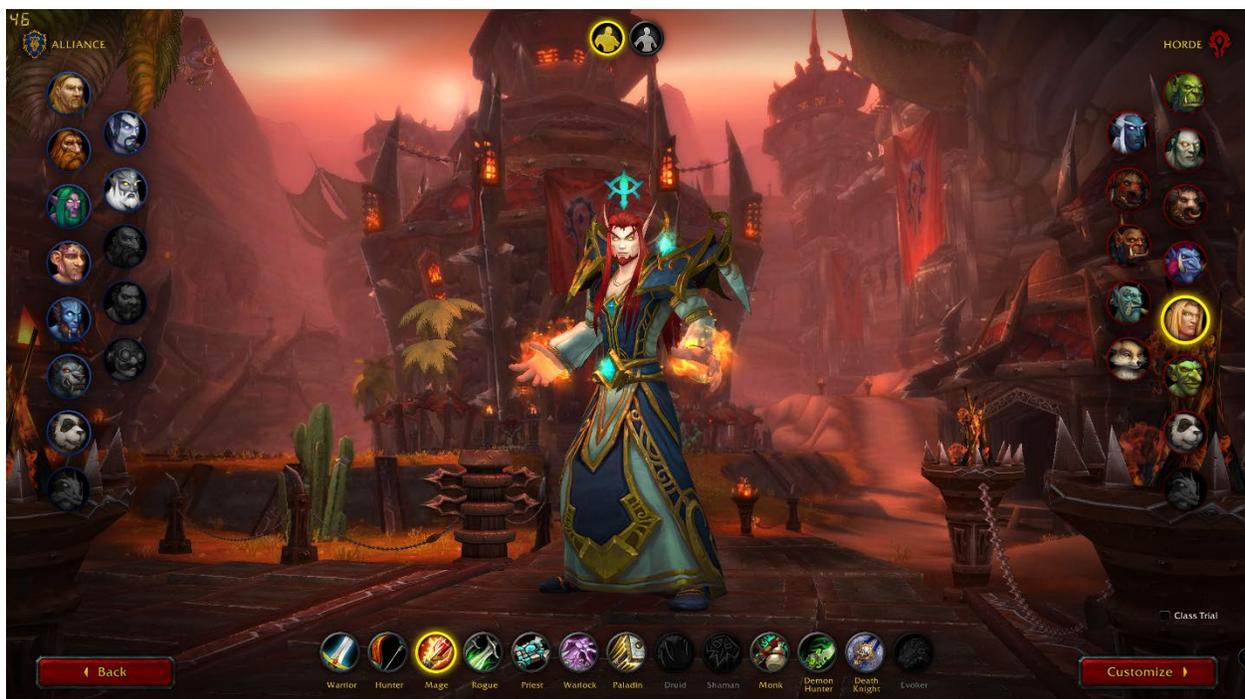


Figura 12. Pantalla de selección de roles, clases y razas en World of Warcraft. Fuente: (Blizzard Entertainment, 2004)

En *World of Warcraft* existen tres roles fundamentales diferentes que son: sanadores, el daño (coloquialmente conocido como el DPS haciendo referencia al daño por segundo) y los tanques. Los primeros tienen la ocupación de sanar o curar a los integrantes de su equipo o su banda, por lo que tienen acceso a hechizos para mitigar o curar el daño recibido. El DPS se divide en dos tipos, el daño de cuerpo a cuerpo (mejor conocido como melé) y el rango, su función es la de infligir la mayor cantidad de puntos de daño a los enemigos utilizando hechizos, ataques a distancia o ataques cuerpo a cuerpo. Por último, los tanques, tienen la función de atraer la atención de los enemigos y mitigar la mayor cantidad de daño posible para que los sanadores y el DPS puedan realizar su función. La combinación de estos tres roles es fundamental para el funcionamiento del videojuego, ya que para realizar cualquier tipo de contenido que requiera la cooperación en grupos debe de tener la presencia de estos tres roles.

Ahora bien, la selección que hace el videojugador es más compleja ya que no sólo debe decidir el rol que desempeñará si no también la facción a la que desea pertenecer, en el caso de *World of Warcraft* existen dos facciones la Horda y la Alianza, facciones en conflicto de acuerdo con la historia del videojuego. Esto a su vez determina las razas que el jugador puede elegir, por ejemplo, la alianza puede seleccionar humanos, enanos, elfos de la noche, entre otros; mientras que la Horda puede seleccionar entre orcos, no muertos, troles, elfos de sangre, etcétera. Así mismo, la raza también restringe las opciones de clase dentro de los roles que el jugador puede seleccionar, como se puede observar en la imagen 13. Es importante mencionar que a lo largo de las expansiones

de contenido el número de razas jugables y de clases a menudo aumenta para mantener el interés de los videojugadores.

Figura 13. Relación de razas y clases disponibles por facción en *World of Warcraft*

Facción	Raza	Brujo (DPS rango)	Caballero de la muerte (Tanque y DPS melé)	Cazador (DPS rango y melé)	Cazador de Demonios (Tanque y DPS melé)	Chamán (Sanador y DPS rango y melé)	Druida (Tanque, Sanador, DPS rango y melé)	Evocador (Sanador y DPS rango)	Guerrero (Tanque y DPS melé)	Mago (DPS rango)	Monje (Tanque, Sanador y DPS melé)	Paladin (Tanque, Sanador y DPS melé)	Picaro (DPS melé)	Sacerdote (Sanador y DPS rango)
Alianza	Dranei		x	x		x			x		x	x	x	x
	Enano	x	x	x		x			x	x	x	x	x	x
	Gnomo	x	x	x		x			x	x	x	x	x	x
	Humano	x	x	x					x	x	x	x	x	x
	Elfo de la noche		x	x	x		x		x	x	x		x	x
	Huargen	x	x	x			x		x	x			x	x
	Elfo del Vacío	x	x	x					x	x	x		x	x
	Dranei Templeluz		x	x					x	x		x	x	x
	Enano Hierro Negro	x	x	x		x			x	x	x	x	x	x
	Kultiranos		x	x		x	x		x	x	x		x	x
	Mecagnomos	x	x	x					x	x	x		x	x
	Pandaren		x	x		x			x	x	x		x	x
	Dracthyr								x					
	Horda	Elfo de sangre	x	x	x	x				x	x	x	x	x
Goblin		x	x	x		x			x	x			x	x
Orco		x	x	x		x			x	x	x		x	x
Tauren			x	x		x	x		x	x	x	x	x	x
Trol		x	x	x		x	x		x	x	x		x	x
No-muertos		x	x	x					x	x	x		x	x
Natonocturnos		x	x	x					x	x	x		x	x
Tauren de Altamontaña			x	x		x	x		x	x	x		x	x
Orco mag'har			x	x		x			x	x	x		x	x
Trol Zandalari			x	x		x	x		x	x	x	x	x	x
Vulpera		x	x	x		x			x	x	x		x	x
Pandaren			x	x		x			x	x	x		x	x
Dracthyr									x					

Figura 23. Relación de razas y clases disponibles por facción en *World of Warcraft*. Fuente: Elaboración propia

Continuando con las tipificaciones de juego de los MMORPGs se encuentran los sistemas de niveles y de atributos, característicos de los juegos de rol. En *World of Warcraft* existen cuatro atributos básicos que dependen de la clase que haya seleccionado el videojugador, el atributo primario que puede ser fuerza, intelecto o agilidad. El recurso que utilizan para lanzar hechizos o realizar acciones que puede ser energía, poder rúnico, maná o ira; la salud o los puntos de vida y la cantidad de armadura. Así como cuatro atributos secundarios que son: celeridad, maestría, golpe crítico y versatilidad.

Los atributos están ligados a otra de las tipificaciones de este tipo de juegos que es el sistema de experiencia, que consiste en otorgar a los jugadores puntos de

experiencia por realizar actividades de juego como misiones o por eliminar enemigos. En este sentido, cuando el jugador obtiene suficientes puntos de experiencia “sube de nivel” el subir de nivel otorga un aumento a los atributos básicos del personaje, así como aprender nuevos hechizos o habilidades. Permitiéndole a su vez equipar mejor equipo y realizar misiones más difíciles. *World of Warcraft* tiene un nivel máximo el cual es determinado en cada expansión de contenido lanzada por la desarrolladora; alcanzar el nivel máximo le permite a los videojugadores realizar las actividades de final de juego.

Antes de continuar, es importante ahondar en otro de los sistemas mencionados que es el de las misiones que son una tipificación de juego en los MMORPGs. Como se mencionó, por un lado, permiten al jugador ganar puntos de experiencia y subir de nivel a través de objetivos claros, por ejemplo, recuperar algún objeto o eliminar enemigos en una zona. Al mismo tiempo, el conjunto de misiones es la forma en la que la desarrolladora le presenta al videojugador la narrativa del juego, establece los conflictos y objetivos; y a través de estos guían al videojugador a través del mundo de juego.

Así mismo es importante hablar de los calabozos que representan contenido donde cinco jugadores, un tanque, un sanador y tres DPS; y las bandas donde equipos de hasta 30 videojugadores, se enfrentan a enemigos poderosos para obtener mejor equipo y para completar las misiones del final de juego. Estos tienen distintos niveles de dificultad para los calabozos: normal, heroico, mítica y mítica +; y para las bandas: LFR, normal, heroico y mítica. Estos niveles de dificultad están directamente ligados con la calidad del equipo que pueden obtener los videojugadores y las versiones de bandas míticas y de calabozos míticas + son los que se juegan en forma de *esports*.

La bandas y calabozos son parte importante del contenido de final de juego que los videojugadores repiten una y otra vez hasta que salen nuevos parches de contenido o expansiones. Así mismo, dentro de las actividades de final de juego además de las anteriormente mencionadas, también se encuentran las actividades de jugador contra jugador y líneas de misiones que solo pueden ser completadas una vez que el videojugador llega al máximo nivel.

Una vez analizadas las tipificaciones de mecánicas de juego es necesario analizar el otro componente del sistema de convenciones, el espacio figurativo comenzando por el análisis de los elementos narrativos que componen el mundo *World of Warcraft*, que se ligan con las primeras para brindarle al videojugador la experiencia de juego. Los elementos narrativos del videojuego como se mencionó en el [apartado 5.1.2](#) no solo se narran a través de los videojuegos sino a través de una variedad de productos transmedia. En este sentido los mitos cosmogónicos del universo del juego se pueden encontrar más claramente explicados en el libro "*World of Warcraft Chronicle Volumen I*"; donde se establece que en un principio solo existían dos fuerzas la luz y el vacío, fuerzas que colisionan en una serie de explosiones catastróficas que culminan en el nacimiento del universo físico (Metzen et al., 2016).

Con el nacimiento del universo aparecen seis fuerzas fundamentales cada una con un opuesto las cuales son: la luz y la oscuridad, vida y muerte, orden y caos; así como los elementos: fuego, aire, tierra y agua que funcionan como los bloques de construcción del plano material (Metzen et al., 2016). Estas fuerzas de creación funcionan como el punto de partida para la existencia de los distintos tipos de magia que existen en el videojuego; por ejemplo, los chamanes utilizan las fuerzas de los elementos,

en tanto que los paladines utilizan las fuerzas de la luz y los caballeros de la muerte las fuerzas de la muerte.

Junto con el mito cosmogónico se presenta el mito escatológico presentando a los Señores del Vacío quienes son: “entidades monstruosas compuestas de energía de sombras (...) conducidos por un hambre insaciable buscan devorar toda la materia y energía del universo” (Metzen et al., 2016, p. 7). Las manifestaciones físicas de estas entidades son llamadas Dioses Antiguos quienes son: “pesadillas encarnadas: montañas de carne y retorcidos tentáculos que crecen como cáncer en los mundos (...) y viven solamente para transformar los mundos en lugares de desesperación y muerte” (Metzen et al., 2016, p. 8). Los señores del vacío y sus agentes no sólo funcionan como el final latente del universo que los jugadores deberán evitar; sino también sirven para presentar las fuerzas en oposición que en este caso son los videojugadores y sus aliados quienes han derrotado a tres de estos Dioses Antiguos.

Del mismo modo en este volumen se expande sobre los Titanes quienes son seres colosales formados por la materia primordial (Metzen et al., 2016, p. 7), que tienen la misión de salvaguardar la vida en el universo y llevar el orden a los mundos nacientes. Así mismo, aborda la llegada de los Dioses Antiguos al planeta Azeroth (mundo que es hogar de los videojugadores), la época en la que estos reinaron y la eventual intervención del Panteón de Titanes. La cual tiene efectos en la evolución y aparición de las distintas razas que habitan en el planeta, dejando claro el origen de las razas que puede utilizar el videojugador.

Ahora bien, los mitos originarios se pueden encontrar narrados dentro de las versiones del videojuego como son: *Warcraft: Orcos contra Humanos* (Roper, 1994),

Warcraft II: Las Mareas de la Oscuridad (Roper & Metzen, 1995), y su expansión *Warcraft II: Más Allá del Portal Oscuro* (Roper & Metzen, 1996); *Warcraft III Reino del Caos* (Pardo, 2002) y su expansión el *Warcraft III: Trono de Hielo* (Pardo, 2003); todos ellos videojuegos de estrategia en tiempo real (RTS). La narrativa de estos relata los eventos previos al MMORPG *World of Warcraft*, la llegada de los orcos al mundo de Azeroth y el surgimiento de las dos facciones la Alianza y la Horda, así como los eventos que han llevado a los héroes de ambas facciones a ser quienes son; estos héroes son quienes dirigen y coordinan las acciones del videojugador en *World of Warcraft*. Como lo menciona Krzywinska este es “una extensión directa de los eventos que ocurrieron en los juegos previos de Warcraft, como resultado hay numerosas referencias cruzadas intratextuales” (2008: L1585-1586).

Así mismo, los mitos originarios son expandidos en otras obras como *World of Warcraft Crónicas II* (2017), *World of Warcraft Crónicas Volumen III* (2018), la trilogía de la *Guerra de los Ancestros Archivo* (2007) la cual compila las novelas: *El Alma Demoniaca*, (2004), *El Pozo de la Eternidad* (2004), *El Cataclismo* (2005); *El Ascenso de la Horda* (2007) y *El Alba de los Aspectos* (2013) entre otros. Estas novelas y libros tienen la función de expandir los mitos del universo de *Warcraft* previo a la línea temporal del videojuego, ahondar en las motivaciones psicológicas de los héroes del mundo o avanzan eventos entre expansiones. Elementos que en ocasiones no son compatibles con el formato narrativo de misiones y que en otras ocasiones por los costos de producción de un videojuego resulta más eficiente contar de esta manera. Sin embargo, uno de los aspectos principales de esto como lo menciona Krzywinska es que: “los jugadores pueden interactuar con la mitología del juego de diferentes maneras, sin

embargo, ésta es una función clave unificadora del diseño de *World of Warcraft* (2008: L. 1516-1523).

Se puede observar como la combinación de los elementos que componen el espacio figurativo otorgan al mundo de juego profundidad, consistencia y lo dotan de sentido. Esto sumado a las tipificaciones de las mecánicas de juego que a través de la selección de la facción, raza y rol; modifican la forma y la perspectiva desde la que experimentan en su mundo de vida el juego. Por ejemplo, la perspectiva en la que se experimenta el juego siendo un atacante de melé, sanador o un tanque es diferente, e incluso dentro del mismo rol de un atacante de rango melé la experiencia de un guerrero, un caballero no muerto o un monje varía ya que las habilidades de cada una de estas clases son diferentes. Por lo que, en este sentido, las elecciones que realiza el jugador entre las distintas tipificaciones de mecánicas de juego sumadas con la narrativa provocan que cada jugador tenga una experiencia única en la forma en la que experimenta la narrativa del juego y en la manera en la que se involucra emocionalmente con este.

5.2 Mundo de vida en *World of Warcraft*.

Una vez concluido el análisis de los contextos sociohistóricos se puede proceder al análisis del mundo de vida de los videojugadores. La observación participante se realizó por un periodo de un año partiendo de la premisa de que para conocer de mundo de vida del videojuego el investigar y jugar deben realizarse como una actividad en paralelo como se discute en el [apartado 4.4](#). El periodo de observación participante comprendió de agosto de 2018 a agosto de 2019 donde se participó en el lanzamiento de la expansión, Batalla por Azeroth, en la cual se analizó el proceso de subir de nivel

de los jugadores de una hermandad, así como la incursión del grupo a la primera banda en la expansión. La selección de la hermandad se realizó con la ayuda de dos informantes clave los cuales fueron seleccionados debido a su cercanía con esta que al momento del trabajo de campo buscaba reclutar jugadores para realizar bandas en la más alta dificultad. En este sentido con la ayuda del informante clave se logró ser aceptado en la hermandad, donde la observación participante se realizó jugando un sacerdote elfo de sangre como sanador, clase que fue seleccionada debido a que era una de las clases que la hermandad estaba buscando y así como por la familiaridad con esta clase que se tenía.

La hermandad en la que se trabajó contaba con 35 miembros, de los cuales 23 participaban en las bandas de nivel mítico (el nivel más alto de dificultad), es decir estaban más motivados por conseguir los logros, lo cual como se analiza más adelante no solo era el enfoque en las sesiones de juego, sino también las comunicaciones que explicaban el objetivo de la hermandad. Así mismo había otros 10 jugadores que se denominaban casuales o sociales quienes estaban más motivados por la interacción social; quienes también convivían con la hermandad en un grado menor ya que no participaban en las sesiones de juego grupales y las interacciones con los videojugadores se limitaban en su mayor parte felicitar los logros obtenidos por la hermandad. Este aspecto fue importante en la selección, dado que el enfoque en logros de la hermandad permite, por un lado, solventar la falta de estudios en comunidades de jugadores *hardcore*; y por el otro observar la formación de estructuras sociales complejas en el contenido de nivel máximo en los MMOs ([véase 1.1.1](#)).

Así mismo, se informó a los miembros de la hermandad que, se el autor de este trabajo se encontraba realizando una investigación sobre los MMOs y la vida social que ocurría en estos, así mismo se les informó que para mantener la confidencialidad no se utilizarían nombres de los videojugadores o de la hermandad. En este sentido para proteger la identidad persistente de los videojugadores que participaron en la observación participante se hará referencia a ellos por la clase que jugaban y el rol que desempeñaban al momento de la realización del estudio. A continuación, se presentan los principales hallazgos obtenidos a partir de la guía de observación presentada en el capítulo 4, es importante señalar que se presentan los hallazgos más representativos obtenidos a lo largo de un año de observación participante, los cuales fueron seleccionados a partir de la codificación de las notas de campo.

El objetivo principal de la hermandad era el vencer la banda mítica en la más alta dificultad y obtener el logro por realizar esta hazaña; en este sentido la motivación principal de la mayoría de los jugadores para pertenecer a este grupo estaba relacionada con el progreso en el juego y la aspiración a estar entre las pocas hermandades que consiguen derrotar las bandas míticas en su totalidad y la reputación que acompaña a este logro.

Sin embargo, como se mencionó anteriormente las motivaciones de los jugadores no son únicas y que un jugador puede tener varias motivaciones que se amalgaman. Por ejemplo, el objetivo general de la hermandad obliga a los jugadores a trabajar en equipo como se puede observar en la siguiente interacción ocurrida en el chat escrito de la hermandad:

[Drudia Tanque]: ¿A quién demonios le importan los PUGS¹²?

[Drudia Tanque]: NADIE PUGEA EN ESTE JUEGO PARA CONTENIDO REAL

[Mago DPS]: ¿por qué estás gritando?

[Cazador DPS]: ¿Qué pasó?

[Pícaro DPS]: Un PUG...”

Aquí se puede observar la referencia que hacen los miembros de la hermandad sobre lo aleatorio que es jugar con un desconocido ya que no se tiene certeza de que esta persona pueda cumplir su rol a cabalidad. Señalando la razón por la cual cuando se busca completar contenido “real” (contenido de alto nivel) se requiere la organización y el trabajo en equipo. En este mismo sentido, se observa una diferencia entre las motivaciones por trabajo en equipo y la interacción social como menciona un Brujo DPS: “los amigos de la hermandad son como los amigos del trabajo” (2019). Aquí se puede observar una diferencia entre a quienes considera a sus amigos y con quienes colabora para lograr un objetivo en común. Dentro de la hermandad se formaban grupos más pequeños de cinco o seis jugadores que constantemente realizaban el contenido para grupos pequeños de manera conjunta y que en ocasiones tenían sus propios canales de comunicación y organización fuera de la hermandad. Lo que concuerda con los hallazgos de Ramírez quien menciona que: “los hallazgos revelan tres tipos de relaciones entre

¹² PUGS es un término utilizado por los videojugadores para referirse a los jugadores desconocidos, es decir que no pertenecen a las hermandades ni a los grupos cercanos de amigos, que se consiguen para un grupo a través de las herramientas para buscar jugadores. Proviene del término en inglés Pick Up Group.

jugadores: asociados dentro del juego, amigos sociales y amigos verdaderos” (2017, L. 2120)

Del mismo modo, se pueden observar otro tipo de motivaciones como cuando los jugadores del grupo formaban equipos de cinco personas para realizar *Achievements Runs*, las cuales se refieren a completar calabozos realizando tareas específicas que incrementan la dificultad y requieren organización y planeación. Las recompensas en este caso era una monta (objeto cosmético) cuando se completaba el grupo de logros para todos los calabozos de la nueva expansión. Entre más tiempo lleva la expansión más fácil se vuelve completar estas tareas; sin embargo, estos grupos buscaban completarlas inmediatamente, ya que es una demostración de estatus y de capacidad para jugar el juego, así como una montura más para los videojugadores que las coleccionaban.

Una interacción similar se puede observar en el chat escrito de la hermandad cuando uno de los jugadores obtiene una montura con una probabilidad de ser conseguida muy baja:

“[Monje DPS]: hey grats felicidades por tu love rocket

[Pícaro DPS]: SHHHH

[Sacerdote DPS]: Lo que él dijo

[Welren]: grats

[Druida Tanque]: Yeah

[DK Tanque]: grats bro

[Druida Tanque]: [Picaro DPS] ya no va a raidear con nosotros

[Pícaro DPS]: rofl

[Mago DPS]: R.I.P [Picaro DPS]" (2019)

En esta interacción se puede observar como el resto de los compañeros de la hermandad felicitan al integrante que consiguió la montura y como de forma burlona la líder de la hermandad señala que el jugador que la consiguió ya no jugará con ellos expresando los celos de que el otro jugador la haya obtenido.

La motivación para realizar contenido de alto nivel de los videojugadores en la hermandad provocó que la mayoría de los videojugadores al momento de salir la expansión realizaran la práctica de "*power leveling*"; que consiste en llegar de la manera más rápida al nivel máximo. Esto para poder comenzar a conseguir equipo más poderoso en calabozos que les permitiera tener más probabilidades de éxito al momento de incursionar en los contenidos de alto nivel. Esta práctica como comenta un Paladín de DPS quien jugó el primer día de la expansión durante 18 horas seguidas "ya no me enteré de que sucedió en la historia en mis últimos tres niveles, pero jugaré la historia con calma con otro personaje" (2018). Aquí se puede observar como la motivación por progreso en el juego pone en un segundo lugar las motivaciones por inmersión; sin embargo, el jugador en este caso posteriormente se dedicaría a satisfacer esta motivación.

Ahora bien, una vez analizado el componente subjetivo del videojugador a partir de sus motivaciones; y la forma en la que la motivación principal de los videojugadores de progreso en el juego en conjunto con el espacio de juego los obliga a trabajar en equipo para cumplir los objetivos que nacen de la motivación. Es necesario analizar los

sistemas de normas, recursos y convenciones de los videojugadores en su mundo de vida, a partir de sus elementos analíticos la producción de la interacción y las estructuras que crean y reproducen.

Respecto a los sistemas de convenciones se observaron dos grandes categorías de horizontes de conocimiento a partir de los cuales los videojugadores construyen interacciones significativas. La primera corresponde a los esquemas interpretativos de indicadores no verbales que incluyen desde códigos de colores para identificar enemigos y aliados (rojo y verde respectivamente) o la rareza y poder de los objetos, armaduras y armas que pueden obtener (naranja para legendario, morado para épico, azul para raro, verde poco común, blanco común y gris para basura). El sistema de clasificación por color es una forma rápida para que por un lado los videojugadores identifiquen de manera rápida el valor y la posible utilidad del objeto obtenido; y por el otro para que otros videojugadores de manera rápida pueden tener una idea del nivel de poder de los otros videojugadores. Por ejemplo, si la hermandad buscara un nuevo integrante, simplemente con inspeccionar a un jugador y verlo equipado con objetos de color verde y azul sabrían que este no contaba con el equipo necesario para jugar con ellos.

Del mismo modo cada uno de los hechizos y habilidades tanto de aliados como de enemigos tiene un ícono e indicadores visuales que ayudan a los videojugadores a identificar de manera rápida la información relevante sobre lo que está sucediendo. Por un lado, le permiten al videojugador conocer qué habilidades está utilizando cuales están disponibles para utilizarse y aquellas que se encuentran en enfriamiento; por el otro, le permiten saber qué habilidades están utilizando los aliados y enemigos. Estos indicadores visuales le permiten a los videojugadores obtener información relevante para

actuar en el mundo de vida del videojuego de manera personal y también para organizar estrategias grupales.

Continuando con los indicadores no verbales también se encuentran las animaciones que realizan los avatares de los videojugadores y los personajes del videojuego, estas funcionan como claves visuales para conocer la intención de la acción que está por realizar el otro videojugador, un enemigo o algún personaje. En este sentido, un videojugador que cuenta con los esquemas interpretativos puede identificar claramente las posturas de ataque o de lanzamiento de hechizos y tomar las decisiones pertinentes en el mundo de vida del videojuego. En este sentido conocer a profundidad los indicadores no verbales le pueden permitir a un videojugador experimentado realizar acciones como cancelar animaciones o sobreponer acciones actos que se realizan con la intención de ganar fracciones de segundo y de esta manera también una ventaja competitiva.

Ahora bien, la segunda categoría que corresponde a los esquemas interpretativos de indicadores verbales de los que una gran parte proviene de los sistemas de convenciones que utiliza la desarrolladora para la construcción del videojuego y su universo. Los videojugadores dentro de sus horizontes retoman como conocimiento no problemático los componentes propios del género de juego y los incorporan a su práctica comunicativa y a sus sistemas de convenciones. Por ejemplo, es común que cuando están subiendo de nivel utilicen términos como “farmear xp” que se refiere a conseguir puntos de experiencia a través de una actividad repetible o escribir en el chat de la hermandad “ding” cada vez que se sube de nivel término que deriva del sonido en el juego cuando se sube de nivel. Del mismo modo, se utilizan una gran cantidad de

acrónimos como PUG, LFR (para referirse al buscador de grupos por las siglas de la herramienta en inglés “Looking for Group”), M+ para referirse a los calabozos míticos cronometrados por citar algunos.

Continuando con los componentes que provienen de los sistemas de convenciones se pueden también identificar los elementos y descriptores narrativos que retoman los videojugadores como parte de los esquemas interpretativos y los sistemas de convenciones. Los videojugadores utilizan los nombres de las clases, razas, los hechizos, habilidades, las facciones, personajes y los lugares representados en el videojuego propuestos en el espacio figurativo por parte de la desarrolladora en su práctica comunicativa. Estos son utilizados con objetivos básicos como indicar las acciones que están sucediendo en el juego o a los lugares en los que se encuentran los videojugadores, coordinar acciones durante las sesiones de juego o para comentar sobre estrategias o perspectivas del estado del videojuego en general. La siguiente conversación entre dos miembros de la hermandad ejemplifica como se utilizan estos elementos:

[Paladín Sanador]: Hacer una llave de nivel alto fue fácil en un monje o en un paladín.

[Paladín Sanador]: todos los demás sanadores tuvieron dificultades.

[Druida Sanador]: No es tan malo como druida

[Paladín Sanador]: la cantidad de sanación necesaria en una llave alta...

[Paladín Sanador]: es demasiada para un druida, por ejemplo

[Paladín Sanador]: El ultimo jefe en Tol Dagor

[Paladín Sanador]: y el primer jefe en Tol

[Druida Sanador]: cierto

[Paladín Sanador]: o el jefe Crawg en Underrot

[Paladín Sanador]: y el del veneno

[Paladín Sanador]: y el ultimo jefe

[Paladín Sanador]: o el primer jefe de KR

[Paladín Sanador]: y la jefa que avienta el hacha en KR

[Druida Sanador]: La jefa del hacha es terrible.

[Paladín Sanador]: tengo un monje tanque/sanador 385, un DH 383 Tanque/DPS y un paladín 380 tanque/sanador

[Paladín Sanador]: así que puedo hablar desde muchas perspectivas” (2018).

Como se puede observar en el extracto de la conversación se hace referencia a diferentes calabozos y jefes dentro de los calabozos para explicar el estado actual del juego. Así mismo otro aspecto interesante que se rescata es la referencia que se hace al nivel de equipamiento de los personajes del videojugador, este código numérico indica de manera rápida a los otros videojugadores el poder de las armaduras y de las armas que posee un videojugador y por lo tanto es un indicador del poder del este. Por un lado, esto tiene la función de ser una forma rápida de saber qué contenidos puede realizar un videojugador y por otro es también un indicador del tiempo que ha invertido y del conocimiento sobre el videojuego. En el ejemplo, anterior el Paladín Sanador utiliza este indicador para dar validez a su opinión sobre el estado del juego.

Es importante recalcar que los elementos del videojuego que componen los esquemas interpretativos de los videojugadores y que son utilizados en la producción de la interacción a través de la práctica comunicativa, así como los sistemas de convenciones que se producen y reproducen son incorporados a los horizontes de vida de los videojugadores a través de los mecanismos analizados en el [capítulo 2](#). Una parte de estos están directamente dictados por los sistemas de convenciones utilizados por la desarrolladora para crear el mundo de juego (las tipificaciones de mecánicas de juego y del espacio figurativo véase [apartado 5.1.3](#)), siendo estos los elementos que el videojugador experimenta en su mundo de vida. Así mismo, otra parte de estos provienen de la producción de la interacción entre los videojugadores que da la oportunidad para la generación de esquemas interpretativos y sistemas de convenciones utilizados comúnmente por los videojugadores; por ejemplo, las palabras “pug” o “ding” mencionadas anteriormente.

Ahora bien, relativo al poder y sus elementos analíticos los medios y los sistemas de recursos. En este sentido el primer aspecto relevante que se puede observar se encuentra en la estructura organizativa de las hermandades que está ligada a facilitar que se puedan realizar las actividades de juego que requieren la organización de los videojugadores en grandes grupos. En este sentido la hermandad analizada se apropiaba del sistema de formación de hermandades, que se analizó en el apartado pasado, para crear una estructura organizativa con distintos niveles de poder y distintas posibilidades de ejercer este poder.

La estructura jerárquica de la hermandad contaba con los siguientes rangos: *Guild Leader, Co-Guild Leader, Officer, Verteran Raider, Raider, Social, Recruits y Alts*. En

este sentido el primer rango en la estructura el Guild Leader, líder de la hermandad en español, es otorgado por programación del videojuego al videojugador que funda la hermandad y es el único rango que no permite salir de la hermandad sin antes otorgarlo a otro videojugador. Este rango tiene todas las funciones disponibles para la administración de la hermandad, que incluye los medios para invitar nuevos miembros, expulsar miembros, control sobre el banco de la hermandad (donde se guardan los recursos compartidos de la hermandad consumibles y materiales para crear consumibles, armaduras, entre otros y el dinero de la hermandad). Así como crear nuevos rangos otorgarles diferentes niveles de acceso a los medios de control de la hermandad y de nombrar a videojugadores en los distintos rangos. En este sentido, en los grupos organizados el líder de la hermandad es quien detenta el poder y los medios para el control de los grupos de juego.

Ahora bien, en el grupo analizado aun cuando por programación solo puede existir un líder de gremio este contaba con el rango de *Co-Guild Leader*, que contaba con todos los permisos señalados anteriormente, siendo ocupado este rango por la cofundadora de la hermandad. En este sentido la administración general, así como del rumbo y las acciones que tomaría el grupo de videojugadores analizado dependía de estas dos personas. Es importante señalar, que estos dos videojugadores son quienes establecían las reglas de convivencia y de permanencia en la hermandad, los días que la hermandad se juntaría para llevar a cabo las bandas míticas, calabozos míticos y cualquier otra actividad programada, así como los parámetros para definir el resto de la estructura de la hermandad, para el reclutamiento y para la permanencia en esta.

Sumado a la administración de la hermandad estos dos videojugadores durante las bandas míticas también cubrían el papel de Raid Leader, líder de la redada, que consistía en definir las acciones a tomar en una sesión de juego, por ejemplo, que jefes se matarían un día determinado o si se enfocaría el día a perfeccionar las estrategias en un jefe específico, seleccionar las estrategias a utilizar. Así como, crear el grupo que participaría en la banda mítica en un día determinado y que jugadores quedarían en la banca (es decir en espera en caso de que se necesitara agregar diferentes clases o roles para vencer a un jefe específico). Este concepto de banca es común en los grupos míticos de bandas míticas donde diferentes jefes requieren distintas estrategias, por ejemplo, llevar más jugadores melé que de rango o viceversa o agregar o quitar sanadores a la composición del grupo por citar un ejemplo; tener este grupo de videojugadores de respaldo para realizar estrategias ad hoc o bien para suplir en caso de que alguno de los jugadores regulares no pudiera asistir asegura que la hermandad podrá tener un progreso en la banda mítica continuo.

Sin embargo, este tipo de ejercicio del poder y de los medios podía llegar a generar discrepancias entre los miembros de la hermandad como se puede observar en el siguiente extracto de conversación:

[Cazador]: Hola, solo te quería comentar que voy a buscar una nueva hermandad.

[Investigador]: ¿Se debe a alguna razón en particular?

[Cazador]: Francamente, odio en lo que se ha convertido el Líder de la hermandad desde que no logramos conseguir Cutting Edge en G'Huun¹³.

[Cazador]: Odio hacer las bandas míticas ahora, el (líder de la hermandad) me manda a la banca constantemente por estar en desacuerdo con él.

[Cazador]: No soy un raider de banca, me rehúso a serlo. (2019)

El siguiente rango, Officers (oficiales) estaba compuesto por videojugadores ya sea con amplia experiencia en el videojuego los cuales eran promovidos a este rango por los líderes de la hermandad. Estos oficiales tenían la función de ayudar a los líderes de la hermandad en la administración contando con permisos para invitar jugadores al rango de recluta y *alts*, así como el manejo de materiales guardados en el banco de la hermandad, pero no del oro en esta. Sumado a estas responsabilidades administrativas los oficiales tenían la función de ayudar a la implementación y ejecución de las estrategias empleadas para vencer a los jefes en las bandas míticas, donde se les otorgaba la función de *Raid Assist* (o asistente en la banda mítica), donde las funciones incluían ayudar a los videojugadores de rangos más bajos a mejorar su rendimiento, revisar el rendimiento de los reclutas en conjunto con los líderes de la hermandad, dirigir acciones específicas como el uso de enfriamientos de daño o de curación en momentos específicos o asignar acciones específicas a ciertos jugadores.

¹³ *Cutting Edge G'huun* es un logro que se obtienen los videojugadores al vencer al último jefe de una banda en la dificultad más alta, en este caso se refiere a la banda de Uldir la primera banda de la expansión *Battle for Azeroth*.

Es importante señalar que los tres rangos señalados hasta este momento por programación del juego tienen acceso a un chat de hermandad conocido como “officer chat” en el que estos rangos pueden platicar dentro del juego y que únicamente es visible para ellos. Estos rangos de la estructura también decidían la distribución del botín obtenido después de vencer a los jefes, la cual se realizaba de manera consensuada entre los líderes de la hermandad y los oficiales; en función de lo que beneficiara más al grupo en general la regla favorecía a que los jugadores de daño recibieran primero las mejoras de equipo en el entendido de que hacer más daño a los jefes hace más fáciles los encuentros ya que se vencen más rápido.

Cabe recalcar que las decisiones que se tomaban en conjunto por estos rangos en general eran aceptadas por el resto de los videojugadores y en caso de discrepancias, estos contaban con los medios para ejercer el poder y obligar a que se cumplieran los dictámenes. Del mismo modo dentro de estos rangos la asimetría en el poder y los medios para aplicarlo podía llegar a causar conflictos como comenta un videojugador que participaba como oficial y asistente de banda:

“[Sacerdote Dps]: Traté de realizar algunos cambios cuando participaba como *raid assist* y eso provocó que me bajaran de rango. Así que me di por vencido en tartar de ayudar al liderazgo de la hermandad. Los oficiales son en general buenas personas, pero terribles como líderes” (2019).

Los siguientes rangos en la estructura de la hermandad eran el de *Veteran Raider* y *Raider*, este rango era otorgado a los videojugadores que componían el núcleo del equipo de 25 personas que participaban en las bandas míticas, dentro de este grupo de videojugadores se encuentran los que en ocasiones estaban en la banca. La única

diferencia entre estos dos rangos es que el de veterano se le otorgaba a los videojugadores con más antigüedad en la hermandad, en tanto que el rango *Raider* se le otorgaba a cualquiera que hubiera concluido su periodo de prueba como recluta. Estos dos rangos tenían acceso limitado al banco de la hermandad, únicamente para depositar objetos y no tenían privilegios para invitar a jugadores a la hermandad; en cuanto a las estrategias utilizadas para vencer a los jefes en la banda mítica su única función era la ejecución y no se les incluía en la discusión sobre estas.

El siguiente rango en la estructura *Recruits* (reclutas en español) se componía de aquellos videojugadores que estaban en un proceso de aplicación a la hermandad. Este proceso consistía en contactar a uno de los líderes de la hermandad o algún oficial vía el chat del videojuego. El proceso de reclutamiento consistía en demostrar experiencia realizando bandas míticas la cual el videojugador comprobaba a través de logros obtenidos o bien en algunas ocasiones los reclutas provenían de grupos aleatorios en los que alguno de los líderes de la hermandad identificaba a un candidato potencial. Una vez demostrada la experiencia y si los horarios de juego acomodaban al recluta este era invitado a unirse a la hermandad en un periodo de prueba donde se le invitaba al contenido que la hermandad tenía dominado y se evaluaba el desempeño del recluta (la cantidad de daño o curación realizada en caso de ser dps o sanador, el número de veces que se equivocó en alguna de las peleas y murió, en el caso del rol de tanque el manejo y posicionamiento de los enemigos y el número de veces que murió por citar algunos de los elemento evaluados.

Los periodos de prueba en el grupo analizado tenían una duración de entre dos o tres semanas y este concluía con el jugador siendo promovido al rango de *Raider*, con

el jugador siendo expulsado de la hermandad o con el jugador abandonado la hermandad por su propia cuenta. Uno de los aspectos interesantes de este periodo de prueba es que permitía tanto al aplicante como a los líderes de la hermandad conocer si eran compatibles no sólo en el objetivo de vencer jefes o en el ámbito de lo técnico poder ejecutar las acciones dentro del juego; si no también en el ámbito del comportamiento con y alrededor de la comunidad de la hermandad y con las normas y la moral del grupo que se analizará más adelante.

Los últimos dos rangos en la jerarquía de la hermandad eran el de *Social* y el de *Alts*. El primero de estos se le otorgaba a amigo y familiares de miembros de la hermandad que no tenían interés en realizar el contenido de alto nivel, pero que buscaban un lugar para convivir y donde también pudieran organizar diversas actividades dentro del juego como calabozos de bajo nivel o participar en bandas de nivel heroico. El rango de *Alts*, que proviene de alternativo, era el rango para denominar a los personajes alternativos de los videojugadores, esto le permitía a los videojugadores tener más de uno en la hermandad y participar en distintas actividades probando otros roles. Esto dos rangos tenían una función enfocada a lo social y por lo tanto no contaban con capacidades administrativas en la hermandad y no participaban en las bandas por lo que tampoco tenían injerencia en ellas.

Como se puede observar la hermandad analizada contaba con un sistema de recursos representado en la estructura jerárquica; la que se caracterizaba por su rigidez y por concentrar el poder en un grupo reducido de jugadores. Y aún dentro entre estos la distribución de los medios y los sistemas de recursos para ejercerlo era asimétrica lo que en ocasiones causaba tensiones en las interacciones entre los diversos

videojugadores. En este sentido, el resto de los videojugadores producían y reproducían esta estructura, ya que el hacerlo los acercaba a cumplir los objetivos que resultaban de su motivación por logros; donde la única opción que tenían al no estar de acuerdo con estas estructuras era abandonar la hermandad y buscar otra.

Sumado al sistema de normas que impone la desarrolladora a través del Contrato de Licencia de Usuario Final de Blizzard (EULA) y el Contrato Social de *World of Warcraft* y construido en parte sobre esto, es pertinente analizar el componente moral a partir de sus elementos analíticos las normas y los sistemas de normas observados en el grupo de estudio. En este sentido, se observaron unas muy breves normas escritas y un conjunto de normas tácitas en la hermandad. En general estas buscaban mantener la cooperación del grupo y normar la conducta de los videojugadores durante sus interacciones dentro de la hermandad.

Las normas escritas se encontraban colocadas en la interfaz de la hermandad y señalaban el horario de las bandas míticas y el tiempo de anticipación con el que tenían que estar listos los videojugadores para comenzar la actividad. “Raid M-J, 8-11 pm horario del servidor, invitaciones 7:45. Los *raiders* deben venir preparados”. Siendo lo único en forma de normas escritas de conocimiento de todos los miembros de la hermandad; la interpretación de estas y el resto de las normas que regían la hermandad eran tácitas. En este sentido, comenzando por las normas escritas parte de la interpretación es sencilla estar listo para ser invitado al grupo 15 minutos antes de que comience para poder empezar a la hora en punto; así como indicar los días que se realizaban las bandas miércoles y jueves y la hora de término. Ahora bien, el presentarse preparado incluía una serie de acciones esperadas por parte del videojugador. En primer

lugar y en su interpretación más rápida se refería a haber reparado el equipamiento, tener los encantamientos y gemas en todas las armaduras y armas a las que les correspondiera y llevar suficientes pociones según el rol del videojugador.

En un segundo plano también señalaba a los videojugadores que debían de estar preparados con la selección de talentos correcta para cada una de las peleas a enfrentar en un día, el equipamiento de mejor nivel con las estadísticas apropiadas para su clase. Para conseguir esto además del conocimiento de las mecánicas del juego y de su clase los videojugadores se apoyaban en páginas web especializadas o en guías de video generalmente realizadas por videojugadores en la escena de los deportes electrónicos de *World of Warcraft*. Como comenta uno de los informantes clave un Cazador DPS:

“Para sobresalir en juegos como WoW, necesitas un buen sentido de los números y las estadísticas. No estoy seguro de si mi habilidad para el *theorycrafting* me ha hecho decente en WoW o si ser decente en WoW me ha convertido en un buen teórico. Mi capacidad para prepararme y pensar en los desafíos que presenta WoW me ha permitido seguir siendo un jugador viable” (2019).

Al mismo tiempo, también se refiere a haber estudiado las estrategias para vencer a los jefes y tener una idea general de lo que cada uno de estos hace en su versión mítica. Para conocer esto los videojugadores podían utilizar la guía de calabozos y bandas la cual se puede consultar dentro del videojuego y además ver las guías en video en la plataforma *YouTube*, videos elaborados por las hermandades que compiten en la escena de deportes electrónicos del videojuego.

Sumado a esto, también se solicitaba que los videojugadores notificaran a los oficiales de la hermandad o los líderes si por algún motivo no podían acudir un día específico a la banda; esto con el objetivo de poder planear con antelación la estrategia a seguir. Las sanciones por incumplir estas normas eran variadas y se manejaban caso por caso por parte de los líderes de la hermandad, siendo visible una mayor capacidad de negociar la sanción con los jugadores veteranos en la hermandad o con aquellos que tenían un muy buen desempeño en las bandas míticas. Por ejemplo, uno de estos jugadores normalmente se llevaban una reprimenda verbal, mientras que jugadores más nuevos con el rango de *raider* podrían ser mandado a la banca por el día; en tanto que un recluta podía ser expulsado de la hermandad. Esta disparidad en la aplicación de las sanciones tenía como fundamento el objetivo de la hermandad de conseguir vencer la banda mítica y ser estricto con los jugadores que se sabía tenían un buen desempeño podía poner en peligro la capacidad para cumplirlos.

Así mismo, en la hermandad existían normas tácitas sobre el comportamiento esperado cuando se trataba con otros videojugadores en el chat de la hermandad, en el chat de voz o en el Discord. En general, se esperaba que los videojugadores no platicaran sobre asuntos ajenos a la banda mítica mientras se estaba jugando; en tanto que fuera de los espacios de la banda mítica y durante los descansos los videojugadores podían hablar de cualquier tema. Como se puede observar en el reclamo que hace uno de los oficiales en una discusión durante una sesión de banda mítica:

“[Druida DPS]: No es por ser grosero pero todos ustedes se han pasado la mitad de la raid del día de hoy y todo ayer hacienda tonterías y después quieren seriedad al final del día y al final llaman a todos idiotas.

“[Druida DPS]: Perdón, retrasados...

[Brujo DPS]: No creo que nadie haya dicho eso. Creo solo estábamos comentando que el portal estaba encima de los robots, no es culpa de nadie, se sugirió moverlo y ya se resolvió el asunto.

[Druida DPS]: Literalmente llamó a la gente retrasada por no hacer clic en los portales...

[Druida DPS]: Voy a regresar a estar callado, los quiero equipo.

[Caballero No Muerto Tanque (oficial)]: El punto es que la gente sigue hablando de tonterías y haciendo comentarios inútiles, mientras estamos en un jefe” (2019).

El uso de lenguaje ofensivo hacia otros jugadores no estaba normado dentro de la hermandad y las instrucciones y comunicaciones entre los videojugadores frecuentemente ocasionaban fricciones, en especial cuando los intentos por vencer a algún jefe no salían de manera correcta. Como se puede observar en esta conversación entre videojugadores en un grupo mientras hacían calabozos de alto nivel:

“[Chamán Sanador]: Siento que, en lugar de dar retroalimentación, solo llaman a la gente autista y lo dejan ahí.

[20:24] [Sacerdote Dps]: En la mayoría de las ocasiones, tienes razón. Es una de las cosas que no me gusta, nadie trata de ayudar al otro a mejorar solo gritan y se quejan de los errores” (2019).

Como se puede observar las normas y los sistemas de normas estaban enfocados a mantener a la hermandad funcionando para que pudiera lograr el objetivo de ser

competitiva a alto nivel. Normando sobre todo lo esperado de los videojugadores para realizar las bandas míticas y maximizar las posibilidades vencer a los jefes. Dejando de lado la creación de normas para las interacciones entre los miembros de la hermandad para fomentar un espacio de respeto y de cooperación, lo que como se señaló causa tensiones entre los miembros de la hermandad.

En este sentido, resulta importante analizar la ideología de este grupo de jugadores partiendo desde la premisa de que esta es un producto inevitable de la producción de la interacción entre los agentes. En primer lugar, es importante hablar de la función integradora de la ideología, relacionada con la necesidad del grupo a otorgarse una imagen propia y ante el mundo y fundamental para la creación de grupos sociales (véase apartado [3.3.1](#)). En específico, en la hermandad estudiada pudo observar que en su vida cotidiana se definían como *gamers*. El término era comúnmente utilizado para referirse al grupo, por ejemplo “*Gamers*, listos para las invitaciones a la banda mítica” (Pícaro, DPS, 2019). Del mismo modo se observó a menudo en frases como: “solo se aceptan *gamers* de verdad en esta hermandad” (Druida, Tanque, 2019) o en la expresión “*now we are gamming*” utilizada de manera común por los miembros de la hermandad cuando se estaba jugando de manera excepcional.

En este orden de ideas, cuando los videojugadores se refieren a ellos mismos como *gamers* no solo se está hablando de un aspecto de identidad personal, si no de una identificación de grupo; es decir desde una perspectiva ideológica que incluye un evento inaugural, así como esquemas de dominación y de legitimización. En este sentido, se puede identificar que el evento inaugural para los *gamers* está relacionado con las motivaciones y con ser un iniciado en los sistemas de convenciones, de recursos y de

normas de los videojuegos; y la capacidad de poder aplicar este conocimiento a partir de la agencia para lograr objetivos.

Como lo explica uno de los informantes clave: “soy esclavo de las diferentes barras de progreso en el juego. Puntos de Logros, mascotas, apariencias y el nivel de mi equipamiento; eso es lo que me mantiene trabajando” (Cazador, DPS, 2019); donde se puede observar la relación que tienen las motivaciones por logros. O bien como lo expresa un Paladín “tengo mucho interés en hablar de las mecánicas de juego y del balance del juego, ya que esto es lo que me va a ayudar a ser un mejor *gamer*” (Paladín, DPS, 2020). En este sentido es pertinente recordar lo planteado por Ricoeur & Thompson que explican que la ideología es “una reflexión, también es siempre una justificación y un proyecto” (2016, p. 188).

En este sentido una de las explicaciones más completas proviene de la reflexión que realiza otro de los informantes claves al ser cuestionado que significa ser *gamer* para él:

“Todo lo que puedes hacer en un día determinado fuera de comer, dormir y desafortunadamente trabajar, podría considerarse una pérdida de tiempo. Ser un *gamer* significa que tu pasatiempo, cómo eliges pasar tu tiempo, es buscar el disfrute de los videojuegos. Para algunos, es la competencia lo que los mantiene interesados. Para otros es la comunidad o el desafío o simplemente un golpe de dopamina para pasar unas horas del día. Para mí, es la comunidad y la apreciación de la construcción del mundo presente en los videojuegos que me gustan. Es mi manera de conectarme con amigos y olvidar el estrés del día y relajarme. Eso es lo que significa para mí ser un *gamer*” (Brujo DPS, 2019).

Se puede observar la importancia que tiene el videojuego en la vida cotidiana y el proyecto de vida que surge de las motivaciones del agente en este caso el videojugador. Estas motivaciones y este proyecto reflexivo que tiene acción en la vida cotidiana funcionan como el elemento para conformar el grupo, es decir estos se amalgaman para crear a nivel hermandad un mito fundacional. En este sentido la hermandad busca a través del juego competitivo y de conseguir vencer las bandas en la dificultad más alta reafirmar y revivir el suceso significativo que da sentido a la formación de grupo. Recordando que el evento inaugural “solo puede ser revivido y reactualizado en una interpretación que lo modela retroactivamente, a través de una representación de el mismo” (Ricoeur & Thompson, 2016, p. 186).

Lo que da luz de el por qué los videojugadores producen y reproducen las estructuras de dominación y de legitimación observadas en la hermandad. Recordando como plantea Giddens que: “el compromiso motivacional con un ‘orden’ es equivalente al compromiso moral con ese ‘orden’, por lo tanto, relegando cualquier preocupación con la acomodación de este como un sistema de dominación que expresa y es reproducido por asimetrías en las relaciones de poder en la interacción social” (2013, L. 2470). Esta relación entre el evento inaugural, la ideología se puede observar en el comentario que hace un Cazador Dps cuando se le preguntó qué espera de una hermandad: “Quiero una hermandad con personas competentes con poco drama y maduras. No me quedaría en una hermandad con mucho drama” (2020). Donde no sólo se pone el énfasis en revivir el evento inaugural a través de compañeros competentes capaces de jugar al más alto nivel, sino que también justifica los esquemas de legitimación y dominación existentes

que al mismo tiempo dan pertenencia al grupo y separan y segregan a aquellos que no son *gamers*.

A lo largo de este capítulo se analizó cómo la desarrolladora plantea el espacio de juego que se representa en un mundo persistente que está constituido por sistemas de normas, recursos y convenciones. Las que, por un lado, norman la conducta y los términos de uso del videojuego, al mismo tiempo aseguran que el videojugador se mantenga enganchado con el videojuego aprovechando y apelando a las distintas motivaciones de los videojugadores. Por último, los sistemas de convenciones utilizados por la desarrolladora, en específico las tipificaciones, que permiten al videojugador tener claro los horizontes del videojuego y utilizar conocimientos no problemáticos para desenvolverse en él y un espacio figurativo que da consistencia y persistencia al mundo de juego.

Se observó cómo a partir de este espacio de juego creado los videojugadores pueden crear una intersubjetividad compartida a partir de la producción de la interacción en los niveles comunicacional, moral y de poder pueden producir estructuras de significación, dominación y legitimación; analizadas a través de sus componentes analíticos. Sumado a esto se pudo constatar que el papel de la agencia y las motivaciones de los videojugadores juegan un papel fundamental para el actuar del videojugador en su vida cotidiana; así como el papel que tienen estos para crear grupos, como es el caso de la hermandad analizada. Se observó como utilizando como base los sistemas de normas, recursos y convenciones planteados por la desarrolladora y como resultado de la producción de la interacción entre los videojugadores la hermandad produce y reproduce sus propios sistemas de convenciones, recursos y de normas.

Por último, como un producto inevitable de la producción de la interacción de los agentes se encuentra la ideología, en la que un evento inaugural los cohesiona como miembros de la hermandad; reafirmando con la motivación como un elemento central para que el agente se comprometa con estructuras de significación, legitimación y dominación, las cuales el videojugador toma no problemáticas y que son utilizadas por estos en su vida cotidiana para reproducir y producir la ideología.

6. Conclusiones

Como se recalcó a lo largo de la obra resulta necesario para las Ciencias Sociales estudiar a los videojuegos y a sus comunidades no únicamente desde una perspectiva de entretenimiento o a partir de su importancia económica; sino también desde abordajes teóricos y metodológicos que permitan explicar el papel de la práctica comunicativa y la creación de intersubjetividad compartida por las comunidades de videojugadores y cómo estas se pueden crear alrededor de productos culturales mediados por la tecnología. En este sentido el presente trabajo a partir de la discusión teórica logra presentar una propuesta teórica y metodológica para el análisis de estos fenómenos de la cultura digital contemporánea.

En este sentido se establece en primer lugar la pertinencia de pensar al videojuego desde la fenomenología y a la fenomenología desde el videojuego. De este modo, situar a los videojuegos como parte del mundo de vida, permite partir desde la premisa de que estos forman parte del sitio fundamental preexistente de antemano considerado como real donde los sujetos pueden actuar y encontrarse. Y por lo tanto construir intersubjetividad a partir de una comunicación basada en los horizontes que presenta el mundo de vida y que es susceptible a comprobación con su coherencia con el mundo objetivo, social o subjetivo.

A partir de esta premisa se resalta el papel central que tiene el lenguaje en primer lugar para experimentar el mundo de vida, interpretar los horizontes que este le presenta y para actuar en él; siendo la comunicación esencial para la práctica de la interacción entre los sujetos y para la creación de la intersubjetividad. En este sentido, se presenta la propuesta de la práctica comunicativa que, a partir, de la acción comunicativa

habermasiana y complementada a partir de la propuesta heideggeriana del Dasein permite establecer el modelo de la práctica comunicativa. Propuesta que por un lado permite realizar la medición de validez de las enunciaciones de los actores a partir de los marcos normativos compartidos en los horizontes con la aplicación del binomio sí/no. En la que se incorporan los conceptos del desvelamiento pre-reflectivo y del desvelamiento reflectivo; siendo el primero utilizado por los actores cuando existen las estructuras y condiciones para que los actores puedan comprender el trasfondo y la comunicación se de manera no problemática.

En tanto que, el desvelamiento reflectivo sucede cuando no existen estructuras de inteligibilidad y proporciona la posibilidad de que el actor pueda adquirir los elementos necesarios para juzgar las aseveraciones a partir de su experiencia expandiendo sus horizontes de mundo de vida y de esta forma incorporando las estructuras y condiciones para comprender el trasfondo. Las cuales una vez incorporadas le permiten poder medir la validez de las enunciaciones. Siendo este el mecanismo para que los actores en el mundo de vida puedan agregar conocimientos a la intersubjetividad compartida.

Así mismo se logra explicar cómo el videojugador actúa con una suspensión fenomenológica de la aceptación de la realidad y por lo tanto, con una actitud natural en el videojuego a través de la mediación de la conciencia a partir de la que toman los objetos y las experiencias que suceden en este como reales. En este sentido es importante recalcar que se explica como las zonas de alcance, zonas de operación y alcance recuperable, así como las nociones de tiempo social, del mundo y biológico operan bajo la lógica del mundo ofreciendo resistencia al videojugador; y al mismo tiempo siendo la base para la construcción de los horizontes de su mundo de vida.

En este mismo tenor se recalca la capacidad de reconocer al Otro en los MMOs y en los *esports* a través de sus identidades persistentes; esto sumado a las estructuras del mundo de vida permiten que las relaciones sociales sean recuperables y asequibles en un tiempo y espacio compartido. Los Daseins no solo se pueden comunicar si no también presenciar al Otro en el espacio y experimentar como cada uno modifica el mundo de vida a través de sus acciones; esto permite que se puedan formar relaciones, redes sociales y comunidades con estructuras sociales complejas. Del mismo modo se demuestra cómo operan los acervos de conocimiento y tipificaciones característicos del mundo de vida representados en el conocimiento básico los conocimientos habituales y las tipificaciones no problemáticas, pre-reflectivas y las tipificaciones problemáticas, desvelamiento reflectivo que permiten expandir los horizontes del mundo de vida de los videojugadores.

Se consigue recalcar el papel que tiene la experiencia fenomenológica para comprender las diferencias del videojuego en comparación con los medios tradicionales. En este sentido el papel activo del videojugador y las decisiones que toma en su mundo de vida juegan un papel fundamental para la creación de una experiencia singular ligada a su biografía y los acervos de conocimiento. Del mismo modo, este acercamiento fenomenológico abre la posibilidad de que cualquiera pueda ampliar sus horizontes de mundo de vida experimentando el videojuego, creando acervos de conocimiento a través del desvelamiento reflectivo permitiéndole compartir, definir y renegociar la intersubjetividad que antes le era ajena. En otras palabras esta ampliación de los horizontes del mundo de vida y de los acervos de conocimiento le permiten al

videojugador tener más herramientas para hablar del mundo y para interactuar con este y los Otro que lo habitan.

Del mismo modo, circunscribir al videojuego al mundo de vida permite no solo comprender como actúa el videojugador y el por qué puede crear una intersubjetividad permite poder realizar el análisis de este desde la perspectiva de dimensiones real, subjetiva e intersubjetiva. A partir de la perspectiva analítica propuesta por Giddens (2013) se establecen las bases teóricas y metodológicas para comprender al videojuego desde estas tres dimensiones, siendo el espacio de juego el espacio compartido, presupuesto y considerado como real por el videojugador, puede ser estudiado a partir de los sistemas que lo componen los cuales son definidos por la desarrolladora del videojuego.

Estando los sistemas de normas integrados por reglas y sanciones que norman el uso de los videojuegos, los usos que pueda dar el jugador, la propiedad y su comportamiento. Los sistemas de recursos, compuestos por el modelo de negocio y los motivadores, que tienen como objetivo mantener al jugador enganchado; y por último los sistemas de convenciones utilizados para la construcción de los mundos de juego le permiten a los videojugadores tener un marco de referencia a través del cual puede elaborar marcos de significado para organizar, comprender y explicar su experiencia en los mundos de juego, compuestos por las tipificaciones de las mecánicas de juego y el espacio figurativo.

La dimensión subjetiva compuesta por las motivaciones de los agentes que son fundamentales para comprender sus acciones en el mundo de vida, así como las interacciones con otros agentes. Estas se dividen en tres categorías principales:

interacción social, logros e interacción social; es importante recordar que los videojugadores no tienen únicamente una motivación y que estas se encuentran en un constante flujo dependiendo de las necesidades del videojugador en un momento dado o de acuerdo con quien esté jugando.

Por último, el sistema de la intersubjetividad: la producción y reproducción de la estructura. Se propone un modelo que en conjunto con la comprensión del espacio de juego (lo real) y lo subjetivo (las motivaciones) permite analizar los componentes de la producción de la interacción: el poder, la moral, la práctica comunicativa y sus componentes estructurales: la dominación, la legitimación y la significación; los cuales pueden ser observados a partir de los sistemas de convenciones, recursos y normas que crean los videojugadores. Donde se resalta que la aparición de una ideología es consecuencia inevitable de la producción de la interacción entre los actores.

De este modo, a partir de la comprensión del videojuego desde la perspectiva del mundo de vida se sientan las bases para analizar cómo en los MMOs y los *esports* existe una constante negociación entre el mundo real, el mundo intersubjetivo y el mundo subjetivo de los actores que produce y reproduce la estructura. La aplicación de este modelo que se divide en el análisis de los contextos socio históricos para analizar la construcción de los sistemas del espacio de juego por parte de la desarrolladora; y en la observación participante para conocer las motivaciones de los videojugadores y la producción y reproducción de la estructura en el videojuego *World of Warcraft* arrojó los siguientes hallazgos:

Relativo a los sistemas de normas en *World of Warcraft*:

Se encontró que estos están regidos por el Contrato de Licencia de Usuario Final de Blizzard (EULA) y el Código de Conducta y el Contrato Social documentos que se enfocan en normar dos elementos principales, el uso y la propiedad de lo existente en el mundo de juego y en normar la conducta de los videojugadores dentro del mundo de juego.

Se identifican una serie de normas creadas para proteger la propiedad intelectual de la desarrolladora, donde se limita la oportunidad para que los videojugadores realicen obras derivadas, dupliquen objetos o realicen torneos de deportes electrónicos sin autorización previa; así como cualquier acción que busque modificar el funcionamiento del juego como son los *hacks* o el uso de programas informáticos para realizar acciones en el mundo de juego (*bots*). En específico el tema de las obras derivadas es de relevancia ya que parte de la cultura participativa alrededor de los MMOs y los *esports* está relacionada con la creación y remediación de contenidos, que cuando generan interés por el juego y la empresa son permitidos; sin embargo, cuando la desarrolladora considera que dañan de algún modo los intereses financieros son perseguidos. El videojugador opera en un área gris, donde quedan los derechos de uso justo de las propiedades intelectuales como un tema pendiente de investigar y discutir.

Del mismo modo, resalta que la propiedad de los objetos y bienes virtuales, así como el *Battle Tag* que contiene el nombre de usuario y su identidad persistente son propiedad de la desarrolladora. Esto sumado al derecho que se reserva la desarrolladora para la revocación o cancelación de las licencias de juego en caso de incumplirse los términos presentados en el Contrato de Licencia de Usuario Final de Blizzard (EULA), pudiendo de esta manera negar el acceso al juego o a cualquier bien virtual del

videojugador sin posibilidad de acceder a reembolsos. Deja abierta una gran interrogante sobre los derechos que tienen los habitantes de los mundos tema que sin duda tendrá que ser discutido y analizado conforme aumente el número de personas que interactúen con estos.

El código de conducta norma la convivencia de los videojugadores con el objetivo de hacer los videojuegos “un lugar seguro y divertido” para todos los videojugadores, normando el comportamiento dentro del mundo de juego. Siendo de particular interés la prohibición de uso de cualquier tipo de lenguaje ofensivo o discriminatorio ya sea en los nombres de los videojugadores o en las comunicaciones; así como realizar cualquier tipo de acción que arruine la experiencia de otros jugadores como realizar trampas o perder a propósito. Señalando en todos los casos que las sanciones pueden ir desde la suspensión de la cuenta del videojugador hasta la cancelación del Contrato de Licencia de Usuario Final de Blizzard. Por último, el Contrato Social es una versión simplificada del Código de Conducta, que se presenta al videojugador antes de entrar a *World of Warcraft*, donde de manera obligatoria el videojugador debe aceptar los términos planteados.

Las normas planteadas por la desarrolladora no solo rigen el uso del software y el comportamiento de los videojugadores; sino que también representan las bases sobre las que los videojugadores pueden producir y reproducir estructuras a partir de las interacciones en su mundo de vida dentro del videojuego. Resulta importante recalcar la relación asimétrica de dominación y legitimación que existe en la relación desarrolladora videojugador, existiendo nulos mecanismos para que los videojugadores puedan negociarlas o incluso apelar a las sanciones.

En cuanto a los sistemas de Recursos:

World of Warcraft es un juego en el modelo *pay to play*, compuesto por dos partes; la primera la venta del software base del videojuego y por la venta de expansiones que agregan grandes porciones de contenido, nuevas historias, nuevas zonas de juego, nuevos límites de niveles y en algunos casos nuevas razas o clases jugables. Y la segunda un modelo de suscripción mensual que es necesario para que el videojugador pueda seguir teniendo acceso al mundo de juego, así como a las actualizaciones de contenido dentro de una expansión. De esta forma la desarrolladora expande la historia del videojuego manteniendo al videojugador pagando por la suscripción por un lado para experimentar el nuevo contenido y por el otro para que pueda seguir teniendo acceso a lo que ha conseguido durante el tiempo que lleva jugando.

Esta estrategia se complementa con microtransacciones dentro del juego donde el videojugador puede adquirir elementos cosméticos o servicios sobre la cuenta de juego o sus personajes; incrementando de esta forma el apego a la cuenta de juego y haciendo que sea más probable que el videojugador continúe pagando la suscripción mensual. Así mismo, existe un sistema de intercambio de divisas ya sea dinero por oro (la divisa dentro de *World of Warcraft*), o del oro por balance en la tienda de la desarrolladora que el videojugador puede usar para realizar microtransacciones o incluso comprar otros juegos elaborados por esta. De esta forma agregando un valor monetario al tiempo que pasa el videojugador en el mundo de Azeroth, fomentando que este pase más tiempo en él y que continúe pagando por la suscripción mensual.

En cuanto a los motivadores, se observó en primer lugar relativo a los sociales se observa que este se encuentra en el diseño fundamental del videojuego siendo una de

las mecánicas del juego fomentar la cooperación entre jugadores para vencer enemigos. Esto se complementa con sistemas que permiten la formación de grupos semipermanentes y de grupos permanentes en la forma de hermandades y los sistemas de comunicación dentro del juego para facilitar la formación de estructuras sociales. Del mismo modo existen varios sistemas que apelan a las motivaciones por logros entre los que se identificaron los sistemas de puntos de logro que incluyen actividades repetibles y de coleccionismo que no solo atraen a los jugadores con estos intereses, sino que también aseguran que estos regresen al videojuego y continúen pagando la suscripción mensual.

Por último, en la categoría de inmersión se encuentran todos los contenidos que la desarrolladora crea para mantener enganchados a los videojugadores aún fuera del videojuego que incluye la implementación de narrativas transmedia y eventos de deportes electrónicos en torno a los contenidos competitivos de *World of Warcraft*. Así como la inclusión de elementos para mantener al videojugador enganchado dentro del videojuego como los *easter eggs*, secretos, y la explotación de la referencialidad interna del universo del videojuego. De este modo la desarrolladora asegura no solo apelar a los videojugadores que les interesa la inmersión dentro del juego sino también a través de medios complementarios incrementando el enganche con el videojuego y las ganancias a partir de la venta de productos transmediáticos.

En cuanto a los Sistemas de Convenciones

Relativo a las tipificaciones de las mecánicas de juego en *World of Warcraft* se identifica en primer lugar, la selección de un rol una raza y una clase; que se pueden dividir en tres funciones principales dps, tanque y sanador. Este elemento característico

de los juegos de rol que aun cuando en este juego están ligadas al espacio figurativo la tipificación permite a los videojugadores saber que esperar a partir de los horizontes de su mundo de vida. Del mismo modo este sistema está ligado al funcionamiento del videojuego ya que contar con estos es necesario para realizar cualquier tipo de contenido en equipo.

En este mismo sentido dentro de las tipificaciones que permiten al videojugador saber qué esperar se encuentran los sistemas de niveles y de atributos, característicos de los juegos de rol, donde se identificó en *World of Warcraft* cuatro atributos básicos: los primarios, fuerza, intelecto o agilidad; el recurso utilizado para realiza acciones, energía, poder rúnico, maná o ira; los puntos de vida y la cantidad de armadura. Así como cuatro atributos secundarios que son: celeridad, maestría, golpe crítico y versatilidad.

Del mismo modo se observó el uso de otra de las tipificaciones de los juegos de rol el uso de misiones que son la forma en la que se le dice al jugador qué hacer y a través de estas se desarrolla la narrativa del juego, se establecen los conflictos y objetivos; y a través de estos guían al videojugador a través del mundo de juego. Que se acompañan en *World of Warcraft* con calabozos y bandas, en distintos modos de dificultad: normal, heroica y mítica; siendo estas dificultades tipificaciones que permiten al videojugador comprender de manera rápida del nivel de dificultad que enfrentará.

Se identificaron las convenciones del espacio figurativo comenzando donde se observa la intención de la desarrolladora de crear mitos cosmogónicos, que explican la existencia del mundo, así como las fuerzas fundamentales de este dando una exposición clara al videojugador del origen del universo de juego; mitos escatológicos que tienen la

función principal de presentar las fuerzas en oposición. Y por último a través de mitos originarios que otorgan contexto del estado actual del mundo al videojugador y dan pie a las historias contadas a lo largo del videojuego y sus expansiones. Es importante señalar que la combinación de los sistemas de recursos y de convenciones dan al juego un sentido de mundo, es decir profundidad, consistencia y sentido; al mismo tiempo estos elementos permiten que exista una experiencia única biográfica

Se puede observar como la combinación de los elementos que compone el espacio figurativo otorgan al mundo de juego profundidad, consistencia y lo dotan de sentido, esto en combinación con las tipificaciones de las mecánicas de juego permiten que la experiencia biográfica de cada videojugador sea única, permitiéndole crear acervos de conocimiento para compartir, definir y renegociar la intersubjetividad con los Otros en el mundo de vida.

Lo subjetivo las motivaciones del videojugador

Se identificó que la motivación principal de los videojugadores en la hermandad analizada durante la observación participante estaba relacionada con las motivaciones por logros competitivos, vencer la banda mítica en el nivel de dificultad más alto y conseguir el logro correspondiente. Esta motivación dictaba las acciones en el mundo de juego, optimizar su equipo, subir de nivel de la forma más eficiente; así como la formación y pertenencia a la hermandad; del mismo modo en algunos de los jugadores se observó claramente cómo se combinaba esta motivación por logros con la de trabajo en equipo siendo estos jugadores los que dirigían y organizaban al grupo.

Así mismo se observó que las motivaciones para la interacción social se satisfacían formando grupos más pequeños de amigos para realizar otras actividades en el videojuego como por ejemplo conseguir logros de progreso en el juego o explorar aspectos de la historia del videojuego relacionados con la motivación por inmersión. En este sentido se logró identificar la coexistencia de distintas motivaciones por parte de los videojugadores y cómo se alcanzaban los intereses derivados de las mismas dependiendo de los contextos y los momentos de juego; existiendo en este caso una motivación primordial que también servía como elemento de cohesión del grupo.

Producción y reproducción de la estructura en el grupo analizado

Respecto a los sistemas de convenciones se observaron dos grandes categorías a partir de las cuales los videojugadores construyen interacciones significativas. La primera corresponde a los esquemas interpretativos de indicadores no verbales, donde se incluyen códigos de colores para identificar aliados y enemigos, la rareza de los objetos; indicadores visuales de hechizos y habilidades; animaciones de movimiento de su personaje, de los Otros y de los enemigos. El que un videojugador tuviera estos esquemas interpretativos y sistemas de convenciones interiorizados era de suma importancia para el grupo analizado ya que este conocimiento permitía mejorar el desempeño y por lo tanto dar más posibilidades de conseguir los objetivos derivados de sus motivaciones.

En la segunda categoría de los esquemas interpretativos de indicadores verbales se observó, como se esperaba, que una parte importante de ellos proviene de los Sistemas de Recursos y de Convenciones planteados por la desarrolladora en la construcción del mundo. Es decir, los videojugadores dentro de sus horizontes retoman

como conocimiento no problemático los componentes propios del género de juego y del mundo de juego; y los incorporan a su práctica comunicativa y a sus sistemas de convenciones. Así mismo, otra parte de estos proviene de la producción de la interacción entre los videojugadores que da la oportunidad para la generación de esquemas interpretativos y sistemas de convenciones a partir de la producción de la interacción.

En cuanto a los sistemas de recursos se observó una estructura organizativa con una clara jerarquía y disparidad en el poder y los medios para aplicarlo dentro de la hermandad; en este sentido la aplicación de los sistemas de recursos estaba concentrada en los videojugadores con el rango de *guild leader* y *co-guild leader*. Aun cuando existía una delegación de cierto poder y responsabilidades con el rango de *officers*, la asimetría de los medios de aplicación del poder era evidente y como se observó causaba tensiones dentro del grupo analizado. Un hallazgo importante se relaciona con que el resto de los videojugadores que no tenían poder ni medios para aplicarlo, producían y reproducían esta estructura, por el interés generado por su motivación por logros competitivos.

Relativo al sistema de normas se encontraron tanto normas escritas como tácitas en el grupo analizado. Estas estaban enfocadas en mantener la cooperación del grupo y normar la conducta dentro y durante las bandas míticas; siempre con el objetivo de mantener a la hermandad funcionando al más alto nivel para poder lograr el conseguir el objetivo derivado de la motivación por logros competitivos de los miembros de la hermandad. En el aspecto normativo sobre las interacciones entre los miembros de la hermandad no se observaron normas para fomentar un espacio de respeto, en este

aspecto los miembros de la hermandad se ceñían a las normas de conducta planteadas por la desarrolladora.

Estas normas estaban acompañadas por sanciones, las que se manejaban *ad hominem* y eran administradas por los líderes de la hermandad, quienes como se mencionó mantenían bajo su control los sistemas de recursos. Se observó una mayor capacidad de negociar las sanciones por parte de los videojugadores que llevaban mucho tiempo jugando con la hermandad o que eran considerados buenos jugadores; esto en una clara relación con la motivación de grupo de obtener los logros competitivos.

Así mismo, en términos de la ideología se puede concluir que el evento inaugural para este grupo de *gamers* está relacionado con ser un iniciado en los sistemas de convenciones, de recursos y de normas de los videojuegos; y la capacidad aplicar este conocimiento, contenido en los horizontes de su mundo de vida para lograr los objetivos derivados de sus motivaciones. Del mismo modo, se pudo observar la importancia que tiene el videojuego en la vida cotidiana y en su proyecto de vida que funciona como un elemento cohesivo para el grupo. Buscando así la hermandad a través del juego competitivo en el más alto nivel reafirmar y revivir el suceso significativo que da sentido a la formación de grupo. Este sentido de pertenencia basado en la ideología y relacionado con el proyecto de vida ayuda a comprender por qué los videojugadores producen y reproducen las estructuras de dominación y de legitimación observadas en la hermandad.

Se puede concluir que el modelo teórico analítico propuesto para analizar los mundos virtuales tomando como base el mundo de vida y la práctica comunicativa y las dimensiones que lo componen, lo real, lo subjetivo y lo intersubjetivo; permite conocer

cómo los videojugadores crean una intersubjetividad a través de la producción de la interacción y la reproducción de la estructura. En este mismo sentido se pudo constatar que el papel de la agencia y las motivaciones de los videojugadores, como motor de la acción para lograr cumplirlas, como fundamentales para comprender el actuar del videojugador en la vida cotidiana y la importancia de estos conceptos para la creación de estructuras sociales y para el compromiso del agente con las estructuras de significación, legitimación y dominación. De este modo se recalca la importancia de abordar al videojuego desde la perspectiva fenomenológica y de la práctica comunicativa para comprender cómo se crea la intersubjetividad no solo en los videojuegos; sino también los mundos virtuales; ya que las explicaciones de este fenómeno son fundamentales para comprender la cultura digital contemporánea.

Fuentes Consultadas

- Activision Blizzard Inc. (2021). *Activision 2021 Annual Report*.
<https://investor.activision.com/static-files/d7b4f08d-213b-4bd5-a41b-7497baa9c106>
- Banks, J., & Bowman, N. D. (2016). Avatars are (sometimes) people too: Linguistic indicators of parasocial and social ties in player–avatar relationships. *New Media & Society*, 18(7), 1257–1276. <https://doi.org/10.1177/1461444814554898>
- Blizzard Entertainment. (s/f). *Política De Videos De Blizzard—Legal – Blizzard Entertainment*. Recuperado el 15 de julio de 2022, de <https://www.blizzard.com/en-us/legal/3dd4d532-618e-42d6-b95e-852f1dbd4a73/pol%C3%ADtica-de-videos-de-blizzard>
- Blizzard Entertainment. (2004). *World of Warcraft* [Videojuegos]. Blizzard Entertainment.
- Blizzard Entertainment. (2022, enero 1). *Contrato De Licencia De Usuario Final De Blizzard - Documentación legal: Blizzard Entertainment*. <https://www.blizzard.com/es-es/legal/08b946df-660a-40e4-a072-1fbde65173b1/contrato-de-licencia-de-usuario-final-de-blizzard>
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C., & Taylor, T. L. (2012). *Ethnography and virtual worlds: A handbook of method* (Versión Kindle). Princeton University Press. Amazon.com
- Butnaru, D. (2015). Phenomenological Alternatives of the Lifeworld: Between Multiple Realities and Virtual Realities. *Società Mutamento Politica Rivista Italiana di Sociologia*, 6(12), 67–80.

- Campbell, J. (1998). *El héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito*. Fondo de Cultura Económica. <https://books.google.com.mx/books?id=JN4nswEACAAJ>
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games* (Versión Kindle). University of Chicago Press. Amazon.com
- Cheung, G., & Huang, J. (2011). Starcraft from the stands: Understanding the game spectator. *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '11*, 763. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979053>
- Código de conducta de Blizzard. (2020). Soporte de Blizzard. <https://us.battle.net/support/es/article/article/42673>
- Cole, D. (2018). Market for High-End PC Game Hardware Grows 40% in 2017 to \$40 Billion. *DFC Dossier*. <https://www.dfcint.com/dossier/market-for-high-end-pc-game-hardware-grows-40-in-2017-to-40-billion/>
- Consalvo, M. (2012). The Future of Game Studies. En A. N. Valdivia (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Studies* (Vol. 6, p. wbiems996). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems996>
- Corneliussen, H., & Rettberg, J. W. (Eds.). (2008). *Digital culture, play, and identity: A World of Warcraft reader* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com
- Crawford, G., & Gosling, V. K. (2009). More than a Game: Sports-Themed Video Games and Player Narratives. *Sociology of Sport Journal*, 26(1), 50–66. <https://doi.org/10.1123/ssj.26.1.50>
- Crawford, G., & Rutter, J. (2007). Playing the Game: Performance in digital game audiences. En J. A. Gray, C. Sandvoss, & C. L. Harrington (Eds.), *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. New York Univ. Press.

- Cuenca, D. (2019). *Análisis del Proceso Inmersivo en los Entornos Virtuales Interactivos del Videojuego de Realidad Aumentada* [Doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México]. Biblioteca Central UNAM. <http://dgbiblio.unam.mx>
- Delwiche, A. A., & Henderson, J. J. (2013). The Players They are A-Changin': The Rise of Older MMO Gamers. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 205–223. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.787077>
- Deshbandhu, A. (2016). Player Perspectives: What It Means to Be a Gamer. *Press Start*, 3(2), 48–64.
- Eberle, T. S. (2014). Methodological Implications of Phenomenological Life-World Analysis. En M. Staudigl & G. Berguno (Eds.), *Schutzian Phenomenology and Hermeneutic Traditions* (Vol. 68, pp. 9–32). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6034-9_2
- Eliade, M. (1991). *Mito y realidad*. Labor.
- Ess, C. (2014). The Onlife Manifesto: Philosophical Backgrounds, Media Usages, and the Futures of Democracy and Equality. En Luciano Floridi (Ed.), *The onlife manifesto*. Springer.
- Floridi, L. (2007). A Look into the Future Impact of ICT on Our Lives. *The Information Society*, 23(1), 59–64. <https://doi.org/10.1080/01972240601059094>
- Floridi, L. (Ed.). (2014). *The onlife manifesto*. Springer.
- Freeman, G., & Wohn, D. Y. (2018). Understanding eSports Team Formation and Coordination. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 27(3–6), 1019–1050. <https://doi.org/10.1007/s10606-017-9299-4>
- Gadamer, H.-G. (1993). *Mito y Razón*. Paidós.

- Garfias, J. Á. (Ed.). (2018). *Aportes para La Construcción de Teorías del Videojuego 2.0*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Giddens, A. (2013). *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*. Wiley.
<http://qut.eblib.com.au/patron/FullRecord.aspx?p=1602908>
- Gracia, A. (2017). *Acercamiento a las características y motivaciones de los jugadores de MMOs* [Maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. Biblioteca Central UNAM.
- Gracia, A. (2020). Narrativa transmedia en los videojuegos. Una mirada a partir del caso de World of Warcraft. En J. Á. Garfias & D. Cuenca (Eds.), *Industrias Creativas y Procesos de Transmediación*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action. Volume 1 Reason and the rationalization of society* (Versión Kindle). Polity Press. Amazon.com
- Habermas, J. (1987). *The theory of communicative action: Lifeworld and system: A critique of functionalist reason* (Versión Kindle). Polity Press.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). *What Is eSports and Why Do People Watch It?*
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2686182>
- Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. *Proceedings of the 32nd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '14*, 1315–1324. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>
- Heidegger, M. (1993). *El Ser y El tiempo* (2a ed.). Fondo de Cultura Económica.

- Heidegger, M. (2001a). *Being and time* (J. Macquarrie & E. Robinson, Trans.). Blackwell Publishers.
- Heidegger, M. (2001b). *Los problemas fundamentales de la fenomenología*. Trotta.
- Heitner, D. (2018). *Esports Legend Ninja Confirms He Is Earning Over \$500,000 Per Month*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2018/03/20/esports-legend-ninja-confirms-he-is-earning-over-500000-per-month/>
- Holin Lin, & Chuen, S. (2011). The Role of Onlookers in Arcade Gaming: Frame Analysis of Public Behaviours. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 125–137. <https://doi.org/10.1177/1354856510397111>
- Huizinga, J. (2005). *Homo ludens: El juego y la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (2008). *La Crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. Prometeo.
- Ihde, D. (1990). *Technology and the lifeworld: From garden to earth*. Indiana University Press. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=11048>
- Ihde, D. (2001). *Los Cuerpos en la tecnología: Nuevas tecnologías: nuevas ideas acerca de nuestro cuerpo*. Editorial UOC.
- Ihde, D. (2009). *Postphenomenology and technoscience: The Peking University lectures*. SUNY Press.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture* (Versión Kindle). nyu Press. Amazon.com

- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). 'It's like the gold rush': The lives and careers of professional video game streamers on Twitch.tv. *Information, Communication & Society*, 22(3), 336–351. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386229>
- Johnson Muñoz, F. A. (2018). Dasein y auto-apropiación. El tiempo como constitutivo de nuestra realidad. *Co-herencia*, 15(29), 93–120. <https://doi.org/10.17230/co-herencia.15.29.4>
- Kaytoue, M., Silva, A., Cerf, L., Meira, W., & Raïssi, C. (2012). Watch me playing, i am a professional: A first study on video game live streaming. *Proceedings of the 21st International Conference Companion on World Wide Web - WWW '12 Companion*, 1181. <https://doi.org/10.1145/2187980.2188259>
- Kirby, A., Jones, C., & Copello, A. (2014). The Impact of Massively Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPGs) on Psychological Wellbeing and the Role of Play Motivations and Problematic Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 12(1), 36–51. <https://doi.org/10.1007/s11469-013-9467-9>
- Kompridis, N. (2006). *Critique and disclosure: Critical theory between past and future* (Version Kindle). MIT Press.
- Krywinska, T. (2008). World Creation and Lore: World of Warcraft as Rich Text. En H. Corneliussen & J. W. Rettberg (Eds.), *Digital culture, play, and identity: A World of Warcraft reader* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com
- Lakkaraju, K., Sukthankar, G., & Wigand, R. T. (Eds.). (2017). *Social interactions in virtual worlds: An interdisciplinary perspective* (Versión Kindle). Cambridge University Press. Amazon.com

- Lin, H., & Wang, H. (2014). Avatar creation in virtual worlds: Behaviors and motivations. *Computers in Human Behavior*, 34, 213–218. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.005>
- Linden Research. (2003). *Second Life* [Videojuegos]. Linden Research.
- Marc Bragg, Plaintiff v Linden Research, INC and Phillip Rosedale, Defendants., F.Supp. 2d 487 593 (United States District Court Eastern District of Pennsylvania 2007).
- Martončík, M. (2015). e-Sports: Playing just for fun or playing to satisfy life goals? *Computers in Human Behavior*, 48, 208–211. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.056>
- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies: Games in culture*. SAGE.
- McGonigal, J. (2011). *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world* (Versión Kindle). Penguin Press. Amazon.com
- Metzen, C., Burns, M., & Brooks, R. (2016). *World of Warcraft chronicle. Volume 1*. Blizzard Entertainment ; Dark Horse Comics.
- Nardi, B., & Harris, J. (2009). Strangers and Friends: Collaborative Play in World of Warcraft. En J. Hunsinger, L. Klastrup, & M. Allen (Eds.), *International Handbook of Internet Research* (pp. 395–410). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9789-8_24
- Nardi, B., Ly, S., & Harris, J. (2007). Learning Conversations in World of Warcraft. 2007 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07), 79–79. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2007.321>

- NewZoo. (2021). *Newzoo's Global Esports & Live Streaming Market Report 2021* (p. 43).
<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/>
- NewZoo. (2022). *Global Esports & Live Streaming Market Report*. <https://newzoo.com/>
- NewZoo. (2023). *Global Games Market Report August 2023*. <https://newzoo.com>
- NewZoo. (2018). *Mexico Games Market 2018*.
<https://newzoo.com/insights/infographics/mexico-games-market-2018/>
- Pardo, R. (2002). *Warcraft III: Reign of Chaos* [Videojuego]. Blizzard Entertainment.
- Pardo, R. (2003). *Warcraft III: The Frozen Throne* (Videojuegos) [Software].
- Pearce, C. (2009). *Communities of play: Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com
- Perry, R., Drachen, A., Kearney, A., Kriglstein, S., Nacke, L. E., Sifa, R., Wallner, G., & Johnson, D. (2018). Online-only friends, real-life friends or strangers? Differential associations with passion and social capital in video game play. *Computers in Human Behavior*, 79, 202–210. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.032>
- Plunkett, L. (2018, noviembre 28). *Nintendo's Controversial Creators Program Is Shutting Down*. Kotaku. <https://kotaku.com/nintendos-controversial-creators-program-is-shutting-do-1830728813>
- Ramirez, F. (2017). From Good Associates to True Friends: An Exploration of Friendship Practices in Massively Multiplayer Online Games. En K. Lakkaraju, G. Sukthankar, & R. T. Wigand (Eds.), *Social interactions in virtual worlds: An interdisciplinary perspective* (Versión Kindle). Cambridge University Press. Amazon.com

- Reilly, J. (2012, mayo 4). *World of Warcraft Reaches 12 Million Subscribers*. IGN.
<https://www.ign.com/articles/2010/10/07/world-of-warcraft-reaches-12-million-subscribers>
- Rettberg, S. (2008). Corporate Ideology in World of Warcraft. En H. Corneliussen & J. W. Rettberg (Eds.), *Digital culture, play, and identity: A World of Warcraft reader* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com
- Ricœur, P., & Thompson, J. B. (2016). *Hermeneutics and the human sciences: Essays on language, action, and interpretation* (Versión Kindle). Cambridge University Press. Amazon.com
- Riot Games. (2019). *2018 Events By the Numbers*.
<https://nexus.leagueoflegends.com/en-us/2018/12/2018-events-by-the-numbers/>
- Roper, B. (1994). *Warcraft: Orcs & Humans* (Videojuego) [Software]. Blizzard Entertainment.
- Roper, B., & Metzen, C. (1995). *Warcraft II: Tides of Darkness* [Videojuego]. Blizzard Entertainment.
- Roper, B., & Metzen, C. (1996). *Warcraft II: Beyond The Dark Portal* [Videojuego]. Blizzard Entertainment.
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R., & Otten, M. P. (2018). Women's Experiences in eSports: Gendered Differences in Peer and Spectator Feedback During Competitive Video Game Play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295–311. <https://doi.org/10.1177/0193723518773287>
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2003). *Rules of play: Game design fundamentals*. MIT Press.
- Schutz, A., & Luckmann, T. (2009). *Las estructuras del mundo de la vida*. Amorrortu.

- Seo, Y., & Jung, S.-U. (2016). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 635–655. <https://doi.org/10.1177/1469540514553711>
- Shaw, A. (2012). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *New Media & Society*, 14(1), 28–44. <https://doi.org/10.1177/1461444811410394>
- Shen, C., & Williams, D. (2011). Unpacking Time Online: Connecting Internet and Massively Multiplayer Online Game Use With Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 38(1), 123–149. <https://doi.org/10.1177/0093650210377196>
- Sjöblom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985–996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.019>
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J., & Macey, J. (2017). Content structure is king: An empirical study on gratifications, game genres and content type on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 73, 161–171. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.036>
- Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J., & Macey, J. (2019). The ingredients of Twitch streaming: Affordances of game streams. *Computers in Human Behavior*, 92, 20–28. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.012>
- Smith, T., Obrist, M., & Wright, P. (2013). Live-streaming changes the (video) game. *Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video - EuroITV '13*, 131. <https://doi.org/10.1145/2465958.2465971>

- Snodgrass, J. G., Lacy, M. G., Francois Dengah, H. J., & Fagan, J. (2011). Enhancing one life rather than living two: Playing MMOs with offline friends. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1211–1222. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.001>
- SuperData. (2016). *The MMO & MOBA Games Market 2016*. <https://www.superdataresearch.com>
- SuperData. (2019a). *2018 Year In Review. Digital Games and Interactive Media*. <https://www.superdataresearch.com>
- SuperData. (2019b, febrero 13). *Games data and market research » XR Will Save Enterprise \$13.5 Billion In Training Costs*. <https://www.superdataresearch.com/xr-training/>
- Taylor, C. (1997). *Argumentos filosóficos: Ensayos sobre el conocimiento, el lenguaje y la modernidad* (F. Birulés, Trad.). Paidós.
- Taylor, N., Castell, S. de, Jenson, J., & Hurley, R. (2017). Management (Im) Material: Negotiating Leadership in Virtual Worlds. En K. Lakkaraju, G. Sukthankar, & R. T. Wigand (Eds.), *Social interactions in virtual worlds: An interdisciplinary perspective* (Versión Kindle). Cambridge University Press. Amazon.com
- Taylor, N., Jenson, J., & Castell, S. de. (2009). Cheerleaders/booth babes/ Halo hoes: Pro-gaming, gender and jobs for the boys. *Digital Creativity*, 20(4), 239–252. <https://doi.org/10.1080/14626260903290323>
- Taylor, T. L. (s/f). *Raising The Stakes E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*.
- Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds: Exploring online game culture* (Versión Kindle). Mit Press. Amazon.com

- Taylor, T. L. (2012). *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming* (Versión Kindle). MIT Press. Amazon.com
- Taylor, T. L. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming* (Versión Kindle). Princeton University Press. Amazon.com
- Tenbarge, K. (2019, abril 11). *A popular 17-year-old "Fortnite" streamer was banned from the game for life after he was caught cheating*. Insider. <https://www.insider.com/fortnite-streamer-faze-clan-jarvis-lifetime-ban-cheating-aimbots-extreme-2019-11>
- Teng, C.-I. (2017). Impact of avatar identification on online gamer loyalty: Perspectives of social identity and social capital theories. *International Journal of Information Management*, 37(6), 601–610. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.06.006>
- Verheijen, G. P., Stoltz, S. E. M. J., van den Berg, Y. H. M., & Cillessen, A. H. N. (2019). The influence of competitive and cooperative video games on behavior during play and friendship quality in adolescence. *Computers in Human Behavior*, 91, 297–304. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.023>
- Vial Roehe, M., & Dutra, E. (2014). Dasein, o entendimento de Heidegger sobre o modo de ser humano. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 32(1), 105–113. <https://doi.org/10.12804/apl32.1.2014.07>
- Weiss, T., & Schiele, S. (2013). Virtual worlds in competitive contexts: Analyzing eSports consumer needs. *Electronic Markets*, 23(4), 307–316. <https://doi.org/10.1007/s12525-013-0127-5>

- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S., & Yee, N. (2009). Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers. *Journal of Communication*, 59(4), 700–725. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01453.x>
- Williams, D., Kennedy, T. L. M., & Moore, R. J. (2011). Behind the Avatar: The Patterns, Practices, and Functions of Role Playing in MMOs. *Games and Culture*, 6(2), 171–200. <https://doi.org/10.1177/1555412010364983>
- Williams, D., Yee, N., & Caplan, S. E. (2008). Who plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(4), 993–1018. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00428.x>
- Wirman, H., & Jones, R. (2022). Overwatch Fandom and the Range of Corporate Responses. En M. Ruotsalainen, M. Törhönen, & V.-M. Karhulahti (Eds.), *Modes of Esports Engagement in Overwatch* (pp. 157–177). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-82767-0_9
- Wowhead. (s/f). *Corvotenzas*. Wowhead. Recuperado el 24 de noviembre de 2022, de <https://www.wowhead.com/es/npc=107846/corvotenzas>
- Yee, N. (2006). The Psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games: Motivations, Emotional Investment, Relationships and Problematic Usage. En R. Schroeder & A.-S. Axelsson (Eds.), *Avatars at Work and Play* (Vol. 34, pp. 187–207). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/1-4020-3898-4_9
- Yee, N. (2014). *The proteus paradox: How online games and virtual worlds change us—and how they don't* (Versión Kindle). Yale University Press. Amazon.com

Zhang, F., & Kaufman, D. (2015). The impacts of social interactions in MMORPGs on older adults' social capital. *Computers in Human Behavior*, 51, 495–503. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.034>

Zhong, Z.-J. (2011). The effects of collective MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) play on gamers' online and offline social capital. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2352–2363. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.014>