



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EL VIDEOJUEGO COMO ESPACIO PARA LA ARTICULACIÓN DE SENTIDO. LA
CONSTRUCCIÓN DE CAPITAL SOCIAL A PARTIR DE LAS PRÁCTICAS
COMUNICATIVAS EN LAS COMUNIDADES DE VIDEOJUGADORES EN LÍNEA.

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

DOCTOR EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PRESENTA:

EMMANUEL GALICIA MARTÍNEZ

TUTOR PRINCIPAL:

DR. DAVID CUENCA OROZCO. FCPYS, UNAM

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR:

DR. JOSÉ ÁNGEL GARFIAS FRÍAS. FCPYS UNAM

DR. JERÓNIMO REPOLL. UAM XOCHIMILCO

DR. ERVEY LEONEL HERNÁNDEZ TORRES. UABC TIJUANA

DR. FERNANDO AYALA BLANCO. FCPYS UNAM

CIUDAD UNIVERSITARIA, CDMX. 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.

*A mi querida amiga Patricia Celis y
a mi mentor José Ángel Garfias.
Al fin que para luchar nacimos.*

Quiero agradecer:

Al CONACyT y al Programa Nacional de Posgrados de Calidad, ya que sin su apoyo económico no sería posible la conclusión y publicación de la presente investigación. Al Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, debido a que han sido mi casa de estudios y mi lugar de formación académica.

A los miembros de mi comité tutor, los doctores David Cuenca Orozco, José Ángel Garfias Frías, Jerónimo Repoll, Ervey Leonel Hernández Torres y Fernando Ayala Blanco, quienes me han guiado en el proceso de investigación doctoral y han contribuido de forma invaluable para la cristalización de este trabajo.

A los profesores investigadores de la FCPYS que me han orientado y formado parte de mi desarrollo académico, los doctores Carola García Calderón, Leonardo Figueiras Tapia, Daniel Peña Serret, Miguel Rivera Herrera, Adolfo Gracia, Amilcar Chavarría y Silvia Molina y Vedia del Castillo. Muchas gracias por su apoyo y orientación.

A mis entrañables amigos Patricia Celis y Rafael Trigueros, quienes todo el tiempo me han brindado espacio y apoyo invaluable.

A todos los miembros del grupo de investigación “La Finisterra”, pues han sido parte fundamental de mi crecimiento.

A mi hermana Ana, quien incondicionalmente me ha apoyado de forma académica y personal; mi mejor amiga, colega y confidente. Si hay alguien en quien confío es en ella.

A mi madre Silvia y a mi padre Humberto por estar siempre ahí para apoyarme en los momentos más difíciles de mi proceso.

A mis primas Selene y Ollin, quienes han sido un ejemplo académico y personal que me han llevado a seguir el camino de la docencia e investigación.

A Natalia, quien amorosa y dulcemente me ha apoyado en este proceso.

A Lau, quien me ha apoyado enormemente en mi crecimiento personal.

A Style, quien siempre fue un verdadero amigo, un pilar en mi vida (desde la preparatoria) y un peludo confidente. Te extraño, gordo.

Un agradecimiento enorme y especial a SapyRuster y a los integrantes de la comunidad *Olympo* (Kiren, Shu Shu, Gabriela Juárez -Gaby-, Sebas, Ricardo Villalobos -Wolf-, Happy, Mithy y Sofía Viveros -Nass-), pues gracias a ellos se llevó a cabo la presente investigación. Especialmente a comunidades y *gamers* como ellos es a quien debo mi trabajo de investigación. Gracias por dejarme entrar en su espacio y permitirme asombrarme (fascinarme) de todo lo que pasa ahí dentro.

ÍNDICE

Introducción	10
Capítulo 1. Estado del arte	14
1.1 Metodología y método	15
1.2 Repositorios consultados y tendencias	17
1.2.1 Tesis UNAM	17
1.2.2 The International Journal of Computer Game Research	19
1.2.3 Journal of Geek Studies	20
1.2.4 ICA: Game Studies	21
1.2.5 Digital Games Research Association	24
1.2.6 International Simulation and Gaming Association (ISAGA)	25
1.2.7 Centro de Investigación de Videojuegos y Educación (CIVE)	26
1.2.8 Tecnoantropología	27
1.2.9 ArsGames	29
1.2.10 Women in Gamex	30
1.3 Capital social	31
1.4 Prácticas comunicativas	33
1.5 Principales hallazgos	34
Capítulo 2. Marco teórico	36
2.1 Práctica comunicativas	39
2.2 Cultura	45
2.3 Comunicación	51
2.3.1 Prácticas sociales, prácticas culturales y prácticas comunicativas	59
2.4 Mediaciones e hipermedios	70
2.5 El videojuego como hipermedio y espacio para la construcción de sentido	82
2.6 Capital social	90
2.7 Apuntes finales del capítulo	99
Capítulo 3. Metodología	104

3.1	Perspectiva metodológica y apuntes de orden epistémico para la investigación	104
3.1.2	Etnografía digital como herramienta de orden epistemológico	106
3.2	Momentos de indagación de lo cualitativo	109
3.3	Técnicas de investigación e instrumentos	116
3.3.1	Técnicas de investigación e instrumentos de fase uno	116
3.3.2	Técnicas de investigación e instrumentos de fase dos	127
3.4	Caso de estudio: League of Legends	131
3.5	Apuntes finales del capítulo	135
Capítulo 4. Hallazgos		138
4.1	Precisiones de método y caso de estudio	139
4.2	Descripción de participantes y análisis de mediaciones	141
4.2.1	Mediaciones situacionales	142
4.2.2	Mediaciones institucionales	145
4.2.3	Mediaciones culturales	147
4.2.4	Mediaciones cognoscitivas	149
4.3	Análisis de espacios hipermediales	151
4.3.1	League of Legends	151
4.3.2	Discord	158
4.3.3	WhatsApp	165
4.3.4	Apuntes sobre los espacios hipermediales de la comunidad Olympo	167
4.4	Análisis de prácticas comunicativas	168
4.4.1	Comunicación verbal	169
4.4.2	Comunicación no verbal	170
4.4.3	Comunicación escrita	172
4.4.4	Comunicación por imágenes	173
4.4.5	Apuntes sobre prácticas comunicativas generadas por miembros de la comunidad Olympo	174
4.5	Análisis de capital social	176
4.5.1	Estructural	176
4.5.2	Relacional	179
4.5.3	Cognitivo	182
4.5.4	Otros indicadores de capital social	184
4.6	Apuntes finales del capítulo	185

Conclusiones	188
Referencias	194
Anexos	230

Introducción

En la actualidad los videojuegos y sus comunidades representan uno de los más grandes y complejos fenómenos sociales en el mundo. Desde la década de los 70's, la producción, distribución y consumo de los videojuegos han crecido de manera constante y acelerada. Lo que en un inicio se dimensionaba como un medio de entretenimiento dirigido principalmente a público infantil, el día de hoy involucra y suma adeptos de diferentes nacionalidades, edades y características personales. De acuerdo con datos de la consultora *NewZoo*, la derrama económica anual de los juegos de video en 2022 se estima en 196.8 mil millones de dólares, incluyendo el juego en dispositivos móviles, computadoras personales y consolas de videojuegos (Xbox, PlayStation, Nintendo Switch, etc.) (NewZoo, 2022).

De igual forma, el consumo de los videojuegos, así como los productos y servicios relacionados con ellos, están cada vez más insertos en las prácticas cotidianas de las personas. Específicamente en México, los videojuegos son un fenómeno altamente relevante, pues para 2022 se registraron cerca de 65.9 millones de jugadores, lo cual representa un crecimiento del 2.8% respecto al 2021, generando 1.6 mil millones de dólares anuales; a nivel Latinoamérica es el país que ocupa el primer lugar en consumo, mientras que globalmente es el 12° (The CIU, 2022).

Si bien, los videojuegos pueden definirse técnicamente como plataformas tecnológicas que reproducen en una pantalla un sistema de juego con reglas, jugadores, obstáculos, metas, etc., también es importante mencionar que los alcances sociales no se limitan al ámbito lúdico. Hoy en día son espacios a través de los cuales y por los cuales se crean comunidades de videojugadores. En conjunto con otros espacios digitales de comunicación, se generan nuevas maneras y formas de comunicación. Si la socialización ha cambiado aceleradamente con la llegada de la Web en 1990 y los dispositivos digitales, las tecnologías de comunicación más avanzadas (como los videojuegos que tienen características inmersivas e interactivas) inciden en los procesos socialización entre personas y comunidades.

Específicamente este fenómeno representa un reto para la academia y la ciencia, pues aunque existen diversos acercamientos, trabajos y esfuerzos de aproximación (que más adelante se revisarán en el primer capítulo), el acelerado cambio en la tecnología, aunado a la complejidad de los procesos comunicativos y culturales, dotan al objeto de estudio de una relevancia académica y social para ser abordado.

En el mismo orden de ideas, la comunicación humana desde sus inicios mantiene una indisociable relación con las tecnologías, pues es a través de estas se posibilita y determina su *praxis*. Desde las tecnologías más elementales y primarias como el lenguaje (entendido como conjunto de signos), hasta avanzados espacios sociodigitales intertextuales interactivos (como algunos videojuegos o plataformas en donde se crea y desarrollan comunidades de videojugadores), las características propias de la tecnología dan forma a procesos de construcción de sentido y, por consiguiente, maneras de entender y participar en el mundo.

Asimismo, las relaciones sociales que se establecen en dichos espacios conllevan múltiples elementos (subjetivos, culturales, tecnológicos, institucionales, etc.) que determinan la forma en que se llevan a cabo las prácticas comunicativas entre las personas. De esta manera, las comunidades que se generan a partir de la interacción de los jugadores en los videojuegos (y plataformas afines) frecuentemente trascienden el ámbito lúdico y pasan a formar parte de dimensiones sociales y personales diversas. En múltiples ocasiones, los resultados de los procesos de sociabilización (comunicación) y construcción de sentido, conllevan el surgimiento de elementos relacionales positivos (como redes de cooperación, confianza, reciprocidad, amistad, etc.) que tiene una injerencia relevante en la vida de las personas.

En este sentido, la pregunta principal que se busca responder a través de la presente investigación es: ¿Cómo generan elementos del capital social a través de las prácticas comunicativas llevadas a cabo dentro de los medios digitales que utilizan las comunidades de videojugadores en línea?

Para esta labor, a lo largo del trabajo se busca conocer cómo intervienen las mediaciones (de diferentes tipos) en la *praxis* comunicativa de los videojugadores de las comunidades en línea; comprender las formas de *praxis* comunicativa en las comunidades de videojugadores en línea; determinar la manera en que las prácticas comunicativas

contribuyen a la construcción de significados en las comunidades de videojugadores en línea; conocer los nuevos elementos relacionales (como elementos de capital social) que se generan a partir de las prácticas comunicativas en las comunidades de videojugadores en línea; identificar las formas de capital social construidos en las comunidades de videojugadores; y explicar el papel de las diferentes prácticas comunicativas para la construcción de indicadores del capital social en comunidades de videojugadores en línea.

Siguiendo el mismo orden de ideas, la hipótesis de la que parte la presente investigación es la siguiente:

La generación de indicadores de capital social se cristaliza a partir de la articulación de sentido y de las diferentes formas de praxis comunicativa llevadas a cabo dentro de las comunidades de videojugadores en línea; las cuales son determinadas por mediaciones de diversos tipos (tecnológicas, digitales, institucionales, personales, culturales, etc.).

De esta manera, la presente tesis pretende generar aportes teóricos y metodológicos que ayuden a delinear los objetos de estudio que involucran procesos socioculturales y tecnológicos. La intención no es entender ambos campos por separado, sino generar un vínculo entre la cultura (y sus procesos comunicativos) y la tecnología, entendiendo que no se puede disociar uno del otro. La mirada con la que se aborda el objeto de estudio parte de una mirada socioantropológica-tecnocultural.

Para esta labor, el trabajo se compone de cuatro capítulos en donde se fundamenta y se muestra el proceso de investigación que se llevó a cabo.

Dentro del capítulo uno se realiza un estado del arte en donde se recuperan algunos trabajos cercanos al objeto de estudio y que han profundizado en abordajes teóricos y metodológicos sobre videojuegos, comunidades de videojuegos, prácticas comunicativas y capital social.

En un segundo momento, el capítulo corresponde a la construcción del marco teórico, en donde se realiza un estado de la cuestión de los conceptos centrales de la presente tesis y se finaliza con una propuesta de modelo para entender el objeto de estudio descrito.

Posteriormente en el capítulo tres se desarrolla el marco metodológico y los lineamientos que se siguen para el trabajo de campo. En este apartado se realiza una fundamentación epistemológica y se describe la herramienta etnográfica que se utiliza, así como las técnicas aplicadas. El capítulo finaliza con la determinación de categorías a observar, así como la selección y justificación del caso de estudio que se aborda.

Por otro lado, el cuarto capítulo corresponde al registro de los hallazgos encontrados en la fase de trabajo de campo y a la interpretación de la información, exponiendo resultados válidos y ordenados de acuerdo a las unidades y categorías de análisis.

Por último, el trabajo incorpora un apartado de conclusión final en donde se realiza una recapitulación de los resultados más relevantes, se reflexiona acerca de los aportes generados y se realizan algunos apuntes sobre el estado del objeto de estudio actual, así como las posibles líneas de investigación que se generan a partir del presente trabajo.

En este sentido, la tesis está escrita no sólo con la intención de mostrar los hallazgos generados, sino de registrar y dar cuenta del proceso de investigación (el método) que llevó a cabo el investigador para llegar a dichas conclusiones, pues en este trabajo se considera tan importante la obtención de resultados como el camino que se recorrió para obtenerlos

Se espera que el lector encuentre en este trabajo reflexiones pertinentes y de utilidad para repensar no sólo a los videojuegos y sus comunidades, sino a la comunicación y a la cultura en su relación con la tecnología y los nuevos espacios sociodigitales.

Capítulo 1. Estado del arte

En las últimas tres décadas los videojuegos han sido un fenómeno multidimensional abordado, estudiado y definido desde diferentes perspectivas académicas. Con el acelerado desarrollo de las tecnologías digitales de información y comunicación, los entornos informáticos son cada vez más complejos e integran nuevas funciones, características y algoritmos en los programas lúdicos interactivos que complejizan la forma de entender su relación con los usuarios. De igual forma, cuando se habla de videojuegos no solo se refiere a los dispositivos físicos y a los programas digitales, sino al fenómeno cultural, económico, político y social que se ha generado alrededor de ellos.

Si bien el negocio de los videojuegos surgió formalmente en 1972 con el lanzamiento de la máquina de arcade *Pong* (Levis-Czernik, 1997), hoy representan la industria de entretenimiento más grande del mundo. De acuerdo con cifras de la consultora *NewZoo*, en el 2022 se generó una derrama económica estimada en 196.8 mil millones de dólares (*NewZoo*, 2022). Dentro de este mercado, México representa el consumidor número uno de videojuegos a nivel Latinoamérica y cuenta con más de 65.9 millones de jugadores, lo cual equivale más del 50% de la población total del país (*CIU*, 2022).

Cada vez es más común la integración de los videojuegos y el consumo de productos relacionados con estos en la vida cotidiana de las personas. Espacios y redes sociodigitales como Twitch, Facebook, Discord, YouTube (entre otras) funcionan como plataformas para compartir partidas de juegos y socializar las experiencias de juego de las personas.

Cabe mencionar que si bien, los videojuegos ya manifestaban un crecimiento acelerado durante los últimos cinco años, las medidas de distanciamiento social que varios países

implementaron ante la pandemia de COVID-19, fomentó aún más el consumo de contenido de entretenimiento digital (incluidos los videojuegos). Diariamente más personas se unen e interactúan en comunidades de videojugadores en línea, comparten información y establecen flujos de comunicación constantes que tiene repercusiones importantes en la vida de las personas (que aún no se estudian y comprenden del todo).

Como se puede observar, los videojuegos son un fenómeno complejo que evoluciona rápidamente. En este sentido, los esfuerzos académicos que se hacen para analizar, comprender y aprovechar las potencialidades que ofrecen, siempre van detrás del cambio constante de la realidad social (sería imposible que no fuera así). Aunque en la actualidad se han desarrollado aportes para el estudio de los videojuegos desde diferentes perspectivas, ciencias y disciplinas, vale la pena reflexionar en el escenario actual de la cuestión.

1.1 Metodología y método

En el presente capítulo se recapitula la revisión del estado del arte que se realizó para la investigación *El videojuego como espacio para la articulación de sentido. La construcción de capital social a partir de las prácticas comunicativas en las comunidades de videojugadores en línea.*

La revisión se realizó a partir de la lectura, clasificación, comparación y sistematización de fuentes (como artículos, tesis y libros) que abordan el fenómeno de los videojuegos, la construcción de sentido en espacios digitales y el capital social en las comunidades de videojugadores en línea. La metodología que se sigue para la elaboración

del estado del arte se basa en la propuesta de María Jiménez (2009), la cual comprende dos fases:

- 1) Heurística – El propósito es indagar y recopilar información de diversas fuentes de investigación.
- 2) Hermenéutica – Se pretende clasificar, analizar e interpretar la información, indicando las principales corrientes, perspectivas, posturas teóricas, metodologías y técnicas de investigación.

Para facilitar la labor de ambas etapas se realizó una matriz en el programa Excel basada en las categorías que propone Maricelly Gómez (2015). Los ejes de clasificación más importantes fueron: Tipo de texto, año de la publicación, apellido(s) del(los) autor(es), país, editorial o universidad que publica, conceptos principales, posturas o perspectivas, objeto de estudio, caso de estudio, metodología, instrumentos, resumen resultados, comentarios adicionales y link (en caso de ser una publicación que se encuentre en internet).

Las fuentes consultadas son: el repositorio de tesis UNAM, libros publicados que tuvieran una cercanía con los conceptos principales de la investigación, artículos de revistas internacionales especializadas en investigaciones desde las ciencias sociales sobre videojuegos (*The International Journal of Computer Game Research*, *Journal of Geek Studies* y *Women in Games Global Conference*), así como *papers* y ponencias que se han presentado en congresos internacionales de asociaciones enfocadas al estudio de videojuegos (como la división de *Game Studies* de la *International Communication Association*, *The Digital Games Research Association*, *The International Simulation and Game Association*, *el Centro de Investigación de Videojuegos y Educación*, y *ARSGames*)

Las principales palabras de búsqueda fueron las siguientes: Videojuego, videojuegos, videojugadores, videojugador, comunidades en línea, comunidad en línea, capital social y prácticas comunicativas.

A continuación, se exponen los hallazgos que se encontraron dentro de cada uno de los repositorios consultados. Para cada uno se identifican las principales perspectivas de abordaje, los objetos de investigación más trabajados, las ciencias, disciplinas, metodologías y técnicas empleada para el análisis de los fenómenos.

1.2 Repositorios consultados y tendencias

1.2.1 Tesis UNAM

- Dentro del repositorio de la UNAM se encontró que la gran mayoría de tesis desarrolladas en la universidad que trabajan al videojuego como objeto de estudio principalmente han sido elaboradas para obtener el título de licenciatura. Uno de los hallazgos más relevantes es que la mayoría de dichos trabajos abordan videojuegos offline y se concentran en analizar los aspectos estéticos, narrativos y de producción (Acosta, 2019; Ibarra, 2019; Martínez, 2019; Velázquez, 2019). Asimismo, desde ciencias como la medicina, pedagogía o psicología, principalmente se identifican dos tendencias:
 - a) Medir el impacto de los videojuegos en la salud mental o actitudes de los usuarios (García Martínez, 2016; I. A. Moreno, 2019; E. T. Ramírez, 2020).
 - b) Conocer y explorar las aplicaciones de los juegos de video en ámbitos como la salud y la educación (Ávila, 2020; Longoria, 2020; Sánchez, 2017).

Siguiendo la misma línea, se detectó que en los últimos años se ha empezado a abordar el fenómeno desde los estudios de género (I. Gutiérrez, 2018; Marce, 2018; Torres, 2019).

Las investigaciones más cercanas al objeto del presente trabajo son tesis de maestría y doctorado dentro de los estudios de recepción, sin embargo el “capital social” no es un concepto principal en estas (Cuenca, 2018; Galicia, 2019; Garfias, 2011; Ramírez, 2018).

En la Tabla 1 se muestra el número de resultados obtenidos con cada una de las palabras de búsqueda utilizadas. Como se puede observar, los principales objetos de estudio que se abordan en las tesis son los videojuegos, pero existen escasos trabajos sobre comunidades de videojugadores en línea.

Palabras de búsqueda	Resultados
Videojuegos	103
Videojuego	37
Videojugadores	0
Videojugador	0
Comunidades en línea	0
Comunidad en línea	2
Capital social	98
Practicas comunicativas	9

Tabla 1. Búsqueda de palabras. Elaboración propia.

Respecto al concepto de “capital social”, se identificó que es un concepto abordado principalmente a nivel maestría y doctorado pero desde las áreas de

administración, trabajo social y pedagogía (Aceves, 2016; Cedillo, 2017; Villanueva, 2019). Las tesis que se desarrollan sobre este concepto desde las ciencias de la comunicación son escasas, pero resulta relevante destacar tres debido a la categorización de “capital social” que proponen (Cruz, 2018; López, 2011; Reynaga, 2014)

En cuanto al concepto de “prácticas comunicativas”, en el área de las Ciencias Sociales sólo se encontraron siete tesis que lo trabajan, pero sólo una se contextualiza en entornos digitales (Urban, 2015), las demás se desarrollan en espacios físicos (Calderón, 2016; Lázaro, 2014; Sánchez, 2020).

1.2.2 The International Journal of Computer Game Research

De acuerdo a su página oficial, *The International Journal of Computer Game Research* es una revista especializada que pretende brindar un espacio académico para el diálogo y la discusión sobre juegos y videojuegos. Principalmente se profundiza sobre la perspectiva cultural de los diferentes objetos y entornos lúdicos. Actualmente el editor en jefe de la revista es Espen Aarseth de la Universidad de Copenhage y pertenece a la corriente de estudios de los *Game Studies*, la cual es una organización que surge en países nórdicos europeos (Dinamarca y Noruega) a principios de la década del 2000, y generalmente es asociada a Franz Mäyrä, uno de los principales exponentes y fundadores.

En la biblioteca virtual se pueden encontrar 20 números de la revista que han sido publicados de forma constante desde el 2001. Dentro de los principales hallazgos

que se encontraron es que predomina una perspectiva sociocultural en las investigaciones y los principales objetos de estudio son los juegos y los jugadores (Callahan, 2019; Carpenter, 2019; Pelurson, 2018).

Las principales ciencias y disciplinas con las que se abordan los fenómenos son sociología, psicología, pedagogía y lingüística (entre otras) (Anderson, 2017; Hart, 2017; Sterczewski, 2016; Švelch, 2020). Asimismo, en los últimos números de la revista existe un importante número de artículos desde los estudios de género y el feminismo (Fiesler, 2018; Heritage, 2020; Pozo, 2018; Youngblood, 2018).

Específicamente este diario se caracteriza por integrar una visión multidisciplinaria para el abordaje de los fenómenos lúdicos. Sin embargo, se detecta una carencia de estudios en comunidades virtuales de videojugadores, aunque se puede destacar un artículo que aborda el capital social en los adultos mayores (Y.-H. Lee, 2019).

Dentro de los *Game Studies* predomina la perspectiva cualitativa con técnicas de investigación como análisis documental, análisis de contenido y análisis del discurso (Antonova, 2018; Pérez-Latorre, 2019; Siitonen, 2018).

1.2.3 Journal of Geek Studies

La revista especializada *Journal of Geek Studies* es una publicación periódica y especializada en donde se comparten artículos científicos relacionados a la cultura

*geek*¹. A diferencia de la corriente de los *Game Studies*, los objetos de estudios no sólo son juegos y videojuegos, sino también películas, animación, aplicaciones interactivas móviles y series.

A través del repositorio en línea se puede acceder a ocho volúmenes diferentes de la revista, la cual se ha publicado de manera constante desde el 2014. Actualmente el editor en jefe de la revista es Rodrigo B. Salvador, paleontólogo que trabaja en el Museo de Nueva Zelanda Te Papa Tongarewa.

A diferencia de otras corrientes, líneas y grupos de investigación que estudian videojuegos, en el *Journal of Geek Studies* predominan las ciencias naturales y sociales, como la Antropología (Mountfort et al., 2019; Salvador, 2019), Arqueología (Salvador, 2020), Paleontología (Brincalepe, 2021), Biología (Drago, 2021; Gonzaga & Borges, 2019; Pérez, 2020) e Historia (Salvador, 2015), entre otras.

La revista enfatiza el análisis científico de sagas de películas, series y videojuegos. Aunque las metodologías son variadas y desde diferentes ciencias, prevalece una tendencia de análisis de contenido sobre los objetos de estudio.

1.2.4 ICA: Game Studies

La *International Communication Association* (ICA) es una de las más grandes asociaciones a nivel mundial en donde convergen investigadores y académicos para estudiar el fenómeno de la comunicación desde diferentes perspectivas. Dentro de la

¹ Término que se utiliza para referirse a una persona apasionada a la tecnología, la informática y a industrias creativas contemporáneas, tales como anime, cómic, videojuegos, juegos de mesa, series, películas, etc.

ICA existe la división de *Game Studies*, la cual aborda objetos de estudio relacionados a los videojuegos desde una mirada multidisciplinaria, integrando líneas de abordaje diversas, como la comunicación, el diseño visual, ingeniería social, ciencias de la salud e informática.

En la actualidad el presidente de la división es Rabindra Ratan, adscrito a la Universidad del estado de Michigan, sin embargo, la mesa directiva está integrada por académicos de diferentes partes y universidades del mundo.

Anualmente la división de *Game Studies* de la ICA realiza una conferencia internacional en donde académicos y científicos presentan sus artículos e investigaciones relacionadas a las siguientes líneas:

- Efectos sociales, psicológicos y políticos.
- Motivaciones, experiencias psicológicas, cognitivas y emotivas de los usuarios.
- Aspectos culturales, usos y significados
- Análisis contextuales, críticos y sociopolíticos
- Análisis comparativos de medios
- Interacción humano-computadora
- Principios de diseño y consideraciones.
- Aplicaciones en la educación, industria y negocios.

Aunque actualmente no existe ningún repositorio en donde se pueden consultar los artículos de las conferencias, se realizó una búsqueda a través de diversos sitios web académicos (como Google Scholar y Researchgate) en donde se localizaron algunos trabajos presentados por algunos integrantes de la división (Cook, 2019;

Cote, Coles, y Cin 2021; IJzerman et al., 2020; Kneer y Ward, 2020; Ratan et al., 2019; Tompkins et al., 2020; Wu y Chen, 2013; Wulf, Schneider, y Queeck, 2021).

La ICA, al ser un espacio de diálogo académico sobre fenómenos de la comunicación, dimensiona a los videojuegos como un medio de comunicación con aspectos informáticos y culturales, que impacta en la psique humana de los usuarios.

En el artículo *Digital Games Research: A Survey Study on an Emerging Field and Its Prevalent Debates* se realiza una revisión e interpretación de la principales tendencias de los artículo presentados en la división e *Game Studies* de la ICA (y en otros espacios académicos similares) hasta el 2015 (Quandt et al., 2015).

Aunque esta división incorpora diferentes visiones multidisciplinarias, se encontró que la principal perspectiva de análisis en torno a los videojuegos ha sido el comportamiento de los usuarios abordado desde la psicología (pág. 4). De igual forma, predominan algunos campos, como los estudios de medios, estudios en comunicación, pedagogía, humanidades, diseño, ingeniería, artes e informática (pág. 12).

Un aspecto relevante es que al ser una asociación internacional, varios de los académicos que presentan en este espacio pertenecen a múltiples centros de estudio y publican en otras revistas especializadas, como en *The International Journal of Computer Game Research*.

1.2.5 Digital Games Research Association

De acuerdo con su página oficial, la *Digital Games Research Association* (DiGRA) es una asociación internacional que tiene como objetivo estudiar académicamente a los videojuegos y fenómenos asociados. Actualmente es presidida por William Huber, investigador adscrito a la Universidad de Abertay, en Reino Unido.

Para la elaboración del presente texto se consultó el repositorio de la DiGRA, en donde se pueden encontrar los artículos que han escrito investigadores asociados, en el marco de las conferencias anuales. De manera general se pudieron detectar dos tipos de abordajes sobre los videojuegos: dimensión cultural y cognitiva (1) (Akiko et al., 2019; Annakaisa & Outi, 2019; Christine, 2019; Dom, 2019; Ross, 2019); y análisis de diseño, programación y producción (2) (Batu et al., 2019; Marcus & Henrik, 2019; S & Zino, 2019; Ville & Janne, 2019).

En la mayoría de los artículos referentes a la cultura y a la dimensión cognitiva de los videojuegos predomina una perspectiva humanista. De la misma forma, existen diversos estudios de recepción, pero principalmente se abordan mediante metodologías y técnicas cuantitativas (Bastian et al., 2019; Elina et al., 2019; Franziska & Ahmed, 2019; Hao et al., 2019; Masanori et al., 2019, 2020)

Gran parte de los artículos focalizan las investigaciones en los efectos de los videojuegos en los videojugadores. Las principales ciencias y disciplinas mediante las cuales se analizan los abordajes son: Psicología, antropología, narratología, ludología, informática, cibernética, entre otras.

Asimismo, se trabaja constantemente en las aplicaciones sociales de los videojuegos en diferentes ámbitos sociales, como la educación (Casper et al., 2016;

P, 2014; Zagal, 2020), entrenamiento militar (Brendan, 2014; Martijn, 2011; Matilda & Iain, 2020), arte (Emma et al., 2014; Erik, 2009; Folkerts & Jef, 2011; Grethe & Andy, 2003) y política (Ian, 2005; Mike, 2009; René & Jasper, 2019).

1.2.6 International Simulation and Gaming Association (ISAGA)

La *International Simulation and Gaming Association* (ISAGA) es una de las asociaciones más antiguas que tienen como objetivo investigar a los videojuegos desde una perspectiva académica. De acuerdo con su página oficial, se realizan conferencias anuales desde 1970 y cerca de 30 países diferentes han sido sede de los eventos.

Actualmente la presidenta de ISAGA es Heide Lukosch, asociada a la Universidad de Canterbury, Nueva Zelanda; y así como ella, la mayor parte de los investigadores que ocupan cargos administrativos dentro de la asociación tienen un perfil especializado en tecnología, informática y cibernética.

A pesar de que ISAGA no cuenta con un repositorio de los artículos y textos presentados en las conferencias anuales, a través de la página oficial se ofrecen siete diferentes libros que han publicado integrantes de la asociación. En ellos profundiza sobre los principios de diseño, programación de videojuegos y programas de simulación (Duke, 1974; Duke & Geurts, 2004; Kortmann & Peters, 2017; Peters et al., 1997, 2014; Peters & Westelaken, 2011, 2014).

En la actualidad las líneas de investigación que la asociación propone para trabajar en la conferencia anual contemplan perspectivas culturales de los

videojuegos y la mayor parte del enfoque se da sobre el aspecto técnico y de diseño (ISAGA, 2021).

1.2.7 Centro de Investigación de Videojuegos y Educación (CIVE)

El CIVE es el Centro de Investigación de Videojuegos y Educación, el cual tiene su origen en España. Como lo indica su nombre, el objetivo del centro es indagar sobre las potencialidades pedagógicas de los videojuegos. El centro es presidido por Francesc J. Sánchez i Peris, investigador adscrito al departamento de Teoría de la Educación de la Universidad de Valencia.

Aunque actualmente el Centro no cuenta con un repositorio en línea de artículos y libros, de acuerdo a la página oficial (CIVE, 2021) las principales líneas de investigación son las siguientes:

- a) Métodos de aprendizaje, experiencias de aula, ludificación, estrategia y teoría.
- b) Videojuegos móviles, geolocalización, realidad aumentada y virtual.
- c) Concept-art, cultura e hipermedia, narrativa interactiva, escenarios, personajes
- d) Ética y transformaciones sociales, familia y cultura *gamer*.
- e) Promoción de la salud, tecnoadicciones y motivaciones.
- f) Ciudadanía digital, mecanismos democráticos y valores sociales.

Los artículos relacionados al CIVE se encontraron a partir de buscar los trabajos de algunos de los integrantes de la asociación. En su mayoría, la perspectiva con la que se aborda a los videojuegos es pedagógica y humanista (Fernandez-Piqueras,

Guerrero Valverde, Ros, & Cifuentes, 2020; Guerra-Antequera et al., 2020; Legeren & Crespo-Pereira, 2019).

1.2.8 Tecnoantropología

Alguna de las instituciones académicas que también realiza abordajes y aproximaciones a fenómenos tecno culturales son el Colegio de la Frontera Norte, (COLEF) y la Universidad de Barcelona en donde investigadores como Maximino Matus Ruiz, Jordi Colobrans Delgado y Artur Serra Hurtado han profundizado en la línea de la tecnoantropología.

Bajo esta visión, la tecnoantropología es definida como una perspectiva académica que busca “desentrañar el complejo proceso de innovación, difusión y apropiamiento tecnológico entre miembros de diversas sociedades con cosmovisiones particulares” (Matus et al., 2018: 10) ; en otras palabras, la tecnoantropología busca estudiar los fenómenos y procesos culturales desde su relación con la tecnología.

Tomando en cuenta lo anterior, esta subdisciplina de la antropología incorpora modelos y conceptos (teorías) de ciencias sociales (como la antropología y sociología), pero también ciencias duras y disciplinas técnicas (como la ingeniería, el diseño, la informática y la investigación de mercados). Esta interdisciplinariedad permite aproximarse a los dispositivos tecnológicos como objetos diseñados con características y dimensiones técnicas y culturales particulares, que necesariamente son usados y apropiados por personas e individuos con dimensiones subjetivas y sociales diferentes. Respecto a esto, Colobrans menciona lo siguiente:

“Cuando las comunidades humanas adoptan determinadas tecnologías, cambia la configuración del sistema de objetos del que se rodean, la estructura social, representaciones y sistemas de significados. La comprensión del mundo por parte de la sociedad cambia con el uso de las nuevas tecnologías” (Colobrans, 2018).

Asimismo, para Matus, las tecnologías digitales interactivas son dimensionados como dispositivos que en sí mismos conllevan cualidades semióticas propias que los usuarios deben descifrar e interpretar para posteriormente ser operados y utilizados; incluso, los dispositivos tecnológicos también pueden llegar a ser productores de

formas simbólicas: “Con la popularización de los robots, las tecnologías inteligentes avanzadas y el Internet de las cosas, la mayor parte de los signos con los que las personas interpretan el mundo serán producidos por máquinas y no por humanos” (Matus, 2018: 61).

Siguiendo la misma línea, vale la pena apuntar que toda tecnología cuenta con componentes culturales de sentido desde que son diseñados. Por lo tanto, los videojuegos se pueden entender como tecnologías digitales interactivas que poseen características técnicas y de sentido propio que posibilitan e inciden (al mismo tiempo) en los procesos comunicativos de las personas.

En el mismo sentido, la tecnoantropología comparte los métodos y técnicas de investigación con la antropología tradicional, en donde se llevan a cabo etnografía, entrevistas, sesiones de grupo, etc., resaltando principalmente el corte cualitativo de las investigaciones.

Si bien la tecnoantropología es una subdisciplina de la antropología que se encuentra muy cercana a la perspectiva de la presente tesis, es importante mencionar que la tecnoantropología analiza procesos sociales y fenómenos culturales, pero sus objetivos principalmente se dirigen a la aplicación y diseño de tecnología práctica.

“La tecnoantropología es una profesión orientada a resolver problemas, a intervenir y a transformar el mundo tecnocultural, y para ello observa, analiza e interpreta el estado de las cosas, para después emplear el conocimiento con el fin de plantear e implantar cambios; por ejemplo, los tecnoantropólogos estudian el efecto de una tecnología en una comunidad de usuarios, y a partir de la evidencia empírica proponen mejoras para incrementar la calidad de los servicios que ofrece dicha tecnología; tal es el caso de las tareas realizadas por los antropólogos que trabajan para las grandes empresas tecnológicas del ámbito mundial, donde estudian la manera de mejorar la experiencia de los usuarios. La práctica de la tecnoantropología demanda pasar a la acción, y se compromete con transformar la tecnología, cultura y sociedad que interviene”.(Matus et al., 2018: 15)

Añadiendo más a esto, Serra Hurtado menciona lo siguiente: “la tecnoantropología elabora sistemas expertos de conocimiento mediante los cuales puede realizarse el diseño cultural para innovar en productividad, y en la calidad del

trabajo humano en la industria, corporaciones e instituciones de investigación y de enseñanza” (Serra, 1992: 4)

Para Colobrans, los tecnoantropólogos “trabajan en el ámbito de la investigación, el desarrollo y la innovación, estudian el fenómeno de la innovación tecnológica, social y cultural, y se implican en proyectos de innovación para mejorar la implantación del desarrollo tecnológico en la sociedad donde viven y contribuir a su transformación”.

Por lo tanto, la tecnoantropología se considera dentro del estado del arte de la presente investigación y se recuperan visiones teóricas cercanas a la misma, pues aporta aproximaciones útiles, válidas y cercanas al objeto de estudio de los videojuegos; y resulta útil para dimensionar las características tecnoculturales del videojuego como dispositivo digital interactivo y social. Sin embargo, la tesis no se circunscribe principalmente a la tecnoantropología, pues aunque este trabajo enfatiza y busca definir al objeto de estudio de las prácticas culturales en su relación con espacios tecnológicos digitales e interactivos, los fines que se pretenden alcanzar no se orientan al diseño o a la resolución de un problema, intervenir o transformar un aspecto tecnocultural. Por otro lado, la orientación del presente texto se circunscribe al campo de la comunicación (no al del diseño) y el objetivo de este trabajo reside en generar aportes de carácter teórico y metodológico sobre la *praxis* comunicativa, la generación de sentido y su relación con la formación de aspectos de capital social en comunidades de videojugadores en línea.

1.2.9 ArsGames

Por otro lado, ArsGames es una asociación (con sedes en México y España) que promueve proyectos culturales relacionados con los videojuegos y las nuevas tecnologías, a partir de diferentes disciplinas: pedagogía, formación, investigación científica, inclusión digital y participación ciudadana (ArsGames, 2021).

Aunque la asociación promueve la investigación académica sobre videojuegos, su función principalmente se centra en la difusión y divulgación de la ciencia y tecnología. En 2019 ArsGames se asoció con la *Red Española de Excelencia sobre I+D+i y Ciencia* y juntos crearon *SelloArsGames*, una editorial dedicada a publicar libros sobre videojuegos (Cabañes et al., 2018; Cabañes & García, 2015; Cabañes & Rubio, 2013). De igual forma, se creó *Bit y aparte. Revista interdisciplinar de estudios videolúdicos*.

De forma general, las publicaciones dimensionan a los videojuegos con características técnicas que pueden ser implementadas en diferentes ámbitos sociales, especialmente el educativo. Aunque se cuenta con diversos artículos, la mayor parte de ellos se enfoca en análisis de diseño, discurso y programación (Cabañes et al., 2014, 2015, 2016).

1.2.10 Women in Gamex

De acuerdo con la página oficial, *Women in Gamex* es una comunidad, una iniciativa y un movimiento que busca alentar, promover, visibilizar y sensibilizar el papel de las mujeres en la industria de los videojuegos en el entorno nacional mexicano y latinoamericano. El objetivo principal es generar un espacio en donde las mujeres que pertenecen a la industria de los videojuegos compartan sus experiencias con base en una perspectiva de género (Women in Gamex, 2021).

Aunque la comunidad no genera artículos científicos, fomenta la participación y facilita espacios de diálogo de algunas académicas que en ocasiones participan en conferencias y mesas redonda.

Las principales posturas con que se aborda a los videojuegos en los eventos de la comunidad son: diseño, programación, economía, pedagogía, psicología y estudios de género.

1.3 Capital social

Como se ha revisado con anterioridad, en el área de las ciencias de la comunicación la aplicación del concepto para el análisis de comunidades de videojuegos es escasa. En el mismo sentido, Valcárcel (2008) menciona que “capital social” es un concepto difícil de trabajar debido a la complejidad en su categorización y al amplio abanico de interpretaciones con que se ha abordado.

Dentro del estado del arte realizado, se puede apuntar que en múltiples artículos se trabajan ciertos conceptos que pudieran referirse a algunas categorías del capital social, como sentido de pertenencia a comunidades de videojugadores, identidad, confianza, reglas, valores, normas, soledad, colaboración, participación política, educación y economía. Explícitamente sólo se encontraron dos artículos que trabajan el concepto de capital social en las comunidades de videojugadores.

En la conferencia de la DiGRA de 2019 se presentó el trabajo titulado *Me, myself and others: Connecting player identification to gaming social capital*, en donde se analizan las conexiones y los vínculos entre los jugadores, a partir de la visión de capital social de Putnam. Los indicadores que se proponen son tres: identificación del jugador con el avatar(1), identificación del jugador con el gremio(2) e identificación del jugador con el juego(3) (Franziska & Ahmed, 2019) .

Por otro lado, en el artículo *Gaming Social Capital: Exploring Civic Value in Multiplayer Video Games*, publicado en la revista *Journal of Computer-Mediated Communication*, se trabaja el concepto del capital social relacionado con la participación cívica. Los indicadores propuestos en el texto son: Cercanía del videojugador con otros videojugadores, tener una relación *offline* con la gente que se juega, sentirse sólo si no se juegan juegos multijugador y sentirse parte de una comunidad de *gamers*.

Cabe mencionar que en ambos artículos la perspectiva metodológica que se utiliza es de corte cuantitativo y las técnicas ocupadas son encuestas aplicadas a grupos de videojugadores. En la revisión realizada no se encontró ningún texto que trabaje el capital social en las comunidades de videojugadores desde una perspectiva cualitativa.

Por otro lado, en la revisión en el repositorio de Tesis UNAM se encontró un trabajo doctoral que profundiza en la definición de capital social y que categoriza el concepto de forma práctica para un análisis de tipo mixto. En la tesis *La construcción del capital social en las redes sociales en internet: Discutamos México en Facebook* (López Novelo, 2011) se realiza un mapeo del concepto “capital social” desde autores clásicos en la sociología hasta textos del 2011. A grandes rasgos, el concepto es definido como recursos intangibles que se encuentran dentro de una comunidad, basados en valores, normas y confianza. El autor analiza el capital social en tres dimensiones: estructural, relacional y cognitivo.

Debido a la aplicación en un entorno *online* éste último texto es una referencia relevante a tomar en cuenta para la construcción del apartado teórico de la investigación que se planea realizar.

1.4 Prácticas comunicativas

A partir de la revisión realizada con anterioridad, se apunta que el concepto “prácticas comunicativas” no ha sido trabajado en estudios sobre videojuegos. Las investigaciones que más se acercan a esto focalizan el estudio en la interacción de personas en los juegos multijugador en línea, la comunicación no verbal, la construcción de sentido, motivaciones de juego, medios inmersivos, medios de comunicación, confianza, normas y valores.

En la búsqueda de bibliografía relacionada al concepto se encontraron dos libros: *Prácticas comunicativas en entornos digitales* (Crovi, 2018) y *Para leer la apropiación digital. Una transformación de las prácticas culturales* (Crovi, 2020). En ambos textos, Delia Crovi, trabaja el concepto de prácticas culturales digitales a partir de hábitos de uso (rutina, automatismo y costumbre). Posteriormente divide a las prácticas culturales digitales en niveles de interacción con los contenidos:

1. Discreto
2. Selectivo
3. Enlace
4. Comunicativo

De esta manera, la autora propone entender a las prácticas comunicativas como interacciones diversas mediante las cuales los individuos se expresan y se organizan en un espacio y contexto determinado (Crovi, 2018). En otras palabras, intercambios simbólicos y de sentido, pero mediadas por la tecnología.

El trabajo desarrollado por Crovi en los libros mencionados resultan relevantes para la construcción del apartado teórico de la investigación que se pretende realizar.

1.5 Principales hallazgos

Tomando en cuenta lo anterior, se pueden realizar diferentes apuntes que revelan el estado del arte de la investigación de los videojuegos y fenómenos relacionados. Dichos hallazgos se mencionan a continuación.

En un primer momento se detectó que la mayor parte de los trabajos importan teorías y conceptos de otras ciencias y disciplinas, principalmente de la Psicología, Sociología, Antropología, Lingüística, Semiótica, Hermenéutica e Informática (entre otras); sin embargo, aún existe una carencia de conceptos y modelos propios para entender el fenómeno en sí mismo.

De igual forma, una gran cantidad de artículos se interesan por medir los efectos e implicaciones de los videojuegos en los usuarios, haciendo un especial énfasis en la violencia. Asimismo, la tendencia por estudiar las potencialidades de los videojuegos en diferentes áreas sociales (serious games) y los estudios con perspectiva de género cada vez es mayor.

Aunque en diversos repositorios y revistas especializadas se trata de abordar a los videojuegos bajo una perspectiva cultural y humanista también existen esfuerzos por analizar el diseño y la programación de los mismos; sin embargo, son escasos los trabajos que conjuntan ambas perspectivas.

Los objetos de estudio mayormente estudiados son videojuegos, espacios digitales y videojugadores; sin embargo, no se profundiza en el proceso comunicativo (y simbólico) que se lleva a cabo entre las comunidades. La mayor parte de los análisis divide el entorno *offline*

y el *online*, pero deja de lado las prácticas culturales que se articulan de manera transmediática entre ambos contextos.

Con relación a esto, David Cuenca, menciona lo siguiente:

“El tema de los videojuegos escasamente ha sido investigado a partir de enfoques que pongan especial énfasis sobre sus cualidades y características (se aproximan teorías y modelos epistemológicos tanto conceptuales como metodológicos provenientes del estudio de otros productos culturales para comprender y predecir el comportamiento de los videojuegos)(...) El estudio del videojuego debe abrirse y ajustarse a la investigación desde las propiedades mismas, atributos y características que tecnológicamente se articulan a sus interfaces, lenguajes y sistemas de expresión.”. (Cuenca-Orozco, 2018: 19)

Aunque existen numerosas investigaciones sobre comunidades de videojugadores en línea, los casos de estudio son casi siempre los mismos: *World of Warcraft (WoW)*, *League of Legends (LoL)* y *The Elders Scroll*; y existen muy pocos trabajos que aborden comunidades creadas alrededor de títulos más recientes y con diferentes características (videojuegos de modalidad *Battle Royale* como *Fortnite*, *Apex Legends*, *Free Fire*, etc.) De igual forma, las comunidades más estudiadas son comunidades de videojuegos de PC, pero no se abordan las comunidades de videojugadores de dispositivos móviles o de consolas.

En la actualidad existe un casi nulo abordaje de los conceptos “capital social” y “prácticas comunicativas” en el ámbito de los videojuegos. Los pocos trabajos que se han desarrollado son de perspectiva cuantitativa y dejan de lado diferentes variables y categorías.

Capítulo 2. Marco teórico

En el capítulo anterior se elaboró el estado del arte sobre el abordaje del fenómeno de los videojuegos y sus comunidades. Como se ha indicado, el campo teórico carece de teorías y conceptos propios que ayuden a entender sus fenómenos desde una perspectiva socioantropológica, pues, generalmente se retoman modelos y perspectivas de otras ciencias y disciplinas tales como la Psicología, la Semiótica, la Hermenéutica y la Informática (entre otras). Asimismo, se detectó una tendencia en cuanto al abordaje del “efecto” de los videojuegos en las personas, preponderando el tema de la violencia.

De igual forma, resaltan los escasos trabajos alrededor del capital social y las prácticas comunicativas en los videojuegos. De acuerdo con lo anterior, se indica que el proceso cultural que se lleva a cabo en las comunidades de videojugadores ha sido abordado generalmente desde perspectivas cuantitativas y no se ha profundizado en el proceso comunicativo ni en la construcción de sentido.

Una vez revisado el estado del arte en el capítulo anterior, a continuación se procede a exponer un marco teórico que sirve como sustento para el presente trabajo de investigación.

Es preciso ubicar que, a partir de la búsqueda de fuentes realizada previamente, se ubicaron las principales líneas de investigación y las áreas de oportunidad que aún faltan por abordar de forma académica y especializada en torno al fenómeno de los videojuegos y sus comunidades virtuales. De esta manera, se detectó en un primer momento una carencia en el abordaje de los procesos comunicativos y culturales en los medios digitales y su relación con los espacios físicos.

Tomando en cuenta esto último, el objetivo del presente capítulo consiste en ofrecer al lector una óptica diferente al abordaje académico y empírico tradicional sobre el videojuego, en donde se dimensiona generalmente un medio tecnológico de ocio y entretenimiento², o bien, un artefacto para pasar el tiempo. A través de la exploración y profundización en la relación entre las prácticas comunicativas, la comunicación, las prácticas culturales, las mediaciones, y el capital social, el videojuego se vislumbra en relación con otros conceptos, lo cual permite entender su complejidad y analizar aspectos que determinadas perspectivas parciales y mono disciplinarias³ no han contemplado.

Cabe señalar, que las referencias retomadas dentro del presente marco teórico incorporan perspectivas diversas que, desde múltiples ángulos, ciencias y líneas de investigación, suman y enriquecen en la construcción de una mirada multidisciplinaria que precisa aportar una nueva perspectiva epistémica y amplía la dimensión de los conceptos teóricos, abordados (prácticas comunicativas, mediaciones, capital social, comunicación, cultura y videojuego).

De esta manera, el presente capítulo se divide en cinco subapartados. En cada uno se dimensiona un concepto diferente y se explica la relación que tienen respecto al objeto de estudio. El ordenamiento de los apartados abordados corresponde en un primer momento al desarrollo de un estado de la cuestión⁴ sobre las prácticas comunicativas; esto con la finalidad

² Entendiendo al ocio y al entretenimiento como fenómenos que no son necesariamente negativos, sino como procesos que permiten a una sociedad generar cambio, transformación, innovación y planteamiento de nuevas realidades (Novelo, 2021).

³ Se entiende como monodisciplina a la especialización aislada en un área de estudio (Max-Neef, 2005) . De acuerdo con Mónica Valle *la disciplinarietà concierne más o menos a un solo y mismo nivel de Realidad, por otra parte, en la mayoría de los casos no concierne más que a los fragmentos de un solo y mismo nivel de Realidad* (Valle, 2005).

⁴ Entendiendo el estado de la cuestión como la recopilación de los documentos científicos que aportan materiales de lectura y reflexión necesarias para la investigación; a diferencia del estado del arte, definido

detectar los alcances y límites del concepto (de cara a un fenómeno sociocultural y, se estima aquí, tecnocultural). Posteriormente, se desarrolla la exposición de múltiples definiciones (cultura, comunicación, mediaciones, capital social y videojuego), buscando generar un panorama teórico que, vinculando y encontrando las intersecciones entre éstos, permita profundizar y reformular el concepto de prácticas culturales y su relación con el videojuego, las comunidades de videojugadores y los medios digitales.

Como se observa en el Diagrama 1, la estructura del capítulo puede visualizarse como un bucle que comienza con la exposición de un concepto principal (prácticas comunicativas), para posteriormente se realiza una discusión entre conceptos que se vinculan entre sí, permitiendo generar profundidad epistémica y teórica sobre el fenómeno abordado; y termina con la definición del objeto de estudio, y la reformulación del concepto principal (prácticas comunicativas), en torno a la discusión conceptual generada previamente.

como el resumen y organización de investigaciones recientes con la finalidad de desarrollar una perspectiva de un área o fenómeno de investigación específico (Carrasquero, 2016).

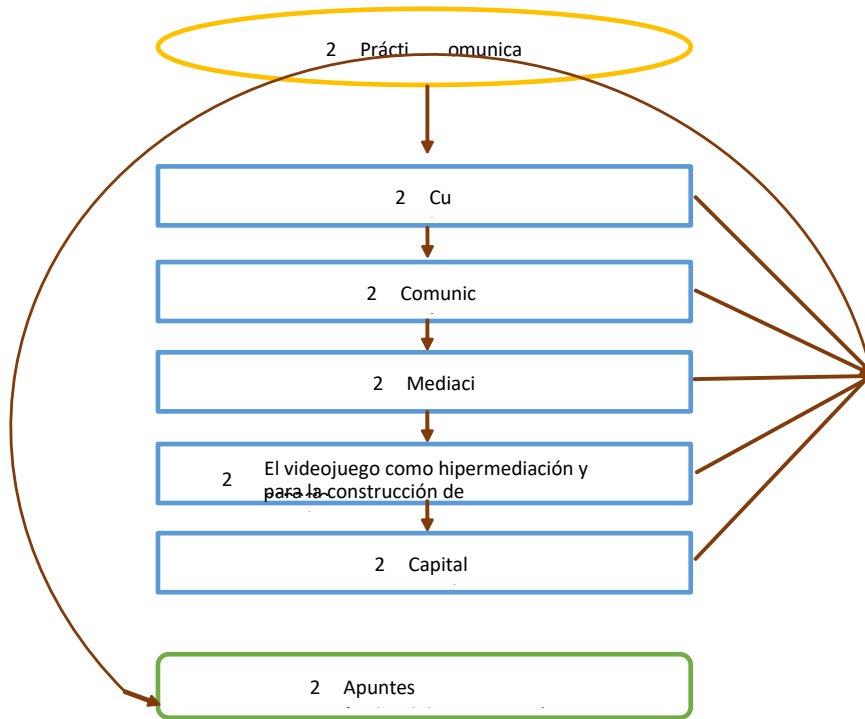


Diagrama 1. Estructura de capítulo. Elaboración propia.

2.1 Prácticas comunicativas⁵

En un sentido general, las prácticas comunicativas implican el “hacer” del fenómeno de la comunicación. Etimológicamente, la palabra “práctica” deviene del adjetivo latino *practicus*,

⁵ Es conveniente mencionar que el abordaje realizado en el presente capítulo parte de una perspectiva sociocultural, en donde se busca entender a las prácticas comunicativas como elementos, discursos, mensajes y acciones insertas en procesos cotidianos (en entornos físicos y digitales). Las “prácticas comunicativas” se refieren a la praxis de la comunicación y no se considerará la *Teoría de la Acción Comunicativa* de Jürgen Habermas, debido a que esta perspectiva, aunque tiene una semejanza en el término, difiere en la definición del concepto y en la dimensión que se pretende analizar al objeto de estudio.

relacionado con el sufijo *-icus* (actuar), teniendo como significado “llegar a un extremo”, “aplicar las acciones”, “hacer por completo algo” o “acabar” a partir del diccionario especializado en etimología (Etimologías de Chile, 2021). En el proceso de la comunicación intervienen acciones que buscan construir significados en común y establecer relaciones sociales. Se puede apuntar desde aquí que las prácticas comunicativas son unas de las acciones más frecuentes y cotidianas de la especie humana.

Desde una perspectiva biológica, las prácticas comunicativas ayudan a los seres humanos a sobrevivir, pues a partir de ellas se establecen relaciones sociales que facilitan la cooperación y satisfacción de necesidades básicas; de la misma forma, las prácticas comunicativas también aluden a dimensiones simbólicas más complejas de las personas (como la emocional, la cultural, la política, la económica, etc.) Cuenca las define como “el vehículo que permite el aseguramiento de significados y que dota de un fundamento al llevarlos al campo de la práctica” (2021: 368).

De manera semejante, de acuerdo con Von Sprecher y Boito, las prácticas comunicativas refieren a las acciones que producen sentido y se manifiestan a través de los discursos (2010), siendo estos últimos, entramados de significados. De hecho, si la cultura misma se entiende como un entramado de significaciones (Geertz, 1996), las prácticas comunicativas son los procesos y acciones básicas sobre las que se replica, comparte, trasciende, cambia y emerge la cultura. Precisamente “la comunicación permite y produce la puesta en práctica de este sistema significante (la cultura). La cultura cobra existencia en acción a través de las prácticas comunicacionales productoras de sentido” (Von Sprecher y Boito 2010: 25-26).

Las prácticas comunicativas en la actualidad (así como en toda la historia de la humanidad) están intrínsecamente relacionadas con las tecnologías de información y comunicación. Los medios digitales, los nuevos espacios, formatos y canales, permiten y dan forma a las prácticas comunicativas; al mismo tiempo de que estos mismos espacios, formatos y canales son influidos por las prácticas comunicativas. Se trata de una relación de incidencia mutua en donde dan forma y son formadas por lo que se dice, lo que se hace y lo que se entiende:

“El “medio” es simplemente un elemento, un recurso, un “medio para...”, que tiene lugar dentro de las prácticas comunicacionales. (...) Eso no significa desconocer que las tecnologías tienen cada vez mayor incidencia en las sociedades contemporáneas. Pero tampoco suponer que las tecnologías sean unos “sujetos” con vida y voluntad propia, aun teniendo en cuenta las consecuencias previsibles e imprevisibles que puede tener un nuevo dispositivo” (Von Sprecher y Boito 2010: 78).

Asimismo, es importante mencionar que las prácticas comunicativas, además de medios, involucran personas, habilidades, lenguaje, lengua, discursos; elementos que varían y que se encuentran en constante cambio. Tomando en cuenta lo anterior, es importante mencionar que las prácticas comunicativas son variables, mutables y diversas, pues dependiendo de los contextos y situaciones (sociales y personales) se producirán, expresarán, recibirán e interpretarán de diversas formas. En ese orden, Crovi menciona que las prácticas comunicativas son interacciones que se despliegan en escenarios diversos, dinámicos y cambiantes, y que se encuentran determinadas por condiciones personales y sociales situadas (2018).

De esta manera, las historias producidas dentro de las sociedades humanas, la cultura y sus cambios, pueden ser entendidos a partir de las prácticas comunicativas, pues a través

de estas se teje el entramado de significados y sentido. Al respecto, Valencia y Magallanes mencionan lo siguiente:

“Las prácticas de comunicación se insertan en el contexto de las prácticas sociales, apoyadas en las relaciones y las interacciones entre los sujetos, de tal manera que al hablar de cambio social, es necesario contemplar a los sujetos interpelados personal y socialmente desde las acciones y las prácticas comunicativas” (2015: 22).

Por otro lado, es importante mencionar que las prácticas comunicativas no sólo corresponden a la dimensión interpersonal, sino que también se relacionan con la comunicación institucional y la comunicación colectiva. Rocha define a las prácticas comunicativas de la siguiente forma:

- Los mensajes o los discursos que emite un emisor con el objeto de incidir en el receptor.
- Aquellas acciones que se desarrollan en los medios con el propósito de cumplir con una o varias funciones de los medios masivos.
- El impacto de los contenidos de los medios en las audiencias para determinar si los mensajes transformaron la opinión pública. (Rocha, 2020)

Por lo tanto, se infiere que, desde ese punto de vista, las prácticas comunicativas son la base de “lo social” y se manifiestan en múltiples dimensiones. Dotan de sentido al quehacer cotidiano de las personas y se expresan en diversos medios de comunicación, tecnologías, dispositivos, etc. Respecto a esto último, Cuenca menciona lo siguiente:

“Las prácticas comunicativas cohesionan a las sociedades porque vuelven viva a la comunicación misma y además es desde ésta última que cobra mayor relevancia el quehacer de las sociedades; dependiendo de los propósitos e intencionalidades de las interacciones es

que dichas prácticas comunicativas lograrán ampliarse y ampliarán a la comunicación como proceso” (2021: 368-369).

De esta manera, las prácticas comunicativas se definen como todas aquellas acciones, mensajes y discursos que permiten la construcción de sentido social y se ubican como la base de la cultura. Ahora bien, revisando las fuentes correspondientes, se pueden advertir tres observaciones de orden teórico y epistemológico en el abordaje de las prácticas comunicativas:

- 1) Pese a que se ha trabajado un abordaje general del concepto que permite entenderlas como parte cotidiana e indispensable de la cultura y la socialización, es importante mencionar que no se ha dimensionado con profundidad: las prácticas comunicativas generalmente se definen como la forma básica del ser humano para generar sentido social y crear significado. Incluso, en múltiples libros y artículos mencionan frecuentemente a “las prácticas comunicativas”, pero no se profundiza en el concepto; se limitan a sobre entenderlas como formas de expresión, discurso y acciones que se desarrollan en espacios digitales (Cornejo, 2018) (Garcés, 2011) (Rozo, 2016), por mencionar alguno. Y aunque este razonamiento pudiera ser parcialmente correcto, es importante diferenciar y establecer la relación teórica entre las prácticas comunicativas y otros elementos que intervienen en la comunicación (medios, discursos, formatos, personas, públicos, comunidades, cultura, etc.). Hasta el momento, las prácticas comunicativas se entienden desde una perspectiva integral (en cuanto a la comunicación humana se refiere), sin reparar en sus distintos elementos, pautas y principios.

- 2) Aunque en la actualidad se pueden encontrar trabajos que estudian las “prácticas comunicativas en entornos digitales” (Cornejo, 2018), (Crovi, 2018), (Garcés, 2011) (Rozo, 2016), (Urban 2015). La vastedad de este tipo de espacios revela una necesidad de seguir estudiando y analizando casos particulares que aporten una ruta de mapa para entender las dinámicas culturales que suceden y se configuran desde y en los nuevos medios interactivos. La diversidad de las nuevas tecnologías, dispositivos y espacios de la comunicación evidencia la posibilidad de seguir entendiendo la forma en que estos medios (con características estructurales y técnicas particulares) inciden en la *praxis comunicativa* de los usuarios.
- 3) El estudio de las prácticas comunicativas y los casos de estudio abordados (en la mayor parte de las ocasiones) se han delimitado en dos dimensiones: *online* (Cornejo, 2018), (Crovi, 2018), (Garcés, 2011), (Rozo, 2016), Urban, 2015) y *offline* (Calderón, 2016), (Lázaro, 2014), (Sánchez, 2020). El estudio de prácticas comunicativas *online* generalmente refiere a los discursos y formas de interacción en redes sociales (WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, etc.) internet y plataformas digitales (como lo es el caso del videojuego); por otro lado, el estudio de prácticas comunicativas *offline* se relaciona con medios tradicionales⁶, como la radio, la televisión, e incluso con las relaciones interpersonales dentro de organizaciones.

La anterior decisión de taxonomizar y dividir los objetos de estudio de forma tan determinante probablemente obedece a las dificultades metodológicas que implica delimitar un objeto de estudio a dos dimensiones sociales; sin embargo, la realidad actual requiere de un abordaje epistemológico, teórico y metodológico que

⁶ De acuerdo con Lev Manovich, los nuevos medios son aquellos que cumplen con los principios de: Representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación (2005).

entienda fenómenos sociales con mayor complejidad. La vida social no se divide en *offline* y *online*; el mundo digital y el físico se encuentran estrechamente conectados e interconectados⁷. Las prácticas comunicativas dentro y fuera de internet siguen y seguirán siendo esencialmente prácticas comunicativas; de hecho, al hablar de cultura *online* y la cultura *offline* es hablar de lo mismo: ambas son cultura.

Como se puede observar, los aportes teóricos actuales para la definición y el análisis de las prácticas comunicativas en entornos digitales y no digitales aún tienen oportunidades de ser explorados. Incluso, debido al constante cambio de las tecnologías de información y comunicación, las herramientas metodológicas existentes resultan poco actualizadas para entender el fenómeno en toda su complejidad. A partir de estas observaciones detectadas, en los siguientes apartados se explora la relación que las prácticas comunicativas mantienen con la cultura, las mediaciones, la comunicación misma, el capital social y el videojuego.

2.2 Cultura

De acuerdo con diversos textos y líneas de investigación dentro de las ciencias sociales, el concepto de cultura ha sido definido de múltiples maneras. Cada una de las perspectivas han ofrecido enfoques particulares que logran dilucidar diferentes aspectos y aristas de fenómenos variados.

Como se ha mencionado en el Capítulo 1, dentro del campo de los videojuegos el estudio sobre la prácticas culturales (desde la comunicación) al interior de comunidades en

⁷ Como menciona Cuenca, “los mundos virtuales no resultan ser otra cosa que un tipo de mundo, lugares en donde resulta posible el desarrollo, o despliegue, de una realidad virtual. Es decir, los mundos virtuales pueden entenderse como entornos digitales en tres dimensiones en donde es posible llevarse a cabo la realidad virtual” (Cuenca Orozco, 2018).

línea aún representa un área de oportunidad para la investigación. En este sentido, a lo largo del presente apartado se define y delimita el concepto de cultura, que sirve como base para el posterior desarrollo y definición de las “prácticas culturales” y prácticas comunicativas.

En un primer momento, de acuerdo con Thompson (1998), el concepto de cultura posee una amplia historia propia. La palabra cultura surge de la palabra *culturam*, que en latín refiere principalmente al cultivo o cuidado de cosechas y animales; es decir, a la producción material de una sociedad. Con el paso de los siglos, el concepto fue cambiando y se complejiza su definición, pues “a partir del siglo XVI, el sentido original se extendió poco a poco de la esfera de la labranza al proceso de desarrollo humano: pasó del cultivo de las cosechas al cultivo de la mente” (pág. 186).

Asimismo, Thompson se refiere a las múltiples nociones de cultura, entendidas desde una perspectiva progresista. Por un lado, a inicios de del siglo XVIII, la cultura se comenzó a definir como sinónimo de civilización y desarrollo humano (diferenciando entre las sociedades “evolucionadas” y los salvajes o bárbaras); de igual forma, a finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, la cultura se concibió como sinónimo de inteligencia o refinamiento social (comúnmente relacionado al consumo y asimilación de obras de arte y ciencia, refiriendo a “personas con cultura” y “personas sin cultura”).

De acuerdo con Thompson, desde la antropología, las concepciones de cultura se han desarrollado desde dos concepciones diferentes: la concepción descriptiva y la concepción simbólica.

En un primer momento, la concepción descriptiva asume a la cultura como un conjunto de bienes y recursos inmateriales que dotan de identidad y pertenecen a una sociedad particular.

“De acuerdo con esta concepción, la cultura se puede considerar como el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte, etcétera, que adquieren los individuos como miembros de una sociedad particular y que se pueden estudiar de manera científica. Todas estas creencias, costumbres, etcétera, conforman una totalidad compleja que es característica de cierta sociedad y se distingue de otras que existen en tiempos y lugares diferentes” (Thompson, 1998: 191-192).

Esta definición presenta una perspectiva estática en donde su enfoque principal gira en torno a las manifestaciones prácticas y estéticas que conforman a ciertas comunidades (Lozano, 2004). Un ejemplo de esto consiste en tratar de analizar la cultura mexicana, la cultura alemana, la cultura griega, la cultura egipcia, etc. Pese a que existen ciertas características con las cuales se pueden identificar algunas sociedades, responden a percepciones momentáneas y geográficamente determinadas; sin embargo, en una visión más particular, sólo se pueden observar prácticas comunicativas diversas y cambiantes.

Por otro lado, la concepción simbólica, instituida por Clifford Geertz en *La interpretación de las culturas* (1996), define a la cultura como entramados simbólicos compartidos por una sociedad. Principalmente esta perspectiva resalta la capacidad de interpretación del ser humano y el constante proceso de simbolización de la realidad. En este sentido, el estudio de la cultura no se focaliza en el estudio objetivo de objetos materiales, producciones intelectuales o tradiciones, sino en la interpretación de los significados profundos de una sociedad.

Thompson define a la cultura desde una perspectiva interpretativa como “una jerarquía estratificada de estructuras significativas; consiste en acciones, símbolos y signos, en ‘espasmos, guiños falsos guiños, parodias’, así como enunciados, conversaciones y soliloquios” (1998: 196).

Para efectos de la presente investigación, la definición de cultura que se emplea parte de la concepción interpretativa y simbólica. Sin embargo, no se retoma puntualmente la propuesta de Thompson, pues aunque define a la cultura como “acciones, objetos y expresiones significativas de diversos tipos” (1998: 203), esta perspectiva se centra en evidenciar las relaciones asimétricas de poder a través de las formas simbólicas, relacionando intrínsecamente el concepto de cultura con el de ideología y discurso. Aunque se tomará en cuenta esa acepción (en torno al poder y la cultura), el análisis del presente texto no se centra en el análisis discursivo o ideológico, sino en el aspecto simbólico y la función de la comunicación en la cultura.

Siguiendo la misma línea, Gilberto Giménez define a “lo simbólico” dentro de la cultura de la siguiente manera:

“El mundo de las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, también llamadas “formas simbólicas”, y que pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos y alguna cualidad o relación. En efecto, todo puede servir como soporte simbólico de significados culturales: no sólo la cadena fónica o la escritura, sino también los modos de comportamiento, prácticas sociales, usos y costumbres, vestido, alimentación, vivienda, objetos y artefactos, la organización del espacio y del tiempo en ciclos festivos, etc.” (Giménez, 2005: 68).

De esta forma, como menciona el autor, la cultura es tanto punto de partida para la acción y la interacción social, como un entramado simbólico dinámico que está en constante

cambio, de acuerdo con la interpretación y representación de los integrantes de una sociedad. “En conclusión, los sistemas simbólicos son al mismo tiempo representaciones (‘modelos de’) y orientaciones a la acción (‘modelos para’)” (Giménez, 2005: 72).

Asimismo, el autor menciona cuatro funciones principales de la cultura y las formas simbólicas (pág. 85):

- 1) Función cognitiva – Corresponde al esquema de percepción e interpretación de las personas. A partir de la cultura y las formas simbólicas los individuos perciben, comprenden y explican la realidad.
- 2) Función identificadora – Refiere a la diferenciación entre grupos e individuos sociales. La concepción de identidad comienza con establecer una relación diferenciada con un “otro”. En esta función el contraste se establece a partir de formas y concepciones culturales específicas, tales como valores, lengua, religión, significados compartidos, etc.

En el mismo sentido, Giménez menciona que la identidad de un grupo social se genera a partir de una serie de rasgos identitarios “compartidos dentro de un grupo y presumiblemente no compartidos (o no enteramente compartidos) fuera del mismo” (2005^a: 5).

- 3) Función de orientación – La cultura establece parámetros de comportamiento y prácticas para los integrantes de un grupo social. “Las representaciones sociales definen lo que es lícito, tolerable o inaceptable en un contexto social determinado” (2005: 86).
- 4) Función justificadora – Permite a los individuos explicar y legitimar sus acciones y comportamientos.

Aunque el presente texto no explora la relación entre cultura e identidad (como lo hace Giménez), las funciones de la cultura establecidas por el autor son útiles para entender que la cultura es la base para la interacción social y la cotidianeidad. Asimismo, las funciones anteriormente mencionadas, se retoman en el apartado siguiente para definir las propiedades y funciones de las prácticas culturales y las prácticas comunicativas.

Adicionalmente, es importante resaltar que la cultura es una construcción social dinámica: es tanto expresión e intercambio como creación (Cuenca, 2021a). Se entiende como el punto de partida para entender la realidad, pero al mismo tiempo es un entramado en constante cambio.

“Eso quiere decir que la cultura a la vez que es un modelo aplicable para comprender la vida es también un código abierto que sirve para que otros colaboren en él. La propia subjetividad de quienes la observan se incorpora dentro de su entramado. Así, la construcción de la realidad social se da de manera permanente a la vez que se articula como parte inseparable del ser humano” (Cuenca, 2021a).

En este sentido, la cultura (entendida para la presente investigación) es dimensionada como dinámica, cambiante y en constante transformación. La cultura es el punto de partida (entramados simbólicos) para entender el mundo, entenderse en sí mismo y el actuar cotidiano de las personas (haciendo referencia a las funciones de la cultura de acuerdo con Giménez), y simultáneamente es un entramado simbólico modificable y construido (constantemente) por los individuos y las comunidades. La cultura es pues tanto punto de partida como producto de las sociedades.

En ese plano de ideas, Clifford Geertz (en su definición de cultura) establece una importante relevancia al proceso de compartir significados profundos entre los integrantes de

una sociedad. Menciona que “la cultura consiste en estructuras de significación socialmente establecidas en virtud de las cuales la gente hace cosas tales como señales de conspiración y se adhiere a estas, o percibe insultos y contesta a ellos” (1996: 26).

De esta manera, si la cultura es un entramado de significación, una parte relevante será la socialización e interiorización de dichas formas simbólicas. Precisamente en este proceso interviene la comunicación, pues de esa manera se difunde y se pone en práctica la cultura. En el siguiente apartado se dimensiona el concepto de comunicación y se explora su relación con la cultura.

2.3 Comunicación

La comunicación es un fenómeno complejo que puede abordarse desde innumerables aristas y ángulos. Dentro de las Ciencias Sociales, la definición del concepto “comunicación” se adscribe a múltiples líneas y perspectivas. En este sentido, el objetivo del presente apartado consiste en generar un acercamiento y definición que se vincule con el concepto de “cultura” y contribuya a la posterior definición de las prácticas comunicativas.

De acuerdo con Valle (2005), el campo de la comunicación dentro de las Ciencias Sociales encuentra tres diferentes vías epistémicas (referentes a la definición de objetos de estudio y del abordaje disciplinario) para abordar los fenómenos. La primera perspectiva consiste en la “definición empírica” de la comunicación; dentro de este paradigma, la comunicación se entiende como un producto de las instituciones y se refiere a procesos sociales meramente empíricos. Bajo este entendido, las áreas en que se abordan parten de un corte de especialización empírica social, por ejemplo: periodismo, comunicación política,

publicidad, televisión, radio etc. Si bien este enfoque permite definir fenómenos competentes a ciertos campos de especialización social empírica y profesional, el proceso de la comunicación queda circunscrito a ciertos espacios y temporalidades específicas.

La segunda perspectiva que menciona Valle corresponde a definición “lógico – formal” de la disciplina de la comunicación. A diferencia del primer paradigma, la comunicación es abordada teóricamente como un proceso que conlleva ciertos elementos y que se genera a partir de la interacción humana. Si bien esta postura ubica a la comunicación como un fenómeno social que sucede no sólo entre (y en) las instituciones, sino también entre individuos, la perspectiva también encuentra limitaciones al ofrecer una imagen estática de los procesos comunicacionales. “El resultado de las observaciones generadas a partir de ese paradigma sólo puede proporcionar una imagen del estado actual del campo y por tanto un corte y una instantánea sobre lo que en verdad es una realidad cambiante” (Valle, 2005: 4).

Por otro lado, la tercera perspectiva epistémica mencionada por Valle corresponde a la “génesis del campo”, en donde se entiende a la comunicación como un fenómeno complejo que debe ser entendido a partir de múltiples disciplinas. Los procesos comunicativos se convierten en el centro del análisis y para entenderlos se debe tomar en cuenta el proceso transhistórico que le precede y los diversos contextos en que se encuentran. Es importante mencionar que esta tercera perspectiva epistémica es a la que se circunscribe el abordaje de la comunicación para la presente investigación, pues a diferencia de los anteriores paradigmas, ofrece una visión interdisciplinaria y se dimensionan a las prácticas comunicativas como expresiones y procesos simbólicos dinámicos y cambiantes.

Asimismo, en el esfuerzo de ubicar al concepto de la comunicación dentro de un campo epistémico se recurre a la clasificación que elabora Lozano sobre los enfoques particulares (Lozano, 2010). Al igual que Valle, Lozano divide en tres perspectivas los abordajes de la comunicación, pero a diferencia de Valle, las perspectivas epistémicas no se clasifican con base en los tipos de abordajes disciplinarios, sino de las posturas con que se abordan los fenómenos de comunicación y los fines que persiguen:

- 1) Enfoque positivista – Los primeros acercamientos a la comunicación desde una perspectiva académica se gestaron desde este enfoque. Tiene una relación epistémica con las ciencias naturales, pues uno de los objetivos es visualizar, organizar y manipular la realidad de forma “objetiva” a partir del empirismo. Algunas tradiciones teóricas que se posicionan desde esta postura son el funcionalismo, el estructuralismo, conductismo y la administración; en ellas se entiende a la comunicación como un proceso de carácter sistémico con elementos definidos y objetivos, y al mismo tiempo se dejan en segundo plano las relaciones asimétricas de poder que conlleva el fenómeno.
- 2) Enfoque crítico – Los trabajos, esfuerzos y teorías (modelos y conceptos) que se encuentran dentro de esta postura cuestionan el papel de la comunicación en las asimetrías de poder en la sociedad. Los estudios están enmarcados dentro de un amplio contexto social y principalmente se enfocan en el estudio de los medios de comunicación masiva (radio, prensa y televisión).
- 3) Enfoque interpretativo – Esta perspectiva (también llamada enfoque culturalista), busca explorar las formas en que la gente se expresa y construye sentido en su realidad social. De acuerdo con Deacon, Pickering, Golding y Murdock (2021), esta

perspectiva parte de la antropología simbólica de Clifford Geertz (1996) y principalmente recurre a metodologías etnográficas para entender los fenómenos comunicativos.

Tomando en cuenta lo anterior, la dimensión epistemológica de la comunicación de la cual parte este trabajo corresponde al enfoque interpretativo, ya que la comunicación es entendida como un proceso humano dinámico en donde se comparten y se socializan significados. Sin embargo, en el presente capítulo se busca explorar y complejizar la perspectiva, pues se incorporan apuntalamientos teóricos diferentes que aportan para ampliar la dimensión epistémica; una de ellas es establecer relaciones respecto a las tecnologías de comunicación e información y las prácticas culturales (tecnocultura).

Si bien, Clifford Geertz no repara puntualmente en el estudio de la comunicación y las prácticas comunicativas, su definición de cultura permite vislumbrar la importancia de compartir y socializar significados. La creación de sentido es en sí misma la génesis de la cultura y sus entramados simbólicos.

“En todo caso el concepto de cultura que yo sostengo no tiene múltiples acepciones, por lo que se me alcanza, ninguna ambigüedad especial: la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida” (1996: 88).

En otras palabras, como mencionan Von Sprecher y Boito, “la comunicación es un conjunto de intercambios que constituyen la red discursiva de una sociedad” (2010: 30). La cultura (dimensionada como el conjunto de entramados simbólicos) sólo puede ser entendida en función de la construcción de sentido con base en la comunicación.

De esta forma, la comunicación no se limita al procedimiento humano meramente práctico que consiste en la transmisión de información para la supervivencia de la especie, sino también a la forma en que se socializan los significados de una sociedad y, por lo tanto, surge y se manifiesta la cultura. En este sentido, Julio Amador refiere que “toda vida práctica humana, incluida directamente la productiva, está mediada por la producción simbólica imaginaria” (2015: 15). Y es precisamente a través de la práctica y el intercambio simbólico que se sustenta y se entiende la realidad (función principal de la cultura).

“Sistemas sociales y sistemas simbólicos se sustentan unos a otros. El conjunto del proceso práctico de la vida social y personal se posibilita a partir de las representaciones de la realidad que nos permite situarnos y actuar dentro de las dimensiones espacio-temporales, dentro del mundo. La representación es un mapa de la realidad” (p.17).

Bajo la línea de Amador, la comunicación, en su dimensión de intercambio simbólico, se presenta en diferentes formatos y niveles, los cuales pueden coexistir y complementarse entre sí.

1. Comunicación verbal – La comunicación humana en un primer momento se sustenta en la dimensión verbal, puesto que la capacidad simbólica de los seres humanos se fundamenta en la significación y memorización de narrativas a través de código sonoro, que a su vez refiere a imágenes mentales e ideas complejas.

“La tradición oral fue la forma más antigua e importante en la cual se conservan, transmiten e interpretan los conocimientos colectivos. Aunque continúa existiendo bajo diversas formas, debe confrontarse, ahora, con la presencia avasalladora del texto escrito y los sistemas electrónicos y digitales de comunicación. La tradición oral no sólo permitió la preservación del mito, sino de todo el conjunto de conocimientos que compone una cultura” (Amador Bech, 2015: 108).

A diferencia de Amador, para la presente investigación, la dimensión oral de la comunicación no es un plano diferente a los entornos digitales, sino una forma de intercambio simbólico presente en ellos. Tal es el caso de algunos videojuegos en donde existe la posibilidad de que los jugadores se comuniquen oralmente a través de un chat de voz.

2. Comunicación no verbal – Para Amador, la comunicación no verbal está asociada directamente con los procesos del habla y situada en los estudios de la oralidad, puesto que la verbalidad se apoya en las expresiones físicas del cuerpo humano, como gestos corporales, movimiento, uso del espacio corporal, etc. El autor, basado en aportes previos de Knapp (1994), propone la siguientes categorías de análisis:

- a. “Emblemas: son actos no verbales que tienen una traducción verbal específica, conocida por un grupo de comunicación.
- b. Ilustradores: son actos no verbales íntimamente ligados al habla que sirven para ilustrar un aspecto de la conversación.
- c. Reguladores: son actos no verbales que regulan la interacción de los habitantes durante la comunicación.
- d. Adaptadores: son actos no verbales que ponen de manifiesto emociones y sentimientos durante la interacción social
- e. Comunicadores de estatus: gestos, actitudes y posturas asociadas a la comunicación de las jerarquías sociales
- f. Comunicación de actitudes: gestos, movimientos y posturas que revelan aspectos ideológicos, conductas y posiciones respecto de determinados problemas o situaciones.
- g. Comunicadores de engaño: señales no verbales que delatan la intención de mentir.
- h. Conducta táctil: las formas de contacto físico entre las personas.
- i. Expresiones faciales: el rostro como sistema múltiple de expresión de emociones y comunicación” (Amador, 2015: 112).

3. Comunicación escrita – Amador menciona que una de las características fundamentales de la escritura radica en la capacidad de registro gráfico de información, así como la concientización de lo que se quiere expresar. En este sentido, a diferencia de la oralidad, la escritura es un proceso de compartir y generar significado más consciente que la comunicación verbal, puesto que cuenta con soportes físicos que posibilitan el intercambio simbólico con base en lo que el autor (conscientemente) quiere decir. “Los sistemas silábicos de la escritura, por su propia ambigüedad, suponen la función del experto, no sólo para la memorización de signos, sino también, y sobre todo, para la interpretación, de modo que el experto debe decir lo que el escrito quiere decir” (pp. 116-117).

Adicionalmente, de acuerdo con el autor, la escritura basada en un alfabeto y los sistemas gráficos silábica permitió la complejidad del pensamiento humano, pues es a través de ella que se expresa y comparte significado abstracto.

“La aparición del alfabeto griego en los últimos años del siglo VIII a.C. trajo como consecuencia un cambio en la definición de la cultura humana misma. En adelante se abriría un abismo entre las sociedades alfabéticas y aquellas que utilizaban un sistema menos funcional y abstracto. La invención de los griegos no fue simplemente un alfabeto, sino el verdadero ejercicio de la escritura, estableciendo con eso las bases del desarrollo del pensamiento moderno” (Amador, 2015: 117)

4. Comunicación por medio de imágenes – El surgimiento de este tipo de comunicación se encuentra relacionada con la expresión gestual y verbal. Amador menciona que al igual que la comunicación escrita, la comunicación por imágenes requiere de un soporte material para expresarse, y, aunque la expresión gráfica sea aparentemente más simple que un alfabeto (en cuanto a contenido gráfico y estructura),

frecuentemente las imágenes aluden a significados complejos y formas de entender el mundo.

“Otro aspecto que debe destacarse es el de la sorprendente calidad técnica y estética de las pinturas y grabados rupestres, la cual desmiente las interpretaciones evolucionistas que atribuyen una ‘simplicidad primitiva’ a las sociedades que las produjeron y muestran que la verdadera maestría técnica y estética hace evidente la correspondencia entre un sistema simbólico complejo a nivel de la religiosidad y un sistema artesanal-artístico desarrollado” (Amador, 2015: 177).

Es importante mencionar que las dimensiones de comunicación mencionadas anteriormente se retoman más adelante como categorías para la identificación de las prácticas comunicativas en las comunidades de videojugadores en línea. Aunque Amador refiere fundamentalmente a las formas de comunicación físicas y éstas mantienen claras diferencias en la naturaleza de las prácticas comunicativas digitales (principalmente referente a la comunicación no verbal y a la comunicación por imágenes), las formas de comunicación también están presentes en este tipo de espacios. En el capítulo metodológico se describen, definen y adaptan dichas categorías para operabilizarlas en torno al objeto de estudio.

A partir de las categorías y las perspectivas abordadas en el presente apartado, los procesos comunicativos (en sus diferentes formas) son los que dotan a la cultura como un entramado simbólico dinámico y en constante transformación. Como mencionan Von Sprecher y Boito, “la comunicación social tiene un papel clave en la construcción del orden social y cultural; tanto en su constitución como en su funcionamiento, en su reproducción o su transformación” (2010: 29).

Como se puede observar, pese a que existe una intrínseca relación entre comunicación y cultura, uno de los principales retos al definir ambos conceptos es la ambigüedad al establecer

los límites entre ambos, pues si la cultura consiste en el entramado de formas simbólicas y las formas simbólicas son todo aquello que significan algo para alguien, la cultura y la comunicación pudieran confundirse con el mismo fenómeno⁸.

En este sentido, con la finalidad de delinear teóricamente las características de la cultura y la comunicación, en el siguiente apartado se definirá la relación entre las prácticas culturales y las prácticas comunicativas.

2.3.1 Prácticas sociales, prácticas culturales y prácticas comunicativas

Como se ha revisado anteriormente, la cultura (definida desde la perspectiva simbólica) refiere al entramado de significados compartido por un grupo social; sin embargo esta no puede entenderse como un fenómeno fijo e inmutable, sino como un magma de significaciones que es dinámico y en constante modificación. De esta manera, la cultura no existe si no es en la práctica de la misma. Incluso, tratar de entender las prácticas culturales sin el componente relacional (que reside en la comunicación) presenta una deficiencia epistémica, puesto que el fin de las prácticas culturales radica en socializar y compartir. Tanto las prácticas culturales como las prácticas comunicativas son dos conceptos estrechamente relacionados dentro del fenómeno de la cultura.

Es importante mencionar que ambos conceptos, al estar tan intrínsecamente relacionados, pudieran confundirse y entenderse como lo mismo. A continuación, se presentan algunas similitudes y diferencias con la finalidad de esclarecer la relación entre

⁸ Podría caerse en una tautología innecesaria, al preguntarse sobre qué fue primero, la comunicación o la cultura.

ambas y, posteriormente, aportar al delineamiento del concepto de prácticas comunicativas dentro de la presente investigación.

Asimismo, se introduce el concepto de prácticas sociales, pues, aunque no es un concepto antropológico (sino sociológico) sirve como fundamentación para el delineamiento conceptual de prácticas culturales y prácticas comunicativas.

2.3.1.1 Similitudes

Una de las similitudes más importantes entre las prácticas culturales y prácticas comunicativas se encuentra en los elementos que las determinan y fundamentan. De acuerdo con Pierre Bourdieu, las prácticas sociales son expresiones o acciones determinadas con base en dos niveles de estructuras: por un lado, las estructuras externas al agente⁹ (campos) y, por el otro, las estructuras sociales interiorizadas (*habitus*). Si bien Bourdieu no refiere a las prácticas culturales ni a las prácticas comunicativas, sino a las sociales, los tres conceptos son cercanos, pues aluden a las acciones que los individuos llevan a cabo en espacios sociales en común (campos para Pierre Bourdieu), y que se fundamentan en las mismas disposiciones previas que guían la acción.

“Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de *disposiciones* duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como

⁹ Bourdieu se refiere a los individuos como agentes, debido a la capacidad de agencia social que se tiene con base en las relaciones y posiciones que ocupan en el campo. Este concepto hace referencia a la postura epistemológica “estructural-constructivista” o “constructivismo social” del autor en donde los agentes no están completamente sujetos estructuras sociales específicas, pero tampoco son individuos que actúan libremente dentro de los campos, pues sus prácticas son mediadas por estructuras sociales externas e internas (Bourdieu, 2007^a; Bourdieu, 2007^b; Gutiérrez, 2005).

principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarios para alcanzarlos, objetivamente ‘reguladas’ y ‘regulares’ sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas y, por ello, colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta” (Bourdieu, 2007a: 86).

Por lo tanto, entendiendo al *habitus* como “principios generadores y orientadores de prácticas y de representaciones”, las prácticas sociales, culturales y comunicativas, son acciones simbólicas formuladas a partir de una estructura determinada. El *habitus*, en otras palabras, son entramados de formas simbólicas (estructuras culturales) previamente adquiridas e interiorizadas, que sirven como punto de referencia para generar prácticas sociales, culturales y comunicativas. Asimismo, de acuerdo con Giménez, las representaciones sociales culturales, o formas simbólicas interiorizadas son homologables al concepto de *habitus* de Bourdieu.

“La conclusión a la que queremos llegar es que el paradigma de las representaciones sociales – homologable, como queda dicho, a la teoría del *habitus* de Bourdieu- es una de las vías fructíferas y metodológicamente rentables para el análisis de las formas interiorizadas de la cultura, ya que permiten detectar esquemas subjetivos de percepción, valoración y acción que son la definición misma del *habitus* bourdesiano y de lo que nosotros hemos llamado cultura interiorizada” (Giménez, 2005b: 84).

De igual manera, el *habitus* permite un margen delimitado de acción, pero a su vez conserva el componente de incertidumbre. Debe entenderse que el *habitus* no es completamente determinante en las prácticas del agente, sin embargo, sí dicta los parámetros y referencias de las acciones.

“Puesto que el *habitus* es una capacidad infinita de engendrar, con total libertad (controlada), unos productos – pensamientos, percepciones, expresiones, acciones- que siempre tienen como límite las condiciones histórica y socialmente situadas de su producción, la libertad condicionada y condicional que él asegura está tan alejada de una creación de novedad imprevisible como de una simple reproducción mecánica de los condicionamientos iniciales” (Bourdieu, 2007a: 90).

Asimismo, el *habitus* es el reflejo y la cristalización de las formas simbólicas (culturales) interiorizadas, obtenidas y agenciadas a través de prácticas sociales, culturales y comunicativas previamente llevadas a cabo; como menciona Bourdieu, el *habitus* son “estructuras estructurantes”, que a su vez son estructuradas (Bourdieu, 2007a).

El *habitus*, al igual que los entramados simbólicos subjetivos (culturales), disponen la capacidad de actuar de un agente, pero siempre circunscrito a su posición dentro de un campo social¹⁰ (aunque el agente no esté consciente de ello).

Rocha coincide con esto, al mencionar lo siguiente:

“Las prácticas comunicativas no son ni neutrales ni homogéneas; al contrario, las prácticas comunicativas son intencionales porque hace parte de una perspectiva del campo de la comunicación y porque los agentes de esas prácticas poseen motivaciones, y también son heterogéneas, diferenciadas, porque todas ellas son apuestas económicas, políticas y comunicativas muy particulares” (2020: 1).

Aunado a esto, otra una similitud que presentan las prácticas culturales y las prácticas comunicativas radica en las funciones que poseen. En el texto *Comunicación y cultura*, Julio Amador establece esta relación de funciones entre la cultura y la comunicación al mencionar

¹⁰ Bourdieu refiere al campo social como “espacios de juego históricamente constituidos por instituciones específicas y leyes de funcionamiento propias”(Bourdieu, 1988: 108). En otras palabras, son espacios constituidos histórica y temporalmente en donde existen instituciones y agentes que mantienen relaciones de fuerza y lucha, así como intercambios y asociaciones, en busca de acumulación de diversos tipos de capitales y posiciones dentro del campo.

que los sistemas simbólicos se fundamentan a partir de la acción, la práctica humana y a su vez permiten la comprensión del mundo.

“Los sistemas simbólicos que sustentan la cultura y permiten la actividad social, la comunicación entre los seres humanos y la comprensión del mundo en el cual viven, no son entidades metafísicas, sino los componentes materiales sustantivos de la actividad humana vital y primaria. De ahí que se afirme que el símbolo instauro una realidad social, pues, en tanto producción humana, establece un modo de ser, una manera de actuar el mundo y de actuar en él, de conformidad con dicha manera de comprenderlo” (Amador, 2015: 12).

Asimismo, Jesús Martín Barbero realiza un aporte al delineamiento de las funciones de las prácticas comunicativas al mencionar que estas tienen implicaciones identitarias y de significación en la cultura:

“Las prácticas de comunicación colectiva que se ponen en juego no son únicamente desplazamientos del capital e innovaciones tecnológicas, sino profundas transformaciones en la cultura cotidiana de las mayorías: cambios que sacan a flote estratos profundos de la memoria colectiva, al tiempo que movilizan imaginarios fragmentadores y deshistorizadores de la experiencia, la acelerada desterritorialización de las demarcaciones culturales— moderno/tradicional, noble/vulgar, culto/popular/masivo, propio/ajeno— y desconcertantes hibridaciones en las identidades” (Martín-Barbero, 1993:)

Tomando en cuenta las precisiones (anteriormente mencionadas) sobre las formas simbólicas y de la cultura, de acuerdo con Giménez (2005b), ambos tipos de prácticas (culturales y comunicativas) poseen las siguientes funciones:

- 1) Establecer un entendimiento de la realidad (cognitiva).
- 2) Generar identidad (identitaria).
- 3) Orientar las acciones (orientadora).

4) Justificar las acciones (justificadora)¹¹.

Las prácticas sociales, comunicativas y culturales, por lo tanto, al igual que la cultura y las formas simbólicas, ostentan una lógica de relaciones de poder; y aunque ese no es el foco de investigación dentro del presente trabajo, es importante mencionarlo.

En este sentido, otra similitud presente en torno a las prácticas culturales y comunicativas es mencionada por Martín-Barbero, al decir que las prácticas culturales pueden dar espacio a nuevas perspectivas y realidades sociales.

“Pensar en prácticas culturales no significa ignorar el poder de las lógicas de codificación y de los hábitos, sino dar espacio a nuevas formas de inteligibilidad que están contenidas en la apropiación cotidiana de la existencia y en la capacidad de la gente de fracturar concepciones hegemónicas” (2006: 286).

De esta manera, resaltando la función (según Giménez) de las prácticas culturales para entender la realidad, también es útil para cuestionar y generar nuevas interpretaciones sobre el mundo y su funcionamiento. Analogando la teoría de Bourdieu, la reformulación de la realidad y la reubicación de la posición de los agentes dentro de un campo social incluso será una de las motivaciones a las prácticas sociales-culturales-comunicativas.

Una vez mencionadas las similitudes entre prácticas culturales y prácticas comunicativas, el siguiente apartado se dedica a delinear las diferencias de ambos conceptos.

2.3.1.2 Diferencias

¹¹ Es importante mencionar que estas funciones son categorías que se retoman más adelante para identificar prácticas comunicativas de las comunidades de videojugadores en línea.

En este punto, es importante decir que tanto las prácticas sociales, prácticas culturales y prácticas comunicativas comparten gran cantidad de similitudes. Como se ha mencionado, las semejanzas más importantes giran en torno a las disposiciones previas a partir de las cuales se generan dichas prácticas (*habitus* y posiciones en los campos), y a las funciones que poseen (entender la realidad, generar identidad, motivar y justificar a la acción). Sin embargo, las principales diferencias que se han logrado identificar residen en cuatro elementos: el campo científico al que se adscriben, la orientación que tienen en la *praxis*, el nivel de análisis social al que se dirigen y la preponderancia de la importancia de sus funciones.

Por un lado, la perspectiva de Bourdieu no es antropológica-simbólica, sino sociológica, por lo tanto, la orientación y el sentido de las prácticas sociales es pragmática. De esta manera, las prácticas sociales son orientadas a la obtención de capitales (en sus diversas formas), intereses determinados (no únicamente el económico) e incluso, en ocasiones, no se orientan a una finalidad previamente determinada.

“La teoría de la acción que propongo (con la noción de *habitus*) equivale a decir que la mayor parte de las acciones humanas tienen como principio algo absolutamente distinto de la intención, es decir disposiciones adquiridas que hacen que la acción pueda y tenga que ser interpretada como orientada hacia tal o cual fin sin que quepa plantear por ello que como principio tenía el propósito consciente de ese fin (aquí es donde el «todo ocurre como si» es muy importante). El mejor ejemplo de esta disposición es sin duda el sentido del juego: el jugador, tras haber interiorizado profundamente las normas de un juego, hace lo que hay que hacer en el momento en que hay que hacerlo, sin tener necesidad de plantear explícitamente como fin lo que hay que hacer. No necesita saber conscientemente lo que hace para hacerlo y menos aún plantearse explícitamente la cuestión (salvo en algunas situaciones críticas) de saber

explícitamente lo que los demás pueden hacer a cambio, como induce a pensar la visión de los jugadores de ajedrez o de bridge que algunos economistas (sobre todo cuando recurren a la teoría de los juegos) prestan a los agentes” (Bourdieu, 2007b: 166-167).

Adicionalmente, Bourdieu mantiene una diferencia en torno a las funciones de las prácticas sociales respecto a las culturales (mencionadas por Giménez), pues las funciones identitarias, de entendimiento de la realidad, así como la motivación y la justificación a la acción, corresponden al *habitus*.

En el mismo sentido, bajo la perspectiva pragmática de las prácticas sociales, la movilidad de los agentes dentro del campo y la acumulación de capitales será la principal orientación de las prácticas para Bourdieu. De acuerdo con el autor, las prácticas sociales posibilitan y buscan el cambio de posición de los actores dentro de los campos, en la medida en que estas se concretan en la obtención de ciertos capitales. Asimismo, el análisis de las prácticas sociales principalmente se genera en las dimensiones meso y microsocioal¹².

Por otro lado, la definición de las prácticas culturales, a diferencia de las prácticas sociales, proviene principalmente de la antropología. De acuerdo con las funciones de la cultura de Giménez (ya mencionadas anteriormente) este tipo de prácticas tiene como principal orientación la generación de identidad y el entendimiento de la realidad.

“La cultura es también ‘la diferencia’, y una de sus funciones básicas es la de clasificar, catalogar, categorizar, denominar, nombrar, distribuir y ordenar la realidad desde el punto de vista de un “nosotros” relativamente homogéneo que se contrapone a ‘los otros’” (Giménez, 2005b: 89).

¹² Haciendo la diferencia de análisis macrosociales, mesosociales y macrosociales.

De esta manera, las prácticas culturales corresponden a la *praxis* más o menos homogéneas y similares que se llevan a cabo por parte de un grupo social en un espacio y tiempo determinado. Las prácticas culturales, aunque son llevadas a cabo por individuos, principalmente su análisis se sitúa en un contexto mesosocial.

Por último, el concepto de prácticas comunicativas, a diferencia de las prácticas sociales y culturales, se sitúa en una perspectiva comunicacional. Aunque las prácticas comunicativas sí comparten las funciones de las formas simbólicas (mencionadas por Giménez), e incluso las mismas funciones identitarias de las prácticas culturales, la diferencia radica en que las comunicativas se orientan puntualmente a la comprensión, al establecimiento y al aseguramiento de significados en común. Como menciona Cuenca, “las prácticas comunicativas son el vehículo que permite el aseguramiento de significados y que le dota de un fundamento al llevarlos al campo de la práctica” (Cuenca, 2021b: 368).

Es importante mencionar que el nivel de análisis corresponde principalmente a una dimensión microsocia, pues las prácticas comunicativas, al tener el carácter subjetivo, el análisis no busca necesariamente la generalización, la homogeneización o la repetición de éstas (en un grupo social), sino la construcción del sentido partiendo de la dimensión individual.

De esta forma, las prácticas comunicativas son una dimensión *a priori* para la construcción de lo cultural y lo social. Como mencionan Von Sprecher y Boito, “las prácticas comunicativas y los discursos en que ellas se manifiestan son una de las dimensiones fundamentales de lo social y de lo cultural” (2010: 25)

Una vez mencionado lo anterior, a continuación, se presenta un cuadro que concentra las características, similitudes y diferencias en torno a las prácticas sociales, prácticas culturales y prácticas comunicativas.

	Prácticas sociales	Prácticas culturales	Prácticas comunicativas
Campo epistemológico	Sociología	Antropología	Comunicación
Definición	Acciones a través de las cuales los agentes construyen la realidad social, y a su vez son determinadas por la posición en el campo que ocupan (los agentes) y sus disposiciones previas interiorizadas (<i>habitus</i>) (Bourdieu, 2007b).	Expresiones de formas simbólicas más o menos homogéneas de un grupo social en espacios y tiempos determinados. (Giménez, 2005b)	Acciones a través de las cuales se construyen significados y sentido (Von Sprecher & Boito, 2011).
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtención y acumulación de capitales 2. Movimiento en campo social 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entender la realidad 2. Generar identidad 3. Motivar a la acción 4. Justificar la acción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entender la realidad 2. Generar identidad 3. Motivar a la acción 4. Justificar la acción 5. Aseguramiento de significados y sentidos en común
Sustentadas en	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posiciones en campos sociales. 2. <i>Habitus</i> (Esquemas subjetivos de percepción, formas simbólicas interiorizadas, capitales previamente adquiridos, representaciones y entramados culturales) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posiciones en campos sociales. 2. <i>Habitus</i> (Esquemas subjetivos de percepción, formas simbólicas interiorizadas, capitales previamente adquiridos, representaciones y entramados culturales) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posiciones en campos sociales. 2. <i>Habitus</i> (Esquemas subjetivos de percepción, formas simbólicas interiorizadas, capitales previamente adquiridos, representaciones y entramados culturales)

Orientación (funciones principales y prioritarias)	1. Obtención y acumulación de capitales. 2. Movimiento en un campo social	1. Generación de identidad 2. Diferenciación de grupo social	1. Aseguramiento de significados y sentidos en común
Principal campo de acción a la que se orientan	Meso y microsocioal	Mesosocioal	Microsocioal

Tabla 2. Comparación de prácticas sociales, culturales y comunicativas. Elaboración propia.

Como se puede observar, el abordaje y definición de las prácticas sociales y culturales, a pesar de pertenecer a perspectivas epistemológicas diferentes (sociología y antropología, respectivamente), contribuyen al delineamiento y definición de las prácticas comunicativas.

En el mismo sentido, uno de los elementos más relevantes que resaltaron en la discusión fue el punto de partida para la acción, que en el caso de los tres tipos de prácticas (sociales, culturales y comunicativas) son las posiciones en los campos de los agentes (individuos), los esquemas subjetivos de percepción y las formas simbólicas previamente interiorizadas. De esta manera, con la finalidad de continuar el delineamiento de las prácticas comunicativas y los factores que intervienen en su acción, en el siguiente apartado se aborda el concepto de mediaciones.

2.4 Mediaciones e hipermedios

Como ya se ha mencionado anteriormente, las prácticas sociales, culturales y comunicativas parten de disposiciones que previamente fueron interiorizadas. Aunque los tres conceptos se refieren a aspectos diferentes de la acción social, todo ellos parte de una misma dimensión subjetiva. Para Bourdieu, las disposiciones previas son referidas al *habitus*, concepto que Giménez homologa y explica como formas simbólicas culturales interiorizadas.

Si bien, las prácticas comunicativas son dispuestas y generadas a partir de dicha dimensión subjetiva, también serán atravesadas por diversos tipos de disposiciones de otras naturalezas. Por lo tanto, en la definición del objeto de estudio en la presente investigación, además de las formas simbólicas interiorizadas, también se contempla al videojuego y los entornos digitales como elementos que limitan y disponen la manera en que se llevan a cabo las prácticas comunicativas. En este sentido, con el objetivo de delinear el concepto y la *praxis* de las prácticas comunicativas, a continuación se introduce y se explica el concepto de “mediaciones”.

En un primer momento, bajo la línea de Manuel Martín Serrano, las mediaciones son dimensionadas como “filtros” de la realidad, en donde principalmente se ubican como instituciones que aportan elementos para construir o preservar la realidad social de una forma determinada.

“El ejercicio de la mediación supone el desarrollo de un sector productivo dedicado al ajuste social, que son las instituciones mediadoras (por ejemplo los asistentes sociales). Éstas elaboran modelos mediadores (por ejemplo los arquetipos que distinguen entre las personas normales y las neuróticas) y fabrican objetos portadores de la mediación (por ejemplo los tranquilizantes). Por lo tanto la mediación social opera a través de medios inmateriales y materiales” (Martín, 2008: 26).

De esta forma, las mediaciones refieren a elementos que resultan relevantes para las prácticas sociales; “medios materiales e inmateriales” que inciden en la *praxis* de los individuos. En el caso de la comunicación, bajo la perspectiva de Martín Serrano, algunos de los elementos que median la realidad son los sistemas y medios de información (televisión, radio, periódico, etc.), pues brindan parámetros de interpretación colectivos sobre la realidad.

Como se puede apuntar, el acento de las mediaciones para Martín Serrano recae en los medios que se encuentran “entre” el público y la realidad; de esta forma existe un “filtro” de la información.

Si bien, es importante destacar que la forma en que los medios de comunicación ofrecen información contribuye a la concepción de la realidad, la perspectiva de Martín Serrano gira en torno al análisis crítico sobre los discursos que se generan en los medios de información, aspecto que no es menester del presente trabajo. Por otro lado, los espacios que se analizan dentro de la presente investigación no son unidireccionales, más bien deben ser entendidos como espacios digitales de interacción.

Otra acepción sobre el concepto parte desde la perspectiva de Jesús Martín-Barbero, quien ubica a las mediaciones como disposiciones culturales de carácter subjetivo e interiorizado; es decir, elementos que van más allá de los sistemas de información y los “medios de comunicación” (1987).

De esta forma, Martín-Barbero define a las mediaciones como “lugares de donde provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural” (Martín-Barbero, 1987:233). En el caso de la comunicación, las mediaciones son las significaciones culturales interiorizadas (*habitus* y posiciones de campo, en términos de Bourdieu) que intervienen en las prácticas y la construcción de sentido. De acuerdo con Cuenca, “las mediaciones por tanto pueden ser entendidas como una ventana abierta a la experiencia, mismas que permiten potenciar las posibilidades de comprensión y entendimiento del mundo social, o bien aportar una plataforma que facilite la transmisión de opiniones” (Cuenca, 2014: 130) .

En otras palabras, el concepto de mediaciones de Barbero significa un cambio metodológico y de enfoque, pues el autor “discute la posibilidad de perder el objeto para ganar el proceso y así tratar de abrir la discusión en relación a las mediaciones más allá de los sistemas de información mediáticos y ubicarla en las prácticas comunicativas cotidianas” (Cuenca, 2014a).

Las mediaciones, desde la perspectiva de Barbero, refieren a la dimensión cultural de los sujetos, los entramados simbólicos interiorizados enmarcan su concepción de la realidad y, por lo tanto, sus prácticas. Por lo tanto, las mediaciones mantienen una relación con el *habitus*, pues ambos conceptos refieren a disposiciones previas a partir de las que se generan prácticas y se actúa en sociedad. Sin embargo, una diferencia entre las mediaciones y el *habitus*, reside en la perspectiva epistemológica desde la que provienen, pues mientras que el *habitus* es un concepto de Bourdieu que se adscribe a la sociología, el concepto de mediaciones refiere a una perspectiva culturalista y comunicacional de Martín-Barbero.

Cabe mencionar que la presente investigación parte de la acepción de Martín-Barbero sobre las mediaciones, debido a que es un concepto que resulta pertinente para entender la fundamentación y el proceso de la praxis comunicativa, y la construcción de sentido desde una perspectiva cultural.

Asimismo, otra definición de mediaciones que resulta relevante destacar, es la perspectiva trabajada por Guillermo Orozco. Aunque el autor aborda el consumo televisivo para estudiar las mediaciones en la producción de sentido, la propuesta logra identificar dos dimensiones en que se pueden dar las mediaciones: internas y externas al individuo.

“Independientemente de las múltiples actividades físicas y mentales que tienen lugar en el proceso de recepción televisiva, lo que está implicando y se pone en juego en la negociación

entre la TV y su audiencia es el conjunto de mediaciones, provenientes tanto del sujeto, como de su entorno” (Orozco, 1991: 116).

Bajo esta línea, las mediaciones refieren a las disposiciones que intervienen en la concepción de la realidad y en las prácticas de los individuos, que provienen de diversos entornos. Distingue, por lo tanto, mediaciones subjetivas y mediaciones del entorno (contextuales, institucionales y estructurales).

“Las mediaciones provienen de distintas fuentes. Algunas se dan desde el propio sujeto partícipe de los medios en cuanto a individuo con una particular historia y unas serie de condicionantes socioculturales. Las mediaciones provienen también del propio discurso de los medios al anclarse en el sentido común naturalizando una serie de significados. Otras mediaciones se dan en el cruce preciso entre los usuarios de los medios y sus programaciones preferidas. Algunas otras se derivan de los factores contextuales, institucionales y estructurales del entorno donde interactúan las audiencias” (Orozco, 1991: 117).

Como se puede observar, esta perspectiva retoma y une la propuesta de Martín Serrano y la de Martín-Barbero. La construcción de sentido a través de las prácticas comunicativas, por lo tanto, es mediada por elementos culturales internos (en la mente del individuo) y determinaciones externas (el entorno), que incluyen plataformas, espacios y medios sociotecnológicos de comunicación.

A partir del texto de Orozco, se pueden identificar cuatro diferentes tipos de mediaciones (1991), las cuales son:

1. Mediaciones cognoscitivas – Refiere a los “esquemas mentales” que inciden en la forma que se produce, procesa y determina la información. A diferencia de los entramados simbólicos culturales, las mediaciones cognoscitivas son de carácter

subjetivo e individual y comprenden elementos racionales, valorativos y cognoscitivos que son aprendidos e interiorizados a partir de la historia personal.

2. Mediación cultural - De acuerdo con una perspectiva antropológica simbólica, las mediaciones culturales también se pueden considerar como los entramados simbólicos culturales colectivos interiorizados a partir de los cuales se percibe la realidad y se construye el sentido en sociedad. Estas mediaciones culturales pueden referir a costumbres, tradiciones, creencias, etc.
3. Mediación situacional – Corresponde a los roles y posiciones en que los individuos se encuentran. Análogamente, para Bourdieu, las mediaciones situacionales pueden ser entendidas como las posiciones que los agentes ocupan en los campos.
4. Mediaciones institucionales – Son estructuras sociales delimitadas a las cuáles pertenecen los individuos, como la familia, la religión o la escuela. Estas instituciones generan disposiciones situacionales y subjetivas que median la construcción de sentido.
5. Mediaciones videotecnológicas – Esta categoría refiere a los medios sociotécnicos de información y comunicación. Orozco menciona a la televisión, pero también se pueden agregar otros medios y espacios, como la radio, el teléfono y, más recientemente, los entornos digitales y los videojuegos.

De la misma forma, Carlos Scolari propone el concepto de hipermediaciones para entender los distintos procesos que se generan en entornos digitales. En esta línea, el autor pone acento en los procesos culturales que se generan a partir de las posibilidades comunicativas de los espacios y medios sociodigitales de comunicación. El internet y la web,

por lo tanto, son las tecnologías que redefinen las disposiciones de prácticas comunicativas y que engloban a múltiples medios tradicionales de información.

“Cuando definimos las hipermediaciones como una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular, lo hacíamos pensando en este espacio. Pero el espacio de las hipermediaciones es particular: se presenta como un agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual de contaminación” (Scolari, 2013: 277) .

Asimismo, dos de las características principales de las hipermediaciones son la presencia de interfaces interactivas y la capacidad participativa de las audiencias, determinada por las tecnologías digitales (algoritmos, espacios, formatos inteligencia artificial etc.) En ese sentido, las hipermediaciones de Scolari refieren a las mediaciones videotecnológicas de Orozco, pero agregando el componente digital y todas las determinaciones y potencialidades que estos espacios presentan.

Sin embargo, también es importante destacar que los conceptos de hipermediación (bajo la óptica de Scolari) y mediaciones videotecnológicas (concepto que menciona Orozco), presentan ciertas limitaciones de orden teórico, pues ambos conceptos resultan ambiguos para definir las interfaces interactivas y se centran fundamentalmente en el proceso que conlleva la dinámica de las audiencias. Si bien, se logra cristalizar la noción de que dichas interfaces interactivas median los procesos socioculturales y comunicativos, se requiere mayor profundidad para entender las funciones de dichas tecnologías digitales (desde su estructuración hasta su interrelación con las personas).

De esta forma, un concepto más cercano que apunta a dimensionar la complejidad de los medios digitales es el de “hipermedios”, definidos como “la síntesis de información textual y numérica, gráficos, animación, almacenamiento óptico, procesamiento de imágenes y sonido” (Caridad, 1992: 11).

De acuerdo con Hidalgo Toledo, los hipermedios se incorporan en la vida de las personas como plataformas y espacios que mediatizan la interacción social (el extenderla), impactando en todas las áreas (política, cultural, religiosa, etc.) (Hidalgo, 2021). No sólo se entienden como dispositivos o medios de comunicación que permiten la interacción entre las personas, sino más bien de un entramado de espacios a los cuales se accede a través de “interfaces mediáticas” de diferentes tipos (principalmente digitales pero también análogas) en donde se llevan a cabo prácticas comunicativas y culturales a partir de las cuales se produce y reproduce la realidad social.

En el mismo orden de ideas, entender a los hipermedios implica dimensionar que no hay un solo hipermedio, sino que existen entornos hipermediales generados a partir de la interacción, vinculación y transición de múltiples espacios, canales, códigos y formatos.

Asimismo, para Regil (2001) los hipermedios poseen tres características principales:

- 1) Interactividad – Se refiere a la “simulación de acciones comunicativas, conseguidas gracias a la capacidad bidireccional de los medios electrónicos. Una forma de diálogo explicativo que permite al usuario asociar elementos del contenido del programa, ofreciendo así una mayor flexibilidad ante la rigidez de la programación” (Regil, 2001:32).

Esta característica permite al usuario adoptar una posición de receptor y de emisor al mismo tiempo, en donde la información fluye en ambas direcciones. Es importante mencionar que en la actualidad los hipermedios digitales permiten la interacción no sólo con los programas y algoritmos, sino con otras personas, concibiendo así espacios hipermediales complejos.

De igual forma, como menciona Regil, los niveles y límites de la interactividad son definidos dentro de un control previsto y preestablecido por el programador. De acuerdo con la autora (2001), existen tres niveles de interactividad:

- a. Acceder a imágenes o información para realizar varias opciones de selección. Este es el grado más bajo y permite al usuario seleccionar, acceder y llevar a cabo una secuencia de operaciones en un orden previamente impuesto. El ejemplo referido por la autora es un cajero automático en donde se puede elegir entre las opciones preestablecidas.
- b. Interactividad de selección. Este grado permite al usuario cambiar la linealidad de las secuencias y construir un recorrido por las informaciones previamente memorizadas en una unidad de almacenamiento. El caso referido es seleccionar las pistas musicales de un CD que se quieren reproducir .
- c. Ofrecer al usuario múltiples puntos de vista. Este nivel permite al usuario posicionarse desde diferentes perspectivas sobre la información predeterminada y que a la vez se tenga la versatilidad de recorrer el contenido bajo interconexiones. El ejemplo que se puede referir es la vista de la calle (*street view*) de la aplicación Google Maps, en donde los usuarios se pueden situar digitalmente en un lugar del mapa y recorrer las calles a voluntad.

- d. Modificar contenidos. Este es el mayor grado de interactividad y, como lo menciona la autora, permite a los usuarios crear personajes, explorar el contenido predeterminado e incluso crear nuevo contenido a partir de las posibilidades preestablecidas por el programador. Un ejemplo de esto son algunos videojuegos de simulación en donde los usuarios pueden explorar espacios y crear nuevos contenidos dentro del mismo programa (Minecraft, League of Legends, Fortnite, etc.)
- 2) Componentes multimediales – Los hipermedios incorporan características de múltiples medios y formatos de comunicación. A través de estos se va a transferir y recibir información por parte de los usuarios. Los componentes son los siguientes:
 - a. Texto, tipografía y gráficos
 - b. Imagen, video y animación
 - c. Audio
 - 3) Un nuevo lenguaje – Este aspecto es un elemento relevante de los hipermedios, puesto que debido a sus componentes multimedia y al nivel de interacción establecido, los códigos y las formas de comunicación son mediadas. En otras palabras, las prácticas comunicativas se expresan y se llevan a cabo en los límites que el programa, la interfaz o los espacios multimedia ofrezcan.

Asimismo, Isidro Moreno (2002) apunta que la característica principal de los hipermedios respecto a los medios tradicionales radica en la posibilidad de brindar experiencias cambiantes e interactivas para el usuario, las cuales pueden generarse a partir de la tecnología de inteligencia artificial. De esta forma, la estructura de los hipermedios no es lineal sino rizomática.

Siguiendo la misma línea de ideas, Regil, Moreno (2012) agrupa los niveles de interactividad de los medios en múltiples categorías. Para el autor, los niveles 0, 1 y 2 corresponden a los medios tradicionales, los cuales ofrecen un nivel bajo de interacción. Por otro lado, los niveles 3 y 4 se relaciona con los hipermedios al permitir el acceso aleatorio e interactivo a contenidos que se ramifican y estructuran de forma ilimitada (nivel 3) y ofrecer interactividad a través de periféricos u otros sistemas o subsistemas en red local y telemática como Internet o Televisión Interactiva (nivel 4).

Lo anterior, resulta en la posibilidad de obtener múltiples formas de participación de los usuarios en los hipermedios:

1. Participación selectiva: Cuando el usuario puede seleccionar entre las diferentes opciones que ofrece un programa. “Aquí el receptor elige el orden y la duración de su intervención; pero no realiza ningún tipo de transformación o de construcción respecto a lo creado por el autor” (Moreno, 2012: 30-31)
2. Participación transformativa: El usuario no sólo puede seleccionar los contenidos, sino transformarlos a voluntad. “No son muchos los multimedia que proponen transformaciones y éstas van encaminadas a la intervención sobre los escenarios, sobre los personajes, sobre los tiempos, y menos sobre las acciones, que suelen ocurrir de manera similar” (2012: 31).
3. Participación constructiva: Se da cuando el usuario puede seleccionar, transformar y crear nuevas propuestas que anteriormente no habían sido predefinidas por el diseñador del programa. De esta forma, no existe una narrativa definida, sino que es construida por el usuario a partir de su interactividad y decisiones tomadas dentro del entorno hipermedial.

A partir de las anteriores formas de participación expuestas, los usuarios interactúan y modifican los contenidos del programa. En el caso de los videojuegos cabe mencionar que no todos presentan las mismas posibilidades de participación, pues cada programa interactivo lúdico es diseñado y programado bajo ciertos límites y pautas de interactividad. Cabe mencionar que en el siguiente capítulo se retoman dichos elementos como criterios para la selección y justificación del caso de estudio.

Siguiendo la misma línea, Jorge Mora propone una serie de componentes narrativos que presentan los hipermedios:

1. Expresiones multimedia interactivas -Este tipo de elementos permiten modificar la apariencia estética de la interfaz¹³ y posibilitan la interacción con diversas partes del contenido narrativo.
2. Formas narrativas interactivas – Refiere a la posibilidad de interactuar con personajes, acciones, tiempos y espacios, modificando de esta manera el contenido narrativo y generando emociones en los usuarios.
3. Valores y desvalores interactivos – Se refiere al sistema ético moral en el que se puede mover el usuario con sus acciones de forma libre. En otras palabras, es la posibilidad de generar un sentimiento de responsabilidad axiológica a partir de las decisiones que se tomen dentro del programa interactivo. “En el caso de los videojuegos, los valores y desvalores forman parte muchas veces de las reglas internas a respetar o quebrar,

¹³ Entendiendo la interfaz como “la mezcla de hardware y software mediante los cuales el lector se comunica con el programa hipermedia” (Moreno, 2002: 80).

así como de las acciones a llevar a cabo en el mismo para fracasar o triunfar en el objetivo” (Moreno, 2012: 218) .

De esta manera, los hipermedios conllevan la posibilidad de generar experiencias hápticas, interactivas y emocionales más complejas que los medios tradicionales. En cuanto a las posibilidades de consumo y creación de contenido, los hipermedios permiten la producción, distribución y consumo de una forma compleja y rizomática; cocrear, recombinar, seleccionar y diseñar contenido personalizado; así como consumir experiencias interactivas particulares. Como menciona Mora, en los hipermedios “el receptor puede modificar su función de actor de la comunicación y convertirse en emisor, lectoautor y viceversa, el emisor se convierte en receptor, autolector de las interacciones comunicativas generadas por el receptor inicial” (Mora, 2009: 152).

Para finalizar el presente apartado, es preciso mencionar que las mediaciones y los hipermedios resultan ser un componente fundamental para la *praxis* comunicativa de comunidades en línea y constantemente propician el surgimiento de nuevas formas y formatos de comunicación. En los hipermedios “hay diferentes códigos, medios expresivos y todo tipo de símbolos e iconos metafóricos de las funciones y objetos reales, al servicio del intercambio de información, de la construcción de representaciones” (Mora, 2009: 156)¹⁴.

Adicionalmente, todo tipo de práctica comunicativa se fundamenta en mediaciones internas al individuo (cognitivas, culturales, situacionales) y externas (institucionales e

¹⁴ En este punto, cabe mencionar que Mora propone un modelo de análisis para interfaces hipermediales con base en los principios que se mencionaron en este apartado; sin embargo, debido a la definición del objeto de estudio de la presente investigación (la cual se realiza en el capítulo 3), se construye un modelo propio que permite entender las funciones y elementos de los espacios hipermediales (el videojuego y otros más) en donde se llevan a cabo las prácticas comunicativas de las comunidades de videojugadores en línea.

hipermediales). De forma análoga a la fundamentación de prácticas sociales (propuesta por Bourdieu) en el *habitus* y las posiciones de los agentes en los campos, la producción de sentido y las prácticas comunicativas son atravesadas, intervenidas y determinadas por mediaciones intersubjetivas, contextuales y por los hipermedios (entornos hipermediales).

En el mismo orden de ideas, en el siguiente apartado se especifican los apuntes teóricos correspondientes a los videojuegos como hipermedios y espacios para la construcción de sentido.

2.5 El videojuego como hipermedio y espacio para la construcción de sentido

Hoy en día el fenómeno de los videojuegos es un objeto de investigación muy amplio que ha sido definido y abordado desde múltiples perspectivas. Aunque el inicio de la historia se remonta a 1972 con el lanzamiento de las máquinas de arcade *Pong*, en la actualidad representa la industria del entretenimiento más grande del mundo. De acuerdo con cifras de la consultora NewZoo, los videojuegos generaron una derrama económica de 196.8 mil millones de dólares en el 2022 (NewZoo, 2022).

La diversificación de géneros, formatos, y plataformas de videojuegos ha contribuido al aumento acelerado de su consumo, abarcando todo tipo de perfiles, en donde personas de todas las edades, géneros y países juegan diariamente. En este sentido, México se sitúa como el consumidor número uno en Latinoamérica, pues gran parte de la población total del país juega videojuegos; es decir, 65.8 millones de personas (The CIU, 2022). Aunado a esto, las medidas sanitarias de aislamiento social implementadas a partir de la pandemia de COVID-

19, fomentaron el consumo de la industria del entretenimiento digital, y dentro de ella, los videojuegos figuran como uno de los elementos más relevantes.

Asimismo, el consumo de los videojuegos está cada vez más inserto en las prácticas cotidianas de las personas. El desarrollo de tecnologías de información y comunicación (TIC's) ha generado una tendencia en el consumo de juegos en los dispositivos móviles. De esa forma, los celulares inteligentes (smartphones) representan el 53% de las plataformas; en estos consumen la mayor cantidad videojuegos, seguido de las consolas (Xbox One, PlayStation 4 y Nintendo Switch) con un 32% (NewZoo, 2022).

Asimismo, como se mencionó en el estado del arte, los videojuegos han sido abordados desde múltiples aristas y perspectivas teóricas. Aunque se considera al estudio de los videojuegos como un campo relativamente reciente, hoy en día se puede encontrar una gran variedad de trabajos y análisis referentes a ello.

De acuerdo con las fuentes revisadas para la presente investigación, se lograron identificar y clasificar tres diferentes perspectivas epistemológicas en que se adscriben los trabajos y los estudios respecto a los videojuegos.

- 1) Técnica – Esta fue la primera perspectiva que surge en torno al análisis y abordaje de los videojuegos. Surge a final de los años 70's, 80's y continua en las décadas posteriores hasta llegar a la actualidad. La línea se encuentra adscrita principalmente a disciplinas como la cibernética, informática, programación, diseño y narratología. El objetivo principal de estos trabajos es contribuir a la elucidación de elementos técnicos de los videojuegos y aportar elementos teóricos para su desarrollo, creación y programación. La mayoría de los trabajos son guías para el desarrollo de personajes

o manuales de programación y diseño (Champion, 2013), (Crawford, 2003, 2005), (Salmond, 2018), (Vallejo et al., 2015).

Bajo esta perspectiva, los videojuegos son definidos como entornos lúdicos interactivos que se reproducen en una pantalla. De acuerdo con Tekinbaş y Zimmerman, un juego de video es “un sistema en donde los jugadores se enganchan en un conflicto artificial, definido por reglas y esto genera un resultado cuantificable” (Tekinbaş & Zimmerman, 2004: 93).

Si bien, esta óptica permite diferenciar los elementos del diseño y programación, no contempla los elementos culturales involucrados en el proceso del juego, ni tampoco a las audiencias o la relación entre los videojuegos y sus múltiples contextos.

- 2) Social – Esta perspectiva es principalmente abordada desde ciencias y disciplinas tales como la sociología, economía, psicología, pedagogía, trabajo social, medicina, etc. A diferencia de la perspectiva técnica, el principal objetivo de los abordajes sociales es dimensionar el impacto e influencia de los videojuegos en las personas y los ámbitos de su vida cotidiana. Los estudios varían desde implicaciones sobre la violencia, potencialidades pedagógicas y médicas, hasta fenómenos macrosociales como el crecimiento económico de la industria y el consumo del contenido como industria cultural.

De acuerdo con Diego Levis (Levis, 1997), los videojuegos son definidos como dispositivos electrónicos y elementos activos de la industria del entretenimiento y poseen más similitudes con el cine que con los juguetes, por lo cual el autor los considera como medios audiovisuales que influyen e impactan de múltiples maneras

en la sociedad. En el mismo texto, Levis explora las distintas aristas del impacto en las audiencias, desde fenómenos negativos (como el ensimismamiento, los motivos de adicciones, y la violencia), así como características positivas (destacando las potencialidades positivas para la educación).

Adicionalmente, desde hace un par de décadas, los estudios desde esta perspectiva han explorado las aplicaciones que los videojuegos pueden tener en diferentes áreas sociales. Hoy en día es importante mencionar que el concepto de *Serious Games* (o juegos serios) refiere a los juegos de video hechos con otro propósito más que el aspecto lúdico (Abt, 1987). Algunas de las aplicaciones sociales más frecuente de los videojuegos (*Serious Games*), son:

- a) *Edutainment* – Videojuegos que son diseñados con fines educativos y formativos (Fernandez-Piqueras et al., 2020), (Galicia & Garfias, 2019), (Marín & Hierro, 2013), (Núñez-Barriopedro et al., 2020), (Sedeño, 2010), (Uribe, 2014).
- b) *Newsgames* – Videojuegos que tienen como objetivo difundir noticias y proponen un ejercicio de consumo de información y periodismo interactivo (De Santis Piras et al., 2020), (Meier, 2018), (Mendiguren et al., 2020), (Mike, 2009), (Ortega & Avilés, 2018), (Sicart, 2008).
- c) *Artgames* – Software digital interactivo creado para la apreciación estética y busca crear una respuesta sensible en la audiencia (Boothroyd, 2017), (Coulter-Smith & Coulter-Smith, 2006), (Ibañez, 2017), (Urroz, 2020).
- d) *Militainment* – Juegos de video que son implementados como simuladores de guerra y de entrenamiento militar para soldados, policías y unidades

especiales. (Booshart & Hellmueller, 2009), (Bravo, 2006), (Payne, 2014), (Stahl, 2009)

e) *Politainment* – Videojuegos que son utilizados como medios de propaganda política o activismo social. (Cadiñanos et al., 2021), (Galicia & Gracia, 2021) (Ian, 2005) (Lerner, 2014), (René & Jasper, 2019)

f) *Games for Health* – Software interactivo y lúdico que tiene como objetivo apoyar a prevenir, tratar o rehabilitar pacientes con enfermedades, así como apoyar a profesionales del sector salud a desarrollar habilidades y respuestas ante casos clínicos (Corvos et al., 2020), (Fuchslocher et al., 2011) (Galicia & Frías, 2021); (Quintana & García, 2018; R et al., 2021).

g) *Esports* – Es el anglicismo utilizado para los deportes electrónicos, los cuales son definidos como competiciones de videojuegos a nivel profesional. Su práctica involucra diferentes habilidades individuales y en equipo, tales como la coordinación, estrategia, evaluación de riesgos, reflejos motrices, etc. Hoy en día los esports representan un sector con vasto potencial de crecimiento y que cada vez involucra más ligas, jugadores y espacios (Ashton, 2020), (H3CZ et al., 2016), (Hamari & Sjöblom, 2017), (Reitman et al., 2020), (Richards, 2020), (Wagner, 2006).

h) *Advergaming* – Se refiere a los videojuegos que son creados con fines publicitarios y para promoción de una marca, producto o servicio (Castellano, 2010), (Farías, 2018), (Galicia & Rivera, 2020), (González & Francés, 2011), (Lee & Youn, 2008), (Parreño, 2010), (Vashisht et al., 2019).

3) Culturalista – Este tipo de abordajes es el más reciente de las tres perspectivas y, posiblemente, el menos explorado. El principal objetivo es dimensionar a los

videojuegos como elementos culturales y se fundamenta, en un primer momento, en la perspectiva antropológica del videojuego propuesta por Huizinga del libro *Homo Ludens*. (Huizinga, 2016). Las principales ciencias y disciplinas a través de las cuales se abordan los videojuegos son la Antropología, Ludología, Hermenéutica y Comunicación. El videojuego, al ser definido como elemento cultural, presenta características discursivas y narrativas que son interpretadas de formas múltiples por los jugadores (Aldegani & Cabañes, 2020), (Cuenca, 2014a, 2021b, 2021^a), (Daniel & Garry, 2018), (Galicia, 2019), (Garfias, 2006, 2011), (Muriel, 2018), (Sedeño, 2010). Asimismo, dentro de esta perspectiva se incluyen los estudios sobre la apropiación del contenido de los videojuegos y la creación de comunidades (Anderson, 2017), (Chen & Wu, 2015), (Mason, 2013), (Pearce et al., 2009), (Ruíz et al., 2019), (Wu & Chen, 2013).

En los años recientes, como se ha referido en el estado del arte del presente trabajo, Franz Mäyrä (2008) propone a los *Games Studies* como una línea y grupo de investigación que se enfoca en analizar las características e implicaciones culturales, no sólo de los videojuegos, sino de los juegos (en general) .

Bajo esta perspectiva, los videojuegos son definidos como entramados de formas simbólicas y elementos culturales. El momento de juego, por lo tanto, será un proceso en donde a través de las formas simbólicas de los individuos (cultura y mediaciones subjetivas) se participa de una dinámica lúdica en donde necesariamente se generará significado a partir de la interacción de las formas simbólicas del videojuego.

En el mismo sentido, el *círculo mágico* es un concepto desarrollado por Huizinga (2016) y que es retomado por Tekinbaş y Zimmerman (2004) para referir a

la delimitación espacial y temporal que se crea cuando un jugador se adentra en el entorno digital del videojuego.

Es importante mencionar que existe una plétora de tipos de videojuegos, cada uno con características interactivas, de jugabilidad, diseño y narrativa particulares. No todos los videojuegos se juegan en línea, ni tampoco en todos conllevan una historia profunda. Cada videojuego mantendrá determinaciones y disposiciones particulares que fungen como espacios hipermediales a través de los cuales los jugadores crean sentido.

En el caso de la presente investigación se aborda como caso de estudio a un videojuego que puede ser jugado en línea de manera colectiva por múltiples personas, perteneciente al tipo de juegos masivos en línea o *massively multiplayer online* (MMO, por sus siglas en inglés). Más adelante se definen las características hipermediales del videojuego, pero por el momento es importante dimensionarlo como un espacio digital para la construcción de sentido.

A partir de lo anterior mencionado, es importante decir que la presente investigación busca delinear una perspectiva tecno cultural del videojuego que lo dimensiona como un espacio para la construcción de sentido (hipermedio) en donde los jugadores interactúan a partir de diferentes mediaciones previamente interiorizadas (internas y externas), para posteriormente generar prácticas comunicativas diversas determinadas por elementos propios del juego de video (nivel de interactividad, sistema de reglas, algoritmos, tipos y formas de comunicación, etc.) De esta manera, la perspectiva epistemológica de la cual parte el presente trabajo, principalmente se adscribe a la perspectiva culturalista, pero añade y toma en cuenta elementos tecnológicos y digitales del videojuego (de la perspectiva técnica).

Asimismo, cabe resaltar que las prácticas comunicativas generadas en el interior de las comunidades de videojugadores en línea, no solamente se generan en dentro del videojuego, sino también se extienden, expanden y convergen a través de otros espacios digitales hipermediales, tales como redes sociodigitales (Facebook, Discord, YouTube, Twitch, etc.), páginas y blogs en línea. En este sentido, la presente investigación también abordará algunas de estas plataformas.

En el mismo orden de ideas, la *praxis* de la comunicación en videojuegos y espacios digitales comúnmente conllevan la creación de múltiples relaciones y capitales entre los videojugadores¹⁵. El juego será, por lo tanto, un proceso de creación de sentido en donde los individuos tienen la posibilidad de fortalecer y crear lazos sociales, aprender valores y generar otro tipo de elementos deseables en el desarrollo de una comunidad, como confianza, reciprocidad, apoyo mutuo, etc. De esta forma, en el siguiente apartado se aborda teóricamente el concepto de capital social.

2.6 Capital social

El capital social es un concepto formulado desde 1916 por Lyda Judson Hanifam, que en las últimas décadas se ha retomado por las Ciencias Sociales para referirse y entender fenómenos en la interacción social entre comunidades. De forma general, el capital social se entiende como todos aquellos elementos no tangibles que se generan a partir de la interacción social

¹⁵ Es importante mencionar que no sólo los videojuegos de carácter multijugador y en línea tienen la potencialidad de generar comunidades, vínculos entre personas, construcción de sentido entre los jugadores y generar elementos de capital social. Hoy en día son diversos los ejemplos de comunidades de videojugadores que se desarrollan a partir de videojuegos de carácter solitario y *offline*. Un ejemplo de esto es el trabajo *Análisis del discurso ideológico de "lo occidental" en el videojuego histórico. Caso la saga Assassin's Creed* (Galicia, 2019), en donde a través de entrevistas y grupos de discusión se elucida la cohesión y convergencia de jugadores en otros espacios hipermediales diferentes al videojuego, pero que generan comunidad a partir del mismo.

y que inciden de manera positiva en los individuos; de igual forma, el capital social se asocia con la generación de valores, normas y redes de apoyo mutuo que inciden en el alcance de objetivos individuales y colectivos.

Sin embargo, con base en las fuentes revisadas, el concepto de capital social es retomado por diferentes autores desde múltiples perspectivas, dificultando su delineamiento. En algunos casos, el capital social enfatiza el grado de identificación de las personas dentro de las comunidades (Franziska & Ahmed, 2019); en otros, el capital social se relaciona directamente con la participación cívica de los individuos (Molyneux et al., 2015); y también se entiende a partir de la solidaridad (Zhou & Portes, 1992); entre otros abordajes. En este sentido, el capital social es un concepto que todavía encuentra ambigüedad en su definición, lo cual lo hace complejo de abordar y de medir.

“La medición del Capital Social es una tarea compleja por dos razones básicas: Por ser un bien no tangible y un concepto joven, donde no hay uniformidad en su concepción y abordaje. Por esta razón, la carencia de un marco teórico desemboca en problemas metodológicos para cuantificar empíricamente el fenómeno” (Valcárcel, 2008).

Por lo tanto, para efectos prácticos de la presente investigación a continuación se realiza una revisión teórica de algunos abordajes que permiten dimensionar el concepto, vincularlo con las prácticas comunicativas, mediaciones y videojuego; y así operativizarlo para su análisis.

De esta manera, una de las perspectivas que resultan más relevantes para el delineamiento del capital social son los aportes de Bourdieu, quien lo considera como una de

las diferentes formas de los capitales¹⁶. Al mismo tiempo, los capitales son elementos que generan disposiciones para las prácticas sociales, pues determinarán las posiciones que ocupan los agentes en los campos sociales.

Vale la pena mencionar que por un lado los capitales que posee una persona son el punto de partida para efectuar prácticas sociales; sin embargo, la adquisición de esos capitales y el movimiento de las posiciones en los campos, dialécticamente también son el objetivo de dichas prácticas. En otras palabras, la acumulación de capitales es la base y el fin en sí mismo.

Bourdieu, a lo largo de sus textos, realiza una diferenciación entre los diferentes tipos de capitales:

- 1) Capital Económico – Refiere a la acumulación de bienes materiales (dinero, bienes inmobiliarios, infraestructura, etc.) y este puede ser intercambiado por otros tipos de capitales (Bourdieu, 1973).
- 2) Capital cultural – Este tipo de capital, de acuerdo con Bourdieu, se divide en tres subcategorías:
 - a. Incorporado – Este capital tiene una relación con la adquisición y acumulación de conocimiento y habilidades obtenidas a través de un proceso de formación académica, familiar, social e intelectual. Está “ligado al cuerpo y supone la incorporación (...) es un tener transformador en ser, una propiedad

¹⁶ Un capital puede ser entendido como la acumulación de uno o varios recursos materiales o inmateriales que son apreciados y pueden ser producidos, consumidos, intercambiados o invertidos (Bourdieu, 1973).

hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la ‘persona’, hábito” (Bourdieu, 1987: 12).

- b. Objetivado – Refiere a los objetos materiales con “valor cultural que se poseen”, como obras de arte, libros, instrumentos, monumentos. etc. “El capital cultural en su estado objetivado posee un cierto número de propiedades que se definen solamente en su relación con el capital cultural en su forma incorporada” (Bourdieu, 1987: 13).
- c. Institucionalizado – Se puede entender como los reconocimientos, certificados, títulos y grados que otorgan las instituciones con peso y valor cultural, tales como las escuelas, universidades y colegios.

“Este tipo de capital, podría reflejar parte del capital cultural incorporado que el agente ha asimilado. Con el título escolar —esa patente de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional, constante y jurídicamente garantizado desde el punto de vista de la cultura— la alquimia social produce una forma de capital cultural que tiene una autonomía relativa respecto a su portador y del capital cultural que él posee efectivamente en un momento dado; instituye el capital cultural por la magia colectiva, a la manera (según Merleau Ponty) como los vivos instituyen sus muertos mediante los ritos de luto” (Bourdieu, 1987: 14-15).

- 3) Capital simbólico – Es el “prestigio” que acumula un agente frente a la sociedad y ante ciertos grupos sociales. Se compone de elementos intangibles como el honor, el respeto y el reconocimiento de otros. Asimismo, este tipo de capital se genera a partir de las adquisiciones de las otras formas de capital (económico, social y cultural).

“El capital simbólico -otro nombre de distinción-, no es sino el capital, de cualquier especie, cuando es percibido como un agente dotado de categorías de

percepción que provienen de la incorporación de la estructura de su distribución, es decir, cuando es conocido y reconocido como natural” (Bourdieu, 1984: 28).

- 4) Capital social – Se relaciona con los contactos y potencialidades que el agente obtiene al pertenecer a ciertos grupos sociales. Dimensiona las potencialidades de los vínculos entre agentes sociales para la adquisición de otro tipo de capitales. Se puede entender como:

“Conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y de inter-reconocimiento; o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no sólo están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros o por ellos mismos), sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles” (Bourdieu, 1980: 2)

De esta forma, el capital social tiene su potencial en el acceso de los recursos de otras personas, a través de la calidad y perdurabilidad de los lazos o “conexiones” que se sostienen. Esta perspectiva sobre el concepto de capital social está intrínsecamente relacionada con la adquisición de otras formas de capital.

“La red de relaciones es el producto de estrategias de inversión social consciente o inconsciente orientadas hacia la institución o la reproducción de relaciones sociales directamente utilizables, a corto o a largo plazo, es decir hacia la transformación de relaciones contingentes, como relaciones de vecinazgo, de trabajo o incluso de parentesco, en relaciones a la vez necesarias y electivas, que implican obligaciones duraderas subjetivamente sentidas (sentimiento de reconocimiento, de respeto, de amistad, etc.) o institucionalmente garantizadas (derechos); todo ello gracias a la alquimia del intercambio (de palabra, de dones, de mujeres, etc.) como comunicación que supone y que produce el conocimiento y el reconocimiento mutuos” (Bourdieu, 1980: 2).

En esa misma línea de ideas, Bourdieu aporta elementos para delinear que el capital social se genera cuando se pertenece a un determinado grupo social y así surgen relaciones que permiten el aseguramiento de recursos actuales y potenciales. Al mismo tiempo, esto supone una relación de responsabilidad de cumplimiento de obligaciones, reciprocidad y acceso mutuo a capitales individuales.

Tomando en cuenta lo anterior, otro autor que aporta elementos para el delineamiento del concepto es Coleman, quien enfatiza la relevancia de la confianza y reciprocidad entre los integrantes de un grupo para generar una estructura social que permita la cooperación para alcanzar objetivos determinados (que de manera individual no se podrían alcanzar).

“El capital social se define por su función. No es una entidad aislada, sino una variedad de diferentes entidades con dos elementos en común: consta de algún aspecto de las estructuras sociales y facilitan ciertas acciones de los actores -sean personas o corporaciones- dentro de la estructura. Al igual que otras formas de capital, el capital social es productivo y hace posible el logro de ciertos fines que sin él no serían posibles” (Coleman, 2001: 5).

Es importante mencionar que para Coleman un factor relacionado con el capital social es el capital humano, pues éste es el componente a partir del cual se genera confianza y se desarrolla la estructura social.

Aunque para Coleman el capital social fundamentalmente reside en los elementos incorporados en las estructuras sociales, también dimensiona algunos elementos que inciden en su gestación, como lo son: compromisos, expectativas, confiabilidad, canales de información, normas, sanciones, estructuras y formas de organización (Coleman, 2001).

En esta misma línea, Putnam realiza una propuesta sobre capital social que se enfoca principalmente en los aspectos axiológicos. El autor define el concepto como “ventajas que

se desprenden de las organizaciones sociales como la confianza, las normas y las conexiones, que permiten la eficiencia de la sociedad al facilitar acciones coordinadas” (Putnam, 1993: 167). Como se puede observar, a diferencia de Coleman, Putnam pone acento en las redes, las normas, la confianza y la reciprocidad.

Desde esta perspectiva, se entiende que la calidad en las relaciones sociales se construye de manera simultánea e interdependiente. Si alguno de los elementos relacionados con capital social (confianza, normas, conexiones y reciprocidad) crece, consecuentemente los otros elementos también mejorarán.

De igual manera, Putnam coincide con Bourdieu en que el capital social depende de las relaciones sociales dentro de una comunidad, pero agrega un componente adicional al diferenciar dos formas de capital social: capital social de lazos fuertes y capital social puente. El primero refiere a las relaciones sociales integradas por grupos más o menos homogéneos (en cuanto a posiciones sociales y acumulación de capitales); mientras que por capital social puente se entiende a los elementos intangibles generados en grupos sociales heterogéneos (Putnam, 1993).

Por otro lado, Fukuyama también aporta elementos relevantes sobre el capital social al enfatizar la importancia de la asimilación de normas morales y valores por una comunidad. Si para Putnam resultan relevantes los componentes axiológicos en la estructura de los grupos sociales, Fukuyama establece una fundamental relevancia a la confianza, pues es a partir de ella que se construirán redes sociales estables y duraderas.

“El capital social es la capacidad que nace a partir del predominio de la confianza en una sociedad o en determinados sectores de ésta. Puede estar personificado en el grupo más pequeño y básico de la sociedad, la familia, así como el grupo más grande de todos, la nación,

y en todos sus grupos intermedios. El capital social difiere de otras formas de capital humano, en cuanto que, en general, es creado y transmitido mediante mecanismos culturales como la religión, la tradición o los hábitos históricos” (Fukuyama, 1996: 45).

En este sentido, la definición de Fukuyama se acerca a la perspectiva cultural, pues el capital, al ser creado y transmitido por mecanismos culturales, se infiere que se instaure y genere a partir de prácticas comunicativas y creación de sentido.

De forma general, se puede apuntar que la mayoría de las definiciones de capital social giran en torno a elementos intangibles (tales como confianza, reciprocidad, valores, normas, solidaridad) que se generan al interior de un grupo social, y que ofrece cooperación entre los integrantes con la finalidad de disponer de recursos individuales para alcanzar fines que de manera aislada no se podría. De esta forma, la perspectiva al concepto es instrumental, sin embargo, uno de los elementos que fundamenta y permite la creación de dichos recursos intangibles son las prácticas comunicativas, pues la generación de sentido es la base para la construcción de cualquier relación social y de la cultura.

Uno de los trabajos más recientes en torno a capital social enfocado a plataformas digitales es la tesis doctoral de Alejandro López Novelo (2011), quien en su capítulo teórico realiza una amplia arqueología del concepto y lo vuelve operativizable para su análisis. El autor propone tres diferentes elementos básicos:

1. Relaciones sociales y apoyo social – Entendida como la base de la cual parten las comunidades y grupos sociales.
2. Confianza – Refiere a las “expectativas que se generan en la comunidad a través de un comportamiento honesto y cooperativo, basado en normas comunes establecidas entre los miembros de una comunidad” (Fukuyama, 1996: 26). La

confianza es tanto base como consecuencia de las relaciones sociales y el apoyo social.

3. Formas de relación social – En un sentido estructural, de acuerdo con Novelo, las formas de organización resultan relevantes para la generación de capital social, pues cada una tiene características diferentes y de ellas dependen los recursos intangibles que se generen (apoyo social, confianza y comunidad). El autor logra distinguir cuatro formas diferentes de relación social (López Novelo, 2011):

- a. Horizontales y verticales.
- b. Formales e informales.
- c. Fuertes y débiles.
- d. Lazos y puente.

Bajo esta misma línea, Novelo propone tres dimensiones para el análisis del capital social, las cuales son:

1. Dimensión estructural – Se basa en la manera en que los integrantes de una comunidad establecen sus relaciones. El autor comenta lo siguiente:

“La dimensión estructural se refiere a la capacidad que tienen los individuos de establecer relaciones o lazos débiles y fuertes con otros individuos dentro de un sistema. Las propiedades estructurales de las redes son el tamaño de la red, la densidad y la diversidad.

El tamaño se mide por el número de nodos que pertenecen a la red. La densidad hace referencia a la cantidad de las relaciones que efectivamente existen en la red en relación con las que teóricamente podrían darse. La diversidad hace referencia a las redes poco densas con contactos poco redundantes”(López Novelo, 2011: 130-131)”.

2. Dimensión relacional – Refiere a la convivencia y los vínculos que los integrantes de una comunidad desarrollan. Los principales elementos que se toman en cuenta son la confianza y el grado de identificación de los integrantes de una comunidad.

“Así, cuando dos actores interactúan a lo largo del tiempo, su relación de confianza se hará más fuerte y será más probable que los actores se perciban uno a otro como merecedores de confianza. En este sentido, las interacciones sociales cercanas y frecuentes permiten a los actores conocerse unos a otros, compartiendo información importante y creando un punto de vista común” (López Novelo, 2011: 131).

3. Dimensión cognitiva – El autor la define como el “interés común o la actitud de los miembros de una red de querer compartir sus conocimientos dentro de una organización, basados en un principio de confianza mutua” (López Novelo, 2011: 131).

De esta forma, las dimensiones del capital social y sus indicadores, de acuerdo con López Novelo, se integran en la siguiente tabla:

DIMENSIÓN DE ANÁLISIS.	INDICADORES.
Estructural.	<ul style="list-style-type: none"> - Nexos de red (acceso a los recursos). - Configuración de la red (densidad, jerarquía, grado de conexión, nivel de contacto). - Apropiabilidad (fuente de información para los usuarios).
Relacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza. - Lazos fuertes. - Lazos débiles. - Lazos de puente.
Cognitiva.	<ul style="list-style-type: none"> - Interés común. - Participación. - Colaboración. - Intercambio de información y conocimiento.

Tabla 3: Dimensiones de análisis para el capital social. (López Novelo, 2011:132)

Si bien, la postura de la presente investigación parte desde una perspectiva cualitativa, antropológica y simbólica para entender las prácticas comunicativas y la forma en que

estas inciden en la formación sentido, el modelo de López Novelo (que conlleva una perspectiva epistemológica parcialmente estructuralista) servirá como referencia para identificar las formas más relevantes de capital social que surgen como resultado de las prácticas comunicativas.

2.7 Apuntes finales del capítulo

A manera de conclusión, a lo largo del capítulo se exponen, delimitan y relacionan los conceptos que se retoman como andamiaje teórico para la presente investigación. Como se mencionó anteriormente, en el presente apartado se formula un modelo para abordar las prácticas comunicativas de las comunidades de videojugadores en línea.

En ese sentido, es importante mencionar que las prácticas comunicativas pueden ser definidas como acciones a través de las cuales se construyen significados y sentido. Sus funciones son el entendimiento de la realidad, generar identidad, motivar a la acción, justificar las acciones, así como el aseguramiento de significados. En otras palabras, son prácticas que son y generan cultura.

Es importante mencionar que las prácticas comunicativas mantienen similitudes y diferencias con los conceptos de prácticas sociales y prácticas culturales, pero fundamentalmente los tres convergen, aunque tengan una fundamentación epistémica diferente.

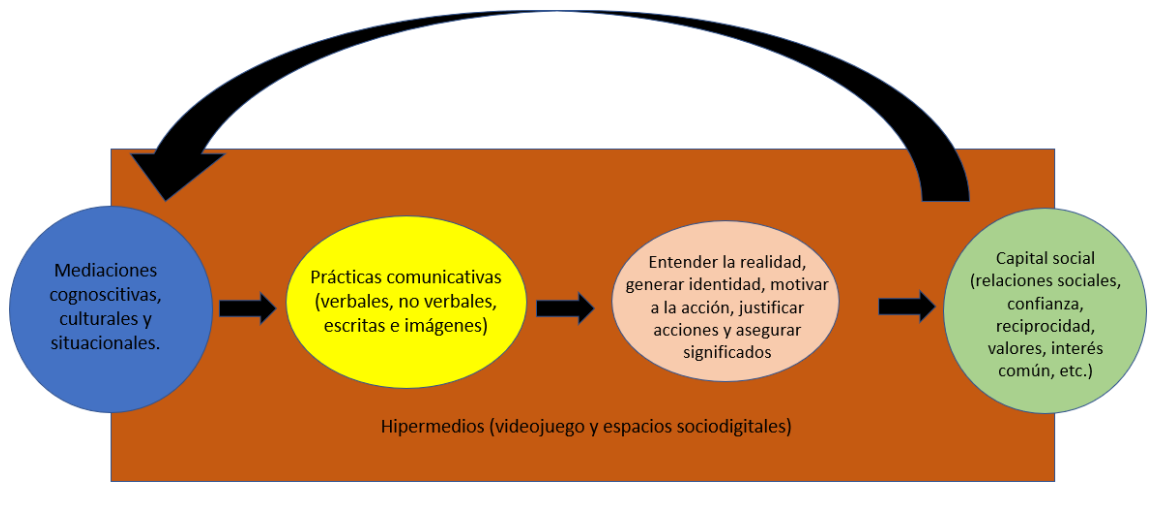
Adicionalmente, las prácticas comunicativas se presentan en diferentes formas (comunicación verbal, comunicación no verbal, comunicación escrita y comunicación por

medio de imágenes), pero la orientación de todas ellas tiene que ver con la creación de sentido.

Las prácticas comunicativas (al igual que las prácticas culturales y sociales) no son aleatorias, sino que están dispuestas por mediaciones de diferentes tipos (cognoscitivas, culturales, situacionales, institucionales, hipermediales, etc.). De esta manera, el videojuego puede ser definido como un espacio hipermedial con disposiciones tecnológicas específicas que mediarán las *praxis* comunicativas y, por consiguiente, la génesis de sentido entre comunidades. El sentido mismo, dispuesto por mediaciones y generado a partir de dichas prácticas, podrán cristalizarse elementos intangibles y valorados por una comunidad, como relaciones sociales, confianza, reciprocidad, identidad, normas, valores, interés común, etc.

Por lo tanto, la generación de sentido y las prácticas sociales en las comunidades conlleva a la creación de capital social, que puede ser fuente y moneda de cambio para el intercambio de otro tipo de capitales (cultural, simbólico, económico), y que también se puede convertir en mediaciones para la puesta en práctica de futuras prácticas comunicativas.

El modelo presentado para esta investigación (Esquema 1), parte de un enfoque antropológico simbólico, pero incorpora una visión tecno-cultural que permite abordar el fenómeno comunicativo de las comunidades de videojugadores en línea.



Esquema 1. Modelo teórico sobre prácticas comunicativas, mediaciones y capital social. Elaboración propia.

Aunque ya se han mencionado algunas categorías de análisis sobre prácticas comunicativas, mediaciones y capital social, en el capítulo referente al marco metodológico se definen con mayor precisión y se presenta un modelo operativizable para su análisis.

Capítulo 3. Metodología

En el apartado anterior se construye el andamiaje teórico sobre el cual se fundamenta la presente investigación. Asimismo, se definen los conceptos principales para el abordaje del objeto de estudio, y se establecen de forma general algunas categorías de análisis.

Una vez mencionado esto, el presente apartado tiene como objetivo principal exponer la metodología que se siguió en el análisis del caso de estudio, por lo que se procede, en un primer momento, a describir las herramientas de orden epistemológico que se utilizaron para la obtención información; posteriormente se definen las fases y momentos de indagación, las técnicas de investigación y los instrumentos. Por último se especifica el caso de estudio y los criterios de selección que se aplicaron para la selección de los participantes.

Al final del capítulo se ofrecen una serie de apuntes finales que, por un lado cristalizan el modelo teórico propuesto en el capítulo anterior y, por el otro, se acota y define con mayor precisión el objeto de estudio.

Es importante mencionar que para el desarrollo del presente capítulo se retoman las especificaciones epistémicas de Ruth Sautu (2005), a través de las cuales se busca definir y justificar la perspectiva metodológica manteniendo una coherencia entre el marco teórico y el marco metodológico, explicitando los componentes del modelo, especificando el universo de estudio, la unidad de análisis, la muestra, y señalando la estrategia de análisis de los datos.

3.1 Perspectiva metodológica y apuntes de orden epistémico para la investigación

Como se mencionó en el capítulo uno, en la actualidad, debido al avance tecnológico y a la apropiación (y uso) social de los espacios digitales, se requiere una nueva perspectiva que permita abordar los procesos sociales y comunicacionales en función de las mediaciones (en sus diversas formas) que intervienen en ellos. La mayor parte de los trabajos académicos sobre videojuegos, comunidades de videojugadores o medios digitales provienen desde diferentes disciplinas que focalizan múltiples aspectos y pretenden explorar las

características y potencialidades lúdicas, pedagógicas, discursivas y de diseño (entre otras); sin embargo, la investigación de los procesos sociales que se generan en este tipo de espacios aún son fenómenos poco abordados.

En este sentido, a partir de la revisión realizada en el estado del arte, se puede apuntar que existe un área de oportunidad para elaborar trabajos académicos en donde se profundice en los procesos comunicativos a partir de las limitaciones y características tecnológicas de los espacios digitales de los mismos. Con base en esto, se detectó la necesidad de proponer conceptos y modelos teóricos que abordan el fenómeno a partir de sí mismo y, adicionalmente, herramientas de orden metodológico que permitan operativizar la visión desde una perspectiva socioantropológica-tecnocultural¹⁷. Por un lado, en el capítulo dos se abordan, definen y relacionan los conceptos que sirven como ejes para el abordaje del fenómeno a estudiar; mientras que en el presente apartado se describe la propuesta metodológica con base en dichos conceptos.

En un primer momento es importante señalar que el cuerpo teórico se genera a partir de una perspectiva socioantropológica e incorpora una visión tecnocultural, por lo tanto la perspectiva metodológica que se propone sigue la misma línea. Un enfoque metodológico socioantropológico-tecnocultura permite dimensionar e indagar en espacios digitales los procesos culturales y sociales sin dejar de lado la injerencia de las limitaciones y disposiciones que dichos espacios manifiestan desde su diseño. Como se ha mencionado con anterioridad, tanto las mediaciones cognoscitivas, culturales, situacionales, institucionales y los hipermedios (espacios hipermediales) generan disposiciones sobre las prácticas comunicativas que se llevan a cabo.

Asimismo, es importante mencionar que de acuerdo con el objetivo de la presente investigación y las características del fenómeno a estudiar, el alcance de la presente investigación es explicativo, pues a partir del análisis se busca determinar cómo es que las

¹⁷ Por un lado, el campo de la socioantropología se ubica en el estudio del ser humano en la dimensión individual y sus formas de relaciones interpersonales y sociales. A diferencia de la perspectiva sociológica tradicional, en la socioantropología preponderan los aspectos culturales (Marzal, 2016). Asimismo, el estudio de la tecnocultura se ubica en el campo de los procesos de significación en espacios y entornos digitales en donde se crean, comparten y apropian diferentes tipos de contenido, expresiones y acciones (Sangüesa, 2013).

prácticas comunicativas se generan en los espacios hipermediales a partir de las diferentes mediaciones presentes, y cómo esto conlleva a un surgimiento de formas de capital social.

Si bien existen algunos trabajos que abordan las formas de capital social (como se apunta en el estado del arte), la mayoría de ellos son de carácter exploratorio - cuantitativo y buscan medir el nivel de confianza y pertenencia de los individuos a comunidades específicas. Aunque dichos trabajos aportan una visión general sobre la afinidad de los videojugadores y sus comunidades en torno a algunos videojuegos, aún queda un amplio campo por explorar sobre la forma en que se interactúa en espacios hipermediales. De esta forma, a través del método cualitativo etnográfico, la presente investigación analiza en profundidad los procesos que se llevan a cabo para entender la manera en que se generan las prácticas comunicativas y los resultados sociales que surgen a partir de estos. En otras palabras, se elige el método cualitativo debido a que el objetivo de este trabajo es indagar en significaciones profundas y en entramados de formas simbólicas que se generan en los procesos comunicativos y en la construcción de formas de capital social.

Una perspectiva metodológica socioantropológica-tecnocultural permite entender los procesos comunicativos que se llevan a cabo en espacios hipermediales, lo cual supone un aporte académico metodológico para entender los procesos sociales que se gestan en la actualidad; de la misma manera, es importante mencionar que aunque el objeto de estudio se limita a las comunidades virtuales de videojugadores, al videojuego y a los espacios hipermediales mediante los cuales las personas interactúan, la propuesta metodológica presentada en este apartado puede ser retomada y aplicada para el estudio de diferentes tipos de espacios hipermediales y metaversos digitales, los cuales son cada vez más frecuentes.

3.1.2 Etnografía digital como herramienta de orden epistemológico

A partir de la perspectiva metodológica socioantropológica-tecnocultural (descrita en el apartado anterior), se ha elegido método cualitativo para realizar el análisis. Asimismo, al ser una tesis de corte socioantropológico en espacios digitales, se retoma a la etnografía digital como la herramienta de orden epistemológico como guía de las diversas técnicas de investigación. Es importante mencionar que para la elaboración del marco metodológico se

ha realizado una búsqueda sobre las diferentes perspectivas y métodos que podrían retomarse para el análisis del caso de estudio. En ese sentido, se diferenciaron múltiples variantes de etnografía aplicadas a los medios digitales:

1. Etnografía en red – Esta propuesta es generada por Howard (2002) y se concentra en el estudio de las conexiones sociales entre los diferentes actores conectados mediante la web. A partir de un estudio de conexiones se busca develar la estructura y las características organizacionales de la red, identificando la fortaleza o debilidad de las conexiones entre los actores. Aunque esta propuesta enfatiza estudiar las relaciones sociales en la red, para fines de la presente investigación resulta poco útil, pues no contempla las mediaciones y características de los espacios hipermediales para las prácticas comunicativas, sociales o culturales. Asimismo, la estructura organizacional de las comunidades no resulta ser una categoría altamente relevante en el análisis, pues se prioriza el análisis del proceso sobre la estructura.
2. Etnografía hipermedia para el digital – Propuesta por Dicks, Mason, Coffey y Atkinson (Dicks et al., 2005), esta herramienta integra los diferentes tipos de formatos de comunicación que existían en los medios digitales. Resulta relevante señalar que aunque el texto toma en cuenta la dinámica hipertextual de los contenidos, al ubicarse en el 2005, los espacios digitales no presentaban la complejidad que se tiene hoy en día. La convergencia entre los medios tradicionales y los nuevos medios aún se estaba gestando; así mismo, la co-construcción del contenido dentro de los espacios digitales (por parte de las audiencias) aún se estaba desarrollando. La hipertextualidad de la que se habla en ese momento era brindada por los programadores y diseñadores, a diferencia de la hipertextualidad y narrativa rizomática que se entretajan en los hipermedios actuales en donde las audiencias y los participantes interactúan en la creación y disposición del contenido. Debido a esta razón, la etnografía hipermedia para el digital resulta ser una propuesta poco conveniente para la presente investigación.
3. Etnografía de datos - La idea de Hochman y Manovich (Hochman & Manovich, 2013) de "etnografía de datos" extiende, mediante la analítica de big data, la posibilidad de seguir a usuarios individuales a través de agregaciones de contenido a gran escala. Debido al carácter cualitativo de la presente información y al objetivo de profundizar

en los procesos de generación de sentido y capital social, esta técnica resulta poco útil, pues enfatiza el aspecto cuantitativo de los metadatos.

4. Netnografía – Esta herramienta busca develar las experiencias de los participantes de comunidades virtuales en internet. En un inicio fue propuesta por Kozinets (2019) y se basa en conocer las opiniones de los participantes en el ciberespacio. De esta forma, el proceso de investigación se focaliza en las experiencias emocionales y afectivas en red. Principalmente tiene aplicaciones en estudios de investigación de mercados y comportamiento de consumidor. Para la presente investigación no se retoma dicha propuesta debido a que el objetivo no es profundizar en la experiencia de los miembros de la comunidad, sino en el proceso de construcción de sentido.
5. Etnografía de los medios – Esta propuesta se basa en "observación y el compromiso con las situaciones cotidianas en las que se consumen los medios, las prácticas e interpretación y los usos que se les da a los medios" (Rothenbuhler & Coman, 2005, 2). En otras palabras, la herramienta se enfoca principalmente en los medios, por lo que para fines de esta investigación también resulta poco práctica, pues como se ha mencionado, el objetivo es profundizar en el proceso de praxis comunicativa y generación de capital social en los espacios hipermediales.
6. Etnografía Digital – Esta propuesta es realizada por Christine Hine (2015) y es una de las más cercanas a la perspectiva de esta investigación, puesto que contempla a los medios digitales y al internet como espacios de interacción social donde surgen y se generan procesos culturales. A través de esta perspectiva se busca llevar a cabo la etnografía para la internet integrada, incorporada y cotidiana (*embedded, embodied, everyday Internet*). Cabe mencionar que la propuesta de etnografía de esta investigación retoma de la perspectiva de Hine la concepción de lo digital como un espacio para las interacción social y cultural; sin embargo, una limitante de esta perspectiva es que no dimensiona a los espacios hipermediales como generadores de disposiciones para las interacciones; asimismo, tampoco se considera la complejidad multimedial e interactiva de los espacios hipermediales.
7. Etnografía Digital – Esta propuesta se centra en entender a los medios y a las tecnologías digitales como partes de mundos cotidianos y con implicaciones en la vida práctica. La propuesta de Sarah Pink (2019) busca indagar sobre la relación de

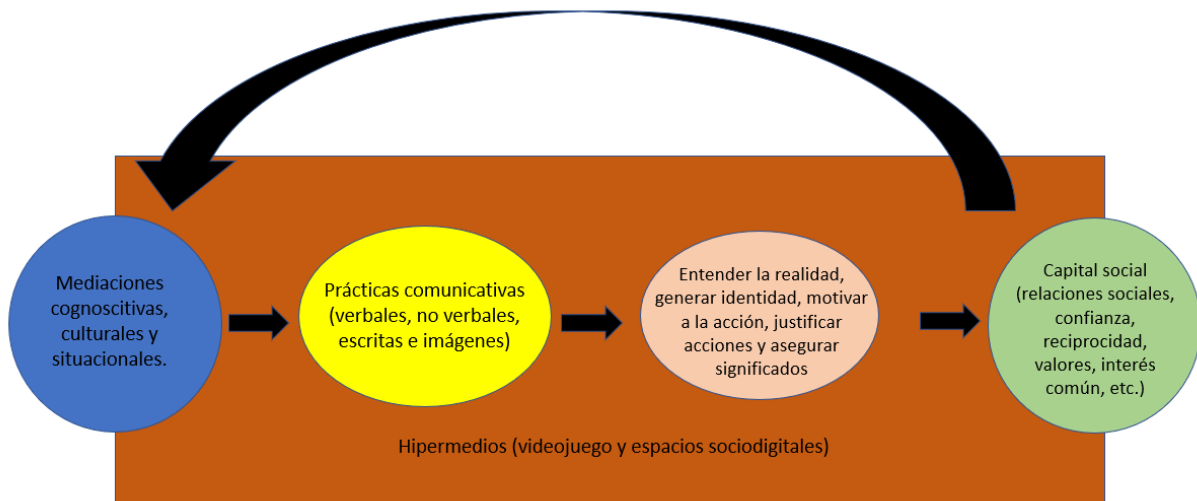
las personas con los medios de comunicación y su cotidianidad. Si bien el análisis de la presente investigación se centra en el análisis de los procesos y prácticas dentro de los espacios, a partir de esta perspectiva metodológica se puede entender a los medios como mediaciones (hipermediaciones) que permiten la interacción y la construcción de sentido a partir de características técnicas.

Como se puede observar, no existe una herramienta de orden epistemológico que guíe a la etnografía para analizar los procesos comunicativos en espacios digitales, tomando en cuenta las características técnicas de los hipermedios. En ese sentido, se propone una forma etnográfica que lo logre. A partir de entender a los medios como espacios de socialización y de expresión, manifestación, creación, interpretación y apropiación de cultura, la etnografía funciona como herramienta que permite entender los significados profundos y saber que éstos son dispuestos a partir de características tecnológicas de interactividad e hipervinculación dadas desde la programación y diseño de dichos medios.

Como lo menciona en el texto *Digital Methods* (Rogers, 2013), los objetos de estudio digitales tienen su propia ontología y, por esta razón, es necesario generar una epistemología correspondiente para entenderlos. La naturaleza de lo digital no está aparte del mundo físico, sino que coexiste con él. Las prácticas que se generan en espacios digitales no son procesos aparte, sino que tienen características y naturalezas específicas. Una de las claves para entender las prácticas en medios digitales e hipermedios es visualizarlos como un espacio que poseen características hipermediales propias que dispone las prácticas sociales, culturales y comunicativas y que, adicionalmente se interconecta y vincula con otros medios digitales, formando un espacio hipermedial cultural complejo.

3.2 Momentos de indagación de lo cualitativo

Como se mencionó en el apartado anterior, la investigación retoma la etnografía digital como herramienta de orden epistemológico que guiará todo el proceso de indagación y análisis. Siguiendo la misma línea, el marco teórico presentado con anterioridad se construye a partir de diferentes conceptos y categorías de análisis, entre las cuales se encuentran: prácticas comunicativas, mediaciones, hipermedios y capital social (Esquema 2).



Esquema 2. Modelo teórico sobre prácticas comunicativas, mediaciones y capital social. Elaboración propia.

Es importante señalar que de acuerdo con el fenómeno a estudiar y el caso de estudio, se ha realizado la investigación de campo en dos diferentes fases. El modelo metodológico que se propone a continuación focaliza en cada fase el estudio de ciertos conceptos centrales.

1. Fase general, de aproximación al objeto de estudio y reconocimiento – Tomando en cuenta que las comunidades de videojugadores y las prácticas comunicativas llevadas a cabo en su interior son múltiples y cambiantes, esta primera fase permite seleccionar, conocer y delimitar el objeto de estudio a estudiar. Siguiendo el método etnográfico, este momento de indagación busca una aproximación inicial al fenómeno, comprenderlo de forma general. Asimismo, partir de la observación participante y la aplicación de entrevistas en profundidad, el objetivo es conocer a las comunidades y sus integrantes, las relaciones que tienen entre sí, la relación que tienen con los múltiples espacios hipermediales y las mediaciones presentes (sobre todo las que están inciden directamente en la *praxis* comunicativa en el videojuego y los espacios hipermediales). Es importante mencionar que cada comunidad utiliza hipermedios diferentes a través de los cuales se comparten significados y se generan las prácticas comunicativas. Esta primera fase permite identificarlos y describirlos.

En ese sentido, a partir de la observación de las comunidades y de sus interacciones en las diferentes plataformas se delimita al objeto de estudio en tres diferentes aspectos: comunidad a estudiar (1), participantes que forman parte de la comunidad (2), plataformas que utilizan como espacios hipermediales (3); además de señalar la relación que dichas comunidades y participantes mantienen con los hipermedios y espacios hipermediales que utilizan.

De igual forma cabe mencionar que una vez identificados los espacios hipermediales a través de los cuáles se comunican los participantes, se procede a realizar una descripción técnica de las limitaciones programadas que presenta cada espacio. Este abordaje permite partir el análisis desde la perspectiva tecno-cultural que se menciona en apartados anteriores.

Con el fin de sintetizar la primera fase, los objetivos de esta etapa son siete:

- a) Conocer y aproximarse al fenómeno de forma general.
- b) Delimitar el objeto de estudio (comunidades participantes y espacios hipermediales).
- c) Conocer en profundidad el perfil de los miembros de la comunidad de videojugadores en línea.
- d) Describir la relación entre los participantes de la comunidad y la relación que se mantienen con los hipermedios que utilizan.
- e) Describir las características técnicas de los espacios hipermediales que podrían incidir en la praxis comunicativa y la construcción de sentido.
- f) Conocer las mediaciones (de diversos tipos) que presentan los participantes.
- g) Identificar y conocer las mediaciones (de diversos tipos) que inciden directamente en las prácticas comunicativas y la construcción de sentido en las comunidades de videojugadores en línea.

Las técnicas de investigación que se utiliza en esta fase son dos:

- 1) Observación participante no estructurada- Se retoma la perspectiva de Rogers (2013), la cual propone tomar en cuenta las características de los

medios en donde se realiza la observación, pues, como menciona el autor en *Digital Methods* (2013), cada medio digital cuenta con su propia ontología, la cual exige una epistemología de abordaje particular. Las especificaciones de método de la observación participante, así como la propuesta del instrumento se revisa con mayor profundidad en el apartado siguiente (3.3 Técnicas de investigación e instrumentos).

- 2) Entrevistas en profundidad – A través de la aplicación de esta técnica se obtienen datos que permiten complementar de forma más profunda la observación participante. Si bien, esta técnica se aplica en la primera fase de investigación (para indagar en profundidad sobre la relación de los participantes con el videojuego, las comunidades y los espacios hipermediales utilizados, así como las mediaciones presentes en el proceso de construcción de comunicación), también el instrumento contempla indagar en categorías de la segunda fase (capital social y construcción de sentido). De esta forma, las entrevistas en profundidad son una técnica que es transversal a las dos fases de investigación y que vincula ambas etapas. La razón de realizarlo de esta forma responde a la imposibilidad de segmentar tajantemente la recabación de información y datos¹⁸.

Como se puede observar, la combinación de las técnicas de la fase uno y la fase dos permiten obtener información suficiente sobre las mediaciones para construir un panorama amplio sobre la complementariedad sobre los espacios hipermediales y otro tipo de mediaciones (cognoscitivas, culturales, situacionales e institucionales) presentes en la comunidad.

Las especificaciones del metódicas sobre las técnicas de investigación participante estructurada y las entrevistas en profundidad se explican con mayor detalle en el apartado siguiente (3.3 Técnicas de investigación e instrumentos).

¹⁸ Es importante mencionar que para llegar a esta presión metodológica se aplicaron dos entrevistas en profundidad piloto.

2. Fase de conocimiento y construcción de sentido (significación) – Una vez que se ha obtenido un panorama general sobre la incidencia de las mediaciones y las características de los espacios hipermediales en donde interactúa la comunidad de videojugadores, esta etapa de investigación focaliza el estudio de las prácticas comunicativas y la construcción del capital social.

Al ser la última etapa en el proceso de investigación, es la fase más profunda en donde se analiza y se da cuenta sobre el proceso cultural que ocurre en espacios hipermediales.

Las técnicas de investigación que se contemplan para esta fase son la observación participante y la entrevista en profundidad, en donde a través de categorías bien definidas (propuestas en el apartado 3.3 Técnicas de investigación e instrumentos) se explora la construcción de significaciones complejas que parten de prácticas comunicativas y que, en algunos casos, llegan a convertirse en elementos de capital social (confianza, reciprocidad, cooperación, etc.)

En un primer momento, las entrevistas en profundidad corresponden a la misma técnica de la primera etapa de observación, pues, como se ha mencionado anteriormente, es a través de su aplicación que se dimensiona y comprende la conformación y generación de capital social de los integrantes en las comunidades en línea.

En un segundo momento, la observación participante no estructurada tiene la finalidad de identificar, describir y categorizar las múltiples prácticas comunicativas que se presentan en espacios hipermediales, así como explicar cómo es que estas son dispuestas a partir de mediaciones particulares y en qué formas de capital social se pueden llegar a presentar.

En un sentido general, los objetivos de esta tercera fase son tres:

- a) Conocer las formas de praxis comunicativa.
- b) Conocer el proceso de generación de sentido dentro de las comunidades de videojugadores en línea.
- c) Conocer el resultado de los procesos de significación a través de las prácticas comunicativas (elementos de capital social)

Es importante mencionar que aunque cada fase se centra en aspectos y conceptos específicos (previamente definidos en el capítulo 2), el carácter etnográfico de la

investigación ha contemplado que emerjan hallazgos de otros conceptos y categorías de forma transversal a la investigación; por ejemplo, aunque la fase uno focaliza el estudio de participantes, espacios hipermediales y la definición del objeto de estudio, se detectó el surgimiento de hallazgos sobre las mediaciones y prácticas comunicativas (conceptos que se focalizan en la segunda y tercera fase). Asimismo, se incorpora como técnica a la observación participante (estructurada y no estructurada) en las dos fases, porque través de esta herramienta se han obtenido datos e información cualitativa desde una perspectiva etnográfica en donde el investigador entiende e interpreta las significaciones profundas de los procesos culturales del fenómeno.

La intención de otorgar un orden de prelación a las fases de investigación es profundizar desde lo más general hasta lo más complejo, ofreciendo un orden epistemológico y metodológico que permite generar una perspectiva socioantropológica-tecnocultural para entender a los hipermedios y las prácticas que se llevan a cabo en sus espacios (tabla 4).

De igual manera, con la finalidad de proporcionar mayor precisión en la investigación, en la etapa final de análisis e interpretación de resultados se relacionan los hallazgos de cada fase, no en un orden de prelación lineal, sino como un entramado de aspectos interconectados que se presentan en momentos y espacios simultáneos, pero en profundidades diferentes.

Herramienta de orden epistemológico	Fases	Objetivos	Conceptos principales	Técnicas
Etnografía digital	1) General y de aproximación al objeto de estudio y reconocimiento	<p>a) Conocer y aproximarse al fenómeno de forma general.</p> <p>b) Delimitar el objeto de estudio (comunidades participantes y espacios hipermediales).</p> <p>c) Conocer en profundidad el perfil de los miembros de la comunidad de videojugadores en línea.</p> <p>d) Describir la relación entre los participantes de la comunidad y la relación que se mantienen con los hipermedios que utilizan.</p> <p>e) Describir las características técnicas de los espacios hipermediales que podrían incidir en la praxis comunicativa y la construcción de sentido.</p> <p>f) Conocer las mediaciones (de diversos tipos) que presentan los participantes.</p> <p>g) Identificar y conocer las mediaciones (de diversos tipos) que inciden directamente en las prácticas comunicativas y la construcción de sentido en las comunidades de videojugadores en línea.</p>	<p>- Participantes, hipermedios, espacios hipermediales y videojuegos.</p> <p>- Mediaciones cognoscitivas, culturales, situacionales e institucionales.</p>	<p>- Observación participante no estructurada.</p> <p>- Entrevistas en profundidad semiestructuradas.</p>

	<p>2) Conocimiento y construcción de sentido (significación)</p>	<p>a) Conocer las formas de praxis comunicativa. b) Conocer el proceso de generación de significado dentro de las comunidades de videojugadores en línea. c) Conocer el resultado de los procesos de significación a través de las prácticas comunicativas (elementos de capital social)</p>	<p>- Prácticas comunicativas y elementos de capital social (confianza, tipos de lazos, participación, colaboración, etc.)</p>	<p>- Entrevistas en profundidad semiestructuradas. - Observación participante no estructurada.</p>
--	--	--	---	---

Tabla 4. Secuencia metodológica. Elaboración propia.

3.3 Técnicas de investigación e instrumentos

En el apartado anterior se especificaron las fases de investigación. Como se ha revisado, cada una de ellas contempla obtener información a partir de técnicas con carácter etnográfico. En ese sentido, en el presente apartado se describen las especificaciones particulares que se toman en cuenta para la implementación de dichas técnicas y para la construcción de sus respectivos instrumentos.

3.3.1 Técnicas de investigación e instrumentos de fase uno

En un primer momento, la observación participante no estructurada que se efectúa en la fase uno (Fase general y de aproximación al objeto de estudio) se centra en la elección, exploración y definición de la comunidad de videojugadores, así como en la descripción de la relación entre los participantes de la comunidad, la relación entre las personas en torno a los hipermedios que utilizan, y la descripción de las características técnicas de los espacios hipermediales que inciden en la praxis comunicativa y la construcción de sentido. De forma general, se llevan a cabo cuatro sesiones de observación participante no estructurada a través de las cuales se profundiza y define el objeto de estudio.

El criterio para la selección del carácter no estructurado de la técnica permite un acercamiento general al fenómeno y comenzar con la descripción y delimitación del objeto de estudio. Sin embargo, es importante mencionar que con la finalidad de obtener rigor metodológico, se establecen categorías y pautas generales de observación que son la base para la construcción del instrumento (guía de observación). Dichas categorías y pautas no son directivas ni excluyentes, sino más bien elementos y puntos de partida para acercarse al fenómeno. La guía de observación y las categorías generales que se retoman son las siguientes:

Guía de observación para observación participante no estructurada (Fase 1)	
Aspecto de observación	Categorías
Información general de la comunidad y miembros	<ul style="list-style-type: none">- Antigüedad de la comunidad.- Número de integrantes.- Estructura organizacional.- Códigos y normativas.

Miembros	<ul style="list-style-type: none"> - Edades de los participantes. - Perfil demográfico. - Perfil académico. - Ubicación geográfica de los participantes.
Espacios hipermediales que utilizan	<ul style="list-style-type: none"> - Hipermedios que se utilizan. - Flujo e hipertextualidad entre hipermedios - Nivel de interacción de cada hipermedio. - Límites y pautas de interacción de cada hipermedio. - Formatos de contenido permitidos en cada hipermedio. - Tipo de software requerido para el uso del hipermedio. - Tipo de hardware requerido para el uso del hipermedio.
Relación y convivencia de los participantes de la comunidad respecto a los espacios hipermediales que utilizan	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia de uso de los hipermedios por parte de los miembros - Tipo de contenido compartido - Horarios de juego de y de conexión a los espacios hipermediales. - Dispositivos de conexión por parte de los miembros. - Lugares físicos de los miembros desde los cuáles se conectan.

Tabla 5. Guía de observación para observación participante no estructurada de fase 1. Elaboración propia.

Al final de la primera fase, los criterios que se toman en cuenta para la selección de la comunidad refieren la conveniencia para estudiar las prácticas comunicativas en espacios hipermediales. Se busca seleccionar una comunidad que mantenga una estabilidad ontológica para el abordaje teórico de la misma. Dichos criterios son:

1. Antigüedad de la comunidad – Se busca que la comunidad tenga una antigüedad mayor a dos años, lo cual se interpreta como un indicador de la estabilidad ontológica y estructural que se mantiene dentro de dicha organización. Este criterio resulta de relevante importancia porque de esta manera se superan dos posibles obstáculos metodológicos:

- a. Permanencia temporal de la comunidad durante el trabajo de campo de la investigación.
 - b. Relevancia y vigencia del caso de estudio en un momento posterior a la conclusión de la investigación.
2. Miembros de la comunidad – Aunque no se busca una homogeneidad o heterogeneidad dentro de los miembros de la comunidad, se pretende que los integrantes mantengan vínculos constantes y, principalmente que estén de acuerdo a participar dentro de la presente investigación. El número de integrantes también resulta relevante y se establece como parámetro de selección a las comunidades que tengan más de quince integrantes, pero menos de cien. Un número mayor de miembros dificulta el análisis cualitativo en profundidad de las relaciones; por otro lado, un número menor a cinco integrantes es un indicador de una comunidad poco representativa en cuanto a prácticas comunicativas y generación de capital social.
3. Espacios hipermediales que los miembros de la comunidad utilizan – Este es un aspecto de suma importancia, pues a partir de los espacios hipermediales que se utilizan dentro de la comunidad es como se delimita el objeto de estudio. En un primer momento, el espacio hipermedial a partir del cual se inicia la observación es el videojuego; sin embargo las comunidades generalmente se comunican y conviven en otros tipos de hipermedios (redes sociales, programas de mensajería instantánea, plataformas de *streaming*, etc.)

Con este criterio se encuentra y selecciona una comunidad que integra dos plataformas a través de las cuales interactúan sus miembros. Si la comunidad presenta más de tres espacios hipermediales, este factor dificulta la labor de obtención de información y análisis de datos, debido al alcance temporal y de recursos de la presente investigación; asimismo, las comunidades que se comunican a través de un solo hipermedio se consideran como casos de estudio poco convenientes para la obtención de hallazgos en torno a la diversidad de prácticas comunicativas en espacios hipermediales.

4. Frecuencia de convivencia dentro del videojuego y en plataformas hipermediales – Este criterio de selección refiere a la constancia en que los miembros de las comunidades conviven, interactúan y se correlacionan en los espacios hipermediales.

Una comunidad en donde sus miembros no se comunican frecuentemente y además tardan en contestar, presenta dificultades metodológicas para el estudio de prácticas comunicativas. Por lo tanto, para la selección de la comunidad a estudiar se requiere que los participantes interactúen diariamente en uno o más espacios hipermediales. Asimismo, este criterio de selección permite enfocar la investigación en comunidades que ontológicamente tengan una relación más estrecha entre sus miembros y, por lo tanto, que las prácticas comunicativas y elementos de capital social estén con más frecuencia presentes entre sus miembros.

Algunos criterios que no resultan fundamentalmente relevantes para la selección de la comunidad a estudiar son:

1. Perfiles demográficos personales, académicos y profesionales de los participantes – Este tipo de criterios no resulta relevante puesto que múltiples comunidades de videojugadores en línea están integradas por miembros de diferentes edades, profesiones, religiones, familias, etc. Aunque este tipo de elementos son relevantes y evidentemente inciden en las prácticas comunicativas de los participantes, no son un criterio de inclusión o exclusión; más bien estos elementos son identificados y analizados en la fase dos de investigación, la cual se focaliza principalmente en el estudio de las mediaciones.
2. Ubicación geográfica de los miembros – Aunque la ubicación geográfica de los miembros resulta ser una mediación que podría incidir en las prácticas comunicativas, no se considera un criterio de selección, puesto que el interés de la presente investigación se orienta a las prácticas comunicativas que se generan dentro de los espacios hipermediales, por lo que la ubicación física de los participantes no resulta ser un elemento de selección.

Con lo anterior mencionado se busca que la observación participante de la primera fase tenga un carácter etnográfico exploratorio que proporcione información necesaria para la selección y delimitación de la comunidad y los participantes. Asimismo, el carácter participante de la observación permite al investigador convivir con los miembros de las comunidades y entender las dinámicas con relación a los espacios hipermediales.

Por otro lado, a partir de las entrevistas en profundidad (segunda técnica llevada a cabo dentro de la fase 1) se recaba información particular sobre algunos de los miembros de la comunidad. La intención es focalizar las experiencias individuales para obtener una visión subjetiva de las mediaciones que ellos consideran relevantes en la interacción cotidiana y dimensionar algunos de capital social resultantes de la praxis comunicativa. En la presente investigación se realizó la aplicación de ocho entrevistas en profundidad con miembros de las comunidades.

En este sentido, los cuestionarios de las entrevistas retoman como categorías de análisis a las mediaciones establecidas por Orozco (Orozco, 1991), cambiando el concepto de “mediaciones videotecnológicas” por el de espacios hipermediales, pues este último dimensiona de forma más profunda el objeto de estudio. Cabe mencionar que las categorías generales a partir de las cuales se desarrolla el instrumento para esta técnica se especifican y desarrollan dentro del capítulo 2 (en el apartado 2.4 Mediaciones) y son las siguientes:

- a) Mediaciones cognoscitivas
- b) Mediaciones culturales
- c) Mediaciones situacionales
- d) Mediaciones institucionales
- e) Espacios hipermediales

Tomando en cuenta lo anterior, el instrumento se construye en cinco partes diferentes:

- 1) Inicio de entrevista y preguntas generales sobre el entrevistado – Esta primera parte de la entrevista tiene la finalidad de generar confianza y vínculo con el entrevistado. Incluso, a través de las entrevistas piloto que se aplicaron, los participantes comenzaron a expresar y mostrar algunos tipos de mediaciones presentes que intervienen en su juego y convivencia cotidiana con la comunidad a la que pertenecen.
- 2) Sección de preguntas sobre la relación del participante con el videojuego, la comunidad y los espacios hipermediales- Esta categoría de preguntas versan sobre los participantes y su relación con el juego, el videojuego y los espacios hipermediales.

- 3) Sección de mediaciones particulares de los participantes – En esta sección, a partir de las categorías que establece Orozco(1991), se generan cuestionamientos para elucidar las mediaciones que inciden de forma directa en las prácticas comunicativas.
- 4) Sección de mediaciones generales presentes en la comunidad – En este apartado del instrumento las preguntas no son direccionadas a categorías de mediaciones particulares sino que, a través de cuestionamientos generales sobre dinámicas de interacción la comunidad, se exploran algunas de las mediaciones (de todo tipo) que los miembros consideran relevantes en su interacción cotidiana a través de los espacios hipermediales.
- 5) Generación de capital social – Aunque este concepto (y las categorías derivadas) se aborda principalmente en la segunda etapa de observación, el instrumento contempla un acercamiento para comenzar a vislumbrar y entender las formas de capital social que se cristalizan dentro de las comunidades. Como se ha mencionado con anterioridad, la entrevista en profundidad es una técnica transversal entre la etapa 1 y 2 de observación.

Es importante mencionar que al ser una entrevista en profundidad de carácter semiestructurado, se propone un instrumento que incorpora temáticas y preguntas tentativas, pero que es flexible y adaptable a las sesiones de entrevistas¹⁹. De igual, forma, a partir de las entrevistas piloto realizadas, se encontró que para facilitar la expresión de los entrevistados se incluyeron algunas preguntas con carácter proyectivo, en donde el entrevistador le pide al entrevistado que imagine alguna situación o escenario y le pregunta qué es lo que haría o cómo se siente en ese momento.

¹⁹ El instrumento presentado es la última versión que se construyó después de haber aplicado dos entrevistas piloto. La primera versión del instrumento se encuentra en los anexos del presente trabajo.

Cuestionario para entrevista semiestructurada (fase 1)		
Fase	Temáticas	Preguntas guía tentativas
1) Inicio de entrevista y preguntas generales sobre el entrevistado	Inicio de entrevista y preguntas generales sobre el entrevistado	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuéntame un poco sobre tu vida y sobre quién eres. Preséntate de la forma más amplia posible que puedas ● ¿Cuáles son tus pasatiempos? ● ¿A qué te dedicas y qué haces día a día? ● ¿Qué nivel académico tienes? ● ¿En qué lugar radicas? ● ¿Cuáles son tus planes a corto, mediano y largo plazo? ● ¿Te identificas con algún grupo cultural o social de la ciudad? ● ¿Cómo definirías a los grupos a los que perteneces? ● ¿Cuáles son las costumbres del lugar donde radicas? ● Describe a tu familia y la relación que tienes con ella. ● ¿A qué te dedicas? ● ¿Tienes algún tipo de creencia religiosa y/o espiritual? ● ¿Tienes algún tipo de afinidad política?
2) Sección de preguntas sobre la relación del participante con el videojuego, la comunidad y los espacios hipermediales	Relación del entrevistado con el videojuego	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Por qué te gusta el videojuego? ● ¿Desde hace cuánto tiempo juegas? ● ¿Cuánto tiempo juegas al día/semana? ● ¿Qué acciones te gusta realizar dentro del videojuego? (Describir) ● ¿Qué disfrutas desde iniciar el juego hasta terminar? ● ¿Qué representa el videojuego en tu vida? ● ¿Cosas positivas y negativas del videojuego? ● ¿Juegas solo o acompañado? ● Imagínate en tu vida diaria, desde que te levantas hasta que te duermes, ¿cuántas veces en un día el videojuego está presente en tu vida y de qué forma?

	<p>Relación del entrevistado con la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Desde hace cuánto tiempo perteneces a la comunidad? ● ¿Qué medios de comunicación utilizan en la comunidad? ● ¿Cuánto tiempo pasas conectado con la comunidad? ● ¿Cómo describirías la dinámica de la comunidad? ● ¿Cómo es tu participación en la comunidad? ● ¿Cada cuando subes contenido? ¿De qué tipo? ● ¿Cuánto tiempo inviertes conviviendo con los otros miembros? ● ¿Quiénes son los miembros más cercanos a ti? ● ¿Por qué perteneces a esta comunidad y no a otra? ● ¿Qué diferencia hay entre tu comunidad y otras? ● ¿Te comunicas igual en este que en otro juego? ● ¿Te gusta más jugar solo con otros? ● ¿Llegas a tener pláticas externas al videojuego? ● Imagínate en tu vida diaria, desde que te levantas hasta que te duermes, ¿cuántas veces la comunidad está presente en tu vida y de qué forma? ● ¿Qué representa la comunidad en tu vida?
	<p>Relación del entrevistado con los espacios hipermediales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cuánto tiempo inviertes en las plataformas en donde se comunica la comunidad? ● ¿Qué tipo de contenido subes? ● ¿Qué plataforma te gusta más para interactuar y por qué? ● ¿En dónde se comunican más y mejor? ● ¿Qué hacen normalmente en cada una de las diferentes plataformas? ● ¿Por qué utilizan esas plataformas para comunicarse y no otras?

3) Sección de mediaciones particulares de los participantes	Cognoscitivas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles consideras que son los valores más importantes para ti? • ¿Qué valores tienen tus amigos? ¿Cómo son tus amigos de la comunidad y qué características positivas y negativas relatas de ellos? • ¿Cuáles son tus gustos e intereses? • ¿Quién eres cuando juegas? / ¿Como persona, cómo te sientes cuando juegas? • ¿Sientes que hay algo que te conecta o que compartes con el rol que juegas o los personajes que eliges? • ¿Cuál es el personaje que te representaría y por qué? ¿Cuál no? • ¿Cómo es tu desempeño cuando juegas?
	Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles prácticas cotidianas inciden cuando juegas? • Describe un poco sobre tu estilo de vida y tu rutina y cómo esto se relaciona cuando juegas?
	Situacionales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos de tu persona consideras que influyen en tu juego y en tu comunidad de videojugadores? • ¿Cómo crees que te perciben los demás participantes de la comunidad? ¿Por qué? ¿Cómo te ven? • ¿Consideras que el videojuego influye en tu vida fuera de pantalla y la comunidad te aportan o tienen un impacto en tu vida fuera del juego? (sentir, pensar, hacer. Ser)

	Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Consideras que tus relaciones familiares afectan la forma en la que juegas o convives en la comunidad? • ¿Consideras que tu trabajo o compañeros de trabajo inciden en tu juego o en la comunidad de dónde juegas? ¿O viceversa? • ¿Consideras que tus prácticas o creencias religiosas o espirituales se involucran o inciden en el juego o en tu participación en la comunidad?
4) Sección de mediaciones generales presentes en la comunidad	Convivencia general dentro de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es la interacción entre los miembros de la comunidad? • ¿Crees que las interacciones en tu comunidad favorecen el desarrollo de tu juego, persona o ámbitos sociales externos? • ¿Cuáles son los requisitos para pertenecer a la comunidad virtual? • ¿Cuáles son las características de los miembros de la comunidad virtual? ¿Cuál es la más importante o la más característica?
5) Generación de capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Estructural 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo describirías la relación entre los integrantes? • ¿Hay alguien con quien te lleves mejor? ¿Por qué? • ¿Hay alguien con quien no te lleves tan bien? ¿Por qué? • ¿Quién es el miembro que consideras más relevante de la comunidad y por qué? • ¿Quién tiene mayor influencia en la comunidad? • ¿Existen miembros que sean más cercanos o con los que interactúas más?

<ul style="list-style-type: none"> ● Relacional 	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Por qué juegas con ellos? ● ¿Cuál es la diferencia de jugar con ellos y con otras personas? ● ¿Qué sientes si no puedes jugar o convivir con ellos? ● ¿Qué importancia tienen ellos en tu vida?
<ul style="list-style-type: none"> ● Cognitivo 	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué aspectos y cosas tienen en común los participantes? ● ¿Comparten otro interés además del videojuego? ¿Participan en otros juegos? ● Normalmente, cuando conviven o platican ¿sobre qué hablan?

Tabla 6 Cuestionario para entrevista semiestructurada de fase 1. Elaboración propia.

Asimismo, es importante mencionar que se llevan a cabo tres entrevistas en profundidad, para las cuales los criterios de selección de entrevistados son los siguientes:

- a) Frecuencia de participación en la comunidad – Este criterio se establece debido a que los miembros con mayor interacción estarán mejor informados y tendrán mayor claridad sobre las características de los espacios hipermediales y cómo estos inciden en la interacción de la comunidad. Dentro de este punto se incluye la frecuencia con que participan y la cantidad de contenido que producen en los espacios hipermediales.
- b) Cercanía con otros miembros de la comunidad – Los miembros que tengan mayor cercanía con otros tendrán mayor conocimiento de los perfiles de sus compañeros y podrán brindar información más completa sobre las mediaciones cognoscitivas, culturales, situacionales e institucionales que están presentes en la comunidad.

De esta forma, tanto la observación participante como las entrevistas en profundidad son técnicas con carácter antropológico que conllevan una perspectiva tecnocultural y que buscan dilucidar las mediaciones presentes y que inciden en la praxis comunicativa de la comunidad de videojugadores en línea.

Cabe mencionar que para mantener la perspectiva tecnocultural, la observación participante se realiza en las plataformas y espacios hipermediales. Por otro lado, las entrevistas en profundidad se realizan de forma digital con los participantes a través de Zoom, puesto que no todos los miembros de las comunidades viven en la Ciudad de México o área metropolitana.

3.3.2 Técnicas de investigación e instrumentos de fase dos

Como se mencionó anteriormente, la fase tres corresponde a la etapa de conocimiento del fenómeno y de la construcción de sentido, en donde se abordan principalmente los conceptos de prácticas comunicativas y elementos de capital social.

Para este fin se llevan a cabo dos técnicas de investigación que, siguiendo la perspectiva socioantropológica y tecnocultural, mantienen relación con las mediaciones y los hipermedios en donde se gestan.

En un primer momento se aplican entrevistas en profundidad (ya mencionadas anteriormente y descritas en la primera etapa de indagación); de la misma forma, también se emplea la observación participante no estructurada debido a que esta técnica permite identificar las formas de praxis comunicativa y el proceso a través del cual se generan elementos de capital social (confianza, tipos de lazos, participación, colaboración, etc.)

Si bien, en el capítulo teórico se definieron categorías de formas de prácticas comunicativas y dimensiones de estudio de capital social, el carácter no estructurado de la observación participante busca explorar nuevas formas que pudieran ser poco evidentes en los hipermedios.

Es importante mencionar que se llevan a cabo cuatro sesiones de observación participante para esta fase, dentro de las cuales las dos primeras tienen como objetivo identificar y conocer las prácticas comunicativas que se generan en los espacios hipermediales; asimismo, la segunda fase se centra en conocer cómo es que las prácticas comunicativas conllevan la generación de elementos de capital social. De esta forma, para la observación participante se proponen dos instrumentos que se explican a continuación.

1) Guía de observación participante para las prácticas comunicativas – Este instrumento retoma las formas de prácticas comunicativas propuestas por Amador (2015) y que se retoman en el apartado 2.3 *Comunicación*. Aunque la guía de observación es no estructurada, se proponen algunas categorías como punto de partida para entender la praxis comunicativa. Asimismo, la observación participante, al realizarse en múltiples espacios hipermediales, contempla el cruce con dichos espacios.

Asimismo, se incluye una quinta categoría llamada “Otro tipo de prácticas comunicativas” en donde se clasifican todas aquellas que, por las características de cada espacio hipermedial, se dan de forma diferente a la tradicional y que no se puede clasificar dentro de las categorías establecidas por Amador.

Guía de observación participante no estructurada (fase 2.1)			
	Videojuego	Hipermedio 1	Hipermedio 2
Comunicación verbal			
Comunicación no verbal			
Comunicación escrita			
Comunicación por medio de imágenes			
Otro tipo de prácticas comunicativas			

Tabla 7. Guía de observación participante no estructurada de fase 2.1. Elaboración propia.

De igual forma, es importante mencionar que algunos de los aspectos que se analizan respecto a las prácticas comunicativas en cada espacio hipermedial son: participantes, formatos, contenido, sentido, retroalimentación, frecuencia, entre otras.

2) Guía de observación participante sobre la generación de capital social – Una vez identificadas las prácticas comunicativas que son más frecuentes dentro de las comunidades de videojugadores en línea, este instrumento integra las dimensiones de capital social que Novelo (2011) propone y que me muestran en la tabla 4.

DIMENSIÓN DE ANÁLISIS.	INDICADORES.
Estructural.	<ul style="list-style-type: none"> - Nexos de red (acceso a los recursos). - Configuración de la red (densidad, jerarquía, grado de conexión, nivel de contacto). - Apropiabilidad (fuente de información para los usuarios).
Relacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza. - Lazos fuertes. - Lazos débiles. - Lazos de puente.
Cognitiva.	<ul style="list-style-type: none"> - Interés común. - Participación. - Colaboración. - Intercambio de información y conocimiento.

Tabla 8: Dimensiones de análisis para el capital social. (López Novelo, 2011:132)

De esta manera se busca identificar el tipo de prácticas comunicativas que inciden en la generación de capital social. La guía de observación se propone a continuación:

Guía de observación participante no estructurada (fase 2.2)

Hipermedio	Tipo de práctica comunicativa	Elementos de capital social estructural	Elementos de capital social relacional	Elementos de capital social cognitivo
Videojuego	Comunicación verbal			
	Comunicación no verbal			
	Comunicación escrita			
	Comunicación por medio de imágenes			
	Otro tipo de prácticas comunicativas			
Hipermedio 1	Comunicación verbal			
	Comunicación no verbal			
	Comunicación escrita			
	Comunicación por medio de imágenes			
	Otro tipo de prácticas comunicativas			
Hipermedio 2	Comunicación verbal			
	Comunicación no verbal			
	Comunicación escrita			
	Comunicación por medio de imágenes			
	Otro tipo de prácticas comunicativas			
Hipermedio 3	Comunicación verbal			
	Comunicación no verbal			
	Comunicación escrita			
	Comunicación por medio de imágenes			
	Otro tipo de prácticas comunicativas			

Tabla 9.. Guía de observación participante no estructurada de fase 2.2. Elaboración propia.

3.4 Caso de estudio: League of Legends

Como se ha mencionado con anterioridad, un concepto central dentro de la investigación es el videojuego como espacio de construcción de sentido. De esta forma, en el presente apartado se describen los criterios que se utilizaron para la selección del caso de estudio y se mencionan brevemente algunas de sus características hipermediales más relevantes.

De acuerdo con los apuntes en el marco teórico, los hipermedios manifiestan funciones específicas que dotan de cualidades relacionales, interactivas y narrativas particulares. Como bien se ha mencionado, las características de los hipermedios y sus niveles de interactividad e inmersión dependen de la programación y los límites de interfaz con los cuales se han creado. No todos los hipermedios poseen los mismos parámetros técnicos de operabilidad y, por consiguiente, la dinámica relacional y las prácticas comunicativas que se llevan a cabo dentro de ellos son diferentes.

Uno de los principales retos en la toma de decisión al seleccionar un videojuego como caso de estudio, es enfrentarse a la plétora de títulos y tipos de videojuegos que existen en la actualidad. Cada uno de ellos posee características interactivas y narrativas específicas y, aunque los videojuegos son considerados como hipermedios, la conveniencia para el estudio de las prácticas comunicativas y la generación de capital social en sus comunidades dependerá de las propiedades técnicas y las posibilidades de interacción que manifiesten. No todos los videojuegos posibilitan la praxis comunicativa y tampoco todos son plataformas óptimas para la convivencia de jugadores, fomentando la generación de capital social.

Como se menciona en el estado del arte, estas características técnicas son un factor que han determinado la decisión y selección de casos de estudio para el abordaje de las comunidades de videojugadores en línea dentro de la academia.

En este sentido, los criterios que se consideraron para la selección del videojuego como caso de estudio son los siguientes:

- 1) Juego masivo en línea – Este es un requerimiento fundamental, puesto que los videojuegos que integren la posibilidad de conectarse a internet y jugar en línea con otras personas permiten la interacción entre jugadores de diferentes lugares

geográficos. A partir de este criterio, el videojuego funge como un espacio de interacción y las prácticas comunicativas entre las personas serán más frecuentes que en los videojuegos offline.

- 2) Carácter cooperativo del juego – El caso de estudio debe tener esta característica, puesto que la posibilidad de cooperar entre jugadores propiciará la comunicación y la creación de comunidades alrededor del videojuego. De esta forma, el videojuego se convierte en un punto de encuentro en donde los participantes necesariamente se relacionan de forma constante para superar obstáculos o retos específicos.
- 3) Interactividad alta del contenido – Retomando la clasificación de Regil (2001), el videojuego seleccionado debe permitir la modificación de contenidos; es decir, la forma de interactividad más alta de los hipermedios. Los participantes deben tener la posibilidad de explorar y crear contenido nuevo. Al presentar un nivel de interactividad alto, las prácticas comunicativas se manifestarán de forma compleja y variada.
- 4) Componentes multimediales de comunicación – Esta categoría, también definida por Regil (2001), se retoma como criterio de selección y refiere a la integración de múltiples formatos y canales de comunicación dentro del videojuego, es decir: texto, tipografía, imagen, video, animación y audio. Entre más compleja sea la interfaz del videojuego e integre formatos de contenido múltiples, las prácticas comunicativas son más diversas. Asimismo, de esta forma se puede dar cuenta del surgimiento de nuevas prácticas comunicativas y de las experiencias multisensoriales que pueden presentarse.
- 5) Tipo de participación del usuario – De acuerdo con Moreno (2012), los hipermedios más avanzados permiten al usuario la “participación constructiva”; es decir, la selección, transformación y construcción de nuevas propuestas narrativas. De esta forma, el videojuego seleccionado debe cumplir con este criterio, pues la creación de nuevas narrativas a partir de la experiencia de los usuarios permitirá la praxis comunicativa de forma diversa y constante.
- 6) Desarrollo de comunidades en múltiples espacios hipermediales – Un requisito indispensable para la selección del videojuego es el desarrollo de comunidades de videojugadores no solo dentro de su interfaz, sino en otros espacios hipermediales.

Hoy en día es frecuente encontrar comunidades de videojugadores que interactúan en múltiples espacios, como grupos de Facebook, servidores de Discord, chats de WhatsApp, etc. Este criterio refiere a que las comunidades de los videojugadores presenten comportamientos migratorios entre los hipermedios, pues de esta forma se delimita el objeto de estudio a espacios hipermediales complejos en donde habrá múltiples formas de prácticas comunicativas y existirá la posibilidad de generación de elementos de capital social.

- 7) Relevancia económica y social del juego – Este último criterio refiere a la relevancia del caso de estudio en cuanto al índice de jugadores que el videojuego tiene, las ganancias que se generan ya los eventos sociales que se generan en torno dicho videojuego (comunidades, eventos, reuniones, comentarios, apropiación de contenido, etc.). De esta forma, se procura seleccionar un videojuego que sea conocido y que represente a múltiples comunidades de videojugadores.

A partir de los parámetros ya mencionados, para fines de la presente investigación se consideraron múltiples títulos de videojuegos que cumplen con estos criterios. Algunos de los posibles casos de estudio fueron: *Fortnite*, *Dota 2*, *Call of Duty: Warzone* y varios videojuegos para celulares móviles (como *Clash of Clans*, *Candy Crush* y *Clash Royale*); sin embargo se optó por elegir a *League of Legends (LoL)*.

La decisión de selección de *League of Legends* sobre otros títulos reside principalmente en que el videojuego manifiesta y cumple de forma cabal con todos los criterios seleccionados anteriormente.

League of Legends es un juego masivo en línea de carácter cooperativo que fue lanzado el 29 de octubre del 2009 por la compañía Riot Games, para las plataformas Microsoft Windows y OS X (Apple). Desde un inicio fue concebido como un juego tipo multijugador de arena de batalla en línea (MOBA) para jugar en computadora e integra múltiples canales y formatos de comunicación para la convivencia de los jugadores.

Por otro lado, de forma general, la jugabilidad consiste en dos equipos de jugadores (cada equipo está integrado por cinco miembros), los cuales controlan a un personaje con habilidades particulares. La intención es que, a través del combate entre personajes, los equipos conquisten la base enemiga dentro del mapa. Para alcanzar esta meta existen

múltiples obstáculos y variantes, como enemigos y personajes no jugables (NPC por sus siglas en inglés de *Non Player Character*); asimismo, a lo largo de las partidas los jugadores consiguen recursos (oro) que son cambiados por artefactos y objetos que potencian sus habilidades.

Es importante mencionar que aunque el videojuego presenta parámetros de programación que establecen la pautas de la interacción general, las posibilidades de acción y de creación por parte de los jugadores son amplias, pues el juego no tiene una narrativa particular, sino que esta es construida a lo largo de la partida y depende directamente de las decisiones que los jugadores vayan tomando.

Cabe mencionar que dentro del videojuego los participantes pueden interactuar a través de chat de voz y chats escritos. Asimismo, existe la posibilidad de jugar LoL y al mismo tiempo acceder a otro tipo de plataformas (como StreamLab o Discord) en donde se puede interactuar a partir de videollamada e imágenes. El videojuego posee una capacidad de vinculación e hibridación con otros espacios hipermediales.

De la misma forma, League of Legends (LoL) se caracteriza por ser un fenómeno mundial con millones de seguidores alrededor de diferentes países. De acuerdo con revistas especializadas de videojuegos, LoL registró en octubre del 2021 un total de 174 millones de horas de tiempo de juego desde su inicio (Expansión, 2021). Asimismo, se estima que mensualmente el videojuego reúne a cerca de 180 millones de jugadores (Zaragoza, 2022) y desde 2015 hasta 2022 ha generado una derrama económica anual promedio de 1,750 millones de dólares (Millenium, 2022).

Como bien se puede observar, League of Legends es un fenómeno masivo en el campo de los videojuegos, el cual se estima que para 2025 alcance la cifra de 3,500 millones de dólares anuales. Hoy en día, League of Legends se puede considerar el videojuego más importante de los deportes digitales (esports), pues en su última transmisión de competencias internacionales (Worlds 2022) llegó a tener una audiencia de 73,860,743 millones de personas viendo de forma simultánea. De esta forma, se puede apuntar que LoL es un videojuego altamente relevante en la industria y un caso de estudio académico pertinente de abordar.

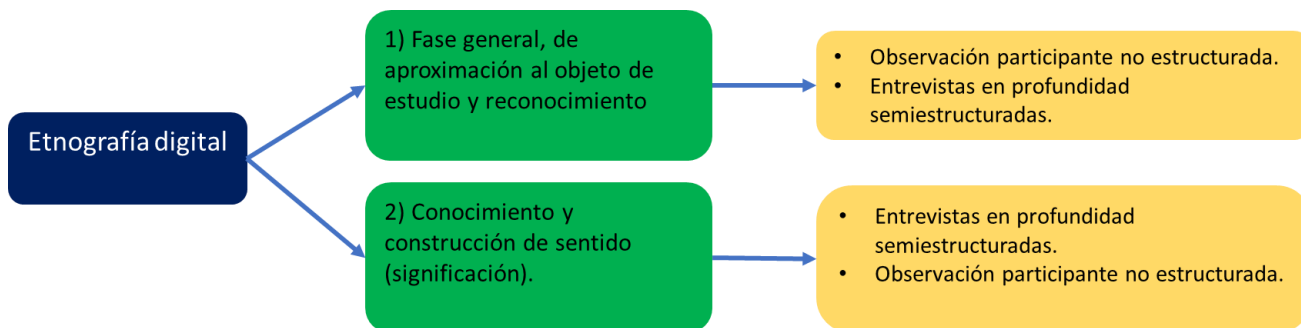
Por último, es importante mencionar que League of Legends es uno de los videojuegos a partir de los cuáles se desarrollan mayor cantidad de comunidades a nivel mundial en múltiples espacios hipermediales. Tan solo en la plataforma Twitch es el videojuego con mayor cantidad de horas y visualizaciones de partidas en streaming, sumando en noviembre del 2022 la cantidad promedio de 129,000 espectadores en un mes (Statista, 2022).

Por último, cabe resaltar que a lo largo de este apartado se ha justificado y presentado el caso de estudio que se aborda en el presente trabajo. En un primer momento se mencionan sus características generales, la conveniencia y pertinencia para ser considerado dentro de la investigación; sin embargo, también es importante apuntar que sus características técnicas hipermediales se especifican en el capítulo siguiente, dentro de la primera etapa del análisis. De esa forma, más adelante se revisan en profundidad las características del videojuego como hipermedio y espacio de construcción de sentido.

3.5 Apuntes finales del capítulo

A lo largo del presente capítulo se realizaron una serie de apuntes de orden epistemológico y metodológico a partir de los cuales se lleva a cabo el análisis de campo de la presente investigación. Como se ha descrito anteriormente, se busca una coherencia con el modelo teórico propuesto en el capítulo dos, el cual contempla los siguientes conceptos: mediaciones, prácticas comunicativas, hipermedios, videojuego y capital social.

Asimismo, se describen las técnicas de investigación que se llevan en cada etapa de investigación, se definen las categorías de análisis y se generaron las propuestas de instrumentos. De forma general, la metodología se divide en dos fases diferentes en donde se aplican técnicas que permiten obtener información sobre el fenómeno estudiado (Esquema 3).



Esquema 3. Fases y técnicas de la metodología (elaboración propia)

En el apartado 3.4 se justifica la elección del caso de estudio y se describen brevemente sus características hipermediales a tomar en cuenta.

Es importante mencionar que aunque el objeto de estudio se delimita en torno a las comunidades de videojugadores en línea y los espacios hipermediales que utilizan (incluyendo el videojuego), el caso de estudio se define con mayor profundidad en el capítulo siguiente, pues esta investigación (al ser de carácter socioantropológico–tecnocultural) comprende un proceso de acercamiento al fenómeno y una de conocimiento.

Al final del capítulo se define el caso de estudio y se enuncian los criterios y parámetros que se tomaron en cuenta para su elección. Como bien se ha mencionado, en el siguiente apartado se desarrollan en profundidad las características hipermediales del mismo.

Para finalizar, se puede apuntar que el siguiente capítulo no sólo se centra en registrar y mostrar los hallazgos que se encontraron, sino en documentar y dar cuenta del proceso que se siguió durante la investigación, pues de esta forma se brinda mayor claridad de la funcionalidad del modelo teórico y las herramientas de orden epistemológico y metodológico que se decidieron utilizar.

Capítulo 4. Hallazgos

Una vez expuesto el marco metodológico, en el presente capítulo se exponen y abordan los hallazgos recabados a partir de la investigación de campo. Cabe mencionar que siguiendo con la secuencia lógica del análisis, el capítulo se estructura de acuerdo a los conceptos y categorías principales de la tesis.

De esta forma, en el primer apartado se describe de forma general el caso de estudio y se registran las precisiones de método más significativas que con las que se llevaron a cabo y se aplicaron las técnicas de investigación.

En un segundo momento, se profundiza en las mediaciones de diferentes tipos que presentaron los participantes. De esta forma, se logra dimensionar de forma más amplia a los perfiles de algunos miembros que integran la comunidad de videojugadores.

Posteriormente, se realiza una descripción de los espacios hipermediales en los que los participantes de la comunidad interactúan. En este apartado se incluye una descripción institucional y técnica de cada una de las plataformas, así como el registro de la relación entre los participantes y cada uno de los medios. Resulta relevante observar cómo es que cada medio aporta para una dimensión de espacio hipermedial para el desarrollo de la comunidad.

Siguiendo la misma línea de ideas, en el apartado de prácticas comunicativas se exponen los diferentes tipos de *praxis* que se generan en los espacios ya descritos con anterioridad. Como se puede observar, cada uno de los espacios (debido a sus características técnicas) dispone la forma en que se generan dichas interacciones.

De igual manera, más adelante se exponen los hallazgos que se encontraron en referencia a indicadores de capital social presentes en la comunidad. De esta forma, se retoman las dimensiones que propone López Novelo (2011) y también se añade un apartado en donde se refieren a formas de capital social diferentes a las que propone el autor y que se pudieron observar en el trabajo de campo aplicado a la comunidad.

Por último, al final del capítulo se exponen una serie de apuntes finales a manera de reflexión en donde se genera una interpretación de los hallazgos en conjunto y de forma

general. Asimismo, también se describe la efectividad y operatividad del modelo teórico propuesto en el capítulo 2 de la presente tesis.

4.1 Precisiones de método y caso de estudio

El trabajo etnográfico aplicado para la presente investigación (y el conjunto de técnicas descritas en el capítulo número 3), se llevaron a cabo en un periodo que abarca 6 meses, de agosto del 2022 hasta enero del 2023. A lo largo de este tiempo se realizó la observación participante en el videojuego y se aplicaron dos entrevistas piloto para posteriormente seleccionar la comunidad a estudiar, realizar las entrevistas en profundidad con los integrantes seleccionados y continuar con la observación participante dentro de los espacios hipermediales utilizados por los miembros.

En este sentido, se eligió como caso de estudio a la comunidad “Olympo”, (pues cumple con los criterios de inclusión y exclusión mencionados en el apartado 3.3.1), la cual se compone de 155 miembros, de los cuales sólo cerca de 30 se consideran participantes activos y 15 integrantes son los que mantienen vínculos fuertes de cercanía y amistad.

La comunidad Olympo principalmente se desarrolla en la plataforma *Discord*²⁰ y tiene una antigüedad de 5 años. El servidor fue iniciado por cuatro de los integrantes originales (Happy, Nico, Kiren y Mithy) quienes eran miembros de un equipo semiprofesional del juego *Overwatch*²¹. En un primer momento la intención era tener un espacio en donde transmitir sus partidas en línea y comunicarse entre amigos; sin embargo, con el paso de los años los integrantes iniciales fueron añadiendo más participantes.

²⁰ Discord es una plataforma digital que integra múltiples formatos de comunicación como voz, video y texto. Dentro de la plataforma los usuarios tienen la posibilidad de crear servidores (espacios digitales que pueden ser programados y modificados para posibilitar flujos de comunicación y espacios de interacción social) . En ese sentido, Discord posee características hipermediales que la posicionan como una plataforma para el desarrollo e integración de comunidades en línea y muy comúnmente se asocia con videojuegos y transmisión de partidas en línea. Más adelante, en el apartado 4.3.2 se exponen especificaciones sobre la plataforma y su relación con los procesos comunicativos que posibilita.

²¹ Overwatch es un videojuego multijugador de disparos en primera persona que fue lanzado en el 2015 y cerrado en el 2022. Durante el periodo que estuvo activo se posicionó con una división de sport a partir del cual se generaron equipos y ligas de competición.

La comunidad Olympo el día de hoy gira principalmente en torno al *League of Legends*, pues este juego es un punto de encuentro permanente entre todos los integrantes de la comunidad. Todos ellos gustan de jugar y ver partidas transmitidas por otros jugadores.

Si bien, más adelante se describen algunas de las diferentes mediaciones que se consideraron relevantes entre los miembros, de forma general se puede decir que los integrantes de la comunidad tienen perfiles heterogéneos en donde sus edades abarcan de los 20 a los 30 años. Asimismo, al ser una comunidad que se creó y que se sigue generando en línea, las nacionalidades de los miembros son diferentes, entre las que se encuentran salvadoreños, mexicanos y costarricenses. De igual forma, las localidades en donde habitan los integrantes son múltiples, pues algunos residen en El Salvador, México, Estados Unidos, Canadá y Alemania. Debido a esta característica, las ocho entrevistas en profundidad se aplicaron a través de la plataforma Zoom y fueron grabadas en el momento²².

Si bien no todos los integrantes de la comunidad (155 miembros) interactúan de forma frecuente, el grupo más cerrado y cercano (15 personas) mantienen una importante comunicación e invierte mínimo dos horas al día dentro de la comunidad y mínimo una hora diaria a en *League of Legends* (LoL).

Siguiendo la misma línea, los miembros de Olympo no sólo se comunican a través de Discord y el videojuego en sí mismo, sino que también los 15 miembros más cercanos son parte de un grupo privado en la plataforma WhatsApp llamada “Familia Olympo”; aunque como se verá más adelante, las prácticas comunicativas generadas dentro de este último espacio hipermedial no es muy relevante para la dinámica de la comunidad.

Cabe mencionar que el acercamiento con la comunidad se originó a partir del contacto con Kiren, quien es ex alumno del investigador del presente trabajo. A partir de Kiren se estableció comunicación con los demás miembros y se logró realizar un acercamiento paulatino a la comunidad. Al realizarse las entrevistas en profundidad se logró entablar una

²² Debido a la confidencialidad de la información de los participantes, si se requiere consultar dicho material, se puede poner en contacto con el autor del presente trabajo a través de los correos: emmanuelgalicia@politicass.unam.mx o galicia.emmanuel@gmail.com.

mayor cercanía con los participantes y posteriormente se inició con la etapa de observación participante en Discord y WhatsApp.

Como se puede observar, la comunidad cumple con los criterios de inclusión y exclusión establecidos anteriormente, lo cual facilitó la recabación de información y el análisis de resultados. Si bien en las técnicas que se realizaron se encontró una amplia variedad de información sobre las mediaciones que intervienen en el proceso de praxis comunicativa de la comunidad en línea, es importante mencionar que con la finalidad de seguir los objetivos de la investigación, a continuación se presentan los datos más relevantes y que se relacionan directamente con la generación de sentido y capital social entre los integrantes.

4.2 Descripción de participantes y análisis de mediaciones

Los participantes que entrevistados fueron 8²³: Kiren (Kn), Shu Shu (Sh), Gabriela Juárez - Gaby (Gb), Sebas (Sb), Ricardo Villalobos - Wolf (Wf), Happy (Hp), Mithy (Mt) y Sofía Viveros - Nass (Ns)²⁴. Todos ellos corresponden al grupo más cerrado y cercano de miembros de la comunidad Olympo. En ese mismo sentido, la técnica de selección de participantes de la comunidad fue “bola de nieve” en donde Kiren, quien fue el primer contacto, refirió a los siguientes participantes.

A continuación se exponen las mediaciones presentes que se encontraron entre dichos miembros de la comunidad y se estimaron más relevantes en torno a la generación de sentido, la praxis comunicativa y el surgimiento de formas de capital social.

Cabe mencionar que aunque los participantes mantienen múltiples similitudes en torno a mediaciones situacionales, la mayor parte de las mediaciones cognoscitivas son diferentes. De esta manera, se observó una relación importante respecto a la forma en que cada uno participa y genera prácticas comunicativas dentro de la comunidad. Incluso las

²³ El orden de mención de los participantes corresponde al orden en que fueron entrevistados.

²⁴ La mención de los participantes fue acordada por ellos y el entrevistador. Sus nombres reales se reservan debido a la protección de privacidad de datos.

mismas mediaciones institucionales y situacionales de la comunidad se generan a partir de las relaciones cognoscitivas que los miembros manifiestan.

De esta manera, se observa que existe un entramado complejo de mediaciones en donde cada individuo presenta elementos preponderantes que disponen sus prácticas comunicativas, su relación con los espacios hipermediales, el videojuego, la comunidad y las formas de capital social que se generan.

Aunque todos forman parte de una misma comunidad y comparten significados en común, los espacios sociodigitales y el videojuego ocupan una dimensión diferente en su vida. Las significaciones más profundas son personales, pero fundamentadas en significaciones generales que se comparten a través de prácticas comunicativas de diferentes tipos y naturalezas.

4.2.1 Mediaciones situacionales

En cuanto a las mediaciones situacionales de los participantes, resulta relevante mencionar que todos ellos son jóvenes entre 20 y 26 años que se encuentran estudiando una carrera universitaria. Solamente Happy (uno de los miembros más grandes de la comunidad y líder de la misma) es quien ya ha finalizado sus estudios y trabaja a nivel gerencial en una empresa mexicana.

En su mayoría, las carreras universitarias que estudian los miembros de Olympo se relacionan con industrias de la tecnología y videojuegos. De esta manera, Kiren es estudiante de la licenciatura en Diseño de Videojuegos en el SAE Institute, una escuela particular de diseño ubicada en la Ciudad de México; Sebas es estudiante de la licenciatura en Tecnologías de la Información y negocios Digitales en la Universidad Anáhuac Mérida; Wolf es estudiante de diseño de videojuegos en una escuela particular con sede en Nueva York; ShuShu es estudiante de Mecatrónica en el Instituto Tecnológico de Hermosillo (Sonora); de la misma forma, Nass es estudiante de Ingeniería Biónica en el Instituto Politécnico Nacional.

Por otro lado, Gaby estudia la Licenciatura de Médico Cirujano (en una Universidad de El Salvador), Mithy estudia la Licenciatura en Derecho (en una Universidad de El Salvador) y Happy estudió la Licenciatura en Negocios (en la Universidad Anáhuac Mérida).

Como se puede observar, la afinidad que los miembros de la comunidad tienen por los videojuegos y la tecnología también se refleja en las carreras universitarias que estudian.

De igual forma, en su mayoría, al ser estudiantes de tiempo completo (a excepción de Happy y Mithy) son dependientes económicamente de sus padres y viven con ellos. A excepción de Mithy, quien se sostiene de forma autosuficiente mediante un negocio de ventas por internet, la situación de ser estudiantes de tiempo completo y tener el apoyo de sus padres también les permite tener acceso a dispositivos electrónicos como laptops, computadoras personales y smartphones que integran a su vida diaria como herramientas académicas y medios de comunicación y entretenimiento.

En su mayoría manifiestan atender prioritariamente sus actividades académicas entre semana y en su tiempo libre deciden jugar videojuegos, invirtiendo de una a seis horas diarias en League of Legends.

La mediación situacional de ser estudiantes de tiempo completo influye directamente en el tiempo de juego y en las horas que permanecen conectados a los espacios hipermediales (Discord y WhatsApp), pues manifiestan que mientras realizan sus actividades escolares (tareas o trabajos académicos) buscan conectarse al servidor de Discord para platicar con sus amigos y sentirse escuchados; por otro lado, únicamente juegan LoL en el tiempo libre que les queda. De esta forma, resulta relevante mencionar que pasan más tiempo conectados al servidor de Discord que al mismo videojuego.

Kn: Las horas que juego League of Legends depende de cuánta tarea tengo. Si no tengo tarea y estoy libre, me puedo pasar seis horas jugando sin parar. (...) Y normalmente juego todos los días, aunque sea una o dos partidas.”

Gb: De lunes a viernes juego LoL de tres a cuatro horas diarias, los sábados los juego más y domingo sólo juego una hora porque aprovecho para avanzar tareas.(...) En Olympo paso todo el día conectada (...) puedo estar en clase, pero estoy en el Discord *muteada*²⁵.”

Sh: Si la escuela me ocupa ocho horas, las otras ocho horas de mi día me conecto a Discord para ver si hay alguien con quién hablar.”

²⁵ Silenciada.

Siguiendo la misma línea, todos ellos mantienen una relación estrecha con su familia y manifiestan tener círculos de amistades externas a la comunidad Olympo; sin embargo, los participantes resaltaron que sienten mayor cercanía con algunos miembros de la comunidad (aunque no los conozcan presencialmente), que con sus círculos de amistad de forma presencial.

Gb: Tengo dos vidas: mi vida física y luego la de los videojuegos. (...) Si tuviera que decir la principal, creo que sería Olympo porque ahí es donde paso más tiempo”.

Wf: Mis amigos más cercanos en este momento siento que son los de Discord. A ellos sí les puedo contar todo y no me siento mal o no me siento juzgado; ellos son mi pilar de amistad”.

Por otro lado, una mediación situacional que resultó altamente relevante para el incremento de tiempo invertido dentro del videojuego y la comunidad en el servidor Olympo de Discord fue la pandemia de COVID-19 iniciada en el 2020, pues los miembros, al tener que seguir con las medidas de aislamiento social tuvieron que restringir el contacto de manera presencial con sus círculos de amistad y buscaron espacios de interacción en línea. En este sentido, resultan relevantes dos casos particulares.

Por un lado, Wolf mencionó que al ser un estudiante extranjero que reside en Estados Unidos (Nueva York) y vivir el aislamiento social como medida sanitaria por la pandemia de COVID-19, tuvo situaciones ríspidas con sus ocho compañeros de vivienda (*roomies*) y esto lo llevó a acercarse más a la comunidad de Olympo.

Wf: Mis amigos de la casa me empezaron a apartar y ahí fue cuando vino el Discord. (...)En ese momento de aislamiento durante todo el día yo podía estar en Discord y mis amigos me decían ahí que me calmara y jugábamos toda la noche o todo el día.”

De la misma forma, Gaby manifestó que ella desde muy pequeña había practicado múltiples deportes; sin embargo en el 2019 fue diagnosticada con lesiones corporales que le impedirían continuar realizando actividad física intensa. Este hecho, aunado a las restricciones sanitarias de la pandemia, la hicieron caer en un periodo de depresión, por lo que en mitad del 2020 encontró en los videojuegos un espacio para seguir compitiendo (como en el deporte) y hacer amigos.

Gb: El no poder hacer deporte y estar sentada en una sala sin hacer nada, más el estrés por la universidad, más el estrés que tengo por parte de mis papás, más la pandemia, me destruyó

mentalmente y ahí fue que encontré los videojuegos.(...) El juego me ayudó a regresar a mis estudios y a mi vida diaria. La comunidad y el videojuego me ayudaron a salir de la depresión y a volver a ser la persona que yo era. El videojuego me devolvió mis ganas de volver a mi vida y la comunidad me ha devuelto mi personalidad extrovertida.(...) La comunidad me ayudó a establecer relaciones otra vez.”

Como se puede observar, las mediaciones situacionales presentes se relacionan y determinan de diferente forma la relación de los miembros con el videojuego, con los demás integrantes de la comunidad, con las prácticas comunicativas que se generan y los elementos de capital social que surgen en los espacios hipermediales.

4.2.2 Mediaciones institucionales

Dentro de la categoría de mediaciones institucionales, la familia resultó ser el rubro con mayor relevancia para disponer las prácticas comunicativas dentro de los espacios hipermediales utilizados por la comunidad Olympo. Como se ha descrito con anterioridad, la mayor parte de los entrevistados mantienen una estrecha relación con su familia, pues conviven con ellos cotidianamente de forma presencial (A reserva de Happy, Mithy, Sebas y Wolf, quienes viven solos en un país extranjero y por ello sólo mantiene relación con su familia a través de dispositivos electrónicos).

Una disposición común que se encontró entre los participantes es que todos ellos manifiestan tener hermanos (mayores o menores) con quienes comparten el gusto por los videojuegos. Tal es el caso de Kiren y Nas, quienes son hermanos y pertenecen a la misma comunidad; si bien, Kiren fue miembro fundador de Olympo en 2017, posteriormente invitó a Nass (su hermana mayor), pues ambos eran jugadores habituales de League of Legends.

Ns: ~~Me~~ acerqué a la comunidad de Olympo porque mi hermano me dijo en la pandemia. (...) Yo me empecé a acercar a la comunidad de mi hermano porque en su equipo había una división de mujeres y yo me metí al equipo femenino (de Overwatch). Por juntarme con mi hermano, me llevaron a su equipo y por juntarme con su equipo, me llevaron a Olympo. Al principio yo era muy tímida, pero poco a poco me fui acercando a ellos.”

De igual forma, Happy, quien es el líder de la comunidad Olympo, comenta que tiene una relación de unión muy fuerte con su hermano (Nico); desde pequeños han jugado videojuegos juntos y eso los llevó a ser fundadores de la comunidad.

Hp: **Mi** hermano y yo jugamos juntos en todos los videojuegos competitivos. Siempre hemos sido soporte y ADC²⁶.”

Siguiendo el mismo orden de ideas, algunos entrevistados mencionan que el gusto por los videojuegos ha sido adquirido en parte por influencia familiar. En el caso de ShuShu es debido a sus padres, mientras que en el caso de Gaby, en parte le debe el gusto por los videojuegos a su hermano mayor.

Sh: **Mi** padres también fueron *gamers*. (...) Ellos jugaban y al yo querer su atención me fui metiendo en ese mundo. Yo trataba de hacer lo que ellos hacían. Y desde que yo tenía ocho años, empecé jugando Dota²⁷ porque ellos jugaban este juego. (...) Era difícil, pero ellos me guiaban.”

Gb: **Mi** hermano ya me había querido enseñar sobre videojuegos, como *Smash* o *God of War*, A mí me costaba un poco porque a mí nunca me habían dejado jugar. Al principio, yo no quise mucho, pero ya en la universidad conocí un par de amigos y ellos sí eran *gamers*. (...) Entonces comencé a jugar por influencia de todos ellos.”

De igual forma, para Gaby la institución familiar resulta ser una mediación altamente relevante para las horas en que permanece conectada en Discord con la comunidad y en las horas que juega, pues por regulación familiar, no se le permite jugar más que un solo videojuego y ciertas horas al día. En ese mismo sentido, ella comenta que la comunidad sabe sobre este tema y tienen consideraciones respecto a ello.

Gb: **Ellos** (los miembros de Olympo) saben cómo son mis padres, que sólo me dejan jugar un videojuego para no descuidar la escuela. A ellos no debo ocultarles nada; toman en cuenta a mi papás. Por ejemplo, si hay un nuevo juego, ellos no me lo recomiendan porque saben que no puedo tener más juegos. Hasta cierto punto, mis padres me han limitado las posibilidades para jugar videojuegos.”

²⁶ Referencia a la cercanía que existe entre ellos. *Support* y *Attack Damage Carry* (ADC) son dos roles de juego dentro de League of Legends que siempre se juegan en conjunto. Mientras el ADC es el encargado de hacer más daño a los rivales, el *support* es quien sigue y ayuda en todo al ADC.

²⁷ Dota es un videojuego similar a League of Legends en cuanto a jugabilidad. Hoy en día Dota2 se considera la competencia directa de LoL.

Asimismo, Mithy manifiesta que ella tiene ocho hermanos, por lo que su tiempo de juego y su conexión con la comunidad durante el 2020 y 2021 (años en que todavía vivía con su familia) era limitado porque debía compartir la computadora personal que tenía.

Mt: En cuanto a los horarios de juego, mi familia me influía mucho. Como éramos varios (hermanos) y sólo teníamos una computadora, mis tiempos de juegos de LoL eran noche-madrugada- Yo usaba la PC en la noche y luego nos amanecíamos jugando. En la mañana la usaba mi hermano menor, en la tarde mi hermano de enmedio, fines de semanas se la prestábamos a los sobrinos.”

Como se puede observar, la mediación familiar dispone directamente el tiempo y la forma en que los miembros de la comunidad se relacionan con el videojuego, con los espacios hipermediales y con la misma comunidad. Al ser un elemento relevante, siempre está presente en la construcción de prácticas comunicativas generadas en línea.

Cabe mencionar que también el instrumento aplicado contempló preguntas para indagar sobre otros elementos de mediaciones institucionales, como la religión o la afiliación política, pero aunque algunos entrevistados manifestaron estar afiliados a alguna religión (y no estar familiarizado con temas políticos), no se encontró una relación directa sobre estas mediaciones y su relación con la comunidad, el videojuego o sus praxis comunicativa.

Hp: La religión y la política son temas que nunca se tocan en el Discord, no por la incomodidad, sino porque no van al caso.”

4.2.3 Mediaciones culturales

Respecto a las mediaciones culturales que se observaron presentes en la comunidad, la principal tiene que ver con el lugar de origen de los miembros, pues como se ha mencionado, Olympo se integra por personas de diferentes países: El Salvador, Costa Rica y México.

Entre los entrevistados, Kiren y Nass (hermanos) nacieron en la Ciudad de México y residen en el Estado de México; ShuShu nació y actualmente reside en Hermosillo, Sonora (México); Gaby, nació y radica en El Salvador; Sebas nació en El Salvador, pero reside en Mérida, Yucatán (México) debido a que ahí realiza sus estudios universitarios; Wolf nació en El Salvador, pero vive en New York (Estados Unidos) en donde estudia la licenciatura;

Happy es originario de El Salvador, pero vive con su novia en Ciudad de México; y Mithy es de Costa Rica, pero vive y estudia en El Salvador.

Como se puede observar entre los entrevistados, culturalmente tienen elementos simbólicos en común, pues todos son originarios de países centroamericanos y comparten (festejan) tradiciones y festividades similares, como la navidad, el año nuevo, el día de muertos o Halloween. Asimismo, su movilidad a otros países o lugares de residencia son un factor que les permite compartir y construir nuevos entramados de sentido. Sin embargo, de forma notable, los entrevistados manifiestan que el principal elemento de las diferencias culturales es el lenguaje (las palabras y modismos que expresan).

Este elemento presente se observa directamente en las prácticas comunicativas cotidianas, pues suele ser un factor para bromear entre ellos y establecer vínculos de relación. Un ejemplo de esto es que Nass comenta que en ocasiones Kiren bromea con ser salvadoreño y no mexicano.

Ns: A mi hermano se le pega mucho el acento salvadoreño y el hablar de “usted”. Luego estamos platicando y me dice algo en modismos salvadoreños. Yo le pregunto qué le pasa y él me dice que ya somos más salvadoreños que cualquier otra cosa.”

De esta forma, las prácticas comunicativas de los miembros son mediadas principalmente en función del lenguaje, el acento al hablar y los modismos de las diferentes regiones. Este aspecto es notorio entre los participantes y ellos manifiestan que es un elemento que acentúa su conocimientos sobre otras realidades y regiones de Latinoamérica.

Ns: A veces pregunto y me cuentan qué hacen en El Salvador. Porque todos ellos o casi todos son de allá. Ellos me cuenta que hay volcanes, que se recorre el país muy fácil, llegan a la playa en una hora. Eso me llama la atención, porque yo para llegar a la playa me tardo 7 horas. Platicamos de cómo es su día a día o de cómo veían las cosas o cómo las vivían. Por ejemplo, para mí un trayecto de 20 minutos es corto, pero para ellos es muy largo. (...)La comunidad me influye en la manera en que veo las cosas.”

Como se puede observar, las mediaciones culturales entre los participantes son un entramado simbólico más o menos homogéneo determinado por sus mediaciones situacionales, institucionales, lugar de nacimiento, residencia etc.; sin embargo, las diferencias entre los entramados simbólicos en gran medida son determinadas por el lenguaje,

lo cual, a su vez, incide en sus prácticas comunicativas. Este tema es relevante, pues como se ha mencionado en el capítulo teórico (Capítulo 2), las prácticas comunicativas se generan a partir de los entramados culturales, pero también reconfiguran y forman nuevas constelaciones de sentido. De esta manera, se generan procesos de intercambio, apropiación y generación simbólica a partir de las similitudes y diferencias lingüísticas presentadas.

4.2.4 Mediaciones cognoscitivas

Siguiendo el mismo orden de ideas, la categoría de mediaciones cognoscitivas es un eje en donde se presentó un mayor tipo de similitudes y diferencias entre los participantes. Por un lado, se detectó que los miembros de la comunidad manifiestan tener ciertos gustos particulares a partir de los cuales se genera un primer acercamiento entre ellos; es decir, puntos en común y de encuentro que son la base para generar vínculos sociales; sin embargo, fuera de esas similitudes cognitivas, cada participante presenta valores, creencias, objetivos (personales, académicos profesionales) motivaciones, personalidades e intereses, diferentes.

Todos los integrantes, al tener historias personales diferentes, manifiestan mediaciones cognoscitivas particulares y subjetivas; sin embargo, el interés por la tecnología, los videojuegos y específicamente *League of Legends* (LoL), son gustos que todos los integrantes comparten; aunque cabe mencionar que la dimensión y significado que el videojuego tiene en sus vidas, también cambia de acuerdo con cada participante. De esta manera, para Kiren, LoL representa un espacio de ocio y entretenimiento; para Gaby, LoL es un espacio en donde puede seguir siendo competitiva (al igual que en los deportes que solía practicar) y un espacio que le permitió salir de la de un cuadro depresivo en 2020; por otro lado, Sebas vislumbra la posibilidad de dedicarse de forma profesional a jugar en algún equipo de *League of Legends* y desempeñarse de forma profesional en esa área.

Kn: “Ya sea LoL, Smite, Terraria, Minecraft, Valorant o cualquier videojuego tienen mucho impacto en mi vida porque me calman y en ellos encuentro mi propio mundo personal. Puedo estar con alguien o sólo. Me gusta que puedo encerrarme en mi mundo solo o, si quiero, puedo estar con alguien más.”

Gb: “Para mí el videojuego (LoL) se convirtió en un salvavidas porque a inicios del 2020 entré en depresión, no quería comer, no dormía y *League of Legends* se convirtió en un motivo para salir de la cama. Ese juego me sacó de la depresión y lo atesoro porque me ayudó cuando no tenía nadie y estaba

sola. Me devolvió las ganas de querer ser buena y sobresalir en el videojuego. No es lo mismo que los deportes que practicaba, pero hay similitud en la competencia y la estrategia; como en el atletismo.”

Sb: Ahorita tomo al videojuego (LoL) como una buena oportunidad para sobresalir. Ya no lo veo tanto por divertirme, sino como una oportunidad laboral a futuro.”

También resulta relevante mencionar que a través de las entrevistas y la observación participante se detectó que la mayor parte de los participantes manifiestan tener una personalidad introvertida y dificultades para relacionarse con las personas. En ese sentido, los entrevistados también enfatizaron la relevancia de la comunidad como espacio para expresarse y lugar en donde han aprendido a desarrollar habilidades interpersonales, sin embargo, este punto se aborda más adelante en el apartado 4.5, correspondiente a capital social.

Otra constante que se encontró es que los miembros que manifiestan una personalidad introvertida, pasan más tiempo dentro del servidor en Discord, como es el caso de Wolf y Kiren, quienes mencionan que su promedio de horas conectados al día es de 13 horas. Por otro lado, los participantes que manifestaron tener una personalidad extrovertida, como Gaby y Happy (quienes se consideran líderes y con facilidad para interactuar con las personas ya sea de forma física o digital) expresaron dedicar menos horas a interactuar en el servidor de Discord (entre 1 y 2 horas diarias) y jugar menos tiempo LoL (una partida diaria o menos).

Asimismo, como se ha mencionado, los integrantes de la comunidad poseen gustos y valores diferentes. Por ejemplo, Happy menciona que uno de sus pasatiempos favoritos son los deportes, mientras que para Wolf y Kiren, sus intereses principales van orientados hacia los videojuegos; en el mismo sentido, Sebas, Nass y Gaby comentaron durante la entrevista que les gusta la animación y el cine.

Sin embargo, un factor relevante que se encontró y que tiene que ver directamente con las prácticas comunicativas y la generación de capital social es que aunque los miembros de la comunidad poseen gustos, valores y creencias diferentes, los espacios hipermediales (en conjunto con las prácticas comunicativas llevadas a cabo al interior de la comunidad Olympto) implican un proceso de compartir y socializar intereses. De esta manera, los miembros de la comunidad constantemente apropian gustos y prácticas culturales de otros miembros, incentivados por la convivencia de forma constante entre ellos.

Hp: Nosotros somos una mezcla bien rara. Mi grupo de amigos con los que salimos a jugar fútbol somos “nuevos otakus” u “otakus en crecimiento”, a diferencia de Kiren y Wolf que son personas que toda la vida han estado en el mundo *gaming* y el anime. Es un *mix* bien curioso en donde ellos nos ponen a ver anime, pero yo los tengo todos los fines de semana de liga viendo al Barcelona²⁸. La gente se involucra y eso es lo bonito.”

De esta manera, la convivencia entre los miembros de la comunidad por tiempos prolongados dentro de estos espacios hipermediales implica procesos de socialización, así como construcción de significados y de sentido en común.

4.3 Análisis de espacios hipermediales

Como se mencionó desde un inicio, el presente trabajo se desarrolla a partir de una mirada tecnocultural, por lo que a continuación se describen los espacios hipermediales a través de los cuales la comunidad Olympo se comunica y desarrolla.

Cabe mencionar que cada uno de estos espacios posee características técnicas particulares que inciden (permiten, regulan, limitan, facilitan, etc.) en la forma que se generan las prácticas comunicativas y, por consiguiente, en la construcción de sentido y la creación de capital social dentro de sus miembros.

4.3.1 League of Legends

En el apartado 3.4 se han mencionado algunas de las características generales de League of Legends (LoL) y se ha justificado la elección del mismo como caso de estudio. En ese sentido, de acuerdo a criterios de selección como el carácter cooperativo, la interactividad del contenido, los componente multimediales de comunicación, el tipo de participación del usuario, la relevancia económica y social, del videojuego, el carácter *online* y masivo, así como las comunidades que se generan alrededor de éste, LoL resulta ser un juego con características hipermediales en donde se gesta una plétora de prácticas comunicativas y procesos de socialización.

²⁸ Equipo de fútbol de la Liga Española de primera división.

En un primer momento es importante mencionar que LoL requiere algunos elementos específicos en cuanto a *hardware* y *software* para ser reproducido en un dispositivo. De acuerdo con la página oficial, Riot (la compañía que desarrolla el videojuego) (League of Legends, 2021) recomienda jugarlo en una computadora con las siguientes características:

- Requisitos de PC:

	Mínimo	Recomendado
CPU	Intel: Core i3-530 AMD: A6-3650	Intel: Core i5-3300 AMD: Ryzen 3 1200
Características del procesador	SSE2	SSE4
Tarjeta gráfica	NVidia: GeForce 9600GT AMD: HD 6570 Intel: Intel HD 4600 Integrated Graphics	NVidia: GeForce 560 AMD: Radeon HD 6950 Intel: Intel UHD 630 Integrated Graphics
Características de la tarjeta gráfica	Nivel del hardware: DX10	Nivel del hardware: DX11
Memoria gráfica	1GB	2GB
Espacio de almacenamiento disponible	16 GB de disco duro	16 GB de disco SSD
Versión del SO	Win 7, 8, 10	Win 10
Arquitectura del SO	X86 32-bit, x64	x64
Memoria RAM	2GB	4GB
Ajustes recomendados de los efectos visuales	Bajos	Altos
Resolución recomendada	1024x768	1920x1080

Tabla 10. Tomada de la página oficial del videojuego (League of Legends, 2021)

- Requisitos para Mac:

	Mínimo	Recomendado
Procesador	Intel - Core i5-750	Intel - Core i5-3300
Características del procesador	SSE2	SSE3
Tarjeta gráfica	AMD - HD 6570 Intel: Intel HD 4600 Integrated Graphics	AMD: Radeon HD 6950 Intel: Intel UHD 630 Integrated Graphics
Memoria gráfica	1GB	2GB
Espacio de almacenamiento disponible	12 GB de disco duro	16 GB de disco SSD
Versión del SO	MacOS 10.12	MacOS 10.16
Arquitectura del SO	x64	x64
Memoria RAM	2GB	4GB
Ajustes recomendados de los efectos visuales	Bajos	Altos
Resolución recomendada	1024x768	1920x1080

Tabla 11. Tomada de la página oficial del videojuego (League of Legends, 2021)

Como se puede observar, LoL es un software que no presenta altos requerimientos tecnológicos, pero que no puede ser jugado en otras plataformas que no sean computadoras de escritorio o laptops. Asimismo, otro de los requisitos técnicos para poder jugarlo es tener una conexión estable a internet de mínima de 3mps (Enter.co, 2014); de lo contrario el jugador tendrá problemas en la reproducción del videojuego.

Por otro lado, es importante mencionar que los límites y pautas de interacción dentro de LoL son generadas a partir del *gameplay* y opciones de formatos de comunicación con los que cuenta. De forma general, el videojuego LoL se puede dividir en cuatro interfaces gráficas de usuario²⁹ diferentes y cada una presenta opciones de comunicación particulares.

1. Lobby principal – En cuanto los videojugadores acceden al videojuego, visualizan un espacio de inicio en donde pueden consultar diversas pantallas para gestionar su cuenta y personajes o iniciar una partida (Imagen 1 en la sección de Anexos). Si bien esta interfaz permite gran variedad de opciones interactivas, las

²⁹ De acuerdo con Luna (2004), las interfaces gráficas de usuario son elementos gráficos con características hipermedia que ayudan a los usuarios a comunicarse con un sistema digital. Este tipo de interfaces tienen características hipermediales (interactividad, estructura rizomática, lenguaje, etc.) que permiten un entendimiento y acción por parte del usuario.

disposiciones más relevantes que inciden en prácticas comunicativas son las siguientes:

- a. Agregar contactos y perfiles – Esta opción permite agregar y visualizar a otros perfiles como contactos dentro del videojuego. A través de esta disposición las personas pueden establecer vínculos de comunicación para organizar partidas y jugar de forma regular.
- b. Visualización de disponibilidad de contactos y perfiles - La interfaz del lobby permite visualizar cuáles son los perfiles que se encuentran activos o inactivos de forma sincrónica. Esta opción es útil para ver qué personas se encuentran conectadas al mismo tiempo y si están en disponibilidad de jugar o interactuar.
- c. Chat escrito - La plataforma presenta un chat escrito a través del cual puede enviar mensajes a los perfiles de sus contactos (amigos).
- d. Canal de voz – El lobby principal cuenta con la opción de añadir hasta cinco jugadores en un canal de voz. Específicamente este canal de comunicación es utilizado para formar equipos de juego y ponerse de acuerdo para iniciar algún tipo de partida.
- e. Envío de regalos a contactos– Dentro de la interfaz de lobby los jugadores tienen la opción de enviar regalos (principalmente personajes, *skins*³⁰ y crédito para comprar accesorios dentro del juego) a sus contactos. Es importante mencionar que un jugador sólo puede enviar regalos a los perfiles que ya haya agregado con anterioridad.
- f. Creación de grupos – Un aspecto relevante dentro del lobby principal es la opción de creación de grupos entre jugadores. Dentro de esta opción se pueden conectar hasta cinco integrantes y así iniciar una partida en conjunto. Cabe mencionar que al generar un grupo en el Lobby principal, automáticamente League of Legends creará un canal de voz en común para los integrantes y este será permanente durante las partidas posteriores.

³⁰ Las skins es un anglicismo para referirse a un conjunto de elementos gráficos (principalmente atuendos) que en ciertos juegos los jugadores pueden comprar para personalizar a sus personajes.

2. Lobby pre-juego – Una vez que los usuarios eligen el modo de partida que quieren jugar, el sistema de “emparejamiento” de partidas de LoL elige y distribuye a los jugadores que participarán en una partida. De esta manera, los jugadores visualizan una interfaz gráfica en donde realizan los preparativos para dar comienzo al juego (Imagen 2 en la sección de Anexos). Generalmente en esta fase comienza la interacción con los integrantes del equipo y de acuerdo con un temporizador, sólo dura un minuto. Los canales interacción son los siguientes:
 - a. Chat escrito común del equipo – Al igual que en el lobby principal, aquí se integra un chat escrito; sin embargo, la diferencia radica en que en el lobby pre-juego se trata de espacio común para todos los miembros del equipo y generalmente se utiliza para acordar las posiciones o roles que los jugadores tomarán dentro de la partida, así como la selección de personajes que realizarán.
 - b. Canal de voz – En esta interfaz, el canal de voz solo se habilita para los grupos que se hayan creado desde el lobby principal; es decir, si hay dos jugadores que previamente hayan creado un grupo en el lobby principal, los otros tres jugadores que integran el equipo no tendrán acceso al canal de voz.
3. Partida – Esta es la interfaz principal de LoL, pues comienza desde que los personajes de los jugadores aparecen dentro de la interfaz de juego y concluye cuando algún equipo gana (Imagen 3 en la sección de Anexos). Normalmente las partidas suelen durar entre 15 y 45 minutos. Durante este tiempo los jugadores tienen múltiples canales y formatos de interacción, los cuales se explican a continuación.
 - a. Chat escrito – Al igual que en las interfaces anteriores, dentro de la partida se mantiene un chat escrito grupal en donde los integrantes de un equipo pueden interactuar. Si bien, la mayor parte de la atención de los jugadores se enfoca en el juego mismo, el chat es usado para dar indicaciones, consejos, dirigir, felicitar, reconocer, reprochar y bromear con los demás miembros. Como se explicará más adelante en el apartado 4.4, el chat

escrito en esta fase dispone e incide en las prácticas comunicativas y especialmente en el lenguaje que se utiliza para comunicarse.

- b. Canal de voz – La participación en el chat de voz de esta interfaz es opcional y los jugadores pueden optar por unirse o no. Es importante mencionar que aunque los integrantes de un equipo suelen conversar en tiempo real sobre la partida, no es común que ocupen el canal de voz dentro de LoL, sino el de Discord; esto se debe a ciertas ventajas técnicas que se explicarán más adelante en el apartado 4.3.2.
 - c. Gestos y señalizaciones – Los gestos y señalizaciones dentro de LoL son expresiones gráficas animadas breves (con duración aproximada de cinco segundos) las cuales pueden ser accionadas por los jugadores en el momento que deseen. Si bien los gestos y señalizaciones no tienen una función diegética dentro del juego, funcionan como formas de expresión que pueden visualizar todos los jugadores de los dos equipos. Este tipo de expresiones resultan ser frecuentemente utilizadas para expresar emociones o sensaciones respecto a los demás participantes.
 - d. Acciones dentro del juego – Las opciones de interacción diegéticas dentro del juego pueden ser consideradas como formas de prácticas comunicativas debido a que los personajes realizan movimientos o acciones que pueden conllevar la construcción de sentido. Lanzar habilidades, ayudar a algún amigo, atacar a los enemigos o huir de un combate son algunas de las acciones que pueden considerarse parte de la construcción de sentido común dentro del juego.
4. Lobby post-juego – Una vez finalizada la partida, los jugadores pasan a una interfaz en donde se muestran los datos estadísticos más relevantes de su desempeño (número de muertes, asistencias, asesinatos, oro ganado, experiencia generada, etc.) (Imagen 4 en la sección de Anexos). En este momento LoL integra los siguientes canales de interacción:
- a. Chat común de ambos equipos – A diferencia de los chats en las otras interfaces, en este espacio pueden interactuar los integrantes de ambos equipos, tanto amigos como enemigos. A partir de esta posibilidad los

jugadores usualmente intercambian puntos de vista y retroalimentación sobre la partida recién jugada.

- b. Canal de voz – El canal de voz en el lobby post-juego es el mismo que se ha mantenido desde el lobby principal (si es que se generó un grupo de jugadores antes de empezar la partida).
- c. Posibilidad de agregar a algún jugador como amigo – Esta opción permite agregar a algún amigo como contacto dentro del juego. En un primer momento un jugador puede elegir mandar la solicitud a otro; este segundo tiene la opción de aceptar o denegarla. Una vez agregados como contactos ambos tienen la posibilidad de conectarse en el lobby principal por medio de chat de voz, chat escrito o enviarse regalos.
- d. Quejas y denuncias sobre jugadores – Esta opción permite mandar una queja y denuncia sobre un jugador por haber incurrido en una actitud no permitida dentro de las políticas de LoL, la cuales pueden ser abandonar la partida, uso de palabras altisonantes, violencia verbal, amenazas, actitudes poco éticas en el juego, etc. Si un jugador es denunciado por varias personas del equipo, recibe una penalización que va desde suspensión por algunos minutos de una futura partida hasta el bloqueo de su cuenta.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede apuntar que LoL es un videojuego que integra múltiples interfaces gráficas de usuario que inciden en la manera que los jugadores interactúan entre sí. La integración permanente de elementos multimedia, el alto nivel de interacción que permite, la estructura rizomática y el surgimiento de un lenguaje particular, dota de características hipermediales al videojuego.

Otros aspectos relevantes de LoL para el desarrollo de prácticas comunicativas dentro de la comunidad Olympo son la variedad modos de juego, la posibilidad de interacción en las partidas, la facilidad a nivel mecánico para jugar, la diversidad de personajes (incluyendo su complejidad para dominarlo), y la posibilidad de acceder a objetos personalizables. Estas características, además de incidir en la forma en que se relacionan los jugadores entre sí, también incentivan el interés por seguir jugando.

Gb: Me gustan los diferentes modos de juego como el normal de cinco contra cinco o el ARAM de cinco contra cinco pero con un mapa diferente. Ahora lo que más juego es modo competitivo en modo Duo. De hecho ahora mi equipo de Duo es Sebas. (...) Me encanta cuando hay eventos, abrir cofres, cápsulas y cada que los abro siento emoción por lo que me vayan a dar, ya sean aspectos de campeones o esencia naranja. Me encanta ver las ofertas semanales y los descuentos en los aspectos. Normalmente me dan mesada (sus padres) para ir a la universidad y yo ahorro comiendo en casa, de esa manera compro cosas en el juego.”

Wf: Me encanta el juego porque puedo desarrollar maestría y conocimiento sobre los personajes, pero también me gusta porque no necesitas tanta mecánica para ser bueno y que el videojuego me obliga constantemente a jugar con otros personajes para conocerlos y ser mejor. El metajuego me obliga a cambiar y a ser mejor.”

Kn: Una de las cosas que me gusta del videojuego es checar cofres para ganar skins, gestos o algo así. Me gusta jugar con personajes con los que no soy muy bueno y me gusta mejorar mi nivel con ellos. También me gusta dentro de la partida hacer un plan; en cuanto empieza me gusta que nos pongamos de acuerdo sobre lo que haremos.”

Como se puede observar, el videojuego presenta características que inciden de forma directa e indirecta en las prácticas comunicativas de los videojugadores. Por un lado, los canales de voz limitan o permiten formatos de comunicación, pero también la jugabilidad presenta elementos a partir de los cuales los jugadores significan su experiencia de juego particular y en grupo.

4.3.2 Discord

De forma general, Discord se puede describir como una plataforma digital gratuita creada por Jason Citron y lanzada en 2015, que funciona a partir de internet y que integra diversos formatos de comunicación como imagen, texto y sonido. Vale la pena destacar que debido a sus características de usabilidad, es el hipermedio en donde los miembros de la comunidad Olympo pasan más tiempo y en donde más interacciones generan.

No sólo en México sino en el mundo, Discord es una de las plataformas digitales de comunicación más usadas por los videojugadores. Prueba de esto es que en Enero de 2023 la consultora Statista estimó que Discord tenía 563 millones de cuentas registradas, de las cuales 154 millones son usuarios activos mensuales (Statista, 2023a). Hoy en día la plataforma es

popular sobre todo dentro del público joven, pues cerca del 42 por ciento de la audiencia tiene un rango de edad entre 25 y 34 años (Statista, 2023b).

A diferencia de League of Legends (LoL), Discord es una aplicación que se puede reproducir en múltiples dispositivos, además de computadoras personales y laptops. De acuerdo con la página oficial (Discord, 2023a), el software es compatible con los siguientes sistemas operativos: Windows 7 o superior, MacOS 10.13 y superior (High Sierra), iOS 10.0 y superior, Android 6 y superior. Asimismo, Discord también puede ser reproducido en los siguientes navegadores: Google Chrome, Firefox 80+, Opera, Microsoft Edge 17+ (incluyendo Chromium Edge 79+ en Windows y macOS) y Safari 11+ (disponible en macOS 10.13 High Sierra y posterior).

De forma general, Discord presenta una serie de características que la vuelven no sólo un medio digital sino un espacio hipermedial en donde los usuarios encuentran múltiples formas de interacción y, por consiguiente, una plétora de disposiciones para generar prácticas comunicativas de múltiples naturalezas. A continuación se exponen los principales elementos hipermediales de Discord:

1. Creación de servidores – Los servidores de Discord son la principal característica de la plataforma. Estos se definen como espacios digitales que los usuarios pueden crear y modificar a discreción para interactuar de determinadas formas. Cabe mencionar que los servidores generalmente se crean alrededor de temas o pasatiempos específicos, como videojuegos, películas, series, grupos o artistas musicales, etc. En ese sentido, cada comunidad crea su servidor y lo diseña con elementos hipermediales específicos.

Algunos de los elementos personalizables dentro de los servidores son los roles y los permisos de los usuarios, la apariencia de los espacios, el establecimiento de normas de conducta de los miembros, la inclusión de canales visuales, auditivos o textuales, la asignación de *bots*³¹, entre otros. Bajo esta premisa, los usuarios crean

³¹ Programas simples automatizados que pueden tener funciones particulares dentro de los servidores de Discord. Sirven para agilizar y facilitar tareas como mediar las interacciones de los usuarios, administrar el servidor, moderar chats, agregar música, etc. De acuerdo con la página Top.gg, se estima que existen más de 140,000 *bots* disponibles en la actualidad (Top.gg, 2023).

un entorno socio digital mediado por las características estructurales e interactivas con las que se diseña el servidor.

De acuerdo con la página oficial de la plataforma (Discord, 2023b), se estima que en la actualidad existen cerca de 19 millones de servidores activos a la semana. Los servidores pueden ser de carácter público o privado y generalmente son gestionados y administrados por algunos miembros de la comunidad. Las personas que administran los servidores suelen tener control total de las funciones y la estructura. En este mismo sentido, resulta relevante destacar que dentro del rol de los administradores tienen la posibilidad de aplicar acciones como incentivar el diálogo, silenciar a los usuarios o expulsarlos.

2. Variedad de tipos de comunicación – Dentro de Discord se presentan múltiples formatos de comunicación. Es relevante señalar que cada servidor puede integrar una o varias de los canales que se describen a continuación:
 - a. Canal de voz – Son espacios en donde los usuarios pueden acceder y hablar en tiempo real con otras personas que pertenezcan al servidor. Algunas opciones que pueden ser personalizadas son el número máximo de participantes y el acceso de los miembros.
 - b. Chats de texto – Son espacios en donde se los miembros de los servidores se comunican principalmente a través de mensajes escritos, sin embargo en este tipo de chats también se pueden compartir imágenes, videos cortos, archivos y enlaces a páginas o aplicaciones.
 - c. Canal de anuncios – Esta categoría refiere a chats unidireccionales a través de los cuales los administradores pueden enviar mensajes a todos los miembros del servidor.
 - d. Canales de archivos – Son canales en donde exclusivamente se comparten documentos, imágenes y videos por parte de los miembros del servidor. La diferencia de este tipo de canales respecto a los de texto son la preponderancia de los archivos sobre el texto.

Como se puede observar, los canales principales Discord se centran en prácticas comunicativas audiovisuales y escritas; sin embargo también pueden tener

finalidades y objetivos específicos múltiples, como canales especializados sobre información de juegos, canales de bienvenida a servidores, canales para transmisión de partidas, canales sobre normas y reglamentos de comunidades, etc.

3. Integración de otras plataformas – Adicionalmente a los canales de comunicación descritos anteriormente, Discord está habilitado para integrarse, sobreponerse y fusionarse con otras aplicaciones. En especial esta característica es utilizada frecuentemente por los videojugadores para conectarse mediante el chat de voz de Discord mientras juegan una partida de algún juego de video (incluyendo LoL).

En general, la integración de otras plataformas en Discord también refiere a la posibilidad de compartir la pantalla de los usuarios y transmitirla en tiempo real. Esta opción dota a los videojugadores de un espacio para compartir y socializar sus partidas.

Siguiendo la misma línea, Discord presenta la posibilidad de vincular cuentas con algunos otros softwares. A continuación se mencionan algunas de las integraciones más frecuentes con otras aplicaciones:

- Spotify – Los usuarios de Discord pueden vincular su cuenta de Discord y Spotify con la posibilidad de compartir música en los servidores.
- YouTube – Al vincular la cuenta de YouTube se pueden recibir notificaciones, así como ver y compartir directamente videos dentro de Discord.
- Twitch – Esta integración permite recibir notificaciones en tiempo real y seguir transmisiones de Twitch dentro de Discord.
- Reddit – Al vincularse con Reddit, los usuarios reciben notificaciones sobre nuevas publicaciones de las cuentas y blogs suscritos.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede apuntar que Discord es una plataforma con múltiples características hipermediales que inciden en las prácticas comunicativas y las interacciones de las personas que pertenecen a algún servidor. Debido a que cada comunidad personaliza su propio espacio de interacción (servidor), no se pueden generalizar las mediaciones presentes en Discord. Sin embargo, para el caso de la presente investigación, a continuación se describen las características particulares del servidor de la comunidad que se abordó.

En el caso de la comunidad Olympo, el servidor fue creado tres veces desde su origen (2017) y su reestructuración final se dio en 2019. La primera versión del servidor de Discord, de acuerdo con Happy, era simplemente un canal de voz; sin embargo en un momento posterior, gracias a que algunos miembros estudiaron programación, entre algunos integrantes lo modificaron, editaron y personalizaron. Los administradores y creadores del servidor actual fueron Nico (hermano de Happy), Fer y Happy.

Hoy en día el servidor de Discord (Imagen 5) cuenta con cinco secciones diferentes, las cuales se explican a continuación:

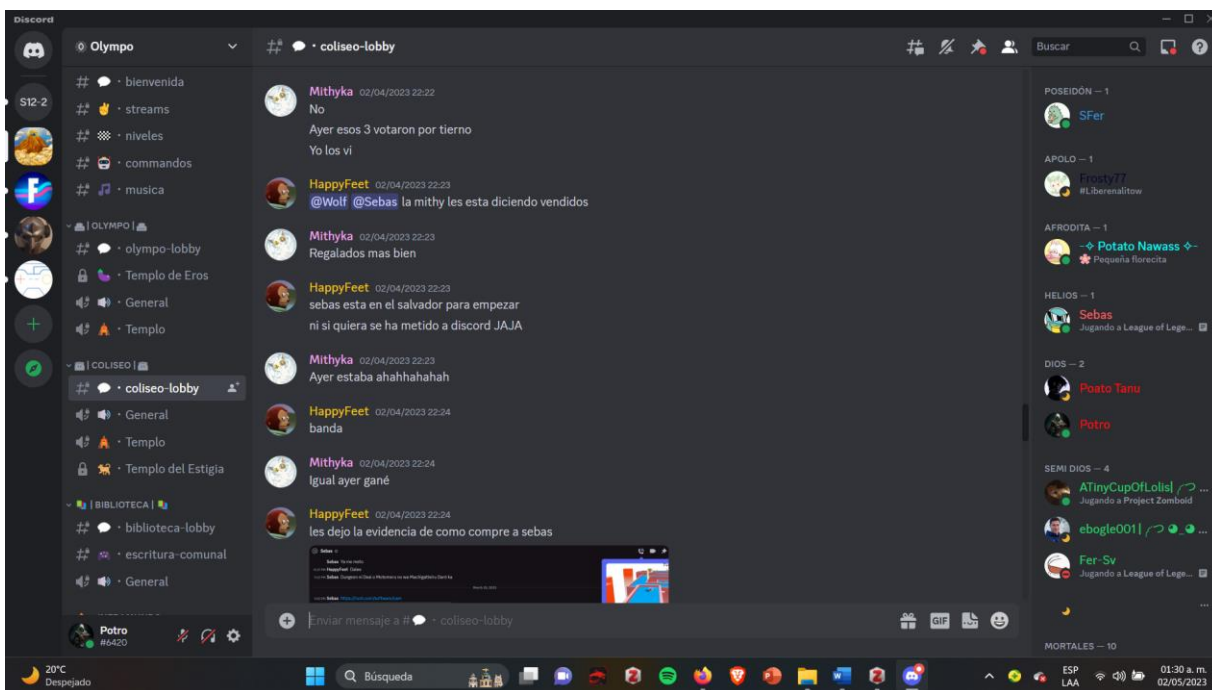


Imagen 5. Servidor de Discord de la comunidad Olympo. Captura de pantalla. Elaboración propia.

1. *Main* – Sección principal que cuenta con cinco chats escritos (cada uno con funcionalidades diferentes). El primer chat se llama “Bienvenida” y funciona como un tablero general en donde un *bot* automáticamente da la bienvenida a los nuevos miembros. El nombre del segundo chat es “*Streams*”, el cual es un canal en donde se publican las partidas de los jugadores. El tercer chat llamado “Niveles” es un espacio en donde un *bot* publica los logros y el nivel que los miembros de Olympos van alcanzando. Por otro lado, el cuarto chat con el nombre “Commandos” es utilizado para que los miembros escriban comandos en código para la activación de algún *bot*. Por último, en el quinto chat que se llama “Música” y es utilizado para transmitir música en algún canal de voz en particular.

Como se puede observar, los chats dentro de esta sección son espacios en donde se genera información general sobre los jugadores (Bienvenida, Streams y Niveles) y lugares para iniciar funciones de *bots* dentro del servidor (Commandos y Música).

2. Olympos – Es una sección destinada para la interacción de miembros de mayor rango dentro de la comunidad Olympos. Se encuentra integrada por un chat de texto, dos canales de voz y un “templo”³². Una particularidad es que un canal se llama “Templo de Eros” y este se encuentra visible y habilitado sólo para los integrantes varones. De acuerdo con Happy, el “Templo de Eros” fue creado con la finalidad de ser un espacio exclusivo de hombres para que puedan platicar sobre temas íntimos que, bajo su perspectiva, no pueden ser compartidos con las mujeres.
3. Coliseo – Esta sección se orienta principalmente a ser un punto de encuentro entre todos los miembros en general de la comunidad Olympos. Al igual que la sección “Olympos”, este espacio también integra un chat de texto, dos canales de voz y un “templo”. Cabe mencionar que uno de los canales de voz es el “Templo de Estigia” el cual está destinado (similar al templo de Eros) para uso exclusivo de mujeres que quieran platicar sobre temas íntimos y que no deseen ser compartidos con hombres.

³² El templo es un canal automatizado por un *bot* mediante el cual una persona se une y automáticamente se genera un canal de voz y cuando la persona se sale, el canal se elimina. Esta funcionalidad permite una mayor organización dentro de la estructura del servidor.

4. Biblioteca – Esta sección es una de las menos usadas y se destina principalmente a compartir información relevante sobre videojuegos (consejos, estadísticas, actualizaciones de personajes, información sobre cuentas en plataformas de juegos y streaming, etc.) Se integra por un canal de voz y dos chats escritos. También, en palabras de Kiren, quien se conecta al chat de voz de esta sección generalmente está estudiando y la gente sólo entra para hacer compañía.
5. Inframundo – Esta sección sólo tiene un canal de voz y un chat escrito. Por un lado, el canal de voz está destinado para las personas que se encuentren conectadas a Discord, pero ocupadas realizando alguna otra actividad. Asimismo, el chat escrito es un espacio en donde se suele bromear o compartir contenido gracioso respecto a las partidas que los miembros juegan.

Como se puede observar, Discord es un lugar que posibilita la modificación estructural del hipermedio a voluntad de los administradores y esto incide directamente en la forma en que se generan las prácticas comunicativas. La organización de los canales (de voz y escritos) son parte de las características hipermediales que median las interacciones de los jugadores. Cada canal, al tener una funcionalidad en particular, estructura los temas y da forma a cómo la gente se comunica. En este sentido se destaca el rol de los administradores al estructurar de una forma específica los servidores y, por consiguiente, la forma en que la comunidad genera interacciones y prácticas comunicativas.

Asimismo, la presencia y uso de *bots* para agilizar tareas dentro del servidor resulta ser un elemento que repercute en la forma que las personas se relacionan. Un ejemplo de esto es que la comunidad Olympo integra un *bot* que evalúa y categoriza por jerarquías a los miembros; de esta manera, quien más interactúe sumará puntos y subirá de rol dentro del servidor³³.

Hp: A mí se me ocurrió la idea de hacer roles y que la gente se los vaya ganando. De esta manera se me ocurrió pedirle a Nico y a Fer que buscaran un *bot* para dar seguimiento a los niveles por el tiempo o la actividad que las personas tengan en Discord. Encontramos uno perfecto que te da puntos por los minutos en un chat de voz, los mensajes que mandas, las reacciones que tienes, el contenido que compartes, etc. Todas las personas nuevas inician con un rol de mortal y si ellos entran a los chats y empiezan a participar, se van ganando los niveles de semidios y dios; el último yo creía que era

³³ La jerarquización de los miembros de Olympo se aborda de forma más amplia en la sección 4.5.1

imposible, pero al parecer todos lo alcanzan ahora. Cuando alcanzas el nivel 30 te puedes asignar un nombre de un dios griego y se crea un chat exclusivo con tu nombre en el servidor.”

Como se puede observar, el bot en este caso es un elemento estructural y técnico de Discord que incentiva la participación y generación de prácticas comunicativas entre los miembros de la comunidad. A continuación se muestra una tabla de las estadísticas más relevantes de las interacciones de los miembros con mayor participación.

Nombre de miembro	Horas de conversación en chat de voz
Kiren	8,536
WolfVST	6,397
Frosty77	4,309
Azurasweet	4,205
Sebas	4,109

Tabla 12. Participación de miembros de Olympo. Elaboración propia con información del servidor de Discord.

De igual forma, otro *bot* que se integra dentro del servidor de Olympo permite a los usuarios meterse dentro de un “Templo” y automáticamente se crea un chat de voz. De acuerdo con Happy esto facilita la organización de la comunidad.

Hp: Si tú te metes un templo, se crea un chat de voz en automático con tu nombre y si tú te sales, se borra automáticamente. De esta manera, pueden haber mil personas en chat diferentes. Lo que pasa en otros servidores es que tienen millones de chats diferentes y se ve el desorden o hay chats que nunca se vuelven a utilizar, pero aquí no; aquí te sales del chat y los únicos permanentes son los generales.”

Vale la pena mencionar que la incidencia de los bots descritos son sólo dos ejemplos relevantes dentro los hallazgos sobre la comunidad Olympo, sin embargo, la cantidad de bots disponibles para Discord se estima en más de 140 mil (Top.gg, 2023). En ese sentido, las posibilidades de personalización y modificación de los elementos hipermediales en la plataforma son vastos y diversos.

4.3.3 WhatsApp

WhatsApp es una aplicación gratuita de mensajería instantánea creada por Jan Koum y lanzada en 2009 para dispositivos móviles con sistema operativo iOS. Desde 2014 fue

comprada por la compañía Facebook; y en la actualidad es una de las plataformas de comunicación para dispositivos móviles más populares del mundo.

De acuerdo con cifras de su página oficial, WhatsApp es usado por más de 2,000 millones de personas en más de 180 países (WhatsApp, 2023) y está disponible para diversas plataformas, tales como: iOS, Microsoft Windows, MacOS, Android y KaiOS.

Desde una perspectiva técnica, la plataforma posee características hipermediales como interactividad e integración de formatos multimedia. La aplicación funciona con conexión a internet y los usuarios deben crear una cuenta para poder acceder.

Una vez que las personas inician su sesión, pueden crear una lista de chats con contactos de personas para conversar. En este sentido, WhatsApp ofrece una variedad de posibilidades de interacción:

1. Chats escritos – Este es el formato fundamental de la aplicación. Desde su lanzamiento en 2009 el concepto principal era enviar mensajes de texto entre personas a partir de la conexión a internet. Los chats escritos pueden ser individuales (donde una persona se comunica con otra) o grupales (en donde participan más de dos personas). Generalmente los chats grupales tienen uno o varios administradores, los cuales pueden agregar o eliminar contactos del chat.
2. Mensajes de voz – Una de las funcionalidades que posee WhatsApp es el envío, recepción y reproducción de mensajes de voz. Estos se pueden entender como grabaciones que un emisor graba desde su dispositivo y el receptor los reproduce en el suyo.
3. Medios audiovisuales – Otra característica de WhatsApp es la posibilidad de enviar y recibir archivos multimedia, tales como imágenes, animaciones (GIF's, *stickers*), videos y documentos (Word, Pdf, Pptx, etc.)
4. Llamadas y videollamadas – Las llamadas por medio de chat fueron integradas en el 2015 y las videollamadas en 2016. Desde ese entonces WhatsApp ofrece ambos servicios pero vale la pena resaltar que los participantes necesitan una conexión sincrónica a servicio de internet; si uno de ellos no la tiene, la llamada o videollamada no se podrá efectuar.
5. Enlaces y ubicaciones – Otra funcionalidad que integra la aplicación es el envío de ligas a páginas de internet y la ubicación de las personas. Este último servicio se basa en la tecnología de ubicación vía GPS del dispositivo desde donde se accede a WhatsApp.

Tomando en cuenta dichos formatos de comunicación, se puede apuntar que WhatsApp es una aplicación con características hipermediales que inciden en la forma en que las personas generan prácticas comunicativas. Sin embargo, una diferencia fundamental con Discord es la imposibilidad de modificar estructuralmente los canales de comunicación y la construcción de espacios de interacción (crear y personalizar servidores).

Como se ha mencionado con anterioridad, la comunidad Olympo posee un grupo de WhatsApp llamado “Familia Olympo” en donde se encuentran 15 de los integrantes más

cercanos y allegados entre sí; sin embargo, este es un espacio hipermedial de menor relevancia que Discord y LoL, debido a que existe muy poca interacción en él.

Durante las sesiones de observación participante se detectó que el promedio de interacciones en el grupo de WhatsApp es mínima. Sólo ocasionalmente lo utilizan para enviar imágenes y videos; sin embargo, es considerablemente más frecuente el uso de los canales (de voz y escritos) en Discord. Incluso la mayor parte de los miembros manifiesta que prefiere interactuar de manera personal con sus contactos de forma textual a través de Discord.

4.3.4 Apuntes sobre los espacios hipermediales de la comunidad Olympo

Tomando en cuenta los hallazgos expuestos anteriormente, es lógico entender la preponderancia de Discord sobre los demás espacios hipermediales, pues es una plataforma que puede ser modificada y personalizada; de igual forma integra múltiples formatos de comunicación y tiene la posibilidad de sobreponerse o fusionarse con otras aplicaciones.

Sin embargo, aunque en el caso de estudio Discord se ubica como hipermedio principal para la interacción, no se debe perder de vista que LoL es un videojuego fundamental para la construcción de significados pues es un punto de encuentro central y de interés común entre los participantes.

De igual forma, aunque WhatsApp es un espacio en donde no se comparte tanto contenido y sólo es ocupado de forma casual, también es cierto que esta plataforma sirve como punto de encuentro de un círculo pequeño de integrantes de la comunidad en donde se llevan a cabo interacciones más íntimas y los significados que se generan son más personales.

De acuerdo con la revisión que se ha realizado de cada uno de las plataformas, es preciso mencionar que a través de la observación participante se detectó un constante flujo e hipertextualidad entre los hipermedios, creando de esta manera espacios hipermediales que coexisten y en ocasiones se sobreponen entre sí (Hidalgo, 2021). Se puede aseverar que la convergencia de los hipermedios (cada uno con sus características técnicas particulares) suman a la forma en que las personas llevan a cabo prácticas comunicativas y se generan procesos de producción de sentido.

Asimismo, se reconoce una dialéctica respecto a la incidencia de los hipermedios sobre las prácticas comunicativas. Los hallazgos apuntan a que la comunidad Olympo teje

un entramado de hipermedios a través de los cuales se generan interacciones cotidianas; sin embargo estas interacciones también reconfiguran a los hipermedios en tanto que los miembros de la comunidad generan su propio entramado de significaciones, apropiación y uso de las plataformas.

En otras palabras, en un primer momento los hipermedios son creados con características técnicas específicas que inciden en las prácticas comunicativas, pero no hay que perder de vista que éstas prácticas comunicativas también dan sentido y forman a los hipermedios (pues al final son operados por los usuarios); se trata de un proceso de constante flujo e incidencia mutua entre hipermedios y prácticas comunicativas.

En el siguiente apartado se realiza una exposición de los hallazgos más relevantes en torno a las prácticas comunicativas que se generaron dentro de los espacios hipermediales ya mencionados.

4.4 Análisis de prácticas comunicativas

En el presente apartado se exponen los hallazgos más relevantes encontrados alrededor de la generación de prácticas comunicativas en los espacios hipermediales de la comunidad Olympo. En este sentido es importante mencionar que debido al alto grado de interacción entre los miembros durante el periodo de observación participante y la realización de entrevistas en profundidad, se obtuvo una basta cantidad de datos e información; sin embargo, para efectos prácticos del procesamiento, análisis y exposición de resultados se ha decidido presentarlos de acuerdo a las categorías de análisis propuestas por Amador (2015) (revisadas en los apartados 2.3 y 3.3).

Cabe mencionar que las prácticas comunicativas en sus diferentes formatos de comunicación son influenciadas por las mediaciones (situacionales, institucionales, cognitivas, culturales) y por las características técnicas de los hipermedios. De esta forma, a lo largo de los siguientes apartados se abordan los hallazgos encontrados y se interrelacionan con los apuntes revisados con anterioridad. Vale la pena destacar que los datos y la información se ejemplifica con citas mencionadas por los miembros de la comunidad que fueron entrevistados.

4.4.1 Comunicación verbal

En un primer momento, la comunicación verbal resultó ser el principal formato a través del cual se generan prácticas comunicativas entre los miembros de la comunidad. Preponderantemente los espacios donde se entablan diálogos hablados son los canales de voz de Discord (Templos de las secciones Olympo y Coliseo) y en una menor medida se ocupan los canales de voz del videojuego League of Legends o los audios de WhatsApp.

Mt: La mayor parte de la comunicación es por canales de voz y por mensajes normalmente mandamos memes. También si hay alguien que no está en el canal de voz, escribimos cosas en los chats escritos para que también se enteren, pero generalmente es por voz.”

Kn: Normalmente nos la pasamos más en chat de voz y no contestamos mucho WhatsApp porque se nos olvida.”

Asimismo de acuerdo con las entrevistas en profundidad, se encontró que ésta preferencia por los canales de voz de Discord se debe a que la plataforma presenta una forma rápida y útil de comunicarse. Asimismo, si los jugadores deciden iniciar una partida de League of Legends o usar algún otro programa, software o aplicación, el chat de voz puede mantenerse activo.. De esta forma, la característica de integración de Discord con otras aplicaciones influye en forma que los miembros generan prácticas comunicativas en la elección de este espacio hipermedial sobre los demás.

Siguiendo la misma línea, durante las sesiones de observación participante se detectó que los integrantes de la comunidad prefieren y mantienen flujos permanentes de comunicación verbal debido a que ésta les despierta un sentimiento de acompañamiento y les permite intercambiar significados más rápido que en los chats escritos.

Wf: Siento que la comunidad me ayuda a sobrellevar el sentimiento de estar solo y no sentirme depresivo. Me ha costado mucho adaptarme a la vida universitaria en Nueva York y siento que Discord me ha ayudado a sobrellevar todo eso y no sentirme sólo en la universidad. (...) Cuando estoy solo me siento bien de llegar a la casa y platicar en Discord.”

Hp: Cuando alguien se siente solo o está aburrido se puede conectar al servidor y siempre hay alguien con quien hablar.”

Otro aspecto relevante que se detectó fue la influencia de las mediaciones situacionales de los miembros en los horarios de conexión a los canales de voz, puesto que principalmente las personas interactúan en las tardes y noches debido a que la mayor parte de ellos tienen ocupaciones laborales y escolares por la mañana.

Gb: “Yo me conecto principalmente en las tardes a Discord que es cuando regreso de la escuela y ya he acabado mis deberes.”

Kn: “Normalmente paso todo el día en el servidor, pero a los chats de voz me conecto en la tarde que es el momento donde puedo hacer tarea y estoy en mi computadora de escritorio.”

Hp: “En mi caso, no estoy muy presente en el servidor, más que en la tarde y noche. Durante el día tengo otras ocupaciones como mi trabajo, los deportes o mi novia.”

En este sentido, las mediaciones institucionales y situacionales (familia, ocupaciones, profesión etc.) son factores que disponen la forma en que las personas se comunican. Asimismo, es importante mencionar que no sólo las conversaciones verbales giran en torno al videojuego LoL, pues como se expone más adelante (en el apartado 4.4.5), existe una basta cantidad de tópicos que son abordados por los miembros cuando platican y se comunican (a través de diversos formatos).

4.4.2 Comunicación no verbal

La comunicación no verbal es la menos frecuente en la comunidad y principalmente se genera en las transmisiones audiovisuales de Discord (como reuniones mediante videollamada). En estos espacios los miembros de la comunidad no sólo platican sino que se dan a entender por medio de gestos, expresiones corporales, señalizaciones de manos y una amplia variedad de formas proxémicas de comunicación.

De igual forma, en el caso de LoL, las acciones que se realizan con los personajes en las partidas (lanzar habilidades, ayudar a algún amigo, atacar a los enemigos, huir de un combate o simplemente dar indicaciones mediante señalizaciones), se consideran prácticas comunicativas que contribuyen a generar sentido sobre la diégesis del juego, pero también sobre el comportamiento y la relación entre los miembros. En otras palabras, la forma en que las personas juegan en las partidas de LoL repercute en las relaciones que se establecen dentro de la comunidad.

Un ejemplo de esto es que algunos miembros, como Kiren y Wolf son percibidos como personas y jugadores atrevidos que les gusta intentar jugadas nuevas. De la misma forma, Happy es considerado como el líder del equipo debido a que tanto en la comunidad como en el juego refleja una personalidad confiada y carismática. De esta manera, la jugabilidad en LoL resulta ser un tipo de comunicación no verbal que contribuye a construir significaciones personales sobre los miembros de la comunidad, su personalidad y las relaciones que establecen entre ellos. Se puede asumir que los personajes controlados por los jugadores son avatares a través de los cuales llevan a cabo prácticas comunicativas no verbales proxémicas en el espacio hipermedial del videojuego.

Por otro lado, fuera de las partidas de LoL la comunicación no verbal es poco frecuente, pues aunque es posible realizar videollamadas entre usuarios, es más fácil conectarse a un chat de voz y platicar mientras se realizan otro tipo de actividades (tarea, trabajo, labores domésticas, etc.); sin embargo, entre los miembros que mantienen relaciones cercanas, es común que se pongan de acuerdo para llevar a cabo reuniones audiovisuales.

Mt: Con Nass hubo un tiempo en donde cada viernes hacíamos pijamadas en línea y como éramos las únicas dos mujeres, teníamos nuestro rato de niñas. Teníamos nuestro rato para tomar, jugar y chismear. Después Kiren se unió bastante y eso eran nuestros viernes en la noche.”

Ns: Con Mithy platicaba de cualquier cosa y a veces hacíamos noches de maquillaje temático de los personajes de LoL. Así estábamos conviviendo y también tomábamos unos tragos. En esos momentos perdíamos la cámara.”

Asimismo, otro hallazgo relevante es que en ciertas fechas y temporalidades del año los miembros organizan reuniones en donde establecen una hora para hacer videollamada y reunirse en conjunto. Por ejemplo, en Halloween algunos de los miembros más cercanos se conectaron y realizaron una celebración de la festividad en donde uno de los acuerdos era disfrazarse y prender su cámara para mostrar cómo se veían.

Hp: Hay gente muy buena que se encarga de organizar eventos, como Mithy, Nass y Kiren. Por ejemplo, para Halloween suelen organizar actividades como festejar el día y llegar disfrazados con la cámara prendida. Todos ponemos la cámara, nos disfrazamos y nos ponemos a jugar juegos de miedo.”

En resumen, aunque la comunicación no verbal es poco frecuente, sí se presenta en momentos y temporalidades específicas del año y sobre todo entre miembros que mantienen vínculos de cercanía y confianza.

4.4.3 Comunicación escrita

Este es el segundo tipo de comunicación más frecuente dentro de la comunidad y principalmente se lleva a cabo dentro de Discord, incluso cuando se juega LoL. Al igual que en la comunicación verbal, Discord resulta ser una plataforma que debido a la integración con otras aplicaciones facilita la comunicación a través de sus chats escritos.

El espacio menos frecuente a través del cual se comunican los miembros de la comunidad de forma escrita es WhatsApp. Esto se debe principalmente a que Discord integra múltiples funciones y posibilidades de interacción que WhatsApp no. Adicionalmente, Discord tiene la ventaja de poder ser accedido a través de diferentes plataformas, como PC, laptop y dispositivos móviles. La mayoría de los miembros entrevistados manifiesta su preferencia por utilizar los chats escritos de Discord.

Sh: Con algunas personas tengo WhatsApp, pero principalmente nos escribimos por el Discord.”

Hp: Usualmente nosotros no nos comunicamos por mensajes directos en Discord o WhatsApp, más bien lo escribimos en los chats públicos y realmente da igual en donde escribimos. En mi caso, yo puedo elegir entre los chats de Olympos o Coliseo por igual, sólo tiene que ver cuál queda más cerca del cursor de mi mouse.”

Generalmente los momentos en donde se utiliza el chat escrito es en las mañanas, momento en donde la mayoría de los miembros de Olympos están ocupados en la escuela o en el trabajo y no tienen el espacio ni tiempo para poder conectarse de forma temporal a algún canal de voz. En relación con esto, las temáticas de los chats escritos giran en torno a información cotidiana de las personas y a bromas referenciales a videojuegos.

Hp: Nuestra comunicación principal siempre es por canal de voz y escribimos muy poco, solamente algunas bromas o payasadas. En ocasiones compartimos clips por chats escrito. Aunque tenemos un grupo de WhatsApp casi nunca lo utilizamos. (...) En el grupo de WhatsApp compartimos puras estupideces como fotos o videos de TikTok, pero realmente hablamos muy poco por ahí.”

Tal cual lo menciona Happy, el chat escrito frecuentemente se utiliza no sólo para escribir sino también para compartir ligas, videos e imágenes (por lo general de tinte cómico) y que tienen referencias específicas sobre los intereses de las mediaciones cognoscitivas de los miembros de Discord (videojuegos, series, eventos, personas, etc.)

4.4.4 Comunicación por imágenes

La comunicación de imágenes suele estar muy presente por medio de los canales escritos de Discord y en el grupo de WhatsApp. Dentro de la observación participante se detectó la tendencia por enviar capturas de pantalla, memes y *stickers* que se relacionan principalmente con referencias de videojuegos. Cabe mencionar que la comunicación por imágenes dentro de esta comunidad adquiere una función complementaria a la comunicación verbal, puesto que la mayor parte de las imágenes compartidas los miembros las envían para ejemplificar o extender referencias que mencionan sincrónicamente en los canales de voz.

Kn: Hubo un momento muy cómico en donde todos empezamos a mandar fotos de las sillas en donde jugamos. Fue muy divertido porque compartimos los tipos de sillas y las comparamos.”

Hp: La mayoría de imágenes que compartimos puede que no se va a entender porque usualmente están fuera de contexto. Generalmente estamos hablando por el chat de voz y hacemos referencias con imágenes en los otros chats escritos. Por eso la mayor parte de las imágenes no hacen sentido por sí mismas.”

Siguiendo esta misma idea, se puede observar que las funciones multimediales de Discord son apropiadas y usadas por los usuarios sin marcar los límites de formatos de comunicación y plataformas. Una persona puede estar jugando LoL, tener un logro, hacer captura de pantalla y enviar la imagen al chat para compartirlo con las personas de la comunidad.

De igual forma, otro tipo de comunicación por imágenes se relaciona con la opción de Discord para compartir vía streaming pantallas y aplicaciones de los usuarios. Es común que los miembros de la comunidad compartan y transmitan contenido audiovisual. Aunque ésta práctica no es muy usual de manera grupal, algunos miembros manifestaron que sí es frecuente que dos personas se pongan de acuerdo para conectarse juntos a ver series, películas, partidas o capítulos anime.

Sb: Hay veces en donde yo estoy conectado y le pido a otras personas que hagan streaming de su juego mientras yo hago mis tareas. Cuando acabo de mis deberes me pongo a jugar con ellos.”

Sh: Platicamos del día a día, jugamos diferentes juegos y vemos series. Ahí nos ponemos a *streamear* a ver ánimes y los demás estamos viendo. Casi siempre es de parejas y si alguien quiere ver, se mete al canal y lo ve. Nos ponemos de acuerdo para ver series y esperamos a estar coordinados para ver del primer al último capítulo. Casi siempre es de parejas.”

Tomando en cuenta lo anterior, se puede apuntar que la comunicación por imágenes dentro de la comunidad Olympo se genera en conjunto con otro formato de comunicación verbal y escrita. En suma, todas las prácticas comunicativas generadas dentro de los espacios hipermediales construyen sentido en común, el cual gira principalmente alrededor de mediaciones cognoscitivas y del videojuego LoL.

4.4.5 Apuntes sobre prácticas comunicativas generadas por miembros de la comunidad Olympo

Además de los apuntes sobre los formatos de las prácticas comunicativas que se generan dentro de la comunidad Olympo, a continuación se presentan algunos hallazgos referentes a la praxis comunicativa que se lleva de forma general en los espacios hipermediales (LoL, Discord y WhatsApp).

En un primer momento resulta relevante destacar que los temas a partir de los cuales se desarrollan las prácticas comunicativas no sólo giran alrededor del videojuego LoL, sino que se relacionan con otro tipo de mediaciones cognoscitivas de los participantes; es decir, intereses particulares, hobbies y gustos en común.

Sb: Principalmente hablamos sobre noticias o novedades de LoL y si no, hablamos sobre cómo nos va en la universidad o en el trabajo. Depende de la persona. Por ejemplo, con Wolf, hablamos de cómo nos va con la familia y cómo le va con sus *roomies*.”

Sh: Platicamos sobre la escuela, trabajo, videojuegos y hablamos sobre *streamers*. Algunos platican de futbol o cosas que estén pasando en el momento como la premiación de los Oscars o los Game Awards.”

Gb: De lo que hablamos en el servidor, un 60 por ciento no está relacionado con LoL.”

Ns: Generalmente platicamos de lo que hicimos en el día y por ejemplo, a mí me gusta mucho el chisme, entonces con Mithy platicaba algunas situaciones que le pasaban y a mí me interesaba escucharla.”

Hp: Ya no sólo se trata de jugar. Empezó jugando pero ahora vemos series, leemos y platicamos de otras cosas.”

En ese sentido, los participantes comparten sus experiencias cotidianas en el trabajo o la escuela, e incluso entablan comunicación a partir de intereses o hobbies personales. De esta manera, los miembros que tienen más gustos en común y comparten mayores mediaciones cognoscitivas, manifiestan una mayor cercanía, mayor convivencia; por consiguiente, se generan mayor cantidad de prácticas comunicativas y construcción de sentido entre ellos. Por ejemplo, en el caso de Gaby y Sebas, quienes comparten el gusto por ver series, son quienes conviven más. De la misma forma, Nass y Wolf congeniaron porque les gusta el anime.

Sb: Con quien he visto muchas series es con Gaby, pero sólo con ella, porque los demás están jugando Valorant, League o están trabajando. (...) Ella y yo hicimos clic cuando nos conocimos; a mí me gustaba ver juegos de miedo y a ella le gusta ver jugar juegos de miedo. A ambos nos gusta el anime y teníamos pequeñas cosas en común que al final nos llevaron a hacer crecer la relación. (...) Pero son pocas personas con las que puedo hablar a nivel personal; con los demás hablamos sobre el juego.”

Gb: Congenié más con Rafa y Sebas porque con ellos juego más LoL.”

Ns: Con Wolf me acerqué porque nos gusta ver mucho anime; jugábamos y platicábamos sobre cosas en común que nos gustan.”

De igual forma a través de la observación participante se detectó una mediación situacional relevante para la generación de prácticas comunicativas de todo tipo: torneos periódicos quincenales llamados “Clash”. El “Clash” es organizado por Riot (la compañía creadora de LoL) y consiste en una serie de competencias donde los ganadores de dicho torneo pueden obtener puntos del juego y artículos personalizables para sus personajes. De esta forma, cada 15 días los integrantes más cercanos y con disponibilidad de tiempo se juntan para competir en el evento.

Mt: Los fines de semana de Clash, siempre son de LoL. Lo solemos jugar siempre. Son los días en donde más gente se conecta al servidor de Discord porque estamos viendo la transmisión. Estamos jugando o viendo jugar. Desde que no tengo computadora personal, me uno sólo para ver jugar.”

Hp: Cuando hay Clash, muchísimas personas entran a vernos jugar. Es como ver un partido de futbol en donde saben que nosotros vamos a jugar en serio y la gente nos apoya. En esos momentos cambia toda la comunicación y todos nos emocionamos.”

Como se puede observar, este tipo de torneos son puntos de encuentro para todos los miembros de la comunidad, sin importar su rol dentro del servidor. Durante los fines de semana de Clash se generan mayor cantidad de prácticas comunicativas en todos los formatos ya mencionados.

Por último, para concluir este apartado, resulta relevante mencionar que tal cual se planteó en la hipótesis del presente trabajo, las prácticas comunicativas conllevan a la construcción de significados en común. Si bien no todos los miembros de la comunidad interactúan de la misma manera y de una forma homogénea, aquellos que compartan más mediaciones cognoscitivas tendrán más probabilidad de generar elementos relacionales positivos que impacten en diferentes aspectos de su vida. En este sentido, el próximo apartado explora el resultado de las prácticas comunicativas que se describieron con anterioridad.

4.5 Análisis de capital social

Dentro del presente apartado se describen los hallazgos encontrados sobre el capital social desarrollado en la comunidad de Olympo y éstos se exponen de acuerdo a las categorías de López Novelo (2011) revisadas anteriormente en el apartado 2.6.

Un aspecto relevante a destacar es que las formas de capital social se asocian directamente con el contenido y las prácticas comunicativas que se generan dentro de los espacios hipermediales. En ese sentido, la presente investigación se centra en el análisis de la comunidad Olympo y cabe mencionar que los hallazgos sobre el capital social se encontraron principalmente entre las personas que mantienen relaciones más cercanas dentro de la comunidad.

A su vez, como ya se mencionó, la cercanía de los miembros depende fundamentalmente de dos factores: el grado de similitud entre sus mediaciones cognoscitivas y las relaciones de cercanía establecidas fuera de la comunidad (amigos previos, tener algún parentesco familiar, ir a la misma escuela, etc.)

4.5.1 Estructural

Uno de los principales hallazgos que elucida la creación de capital social dentro de la comunidad Olympo es su estructura organizacional. Esta se genera a partir de la jerarquización de los miembros en relación con la interacción que tienen dentro del servidor; y como se mencionó anteriormente (en el apartado 4.3.2), un *bot* cuenta, da puntos y otorga roles a los participantes de acuerdo a las interacciones que realicen. De esta forma, existen cinco roles diferentes: mortales, semidioses, dioses, dioses con nombre y administradores.

En este sentido, la jerarquía en roles de los miembros principalmente es orientada al acceso de secciones y canales de comunicación dentro del servidor de Discord. En un primer momento los mortales y semidioses sólo pueden acceder a la sección “Main”, “Coliseo” e “Inframundo”. Posteriormente, las personas con rol de dios desbloquean la sección de “Olympo”, pero no pueden acceder a los templos de Estigia y Eros. Asimismo, si se alcanza el nivel de dios con nombre, la persona puede asignarse el nombre exclusivo de un dios griego y automáticamente se crea un templo en su honor; los dioses con nombre también tiene acceso a todos los templos y canales del servidor. Por último, el rol de administrador únicamente lo tienen Happy, Nico y Fer, y no puede ser alcanzado por nadie (es exclusivo de los creadores del servidor); este rol permite modificar y personalizar las funciones del servidor de Olympo.

Otro elemento que refleja la jerarquización de los miembros de la Olympo es el acceso al grupo de WhatsApp, pues aunque es un espacio con poca interacción, sólo quince miembros pertenecen a él. A pesar de que la interacción a través del chat textual es mínima, la pertenencia a éste genera en esos miembros la sensación de formar parte de un círculo íntimo de comunidad.

Como se puede observar, principalmente las disposiciones de los hipermedios marcan jerarquías, pero también es relevante apuntar que las mediaciones cognoscitivas de los miembros y las prácticas comunicativas que llevan a cabo entre ellos acentúa dichas asimetrías relacionales. Un ejemplo de esto es que Happy es el administrador y fundador de

la comunidad; adicionalmente todos los entrevistados manifiestan que lo ven como un líder debido a su personalidad y a la manera en que interactúa con los demás.

Mt: No tengo una relación muy íntima con Happy, pero creo que él es el corazón de Olympe. Es una de las personas que más influye en todos. Puede no haber nadie en Discord, pero cuando él se conecta, todos llegan. Él es muy carismático y es la única persona que conozco en su tipo. No excluye a nadie, la gente sólo llega a él; es muy gracioso y es muy bueno en todo lo que juega. Es uno de ese tipo de personas que no se esfuerzan pero que son buenas en todo lo que hacen. Por eso llama mucho a la comunidad y la une.”

Wf: A Happy yo lo veo como mi hermano mayor. Él es a quien le puedo contar cualquier cosa, siento que me apoya, me da consejos e incluso me molesta y bromea como si fuera mi hermano mayor.”

Ns: Yo siempre asocié a Happy como el papá y el líder que se encargaba de que todo estuviera en orden y organizar.”

De acuerdo con lo anterior, los hallazgos apuntan a que la generación de capital estructural deviene de las mediaciones de los miembros (en sus diversos tipos) y las características de los hipermedios que utiliza la comunidad. En otras palabras, la jerarquización de los miembros tiene una relación directa con el nivel de interacción y prácticas comunicativas que se generan en el servidor de Discord; estas se fundamentan en la confianza y cercanía que las personas se tienen. A su vez, la cercanía y la confianza surgen a partir de la similitud de mediaciones que se tengan (gustos, hobbies, intereses en común, personalidad, objetivos y metas en la vida, etc.) y de relaciones que se hayan establecido previamente fuera de la comunidad (relaciones familiares, laborales, escolares de amistad). Al respecto, Kiren menciona lo siguiente:

Kn: Primero en el servidor están los que más nos conocemos o los que nos conocimos desde que teníamos el equipo de Overwatch; después están los dioses que están ahí pero no se conectan muy seguido; después los semidioses que son personas que se ponen a jugar pero no son parte del grupo principal de amigos; y por último están los mortales que son gente que invitamos al servidor por si quieren jugar. Casi todos los que tenemos roles de dioses con nombre somos los que estuvimos desde el inicio”

Como se puede observar, la generación de capital social estructural se relaciona con todos los tipos de mediaciones y los espacios hipermediales que se utilizan. En este punto vale la pena resaltar que las mediaciones externas a los hipermedios (físicas y simbólicas)

tienen un peso importante en la forma que se general las prácticas comunicativas y los vínculos entre los miembros de la comunidad.

Siguiendo la misma línea, otra de las formas de capital social generado dentro de la comunidad Olympo se expresa a través de un reglamento implícito o normas de comportamiento no dichas que son entendidas por los miembros.

Hp: No tenemos un reglamento escrito, pero ellos ya saben que cosas me molestan y el tipo de peleas que se puedan generar o actitudes hipócritas no aceptadas. De esa manera las personas nuevas que van entrando inconscientemente se dan cuenta de lo que deben hacer o qué es lo que no se permite. No hay nada escrito porque todos se han comportado muy bien. (...) La gente sabe el comportamiento básico que nos define como grupo y lo aceptan.”

De acuerdo con la observación participante, la regla mínima de comportamiento es el respeto, lo cual incluye no realizar burlas sobre temas particulares que le molestan a cada una de las personas. Si bien una de las características entre las prácticas comunicativas son las bromas, éstas no deben referir a temas personales delicados que saben que incomodan. Vale la pena mencionar que dichos temas son subjetivos y debido a la confidencialidad del grupo, en la presente investigación no se profundizará sobre cada una de ellas.

Para finalizar este apartado es relevante mencionar que la comunidad Olympo ha desarrollado indicadores de confianza, organización, valores y reciprocidad entre los miembros más cercanos y esto les ayuda a conformar una estructura organizacional funcional de apoyo mutuo.

4.5.2 Relacional

La dimensión relacional es la categoría en donde más hallazgos se encontraron, puesto que los miembros entrevistados de la comunidad Olympo mantienen relaciones cercanas a partir de prácticas comunicativas frecuentes y profundas. Cabe mencionar que en esta dimensión se encontraron múltiples formas de capital social con un impacto positivo en la vida de las personas a nivel personal, emocional, sentimental, profesional y académico.

En un primer momento, la mayoría de los participantes manifestó que LoL es un espacio de entretenimiento, pero que no es el factor principal para pertenecer a la comunidad,

sino los vínculos con las personas que se generan. De forma regular, los miembros pasan más tiempo conectados al servidor de Discord que jugando partidas de LoL.

Mt: Para mí el juego es una forma de relajarme y desestresarme un rato, pero también gracias a que decidí jugar me uní a esas personas y creé diversas conexiones importantes. Tengo muy bonitos recuerdos de las primeras veces que jugaba y los objetivos que lograba. Tengo buenos recuerdos jugando con ciertos personajes que tenían relación con nuestras propias historias de vida. Las historias de ciertos personajes cuando las jugamos junto a otra persona, se convierten en nuestra historia. Es muy nostálgico cuando después de un tiempo ya no se tiene la misma relación con esa persona, pero los recuerdos quedan bellos.”

Hp: Discord ya no es sólo parte de mi mundo *gamer*, sino que muchísima gente de la que entra ahí ya no sólo entra por jugar, sólo para platicar y te cuentan de cosas. (...) Algo que pasa es que entre todos se ayudan porque estudian en universidades o carreras parecidas; se ayudan a hacer sus tareas, grupos o proyectos.(...) El Discord es un lugar de confianza fuera de tu mundo personal que es hasta más íntimo y que siempre está ahí.”

Como se puede observar, los miembros de la comunidad generan vínculos de confianza a partir de la interacción constante. Asimismo, dentro de esta convivencia diaria, las opiniones, actitudes y formas de ser de algunos participantes tienen influencia directa en otros. Por ejemplo, Mithy expresa que gracias a su relación con un miembro de la comunidad eligió estudiar la carrera que ahora cursa. De igual forma, Nass manifiesta que las personalidades de Happy y Mithy la motivan a ser mejor persona.

Mt: Hay una persona con la que jugaba como *duo* y me influyó muchísimo para estudiar Derecho, porque él también es abogado. Él fue quien me recomendó la universidad y la carrera. Mientras jugábamos éramos muy unidos y creamos una conexión muy grande.”

Ns: A mi hermano (Kiren) y a mi nos influye platicar con los demás en la manera que vemos las cosas. Por ejemplo, Mithy me platica que ella tiene la playa a una distancia de una hora; eso a mí me llama la atención porque yo vivo en Ciudad de México y la playa me queda mínimo a seis horas. Igual la forma en la que son los demás, me ayuda a inspirarme y ser como ellos. A veces veo a Happy que es muy relajado o a Mithy que le gusta ayudar a los demás; ahí digo que me gustaría ser más como ellos.”

Siguiendo la misma línea, aunque los miembros de la comunidad desarrollan mayor afinidad por algunas personas más que otras, la percepción general de Olympo es el de un espacio de confianza similar al de una familia, la cual está presente de forma constante y se reúne para apoyarse y escucharse.

Gb: Para mí la comunidad es como una familia y un espacio seguro en donde yo sé que si estoy teniendo un mal día, yo puedo acudir a ellos. Me brindan apoyo”

Wf: A Kiren yo lo veo como mi hermano menor; si le pasa algo me preocupo. Con el paso la mayor parte del tiempo. A Shu yo lo siento como mi primo. Sebas es un buen amigo y somos compañeros de colegio.”

Mt: Para mi Olympto representa una familia. Yo no lo suelo decir mucho, pero así lo siento. Yo he aprendido muchísimo gracias a ellos indirectamente. He tenido experiencias de vida que cuando era adolescente no las tuve. Me ha influenciado en muchas cosas y he podido entender algunas otras debido a ellos. Influyen bastante en lo que soy ahora. Me ayudaron a ser más extrovertida y a abrirme con las personas”

Adicionalmente, la reciprocidad es otra de las formas de capital social relacional que se observaron entre los miembros; todos se apoyan mutuamente si es que tienen algún problema o dificultad en algún aspecto de su vida. El apoyo va desde escucharse, brindar consejos o incluso hacer tarea escolar juntos.

Hp: Todos saben que si necesitan algo me van a marcar. Igual con Kiren, yo sé que si lo quiero contactar, uno le escribe y él aparece. (...) Algunos miembros hacen sus tareas juntos porque van en escuelas o carreras similares.”

Gb: Mi día a día lo paso en el servidor. Cualquier problema que tengo, cualquier queja, sólo me meto y empiezo a hablar con ellos. Me dan consejos, se ríen conmigo y son como un grupo de amigos que llevo en el bolsillo. No sólo juego, yo siento que hay amistad verdadera.”

Con base en esto, también se asume que (como se ha mencionado con anterioridad), las temáticas de conversación dentro de los espacios hipermediales de Olympto son diversos y no giran exclusivamente alrededor de LoL. Gran parte de las prácticas comunicativas que se dan entre los miembros más cercanos se orientan a compartir experiencias muy personales y sentimentales, lo cual convierte a los chats de voz de Discord en lugares de catarsis y de expresión emocional.

Kn: A veces nos quedamos a hablar en Discord hasta tarde y nos quedamos hablando de la escuela, de la vida, de amores pasados, presentes o futuros. Luego también hablamos de otras cosas como consejos y los más grandes que ya trabajan más comparten sus experiencias.”

Wf: Con Sebas me la he pasado hablando hasta la madrugada sobre el amor, despecho y la vida mientras jugamos LoL. Con Kiren ambos hemos tenido momentos de soledad y al no querer estar solos, ambos nos metemos a platicar a Discord”

Asimismo, es importante mencionar que las formas de capital social no sólo tienen un impacto en las dimensiones digitales de los participantes, sino también en áreas personales en el mundo físico. Por ejemplo, Mithy recibió ayuda por parte de un amigo que hizo en Olympo para mudarse de Costa Rica a El Salvador y empezar a estudiar la universidad; Gaby conoció su actual pareja por medio de LoL; y Happy expresa su emoción al observar que la comunidad ha ayudado a las personas a sobrellevar etapas de soledad, como cuando se mudan de país.

Mt: Hay un miembro que ya no se conecta mucho al servidor, pero que me ha influenciado muchísimo. Le decimos Mapache y él empezó a jugar LoL más o menos al mismo tiempo que yo. Con él me llevo mucho a nivel personal. Él y su familia fueron los que me ayudaron cuando vine a vivir aquí a El Salvador. Ellos fueron por mi al aeropuerto, su mamá me invita a comer en ciertas ocasiones, su familia me ha ayudado con trámites, me llevan a lugares donde necesito ir para que yo no ande en el autobús sola; incluso pasé la última Navidad con ellos.”

Gaby: Con mi novio empezamos primero a hablar en Discord. Aunque está en la comunidad, no convive mucho con los demás. Él tiene el rol de mortal. Primero lo conocí por League of Legends jugando y después me mandó solicitud de amistad. Después me di cuenta y descubrí que era un compañero mío de la facultad de medicina y fue una sorpresa. Así empezamos a hablar más. Los videojuegos también te llevan a relaciones amorosas.”

Hp: Siento que a las personas que se han ido a estudiar fuera de su país les ha ayudado muchísimo. Una frase que he escuchado mucho es ‘no importa y no pasa nada, tengo a mis amigos de Discord’. Incluso cuando algunas personas realizan viajes con sus familias o van a algún lugar donde saben que se aburren, ellos tienen el consuelo de que pueden conectarse al servidor con sus amigos.”

Para finalizar la exposición de hallazgos sobre capital social relacional, es importante resaltar que comunidades como Olympo y sus espacios hipermediales resultan ser lugares en donde los miembros crean vínculos relacionales fuertes y la misma pertenencia a este tipo de comunidades puede llegar a convertirse en una mediación necesaria y fundamental en su vida.

Gb: Las personas que no conocen las comunidades en línea o los videojuegos pueden pensar que sólo somos amigos en línea porque ni siquiera nos conocemos, pero realmente conforme va pasando el tiempo, como en cualquier otra relación entre personas, los vas conociendo y te encariñas. Si bien es cierto que no pueden darte un abrazo físico, sus palabras y su cariño siempre te reconfortan.”

Wf: Abrir el Discord es como regresar a casa: llegar y sentir que alguien te está esperando.”

4.5.3 Cognitivo

De acuerdo a esta categoría de capital social, la mayor parte de los miembros entrevistados de Olympo mencionan que la comunidad ha tenido influencia en algunas habilidades personales e incluso en su personalidad. Por ejemplo. Mithy y Sebas expresan que la convivencia cotidiana en la comunidad les ha ayudado a mejorar sus habilidades sociales, tales como hablar en público, liderazgo, socializar más y comunicar de mejor manera sus ideas.

Mt: La pandemia me ayudó a no ser tan introvertida, porque entré a Discord para jugar con más personas y como yo era manager, directora y me encargaba de los equipos más altos, pude conocer a mucha gente. Aprendí a hablar en público, a poner la cámara. Tuve que relacionarme con muchas personas. Por ejemplo, un día a la semana nos reuníamos para unirnos como grupo y mejorar trabajo en equipo y estrategia. (...) Puede aprender y mejorar muchas cosas de mí misma.”

Sb: Honestamente desde que conocí Olympo me he hecho una persona menos introvertida de lo que era al principio. No sé si fue por haber conocido más personas o porque soy alguien a quien le cuesta conocer a otros. Aunque haga el esfuerzo, no puedo. En Olympo conocí gente que me ha hecho mejorar. Antes no salía con otras personas al cine, sólo con amigos cercanos. Desde que conocí a la gente de Olympo he ido cambiando y me he vuelto más sociable.”

Gb: He observado que aunque Sebas era muy introvertido, ha cambiado: ahora es más amigable y sabe comunicarse más fácilmente. Estas comunidades ayudan un montón a las personas.”

Siguiendo la misma línea, los entrevistados también manifiestan que continuamente comparten sus experiencias personales y que entre ellos se dan consejos para resolver vicisitudes en la escuela y en el trabajo. De igual forma, algunos miembros con mayor influencia dentro de la estructura organizacional debido a su jerarquía en el servidor o edad (como Happy) comentan que suelen dar consejos y de guiar a sus compañeros en diversos aspectos de la vida.

Hp: A mí me ha ido muy bien en la parte laboral y algo que trato de fomentarles a todos ellos es que sigan estudiando y tratar de que además de que jueguen, le den tiempo a los demás y administren sus tiempos. (...) El Discord los miembros lo ven más como una familia en donde si alguien tiene algún problema nos ayudamos. A todos nos ha ayudado a resolver problemas personales. (...) Siento que si cerrara el Discord, sería como una catástrofe para muchas personas e incluso yo lloraría.”

Gb: En mi caso, la comunidad me ayudó a salir de la depresión. LoL me devolvió las ganas de salir de nuevo a mi vida y la comunidad me ha devuelto mi personalidad porque en 2020 estaba muy deprimida y era muy introvertida. (...) Todos ellos (los miembros) me han ayudado a desenvolverme, a establecer de nuevo relaciones.”

Para finalizar este apartado es importante resaltar que las personas manifiestan haber tenido mayor impacto cognoscitivo en torno a sus habilidades de socialización. De forma general las disposiciones técnicas de los hipermedios y la forma en que la comunidad Olympo los apropia, deviene en espacios seguros donde pueden hablar y expresarse sin sentir presión por la exposición visual de su persona. A través de los hallazgos generados en la presente investigación se apunta que las comunidades desarrolladas a través de Discord disponen de características hipermediales que potencialmente pueden ser aprovechadas por personas introvertidas con la finalidad de comenzar a entablar relaciones sociales y mejorar sus habilidades de expresión personal.

4.5.4 Otros indicadores de capital social

Dentro de los hallazgos encontrados, también resaltan algunos otros aspectos relevantes alrededor las interacciones cotidianas dentro de la comunidad. Por ejemplo, algunas personas destacan el sentimiento de ser útil para los demás; de esta forma cada miembro adquiere un rol dentro de Olympo, el cual los representa e identifica ante los demás integrantes.

Mt: Yo los he apoyado en mejorar la competitividad, porque aunque eran buenos jugando, ellos eran muy desorganizados. Todos los jugadores tenían una habilidad, pero no lograban ser tan buenos juntos. Entonces yo les he ayudado bastante con eso; les conseguí un coach, un técnico, y un psicólogo. Kiren, por ejemplo, aprendió a llevarse bien con los demás y a no ser tóxico, porque ahora ya entiende que no está mal que las otras personas no jueguen a su nivel; él es muy muy bueno jugando.”

Hp: Todas las personas tienen roles y no sólo los del Discord, sino roles como personas. (...) Inconscientemente los tienen y sin esa persona la interacción no sería la misma. Todas las personas que entraron se fueron acoplando y empezaron a tener una función inconsciente dentro de nuestra familia de Olympo.”

En un segundo momento, es importante mencionar que así como se encontró una basta cantidad de indicadores de capital social a partir de las prácticas comunicativas, algunos participantes también ocasionalmente han tenido altercados, discusiones o desacuerdo entre

ellos. La mayor parte de las ocasiones surgen debido a sucesos que acontecen en las partidas de League of Legends, pero también en menor medida debido a malentendidos de carácter personal. Sin embargo, vale la pena resaltar que Happy como líder de la comunidad Olympto y administrador del servidor de Discord, tiene un papel mediador dentro de este tipo de discusiones. Pese a este tipo de situaciones, la convivencia dentro hipermedios lleva a generar de manera constante un ambiente más o menos estable y agradable para los miembros en donde se sienten en confianza para interactuar y participar.

Hp: Hemos tenido personas que por ratos les agarran sus momentos de toxicidad, pero ellos solo se dan cuenta. El 98 por ciento de las veces son ellos los que me buscan para platicarme del problema, pero mayormente ellos ya pidieron disculpas y resolvieron el problema.”

Asimismo, con base en la observación participante se puede apuntar que las interacciones entre los miembros de la comunidad son principalmente de carácter positivo y, como se mencionó desde un inicio, existe una natural cercanía entre aquellos miembros que comparten directamente intereses, gustos y objetivos en común (mediaciones cognoscitivas).

4.6 Apuntes finales del capítulo

Tomando en cuenta lo anterior, se puede concluir que las interacciones de las comunidades en línea son un fenómeno en donde inciden múltiples factores y mediaciones. De acuerdo al trabajo realizado, se resalta la relevancia e interdependencia que tienen los cuatro conceptos ya abordados en el capítulo 2: mediaciones, espacios hipermediales, prácticas comunicativas y capital social.

En este sentido, si bien todas las mediaciones inciden en la forma que los miembros se comunican y disponen de los hipermedios, resalta la importancia de las mediaciones cognoscitivas para generar un mayor tráfico y profundidad de prácticas comunicativas y, por consiguiente, la generación de capital social. En otras palabras, aquellas personas que comparten más gustos, pasatiempos, intereses y objetivos de vida en común, tendrán mayor interacción comunicativa y esto los llevará a generar relaciones personales de confianza, amistad y cooperación.

En el caso de los espacios hipermediales, es evidente la influencia e incidencia que tienen en las prácticas comunicativas y, por consiguiente, en las maneras que se gestan formas de capital social entre los miembros de una comunidad. En ese sentido, para poder establecer un análisis sobre este tipo de fenómenos, es relevante analizar en profundidad las características técnicas de los hipermedios.

Una reflexión relevante dentro del capítulo es que a pesar de que para la exposición de hallazgos se organizaron los datos obtenidos en torno a categorías (mediaciones, hipermedios, prácticas comunicativas y capital social), no se debe perder de vista la interrelación de cada uno de esos elementos. En conjunto, todos ellos generan una realidad teleológica en donde las personas interactúan y se relacionan.

Otro apunte relevante en torno a la correlación de los conceptos es que los hipermedios no sólo dan forma, sino que también son formados por las prácticas de los usuarios. Como se expuso en el apartado 4.3.4, los espacios hipermediales poseen características intrínsecas e inmanentes desde su programación, pero estas también serán adaptadas y apropiadas por los usuarios conforme a sus necesidades y mediaciones particulares. De esta forma, los resultados que se obtuvieron dentro de la comunidad Olympo podrán ser similares pero nunca iguales al de otra comunidad de videojugadores.

De la misma forma, es relevante comprender y entender a las comunidades de videojugadores en línea como un complejo entramado de elementos interrelacionados y que solamente a través de su análisis tecnocultural, se podrá generar una comprensión profunda sobre el mismo.

Por último, cabe mencionar que si bien los medios y entorno digitales (especialmente los videojuegos) se asocian comúnmente con el ocio y el entretenimiento, también es necesario dimensionarlos como espacios de comunicación con implicaciones relacionales que tienen impacto en las múltiples dimensiones de la vida de las personas. De esta manera, un videojuego y comunidades digitales, pueden llegar a cristalizarse como mediaciones necesarias e indispensables para la vida cotidiana y en sociedad de los seres humanos.

Conclusiones

A lo largo de las páginas anteriores se ha presentado el proceso y los hallazgos de una investigación que tiene por objetivo entender cómo se generan elementos relacionales positivos a través de las interacciones de los miembros pertenecientes a una comunidad digital desarrollada alrededor de un videojuego. En este sentido, para poder abordar y entender el fenómeno se ha descrito un marco epistemológico, teórico y metodológico a partir de una perspectiva socioantropológica-tecnocultural.

Es importante mencionar que los aportes de la presente tesis no sólo se refieren a los resultados obtenidos en el análisis del caso de estudio de la comunidad Olympto, sino que también residen en el recorrido seguido para la elaboración del marco teórico y metodológico. Como bien se mencionó desde un inicio, esta tesis se escribe con la finalidad de registrar y dar cuenta del proceso de investigación; de esta manera los consultantes pueden tener referencias del método que se siguió y no sólo de los resultados finales que se alcanzaron.

Siguiendo esta línea, en el primer capítulo se genera un estado del arte sobre las investigaciones previas y relacionadas con las prácticas comunicativas, los videojuegos y sus comunidades. Esta sección es la base de la investigación, pues se detectan necesidades y oportunidades epistemológicas para entender el fenómeno en la actualidad.

En un segundo momento, el capítulo dos se dedica a elaborar un marco teórico a partir de los siguientes conceptos: prácticas comunicativas, medios, hipermedios, videojuegos y capital social. El resultado de esta sección es un modelo teórico que se aplica posteriormente al análisis del caso de estudio. Vale la pena destacar que este capítulo representó un reto cognitivo relevante para el investigador, puesto que se interrelacionan y delimitan conceptos cercanos como prácticas culturales, prácticas sociales y prácticas comunicativas. Uno de los principales aportes de este capítulo es la propuesta teórica conceptual que deviene del trabajo documental realizado.

Posteriormente en el capítulo tres se exponen los apuntes de orden epistemológico y metodológico para el análisis. Dentro de este apartado se describen el corte y perspectiva de la investigación, los momentos de indagación, las técnicas utilizadas, los instrumentos que

se emplearon, los criterios de inclusión y exclusión, así como la descripción del caso de estudio.

Por último, en el capítulo cuatro se exponen de forma organizada los hallazgos resultantes del trabajo de campo. En este sentido, vale la pena mencionar que debido a la gran cantidad de información y datos recabados (y procesados) a través de la observación participante y las entrevistas en profundidad únicamente, se seleccionaron únicamente los resultados más relevantes en torno a los objetivos de la presente investigación.

Tomando en cuenta lo anterior, en este punto es posible y pertinente realizar una serie de apuntes finales sobre la tesis presentada. Si bien, se pueden consultar los detalles en cada una de las secciones mencionadas, a continuación se exponen reflexiones relevantes surgidas a partir de lo trabajado.

En un primer momento se puede confirmar y corroborar la hipótesis planteada en un inicio, la cual asevera que la generación de indicadores de capital social se cristaliza a partir de la articulación de sentido y de las diferentes formas de praxis comunicativa llevadas a cabo dentro de las comunidades de videojugadores en línea; las cuales son determinadas por mediaciones de diversos tipos (tecnológicas, digitales, institucionales, personales, culturales, etc.).

Si bien la confirmación de hipótesis es correcta, también es cierto que la aseveración es rebasada, pues diversos hallazgos evidenciaron la complementariedad de dicha afirmación. Los aspectos más relevantes se exponen a continuación.

- El primer elemento que modifica la tesis es que no todos los medios digitales son iguales e inciden de manera homogénea en las prácticas comunicativas de las personas, pues como se expuso en el capítulo 4, algunos espacios presentan características hipermediales que los usuarios apropia y disponen de formas diferentes.
- Los hipermedios continuamente suelen combinarse, fusionarse, sustentarse y complementarse unos a otros, formando espacios hipermediales complejos que inciden en las interacciones de las personas.

- Siguiendo la misma línea, los hipermedios no sólo influyen en las prácticas comunicativas y la generación de capital social, sino que también existe una mutua relación de incidencia. Como se expuso en el apartado anterior, los hipermedios son creados y diseñados con características particulares, pero al final son usados y apropiados con base en la mediaciones propias de las personas.
- Otro elemento que se puede matizar de la hipótesis es que si bien todas las mediaciones están involucradas en la generación de capital social en una comunidad de videojugadores, no todas tendrán la misma incidencia. En el caso de la comunidad Olympo, las mediaciones cognoscitivas resultaron ser las de mayor relevancia. Entre mayores gustos, pasatiempos, intereses y metas en común tengan los miembros, mayor posibilidad de construcción de sentido, interacción a través de prácticas comunicativas y generación de capital social existirá.
- Relacionado con esto, las prácticas comunicativas son el puente entre intersubjetividades, pero se basan en mediaciones significaciones comunes, en diversas ocasiones previas a la pertenencia de una comunidad.
- El lenguaje y los códigos en común desarrollados en los hipermedios son mediaciones culturales importantes en el aseguramiento y construcción de significados en común.
- De igual manera, los hipermedios y mediaciones inciden en la comprensión ontológica de los individuos y la realidad.
- Asimismo, se puede apuntar que los elementos de capital social más desarrollados a partir de las prácticas comunicativas en los espacios hipermediales se relacionan con la categoría relacional; es decir, que la confianza, los vínculos de cooperación, la reciprocidad y el trabajo conjunto por metas en común son los factores más frecuentes que se observa entre los miembros de la comunidad en línea.
- Un apunte relevante es que la pandemia de COVID-19 acentuó y profundizó la interacción en este tipo de comunidades y espacios hipermediales debido a las políticas de aislamiento social que se llevaron a cabo en diversos países.

En un segundo momento, es importante mencionar que aunque dentro de la hipótesis no se considera, también se puede afirmar que los hipermedios y la pertenencia a comunidades desarrolladas en torno al videojuego pueden llegar a cristalizarse como mediaciones necesarias e inherentes en la vida cotidiana de las personas. Un ejemplo de esto es que

algunos miembros manifestaron que la comunidad Olympo representa un pilar en su vida para poder desarrollarse en otros ámbitos.

De forma general, se puede vislumbrar que hoy en día el constante cambio de los medios digitales en conjunto con las formas de interacción y apropiación de las personas, provoca una hibridación y desdibujamiento entre los espacios digitales y los físicos. De esta manera, cada vez resulta más evidente la necesidad de incursionar en perspectivas que dimensiones y tomen en cuenta ambas dimensiones.

En el mismo orden de ideas, cabe mencionar que los espacios hipermediales y los videojuegos son objetos diseñados culturales con ontologías y significaciones propias. Justamente este trabajo parte de la necesidad de entender a los fenómenos desde su diseño y naturaleza inherente.

Cabe mencionar que en los futuros años seguramente surgirán nuevas plataformas e hipermedios a través de los cuales las personas construirán significaciones y llevarán a cabo interacciones personales. Prueba de esto es la tendencia y el reto de entender a los metaversos, sin embargo esta tesis plantea un aporte para llegar a comprender dichos fenómenos en sus diferentes áreas (culturales, políticas, publicitarias, institucionales, económicas, lúdicas, etc.)

De esta manera algunas oportunidades de investigación que se detectan en este momento versan sobre el análisis cada vez más interrelacionado entre los hipermedios y los procesos culturales. Si bien esta tesis plantea un análisis sobre una comunidad de videojugadores, vale la pena reflexionar también sobre otros videojuegos, otros espacios hipermediales y otras comunidades.

Apunte final del trabajo de investigación

Posiblemente uno de los mayores retos de la tesis reside en reflejar y retratar las emociones y experiencias de los miembros de la comunidad. Si bien se ha realizado una exposición puntual de los hallazgos de acuerdo a categorías, la esencia de Olympo no es capturada por completo (no se podría), pues como ya se ha expuesto, se trata de más que sólo vínculos y relaciones entre personas, sino historias de vida intrínsecamente relacionadas entre sí.

Los espacios hipermediales en la actualidad se constituyen como pilares en la vida cotidiana de las personas, en donde las relaciones que entablan tienen impacto en diferentes ámbitos sociales. Considero que si hay una frase que puede englobar el sentimiento de gran parte de los miembros respecto a sus comunidades en línea desarrolladas alrededor de los videojuegos, es la siguiente:

“Abrir el Discord es como regresar a casa: llegar y sentir que alguien te está esperando.”

-Wolf, miembro de la comunidad Olympo. Diciembre, 2022

Referencias

- Abt, C. C. (1987). *Serious Games*.
- Aceves, S. de las M. (2016). *La biblioteca mediateca Fernando del Paso como creadora de capital social*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Acosta Loarca, E. (2019). *La influencia de la Guerra Fría en los videojuegos: Cómo se ven relacionadas esta época de la historia y la industria de los videojuegos, desde sus inicios hasta hoy en día* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BGD3TE44JLJMACMSKPL-14863?func=full-set-set&set_number=222134&set_entry=000009&format=999
- Akiko, S., Hibiki, O., Akiyo, S., & Naoko, A. (2019). Male and Female Game Players' Preferences for Game Characters and Real-world Personalities in Japan. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_218.pdf
- Aldegani, E., & Cabañes, E. (2020). *El videojuego como dispositivo cultural*. 5, 71-83.
- Amador, J. (2015). *Comunicación y cultura: Conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación*.
- Anderson, S. L. (2017). Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams. *Game Studies*, 17(1).
<http://gamestudies.org/1701/articles/anderson>

- Annakaisa, K., & Outi, L. (2019). Sami Game Jam – Learning, Exploring, Reflecting and Sharing Indigenous Culture through Game Jamming. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_367.pdf
- Antonova, A. E., Jeffrey Wimmer, Manoella Oliveira dos Santos, Ekaterina Orlova, Irina Tribusean, Anna. (2018). Same but Different: A Comparative Content Analysis of Trolling in Russian and Brazilian Gaming Imageboards. *Game Studies*, 18(2). http://gamestudies.org/1802/articles/elmezeny_et_al
- ArsGames. (2021). *ArsGames*. ArsGames. <https://arsgames.net/>
- Ashton, G. (2020). Pringles to Offer League of Legends Rewards With LEC Partnership. *The Esports Observer*. <https://esportsoobserver.com/pringles-lec-partnership-2020/>
- Ávila Cruz, I. A. (2020). *Videojuegos como herramienta para mejorar la ejecución de nefroscopias flexibles en el Hospital de Especialidades Centro Médico Nacional La Raza*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bastian, K., Katharina, J., Marius, M., & Björn, N. (2019). The Comparative Self: Understanding the Motivation to Play and the Subsequent Video Game Use. *Digital Games Research Association DiGRA*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_181.pdf
- Batu, A., Nick, J., & Nathan, A. (2019). Exploring How Changes in Game Systems Generate Meaning. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International*

Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_195.pdf

Booshart, L., & Hellmueller, L. C. (2009). Pervasive Entertainment, Ubiquitous Entertainment. *Communication Research Trends*, 28(2 (abr-jun)), 3-25.

Boothroyd, A. (2017). *Games As Art*.

Bourdieu, P. (1973). Cultural Reproduction and Social Reproduction. En *Knowledge, Education, and Cultural Change*. Routledge.

Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 31(1), 2-3.

Bourdieu, P. (1984). El espacio social y la génesis de las clases. *Espacios*, 2, 24-35.

Bourdieu, P. (1987). Los Tres Estados del Capital Cultural. *Sociológica (México)*, 2(5), 11-17.

Bourdieu, P. (1988). El interés del sociólogo. En P. Bourdieu, *El campo intelectual, un mundo aparte* (pp. 108-114). Gedisa. <https://es.scribd.com/doc/93944679/Bourdieu-El-interes-del-sociologo>

Bourdieu, P. (2007a). *El sentido práctico*. Siglo XXI Editores.

Bourdieu, P. (2007b). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.

Bravo, S. (2006). Militainment, o cómo los medios de comunicación transforman la guerra en un entretenimiento. *Prensa y periodismo especializado III: Congreso Internacional Prensa y Periodismo Especializado (historia y realidad actual), Guadalajara, 4-6 de mayo de 2006*, Vol. 1, Tomo 1, 2006 (*Prensa y periodismo*

especializado III), ISBN 9788461137404, págs. 207-222, 207-222.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7658953>

Brendan, K. (2014). Spec Ops: The Line's Conventional Subversion of the Military Shooter. *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*. DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies, USA.

http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_55.pdf

Brincalepe, R. (2021). Mary Anning: Fossil collector, paleontologist, and heroic spirit. *Journal of Geek Studies*, 8(1), 19-32.

Cabañes, E., & García, D. (2015). *Postfenomenología y tecnociencia*.

Cabañes, E., Jaimen, N., Torres, M., Armero, A., & Ocampo, Q. (2018). *El aprendizaje en juego: Tecnoludismo para el pensamiento crítico*.

Cabañes, E., Monchan, J., García Martín, R., Kirkpatrick, G., Sicart, M., Frasca, G., Pedercini, P., Nissenbaum, H., Horton, M., & Adams, E. (2016). *Bit y aparte. Revista interdisciplinar de estudios videolúdicos. N°5*.

Cabañes, E., Oulton, M., Alvarez, J., García Martín, R., Cadiñanos, B., Belmonte, J., Mateos, D., Contreras, R., Eguía, J., Lacasa, P., Cortés, S., García-Pernía, M., Venegas Ramos, A., & Cabañes Martínez, R. (2014). *Bit y aparte. Revista interdisciplinar de estudios videolúdicos. N°1*.

Cabañes, E., & Rubio, M. (2013). *Gamestar(t): Pedagogías libres en la intersección entre el arte, la tecnología y los videojuegos*.

Cabañes, E., Velasco, E., Hernández, R., Sánchez, V., Monchan, J., Rubio-Tamayo, J., & Gonzalo, J. (2015). *Bit y aparte. Revista interdisciplinar de estudios videolúdicos. N°3*.

- Cadiñanos, B., García Martín, R., & San José Vieco, J. (2021). *Tom Clancy's The Division: Ideología y miedos de la derecha conservadora de Estados Unidos* (pp. 199-218).
- Calderón, L. (2016). *Tamaulipas, un estado emblemático en la lucha contra la violencia: Prácticas comunicativas en un ambiente de excepción* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/8K1S14MKDVM28IAIJ462IDJ291UTH1PES17R3CESFY2A3P2Q53-18568?func=full-set-set&set_number=226436&set_entry=000002&format=999
- Callahan, D. (2019). Don't Fear the Reapers, Fear Multiculturalism: Canadian Contexts and Ethnic Elisions in Mass Effect. *Game Studies*, 19(2).
<http://gamestudies.org/1902/articles/davidcallahan>
- Caridad, M. (1992). Una introducción a los sistemas de hipermedios. *Revista General de Información y Documentación*, 2(9).
<https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID9292120009A>
- Carpenter, T. P. A., Rachel. (2019). "Gotta Catch 'Em All"—Can Playing Pokémon Go Influence Mood and Empathy? *Game Studies*, 19(2).
<http://gamestudies.org/1902/articles/allowaycarpenter>
- Carrasquero, E. (2016). *El estado del arte o el estado de la cuestión: Tras la huella de prometeo*. Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Casper, H., Yetunde, F., & Sutherland, S. (2016). Sustainable Life Cycle Game Design: Mixing Games and Reality to Transform Education. *DiGRA/FDG '16 - Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG*. DiGRA/FDG '16 - Proceedings of the First International Joint Conference of DiGRA and FDG, Escocia. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_450.pdf

- Castellano, C. M. (2010). *Comunicar jugando: Los advergames a través del análisis de Americas Army*.
https://www.academia.edu/53876659/Comunicar_jugando_los_advergames_a_trav%C3%A9s_del_an%C3%A1lisis_de_Americas_Army
- Cedillo, M. P. (2017). *Resignificación de capital social para modificar comportamientos no ambientales en la comunidad de Temixco, Morelos*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Champion, E. (2013). *Game mods: Design, theory and criticism*. ETC Press.
- Chen, V., & Wu, Y. (2015). Group identification as a mediator of the effect of players' anonymity on cheating in online games. *Behaviour and Information Technology*, 34, 658-667. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2013.843721>
- Christine, T. (2019). Building a Gamer: Player Preferences and Motivations Across Gender and Genre. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix.
http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_242.pdf
- CIU. (2020). *Industria de Videojuegos en México en 2020*. The CIU.
<https://www.theciu.com/publicaciones-2/2021/3/22/industria-de-videojuegos-en-mxico-en-2020>
- CIVE. (2021). *CIVE – Grupo Alfas*. <http://grupoalfas.com/cive/>
- Coleman, J. S. (2001). Capital social y creación de capital humano. *Zona abierta*, 94, 47-81.

- Colobrans, J. (2018). La tecnoantropología como profesión: Antropólogos en el mundo de la innovación. En A. Serra, M. Matus, & J. Colobrans, *Cultura, diseño y tecnología: Ensayos de tecnoantropología* (pp. 67-94). Colef.
- Cook, C. (2019). Between a Troll and a Hard Place: The Demand Framework's Answer to One of Gaming's Biggest Problems. *Media and Communication*, 7, 176.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2347>
- Cornejo Hernández, A. (coord). (2018). *Prácticas comunicativas y refiguraciones políticas en tiempos inciertos*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica.
<http://repositorio.cesmeca.mx/handle/11595/923>
- Corvos, C., Bizzozero Peroni, B., Pintos-Toledo, J., Fernández Giménez, S., & Brazo-Sayavera, J. (2020). Beneficios de los videojuegos activos sobre parámetros de aptitud física relacionada con la salud: Un comentario en tiempos de cuarentena. *REVISTA MEDICA DEL URUGUAY*, 36, 431-435.
<https://doi.org/10.29193/RMU.36.4.11>
- Cote, A., Coles, S., & Cin, S. (2021). The interplay of parenting style and family rules about video games on subsequent fighting behavior. *Aggressive Behavior*, 47, 135-147. <https://doi.org/10.1002/ab.21931>
- Coulter-Smith, G., & Coulter-Smith, L. (2006). Art Games: Interactivity and the Embodied Gaze. En *Technoetic Arts: A Journal of Speculative Research* (Vol. 4, pp. 169-182).
<https://doi.org/10.1386/tear.4.3.169/1>
- Crawford, C. (2003). *Chris Crawford on game design*. New Riders.
- Crawford, C. (2005). *Chris Crawford on interactive storytelling*. New Riders.

- Crovi, D. (Ed.). (2018). *Prácticas comunicativas en entornos digitales* (Ediciones La Biblioteca).
- Crovi, D. (2020). *Para leer la apropiación digital: Una transformación de las prácticas culturales*. Tintable.
- Cruz Parceró, L. M. (2018). *Del clientelismo al capital social: Puentes para una ciudadanía en democracia* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-30564?func=full-set-set&set_number=225261&set_entry=000005&format=999
- Cuenca, D. (2014a). *Mediaciones como instancias socioculturales que atraviesan y dan sentido a los procesos comunicativos* [David Cuenca Orozco].
<http://davidcuencaorozco.blogspot.com/2014/06/mediaciones-como-instancias.html>
- Cuenca, D. (2014b). *Mediaciones presentes en la articulación de sentido de los hard core gamers a través de su práctica con los videojuegos*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cuenca, D. (2021a). Reflexiones sobre la cultura desde su perspectiva simbólica. *David Cuenca Orozco*. <http://davidcuencaorozco.blogspot.com/2014/06/reflexiones-sobre-la-cultura-desde-su.html>
- Cuenca, D. (2021b). Videojuegos y prácticas comunicativas digitales. Rumbo a la construcción epistemológica del juego de video como medio de comunicación. En *Transformaciones mediáticas y comunicacionales en la era posdigital*. RIA Editorial.
- Cuenca Orozco, D. (2018). *Análisis del proceso inmersivo en los entornos virtuales interactivos del videojuego de realidad aumentada* [Universidad Nacional

Autónoma de México].

https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-31470?func=full-set-set&set_number=224262&set_entry=000004&format=999

Cuenca-Orozco, D. (2018). GAME STUDIES: Entornos virtuales e inmersión en los videojuegos [2]. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, 10(20), 14-26.

Daniel, M., & Garry, C. (2018). *Video Games As Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315622743>

De Santis Piras, A., Armendáriz González, D. A., De Santis Piras, A., & Armendáriz González, D. A. (2020). Jugando a la Pandemia entre los newsgames y la simulación lúdica. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(3), 123-140.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07052020000300123>

Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., & Murdock, G. (2021). *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. Bloomsbury Publishing USA.

Dicks, B., Mason, B., Coffey, A., & Atkinson, P. (2005). *Qualitative Research and Hypermedia: Ethnography for the Digital Age*.

Discord. (2023a). *¿Cuáles son los requisitos del sistema para Discord?* Discord.
<https://support.discord.com/hc/es/articles/213491697--Cu%C3%A1les-son-los-requisitos-del-sistema-para-Discord->

Discord. (2023b). *Sobre Discord*. Discord Company. <https://discord.com/company>

Dom, F. (2019). Beyond the Wall: The Boundaries of the Neomedieval Town in Singleplayer Roleplaying Games. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA*

- International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_97.pdf
- Drago, M. (2021). Using How to Train Your Dragon to teach about endangered species, the scientific method, and popularization of science. *Journal of Geek Studies*, 8(1), 32-35.
- Duke, R. D. (1974). *Gaming: The future's language*. Sage Publications; [distributed by] Halsted Press, New York.
- Duke, R. D., & Geurts, J. L. A. (2004). *Policy games for strategic management: Pathways into the unknown*. Dutch University Press.
- Elina, K., Kati, A., Dale, L., & Janne, P. (2019). Middle-aged Players' Memorable Experiences with Pokémon GO. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_403.pdf
- Emma, W., Hannah, E., & Alexandra, L. (2014). Feminist Art Game Praxis. *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*. DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies, USA. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_235.pdf

- Enter.co. (2014). *Las velocidades mínimas de conexión para los juegos del momento*.
Enter.co. <https://www.enter.co/especiales/entretenimiento-inteligente/las-velocidades-minimas-de-conexion-para-los-juegos-del-momento/>
- Erik, C. (2009). Keeping It Reel: Is Machinima A Form Of Art? *DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*. DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory, Londres. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09291.09190.pdf>
- Etimologías de Chile. (2021). *Practicar* [Etimologías de Chile]. Etimologías de Chile - Diccionario que explica el origen de las palabras.
<http://etimologias.dechile.net/?practicar>
- Expansión. (2021). *LoL Worlds 2021 bate récords de audiencia y llega a 4 millones de espectadores*. Expansión. <https://expansion.mx/tecnologia/2021/11/08/lol-worlds-2021-bate-records-de-audiencia-y-llega-a-4-millones-de-espectadores>
- Farías, P. (2018). The effect of advergames, banners and user type on the attitude to brand and intention to purchase. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20, 194-209.
<https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i2.3784>
- Fernandez-Piqueras, R., Guerrero Valverde, E., Ros, C., & Cifuentes, Sara. (2020). *Innovando en el aula universitaria: Motivación del alumnado sobre la gamificación de un proyecto interdisciplinar* (pp. 624-633).
- Fernandez-Piqueras, R., Guerrero Valverde, E., Ros, C., & Cifuentes, S. (2020). *INNOVANDO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA A TRAVÉS DE UN PROYECTO GAMIFICADO. Guía de buenas prácticas para gamificar en tu aula*.

Fiesler, B. D., Jed Brubaker, Casey. (2018). “theyre all trans sharon”: Authoring Gender in Video Game Fan Fiction. *Game Studies*, 18(3).

http://gamestudies.org/1803/articles/brubaker_dym_fiesler

Folkerts, & Jef. (2011). Video Games, Walking the Fine Line between Art and Entertainment. *DiGRA '11 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*. DiGRA '11 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play, Holanda. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11310.23148.pdf>

Franziska, R., & Ahmed, E. (2019). Me, myself and others: Connecting player identification to gaming social capital. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_15.pdf

Fuchslocher, A., Niesenhaus, J., & Krämer, N. (2011). Serious games for health: An empirical study of the game “Balance” for teenagers with diabetes mellitus. *Entertainment Computing*, 2(2), 97-101.

<https://doi.org/10.1016/j.entcom.2010.12.001>

Fukuyama, F. (1996). *Confianza (Trust): Las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad*. Editorial Atlántida.

Galicia, E. G. (2019). *Análisis del discurso ideológico de «lo occidental» en el videojuego histórico. Caso la saga Assassin's Creed* [Universidad Nacional Autónoma de México].

<http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/LKCGRRYF6DAVPJIDRHHJJH1R8U1G3IEI2F>

2DF9C68TIG9NGD4F-32433?func=find-
b&request=emmanuel+galicia+mart%C3%ADnez&find_code=WRD&adjacent=N
&local_base=TES01&x=0&y=0&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_c
ode_3=WYR&filter_request_3=

Galicia Martínez, E., & Frías, J. (2019). *Los videojuegos históricos como herramientas para la educación crítica: Caso Assassin's Creed* (L. Garay, Ed.; pp. 129-148).

Galicia Martínez, E., & Frías, J. (2021). *El videojuego como herramienta de ludificación para ayudar a los niños a controlar el sobrepeso*. (pp. 111-124).

Galicia Martínez, E., & Gracia Vazquez, A. (2021). *Hermenéutica del videojuego político en la 4T. AMLO vs La Mafia del Poder*.

<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34581.24801>

Galicia Martínez, E., & Rivera Mata, R. (2020). *Estrategias de advergaming como experiencia de usuario. Caso Asphalt 8: Airborne*.

Garcés Montoya, Á. (2011). Juventud y comunicación Reflexiones sobre prácticas comunicativas de resistencia en la cultura hip hop de Medellín. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 92-112.

García Martínez, A. (2016). *Efecto del uso intensivo de videojuegos en las funciones del yo* [Universidad Nacional Autónoma de México].

[https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BG
D3TE44JLJMACMSKPL-43661?func=full-set-
set&set_number=222200&set_entry=000037&format=999](https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BGD3TE44JLJMACMSKPL-43661?func=full-set-set&set_number=222200&set_entry=000037&format=999)

Garfias Frías, J. Á. (2011a). *El ritual del videojuego en línea, una estrategia para la reproducción de la industria: Análisis de Gears of war y Street Fighter IV* [Universidad Nacional Autónoma de México].

https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-35425?func=full-set-set&set_number=224368&set_entry=000028&format=999

Garfias Frías, J. Á. (2011b). *El ritual del videojuego en línea, una estrategia para la reproducción de la industria: Análisis de Gears of war y Street Fighter IV* [Universidad Nacional Autónoma de México].

https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-35425?func=full-set-set&set_number=224368&set_entry=000028&format=999

Garfias, J. A. (2006). *Mitologías para el consumo global de videojuegos: Análisis de Zelda, Halo y Metal Gear*.

Geertz, C. (1996). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.

Giménez, G. (2005a). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Secretaría de Cultura/Sistema de Información Cultural.

https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=70

Giménez, G. (2005b). *Teoría y análisis de la cultura*.

<http://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/5035>

Gómez, M. (2015). El estado del arte: Una metodología de investigación. *Revista colombiana en Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442.

Gonzaga, L., & Borges, V. (2019). SuperAves: A collectible card game about bird biodiversity. *Journal of Geek Studies*, 6(2), 152-155.

González, C., & Francés, M. T. (2011). El videojuego como soporte publicitario: Una aproximación al estudio del advergaming en las marcas de alimentación dirigidas al público infantil en España. *Pensar la Publicidad*, 5, 223-247.

- Grethe, M., & Andy, C. (2003). Videogame art: Remixing, reworking and other interventions. *DiGRA '03 - Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up*. DiGRA '03 - Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up, Finlandia. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/05163.36114.pdf>
- Guerra-Antequera, J., Antequera-Barroso, J., & Revuelta-Domínguez, F. (2020). *El videojuego Portal 2 como herramienta de aprendizaje viso-espacial, lógico-matemático y geométrico. Resultado de un estudio de caso en el Grado de Infantil*. (pp. 610-619).
- Gutiérrez, A. B. (2005). *Las prácticas sociales: Una introducción a Pierre Bourdieu*. Ferreyra Editor.
- Gutiérrez, I. (2018). *La perspectiva de género en niños de 10-12 años en el acercamiento, uso y repercusiones de los videojuegos: Una propuesta para impulsar el autoregulamiento* [Universidad Nacional Autónoma de México]. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-10845?func=full-set-set&set_number=224103&set_entry=000024&format=999
- H3CZ, NaDeSHot, Scump, BigTymer, Midnite, J, O., & Fwiz. (2016). *OpTic Gaming: The Making of eSports Champions*.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
- Hao, W., Yu-Chun, R., Sheng-Yi, H., & Chun-Tsai, S. (2019). Effects of Game Design Features on Player-Avatar Relationships and Motivation for Buying Decorative Virtual Items. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International*

- Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_161.pdf
- Hart, C. (2017). Getting Into the Game: An Examination of Player Personality Projection in Videogame Avatars. *Game Studies*, 17(2). <http://gamestudies.org/1702/articles/hart>
- Heritage, F. (2020). Applying corpus linguistics to videogame data: Exploring the representation of gender in videogames at a lexical level. *Game Studies*, 20(3). http://gamestudies.org/2003/articles/heritage_frazer
- Hidalgo, J. (2021). Pensar la hipermediatización en tiempos de Covid-19. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1, 17-30. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i148.4654>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic, An imprint of Bloomsbury Publishing Plc.
- Hochman, N., & Manovich, L. (2013). Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. *First Monday*, 18. <https://doi.org/10.5210/fm.v18i7.4711>
- Howard, P. (2002). Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods. *New Media & Society*, 4(4), 550-574. <https://doi.org/10.1177/146144402321466813>
- Huizinga, J. (2016). *Homo ludens*. Alianza Editorial.
- Ian, B. (2005). Frame and Metaphor in Political Games. *DiGRA '05 - Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing Views: Worlds in Play*. DiGRA '05 - Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing Views:

- Worlds in Play, Canadá. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06276.36533.pdf>
- Ibañez, A. M. (2017). Art games: Medios digitales artísticos interactivos para la educación. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 19, 47-69.
- Ibarra Ibarra, A. (2019). *Los videojuegos y la representación de nociones nacionales tradicionales sobre la libertad individual: El caso de Bioshock y la crítica a la libertad individual estadounidense*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- IJzerman, H., Lewis, N., Przybylski, A., Weinstein, N., DeBruine, L., Ritchie, S., Vazire, S., Forscher, P., Morey, R., Ivory, J., & Anvari, F. (2020). Use caution when applying behavioural science to policy. *Nature Human Behaviour*, 4, 1-3. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-00990-w>
- ISAGA. (2021). *Call for Papers – ISAGA 2021*. Call for Papers – ISAGA 2021. <http://www.isaga2021.com/programme/call-for-papers/>
- Jiménez, M. S. (2009). *La construcción del estado del arte en la formación para la investigación en el posgrado en educación*.
- Knapp, M. (1994). *La comunicación no verbal: El cuerpo y el entorno*. Paidós.
- Kneer, J., & Ward, M. (2020). With a rebel yell: Video gamers' responses to mass shooting moral panics. *New Media & Society*, 23, 146144481990113. <https://doi.org/10.1177/1461444819901138>
- Kortmann, R., & Peters, V. (2017). *Demystifying the unseen helmsman. Towards a competency model for game facilitators*.
- Kozinets, R. (2019). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd edition). SAGE Publications.

- Lázaro, X. del P. (2014). *Análisis del discurso de estudiantes de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán para conocer la significación de género: Seminario Taller Extracurricular de Titulación: prácticas comunicativas, producción, circulación y consumo de bienes culturales* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiuam.dgb.unam.mx/F/8K1S14MKDVM28IAIJ462IDJ291UTH1PES17R3CESFY2A3P2Q53-22244?func=full-set-set&set_number=226463&set_entry=000005&format=999
- League of Legends. (2021). *Actualización de los requisitos mínimos y recomendados para LoL y TFT - League of Legends*. Riot Games.
<https://www.leagueoflegends.com/news/game-updates/updated-min-and-recommended-specs-for-lol-tft/>
- Lee, M., & Youn, S. (2008). Leading National Advertisers' Uses of Advergaming. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 30(2), 1-13.
<https://doi.org/10.1080/10641734.2008.10505243>
- Lee, Y.-H. (2019). Older adults' digital gameplay, social capital, social connectedness, and civic participation. *Game Studies*, 19(1). <http://gamestudies.org/1901/articles/lee>
- Legeren, B., & Crespo-Pereira, V. (2019). *Framework for the Adaptation of the Characteristics of the Rhetoric to the Construction Elements of the Video Game* (p. 5). <https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760939>
- Lerner, J. (2014). *Making democracy fun: How game design can empower citizens and transform politics*. MIT Press.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós.

- Levis-Czernik, D. S. (1997). *Los Videojuegos, un fenómeno de masas: Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Paidós.
- Longoria Aguilar, M. I. (2020). *El impacto de los videojuegos en las emociones y conducta en niños de 6 a 12 años*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- López Novelo, R. A. (2011). *La construcción del capital social en las redes sociales en internet: Discutamos México en Facebook* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-25986?func=full-set-set&set_number=225177&set_entry=000001&format=999
- Lozano, J. C. (2010). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación.
- Lozano, J. M. (2004). *Historia de la cultura*. Publicaciones Cultural.
- Luna, L. (2004). El diseño de interfaz gráfica de usuario para publicaciones digitales. *Revista Digital Universitaria*, 5(7).
<https://www.revista.unam.mx/vol.5/num7/art44/art44.htm>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós Ibérica.
- Marce, A. (2018). *Inclusión y exclusión femenina en la industria mundial de los videojuegos, 2012-2016* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-06362?func=full-set-set&set_number=223864&set_entry=000027&format=999

- Marcus, T., & Henrik, E. (2019). A Taxonomy of Game Engines and the Tools that Drive the Industry. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_164.pdf
- Marín, I., & Hierro, E. (2013). *Gamificación: El poder del juego en la gestión empresarial y la conexión con los clientes*. Empresa Activa.
- Martijn, V. Z. (2011). Danger Close: Contesting Ideologies and Contemporary Military Conflict in First Person Shooters. *DiGRA '11 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*. DiGRA '11 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play, Holanda. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11312.17439.pdf>
- Martín, M. (2008). *La mediación social*. Akal.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (1993). La comunicación en las transformaciones del campo cultural. *Alteridades*, 3, 59-68.
- Martín-Barbero, J. (2006). A Latin American perspective on communication/cultural mediation. *Global Media and Communication*, 2, 279-297. <https://doi.org/10.1177/1742766506069579>
- Martínez Mendoza, E. (2019). *El dolor y el asco como factores de la experiencia estética en la saga de videojuegos Silent Hill* [Universidad Nacional Autónoma de México]. <https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BG>

D3TE44JLJMACMSKPL-26688?func=full-set-
set&set_number=222200&set_entry=000014&format=999

Marzal, M. M. (2016). *Historia de la antropología*.

<http://www.digitaliapublishing.com/a/58970/>

Masanori, F., Jun, M., Yuji, S., Jo, H., & Tsukasa, H. (2020). A Study on the Relationship between Motivation for Gaming and Creativity in Students who Major in Video Games Development or Design. *DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere*. DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere, Finlandia.

[http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-
library/DiGRA_2020_paper_90.pdf](http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2020_paper_90.pdf)

Masanori, F., Takeshi, I., Jo, H., & Yuji, S. (2019). *The Relationship between Prior Gaming Experience and Consciousness of Computer Programming or Social Views on Information: An Empirical Study of High School Students in Japan*.

[http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-
library/DiGRA_2019_paper_64.pdf](http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_64.pdf)

Mason, J. (2013). Video Games as Technical Communication Ecology. *Technical Communication Quarterly*, 22(3), 219-236.

<https://doi.org/10.1080/10572252.2013.760062>

Matilda, S., & Iain, D. (2020). Exploring in-game military identities within CS:GO. *DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere*.

DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere, Finlandia. [http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-
library/DiGRA_2020_paper_81.pdf](http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2020_paper_81.pdf)

- Matus, M. (2018). Fundamentos epistemológicos y práctica futura de la tecnoantropología. En A. Serra, M. Matus, & J. Colobrans, *Cultura, diseño y tecnología: Ensayos de tecnoantropología* (pp. 45-65). Colef.
- Matus, M., Colobrans, J., & Serra, A. (2018). *Cultura, diseño y tecnología: Ensayos de tecnoantropología*. COLEF.
- Max-Neef, M. A. (2005). Foundations of transdisciplinarity. *Ecological Economics*, 53(1), 5-16. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.01.014>
- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies: Games in culture*. SAGE.
<http://site.ebrary.com/id/10313216>
- Meier, K. (2018). Journalism meets games: Newsgames as a new digital genre. Theory, boundaries, utilization. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7, 429-444.
https://doi.org/10.1386/ajms.7.2.429_1
- Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., Meso Ayerdi, K., Mendiguren, T., Pérez Dasilva, J., & Meso Ayerdi, K. (2020). Actitud ante las Fake News: Estudio del caso de los estudiantes de la Universidad del País Vasco. *Revista de Comunicación*, 19(1), 171-184. <https://doi.org/10.26441/rc19.1-2020-a10>
- Mike, T. (2009). Newsgames – Procedural Rhetoric Meets Political Cartoons. *DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*. DiGRA '09 - Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory, Londres. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09300.09505.pdf>

- Molyneux, L., Vasudevan, K., & Gil de Zúñiga, H. (2015). Gaming Social Capital: Exploring Civic Value in Multiplayer Video Games. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 381-399. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12123>
- Mora, J. (2009). *La interfaz hipermedia: El paradigma de la comunicación interactiva*. Fundación Autor. <http://catalog.hathitrust.org/api/volumes/oclc/852896014.html>
- Moreno, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías: El relato hipermedia*. Paidós.
- Moreno, I. (2012). Narrativa Hipermedia y Transmedia. *Creatividad y discursos hipermedia*, 2012, ISBN 978-84-15463-44-3, págs. 21-40, 21-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4130277>
- Moreno, I. A. (2019). *La influencia de los valores y antivalores que subyacen en la narrativa de los videojuegos violentos en los adolescentes: Una reflexión pedagógica* [Universidad Nacional Autónoma de México]. https://tesiumam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-04145?func=full-set-set&set_number=223864&set_entry=000015&format=999
- Mountfort, P., Peirson-Smith, A., & Geczy, A. (2019). Cosplay at Armageddon Expo*. *Journal of Geek Studies*, 6(2), 91-110.
- Muriel, D. (2018). *Identidad gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*.
- NewZoo. (2020). *2020 Global Games Market Report* (Global Games Market Report, p. 31). NewZoo. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2020-light-version/>
- NewZoo. (2022). *Newzoo's Global Games Market Report 2022*. NewZoo. <https://newzoo.com/global-games-market-reports>

- Novelo, R. (2021). *Ocio y entretenimiento en el contexto digital*. Gedisa.
https://www.elsotano.com/libro/ocio-y-entretenimiento-en-el-contexto-digital_10599676
- Núñez-Barriopedro, E., Sanz-Gómez, Y., & Ravina-Ripoll, R. (2020). Los videojuegos en la educación: Beneficios y perjuicios. *Revista Electrónica Educare*, 24(2), 240-257.
- Orozco, G. (1991). La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias. *Comunicación y Sociedad*, 10, 107-128.
- Ortega, A. G., & Avilés, J. A. G. (2018). Calidad informativa y lúdica de los newsgames: El caso de Persuasive Games. *Post-periodismo: nueva realidad, viejas incertidumbres : Libro de Actas del XXIV Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*, 2018, ISBN 978-84-17449-52-0, págs. 113-135, 113-135. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7285554>
- P, Z. J. (2014). Understanding Japanese Games Education. *DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies*. DiGRA '13 - Proceedings of the 2013 DiGRA International Conference: DeFragging Game Studies, USA. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/paper_121.pdf
- Parreño, J. M. (2010). *Marketing y videojuegos: Product placement, in-game advertising y advergaming*. <https://elibro.net/ereader/elibrodemo/119663>
- Payne. (2014). War Bytes: The Critique of Militainment in Spec Ops: The Line. *Critical Studies in Media Communication*, 31.
<https://doi.org/10.1080/15295036.2014.881518>
- (PDF) *Kawaii Killers and Femme Fatales: A Textual Analysis of Female Characters Signifying Benevolent and Hostile Sexism in Video Games*. (s. f.). Recuperado 28 de

abril de 2021, de

https://www.researchgate.net/publication/338857287_Kawaii_Killers_and_Femme_Fatales_A_Textual_Analysis_of_Female_Characters_Signifying_Benevolent_and_Hostile_Sexism_in_Video_Games

Pearce, C., Boellstorff, T., & Nardi, B. A. (2009). *Communities of Play: Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds*.

Pelurson, G. (2018). Mustaches, Blood Magic and Interspecies Sex: Navigating the Non-Heterosexuality of Dorian Pavus. *Game Studies*, 18(1).

http://gamestudies.org/1801/articles/gaspard_pelurson

Pérez, D. (2020). The biological basis of Marvel Comics mutants. *Journal of Geek Studies*, 7(2), 85-96.

Pérez-Latorre, Ó. (2019). Post-apocalyptic Games, Heroism and the Great Recession.

Game Studies, 19(3). <http://gamestudies.org/1903/articles/perezlatorre>

Peters, V., Vissers, G., & Meer, F.-B. (1997). *Debriefing Depends on Purpose*.

Peters, V., & Westelaken, M. (2011). *Simulation games and a management approach: Thinking in systems*. Samen spraak spelsimulaties.

Peters, V., & Westelaken, M. (2014). *Simulation games—A concise introduction to the design process*. Samen spraak spelsimulaties.

<https://doi.org/10.13140/2.1.4259.1367>

Peters, V., Westelaken, M., & Everwijn, H. (2014). *The evaluation of a discipline: A framework for evaluating simulation games*. (pp. 168-186).

Pink, S., & Horst, H. (2019). *Etnografía digital*. Ediciones Morata, S.L.

<https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=5885637>

- Pozo, T. (2018). *Queer Games After Empathy: Feminism and Haptic Game Design Aesthetics from Consent to Cuteness to the Radically Soft*. *Game Studies*, 18(3).
<http://gamestudies.org/1803/articles/pozo>
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Quandt, T., Looy, J., Vogelgesang, J., Elson, M., Ivory, J., Consalvo, M., & Mäyrä, F. (2015). Digital Games Research: A Survey Study on an Emerging Field and Its Prevalent Debates. *Journal of Communication*, 65.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12182>
- Quintana, Y., & García, O. (2018). *Serious games for health: Mejora tu salud jugando*.
- R, W., Ramos, O., Gómez, A., & Sandoval, A. (2021). Los videojuegos: Una herramienta lúdica en la salud mental de adultos mayores. *REDIIS / Revista de Investigación e Innovación en Salud*, 4, 152-161. <https://doi.org/10.23850/rediis.v4i4.3673>
- Ramírez, E. T. (2020). *Los videojuegos y su relación con la ansiedad en la adolescencia* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-02018?func=full-set-set&set_number=223832&set_entry=000006&format=999
- Ramírez, J. A. (2018). *Videojuegos en el contexto de violencia social en México: Prácticas sociales, usos y apropiaciones de jóvenes jugadores mexicanos en Grand Theft Auto V* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-40797?func=find-b&local_base=TES01&request=+pr%C3%A1cticas+sociales%2C+usos+y+apropia

ciones+de+j%C3%B3venes+jugadores+mexicanos+en+Grand+Theft+Auto+V&find_code=WRD&adjacent=N&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=

Ratan, R., Fordham, J., Leith, A., & Williams, D. (2019). Women Keep it Real: Avatar Gender Choice in League of Legends. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0302>

Regil, L. (2001). *La caverna digital: Hipermedia: orígenes y características*. UPN, Dirección de Investigación.

Reitman, J. G., Anderson-Coto, M. J., Wu, M., Lee, J. S., & Steinkuehler, C. (2020). Esports Research: A Literature Review. *Games and Culture*, 15(1), 32-50. <https://doi.org/10.1177/1555412019840892>

René, G., & Jasper, van V. (2019). The politics of game canonization: Tales from the frontlines of creating a national history of games. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_339.pdf

Reynaga Morales, A. (2014). *Redes de comunicación en alianzas intersectoriales: Una perspectiva desde el capital social* [Universidad Nacional Autónoma de México]. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-21652?func=full-set-set&set_number=225086&set_entry=000018&format=999

Richards, P. W. (2020). *Esports in Education: Exploring Educational Value in Esports Clubs, Tournaments and Live Video Productions*.

- Rocha, C. A. (2020). Las prácticas comunicativas como prácticas de producción y reproducción del campo de la comunicación. *Revista Interacción CCEA*, 61.
<https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/las-practicas-comunicativas-como-practicas-de-produccion-y-reproduccion-del-campo-de-la-comunicacion>
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. MIT Press.
- Ross, B. (2019). Co-Constructing Virtual Identities: Insights from Linguistic Analysis. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón.
http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_99.pdf
- Rothenbuhler, E., & Coman, M. (2005). *Media Anthropology*.
<https://doi.org/10.4135/9781452233819>
- Rozo, A. C. (2016). Prácticas comunicativas en contexto, para un conocimiento otro de las tecnologías. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131, 181-198.
- Ruíz, K., Quezada, L., & Parra, G. A. Í. (2019). Comunidades virtuales (fandoms) de videojuegos y su interacción: League of Legends Ecuador. *Cumbres*, 5(1), 83-98.
- S, J. R., & Zino, D. (2019). Discourse at play: Construction and professionalism of video-based game reviews. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_86.pdf
- Salmond, M. (2018). *Diseño de videojuegos: De amateur a pro*.

- Salvador, R. (2015). Egyptian mythology in the Shin Megami Tensei: Persona games. *Journal of Geek Studies*, 2(2), 8-32.
- Salvador, R. (2019). The Climate Trail: How to survive the climate apocalypse – Journal of Geek Studies. *Journal of Geek Studies*, 6(2), 141-144.
- Salvador, R. (2020). Ancient Egyptian royalty in Fate/Grand Order. *Journal of Geek Studies*, 7(2), 131-148.
- Sánchez, A. A. (2020). *Las prácticas comunicativas y las medidas de protección ante episodios de violencia e inseguridad pública en Ecatepec de Morelos* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiuam.dgb.unam.mx/F/8K1S14MKDVM28IAIJ462IDJ291UTH1PES17R3CESFY2A3P2Q53-17218?func=full-set-set&set_number=226426&set_entry=000001&format=999
- Sánchez Rodríguez, M. T. (2017). *Implementación de videojuegos como método de aprendizaje en las materias de historia y física a nivel de segundo año de secundaria* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiuam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BGD3TE44JLJMACMSKPL-40264?func=full-set-set&set_number=222200&set_entry=000034&format=999
- Sangüesa, R. (2013). La tecnocultura y su democratización: Ruido, límites y oportunidades de los Labs. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 8(23), 259-282.
- Santiago, A. (2021, junio 1). *League of Legends alcanza las 40 mil millones de visualizaciones en Twitch, y otros juegos en el top 5*. Hobbyconsolas.

<https://www.hobbyconsolas.com/noticias/league-legends-alcanza-40-mil-millones-visualizaciones-twitch-otros-juegos-top-5-875515>

- Sautu, R. (Ed.). (2005). *Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología* (1. ed). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Scolari, C. (2013). *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Sedeño, A. (2010). Videojuegos como dispositivos culturales: Las competencias espaciales en educación. *Comunicar*, 17(34), 183-189. <https://doi.org/10.3916/C34-2010-03-18>
- Serra, A. (1992). *Design culture. An ethnographic study about the research projects of the School of Computer Science of CMU, an american computer-intensive campus* [Tesis doctoral, Universidad de Barcelona]. <http://people.ac.upc.edu/artur/CMUdesignculture.html>
- Sicart, M. (2008). *Newsgames: Theory and Design* (p. 33). https://doi.org/10.1007/978-3-540-89222-9_4
- Siitonen, J. A., Marko. (2018). Why Do Players Misuse Emotes in Hearthstone? Negotiating the Use of Communicative Affordances in an Online Multiplayer Game. *Game Studies*, 18(2). http://gamestudies.org/1802/articles/arjoranta_siitonen
- Stahl, R. (2009). *Militainment, Inc.: War, Media, and Popular Culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203879603>
- Statista. (2023a). *Discord global MAU 2023*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1367908/discord-mau-worldwide/>

- Statista. (2023b). *Discord users by age 2022*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/1327674/discord-user-age-worldwide/>
- Sterczewski, P. (2016). This Uprising of Mine: Game Conventions, Cultural Memory and Civilian Experience of War in Polish Games. *Game Studies*, 16(2).
<http://gamestudies.org/1602/articles/sterczewski>
- Super Data. (2020). *2020 Year in Review. Digital Games and Interactive Media*. (p. 23).
 Super Data. <https://www.superdataresearch.com/2020-year-in-review>
- Švelch, J. (2020). Paratextuality in Game Studies: A Theoretical Review and Citation Analysis. *Game Studies*, 20(2). http://gamestudies.org/2002/articles/jan_svelch
- Tekinbaş, K. S., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play [recurso electrónico]: Game design fundamentals*. The MIT Press.
<http://eza.udesa.edu.ar/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2517892>
- The CIU. (2022). *#DíaDelGamer2022: Industria de Videojuegos en México #JugarNoEsCosaDeNiños*. The CIU. <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/8/29/dadelgamer2022-industria-de-videojuegos-en-mxico-jugarnoescosadenios>
- Thompson, J. B. (1998). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Tompkins, J., Lynch, T., Driel, I., & Fritz, N. (2020). Kawaii Killers and Femme Fatales: A Textual Analysis of Female Characters Signifying Benevolent and Hostile Sexism in Video Games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64, 1-19.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1718960>

- Top.gg. (2023). *Discord Bots / The #1 Discord Bot List*. Top.Gg. <https://top.gg/>
- Torres, D. (2019). *Generación procedural de niveles con ajuste de dificultad para videojuegos del género de plataformas* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-12426?func=full-set-set&set_number=223864&set_entry=000016&format=999
- Urban, A. M. (2015). *Prácticas comunicativas e intereses comunes de los usuarios de la red social en línea Facebook* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/8K1S14MKDVM28IAIJ462IDJ291UTH1PES17R3CESFY2A3P2Q53-11700?func=full-set-set&set_number=226381&set_entry=000004&format=999
- Uribe, C. S. (2014). *Stand Up Management: El Poder Del Edutainment*.
- Urroz, A. (2020). Art Games: Acción Lúdica Reflexiva. *Barcelona Investigación Arte Creación*, 8, 4. <https://doi.org/10.17583/brac.2020.3084>
- Valcárcel, M. (2008). *Aspectos teóricos del Capital Social y elementos para su uso en el análisis de la realidad*. Pontificia UNiversidad Católica de Perú.
- Valencia, J. C., & Magallanes, C. (2015). Prácticas comunicativas, creatividad y nuevos desafíos. *Universitas Humanística*, 81(81).
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.pccs>
- Valle, M. (2005). Comunicación: Disciplinariedad, Interdisciplinariedad y Transdisciplinariedad. *Revista Comunicología@: Indicios y Conjeturas*, 3.
http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=95&Itemid=89

- Vallejo, D., Martin, C., González, C., & Jurado, F. (2015). *Desarrollo de videojuegos: Un enfoque práctico*. CreateSpace Independent Publishing.
- Vashisht, D., Royne, M. B., & S., S. (2019). What we know and need to know about the gamification of advertising: A review and synthesis of the advergame studies. *European Journal of Marketing*, 53(4), 607-634. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2017-0070>
- Velázquez Mondragón, D. I. (2019). *Microtransacciones en los videojuegos y sus modelos de negocios* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/X1A8RP7LYFBJ2USTFV8LTGBPI6MMXU8BGD3TE44JLJMACMSKPL-29406?func=full-set-set&set_number=222200&set_entry=000017&format=999
- Villanueva Vega, L. O. (2019). *La consideración del capital social para la construcción de ciudadanía en la Constitución política de la Ciudad de México* [Universidad Nacional Autónoma de México].
https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/MRYTTLMGV4424253F25CCS3T4KUU514AB75AE3L3CS1YY52JL6-49094?func=full-set-set&set_number=224594&set_entry=000004&format=999
- Ville, K., & Janne, P. (2019). Hybrid Board Game Design Guidelines. *DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix*. DiGRA '19 - Proceedings of the 2019 DiGRA International Conference: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix, Japón.
http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2019_paper_365.pdf

- Von Sprecher, R., & Boito, M. (2010). *Comunicación y trabajo social*. Editorial Brujas.
<https://es.scribd.com/document/349194611/COMUNICACION-Y-TRABAJO-SOCIAL-von-Sprecher-Roberto-y-Boito-Maria-Eugenia>
- Wagner, M. (2006). *On the Scientific Relevance of eSports*. (p. 442).
- WhatsApp. (2023). *Acerca de WhatsApp*. WhatsApp.com.
<https://www.whatsapp.com/about>
- Women in Gamex. (2021). *Women in Gamex ¿Qué es? [Women in Gamex ¿Qué es?]*.
<https://www.womeningamex.org/about-me/>
- Wu, B., & Chen, V. (2013). A social-cognitive approach to online game cheating.
Computers in Human Behavior, 29, 2557-2567.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.032>
- Wulf, T., Schneider, F., & Queck, J. (2021). *Exploring viewers' experiences of parasocial interaction with videogame streamers on Twitch*.
<https://doi.org/10.31235/osf.io/cfds9>
- Youngblood, J. (2018). When (and What) Queerness Counts: Homonationalism and Militarism in the Mass Effect Series. *Game Studies, 18*(3).
<http://gamestudies.org/1803/articles/youngblood>
- Zagal, J. (2020). An Overview of Institutional Support for Game Students in Higher Education. *DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere*. DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere, Finlandia. http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/DiGRA_2020_paper_74.pdf

Zaragoza, A. (2022). League of Legends promete seguir arrasando en cifras este 2022.

Esportmaniacos. <https://www.esportmaniacos.com/lol/cuantos-jugadores-league-of-legends-2022/>

Zhou, M., & Portes, A. (1992). *Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave*.

Anexos

Herramienta de orden epistemológico	Fases	Objetivos	Conceptos principales	Técnicas
Etnografía digital	1) General y de aproximación al objeto de estudio	<p>a) Conocer y aproximarse al fenómeno de forma general.</p> <p>b) Delimitar el objeto de estudio (comunidades participantes y espacios hipermediales).</p> <p>c) Describir la relación entre los participantes de la comunidad y la relación que se mantienen con los hipermedios que utilizan.</p> <p>d) Describir las características técnicas de los espacios hipermediales que podrían incidir en la praxis comunicativa y la construcción de sentido.</p>	Participantes, hipermedios, espacios hipermediales y videojuego.	- Observación participante no estructurada.
	2) Reconocimiento y profundización	<p>a) Conocer en profundidad el perfil de los miembros de la comunidad de videojugadores en línea.</p> <p>b) Conocer las mediaciones (de diversos tipos) que presentan los participantes.</p> <p>c) Identificar y conocer las mediaciones (de diversos tipos) que inciden directamente en las prácticas comunicativas y la construcción de sentido en las comunidades de videojugadores en línea.</p>	Mediaciones cognoscitivas, culturales, situacionales e institucionales.	<p>- Observación participante estructurada.</p> <p>- Entrevistas en profundidad semiestructuradas.</p>

3) Conocimiento y construcción de sentido (significación)	<p>a) Conocer las formas de praxis comunicativa.</p> <p>b) Conocer el proceso generación de significado dentro de las comunidades de videojugadores en línea.</p> <p>c) Conocer el resultado de los procesos de significación a través de las prácticas comunicativas (elementos de capital social)</p>	Prácticas comunicativas y elementos de capital social (confianza, tipos de lazos, participación, colaboración, etc.)	<p>- Observación participante no estructurada.</p> <p>- Grupo de discusión.</p>
---	---	--	---

Fases de metodología antes de aplicar las entrevistas piloto. Elaboración propia.

Cuestionario para entrevista semiestructurada antes de aplicación de técnicas piloto		
Fase	Temáticas	Preguntas guía tentativas
1) Sección de preguntas sobre la relación del participante con el videojuego, la comunidad y los espacios hipermediales	Relación de el entrevistado con el videojuego	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué te gusta el videojuego? • ¿Desde hace cuánto tiempo juegas? • ¿Cuánto tiempo juegas al día/semana? • ¿Qué acciones te gusta realizar dentro del videojuego? • ¿Qué representa el videojuego en tu vida?
	Relación del entrevistado con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Desde hace cuánto tiempo perteneces a la comunidad? • ¿Cuál es tu participación en la comunidad? • ¿Cada cuando subes contenido? • ¿Cuánto tiempos inviertes conviviendo con los otros miembros? • ¿Quiénes son los miembros más cercanos a ti? • ¿Por qué perteneces a esta comunidad y no a otra?
	Relación del entrevistado con los espacios hipermediales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuánto tiempo inviertes en las plataformas en donde se comunica la comunidad? • ¿Qué tipo de contenido subes? • ¿Cuál plataforma te gusta más para interactuar y por qué? • ¿En dónde se comunican más y mejor? • ¿Qué hacen normalmente en cada una de las diferentes plataformas? • ¿Por qué utilizan esas plataformas para comunicarse y no otras?

2) Sección de mediaciones particulares de los participantes	Cognoscitivas	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuéntame un poco sobre tu vida y sobre quién eres. ● ¿Cuáles consideras que son los valores más importantes para ti? ● ¿Cuáles son tus gustos e intereses?
	Culturales	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Pertenece a alguna etnia en específica? ● ¿Cómo definirías la cultura a la que perteneces? ● ¿Cuáles son las costumbres que practicas? ● ¿Cuáles son las costumbres del lugar donde radicas? ● Describe un poco sobre tu estilo de vida y tu rutina.
	Situacionales	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué nivel académico tienes? ● ¿En qué lugar radicas? ● ¿Cuáles son tus planes a corto, mediano y largo plazo? ● ¿A qué clases social consideras que perteneces?
	Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ● Describe a tu familia y la relación que tienes con ella. ● ¿A qué te dedicas? ● ¿Tienes algún tipo de creencia religiosa y/o espiritual? ● ¿Tienes algún tipo de afinidad política?
3) Sección de mediaciones generales presentes en la comunidad	Convivencia general dentro de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo es la interacción entre los miembros de la comunidad? ● ¿Cuáles son los requisitos para pertenecer a la comunidad? ● ¿Cuáles son las características de los miembros de la comunidad? ● ¿Qué aspectos y cosas tienen en común los participantes? ● ¿Comparten otro interés además del videojuego? ● ¿Quién es el miembro que consideras más relevante de la comunidad y por qué?

Cuestionario de entrevista semiestructurada antes de aplicación de técnicas piloto. Elaboración propia

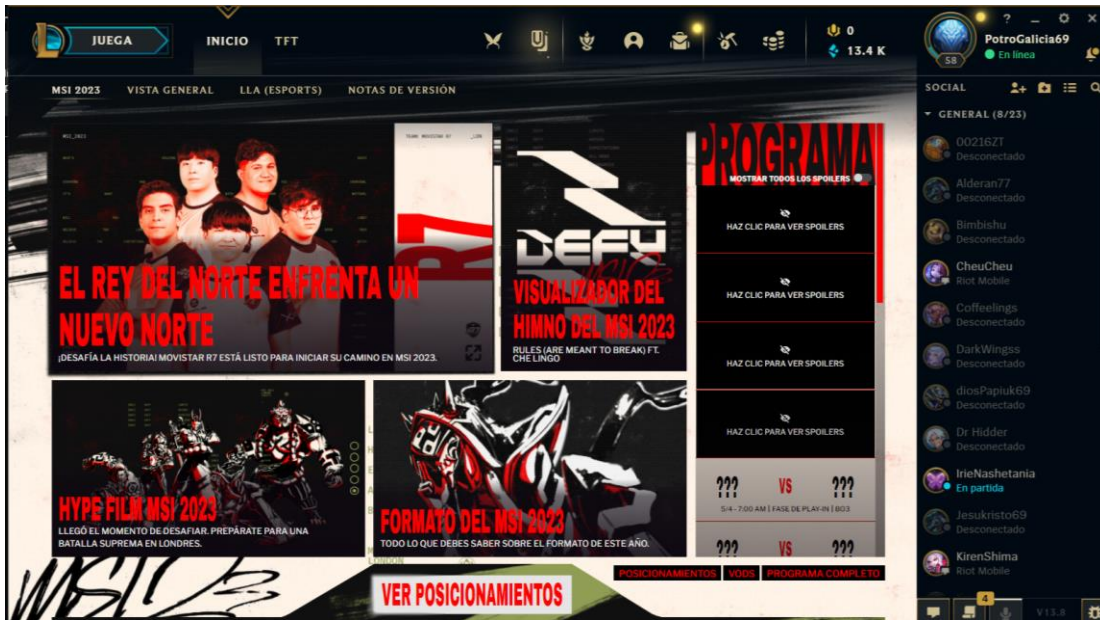


Imagen 1. Interfaz gráfica de lobby principal. Captura de pantalla del videojuego. Elaboración propia.



Imagen 2. Interfaz gráfica de lobby pre-juego. Captura de pantalla del videojuego. Elaboración propia.

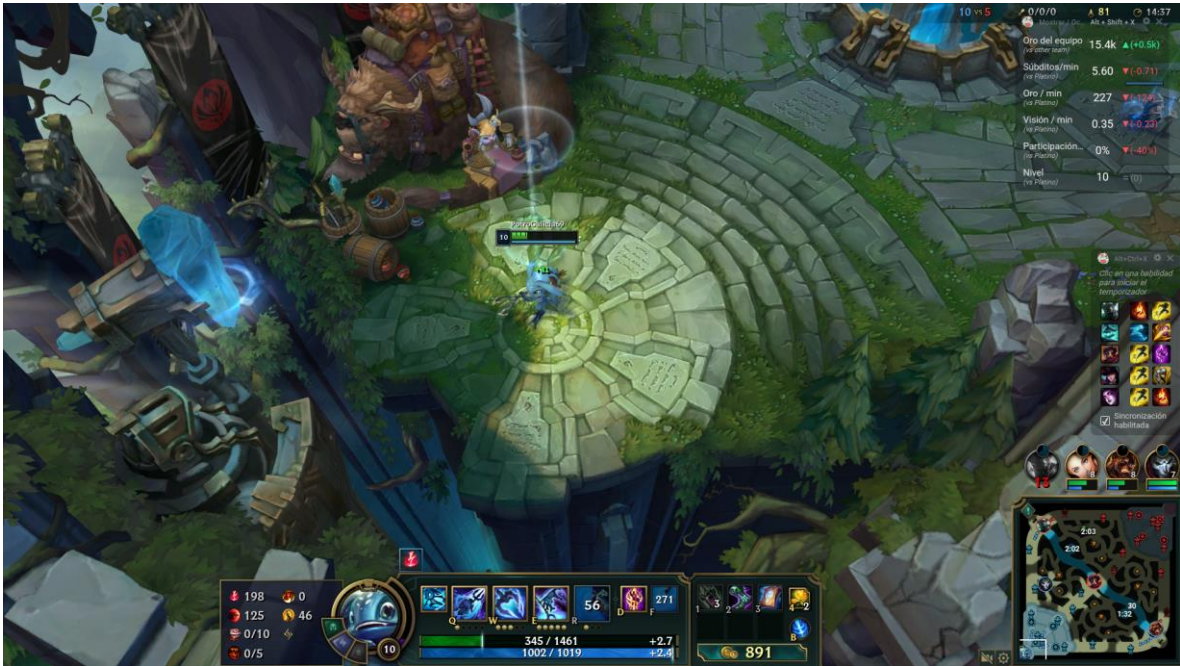


Imagen 3. Interfaz gráfica de partida. Captura de pantalla del videojuego. Elaboración propia.

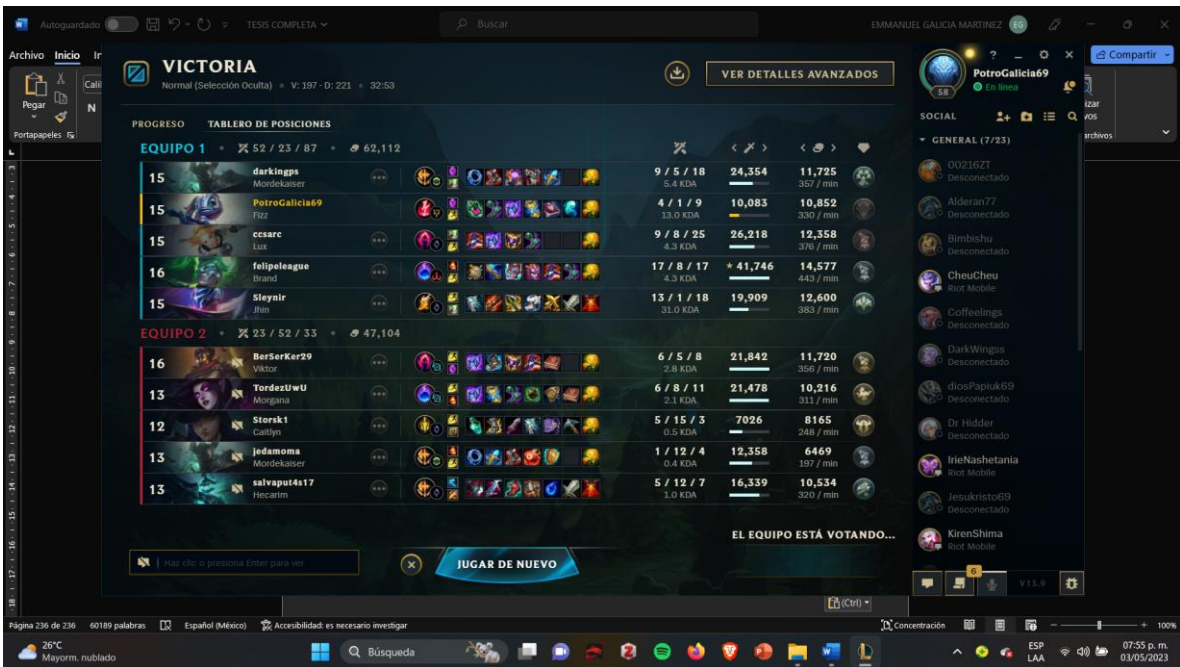


Imagen 4. Interfaz gráfica de lobby post-juego. Captura de pantalla del videojuego. Elaboración propia.