



Education in the Knowledge Society

E-ISSN: 2444-8729

fma@usal.es

Universidad de Salamanca

España

Acevedo Merlano, Alvaro Alfonso; Maya Soto, Natalia
Difusión de realidades: comunidades virtuales presentes en los videojuegos de rol en
línea. (Caso Aguabrial-Dofus-Periodo 2012-2013)
Education in the Knowledge Society, vol. 17, núm. 2, 2016, pp. 133-148
Universidad de Salamanca
Salamanca, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=535554762009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Difusión de realidades: comunidades virtuales presentes en los videojuegos de rol en línea. (Caso Aguabrial-Dofus - Periodo 2012-2013)

Diffusion of realities: Virtual communities in the online role-playing game. (Case Dofus Aguabrial- Period 2012-2013)

Alvaro Alfonso Acevedo Merlano¹, Natalia Maya Soto ²

¹ Pontificia Universidad Javeriana / Universidad del Magdalena, Colombia. alvaroacevedomerlano@gmail.com

² Universidad del Magdalena, Colombia. nataliamayasoto93@gmail.com

Resumen

El siguiente artículo es el resultado de un estudio cualitativo sobre el MMORPG: Dofus, específicamente en el servidor Aguabrial. Se llevó a cabo una indagación sobre las dinámicas y las relaciones que se generan entre los jugadores en y alrededor del videojuego. De ese modo, la elaboración del trabajo estuvo circunscrita entre los años 2012 y 2013. Así, los resultados presentados se basan principalmente en la aplicación del método etnográfico y la implementación de herramientas de investigación social como la observación participante y las entrevistas no dirigidas. En ese sentido, se realizó un análisis de las relaciones que se dan en el juego a la luz de la "antropología de la ciencia y la tecnología" (ACT), teniendo en cuenta principalmente la relación humanos / no humanos, la innovación de lo cotidiano y el concepto de red socio-técnica. Como categorías, se establecieron tres tipos de relaciones principalmente: relaciones interpersonales, económicas y de poder, estas en algunas situaciones pueden llegar a trascender el entorno virtual en el que se desarrolla el juego.

Palabras Clave

Videojuego; Comunidades Virtuales; Relaciones Interpersonales; Dofus; Redes Socio-Técnicas.

Abstract

The paper is the result of a qualitative study about the MMORPG Dofus, specifically in the Aguabrial server. It was carried out an investigation about the dynamics and relationships generated between the players in and around the game. In this way, the development of this work was circumscribed between 2012 and 2013. Thus, the results presented are based mainly on the application of the ethnographic method and the implementation of social research tools, such as participant observation and interviews undirected. In this sense, is performed an analysis of the relationships that exist in the game in the light of the "anthropology of science and technology" (ACT), considering mainly the human / nonhuman relationship, innovation of the everyday and the concept of socio-technical network. As categories, we settled three kinds of relationships mainly: interpersonal relations, economic, and of power, in some situations these relationships can reach beyond the virtual environment in which the game is played.

Keywords

Videogame; Virtual Communities; Interpersonal Relationships; Dofus; Socio-Technical Network.

Recepción: 19-10-2015

Revisión: 09-11-2015

Aceptación: 15-01-2016

Publicación: 01-03-2016

1. Introducción

La presente investigación se interesa por indagar sobre las relaciones sociales generadas a través de los juegos de rol *online*, un espacio virtual que congrega a millones de personas por medio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). El acercamiento que la antropología ha tenido en esta temática, le permite problematizar cómo la creación de mundos virtuales genera dinámicas socioculturales y económicas que pueden ser observadas y analizadas a través de la Etnografía virtual (Ardèvol et al., 2003; Escobar, 2005 y Estrella, 2011). Estos estudios develan cómo internet, a través de su efectividad en la difusión, utilización de la información, inmediatez y transformación de la comunicación, permite la creación de entornos virtuales (foros, grupos de discusión, redes sociales, etc.). Por tal razón, actualmente los canales de comunicación internos como los “chats”, se han convertido en los elementos más analizados en las investigaciones sobre mundos virtuales (García, Cruz & Therón, 2014). En ese sentido, dentro de dichos entornos virtuales se generan opiniones, se comparte información y se establecen relaciones con diversos grupos de personas, produciendo de esa manera la facilidad de agrupamiento y el establecimiento de nuevas prácticas, que dan paso a lo que se conoce como cibercultura.

La cibercultura es entonces un campo compuesto por dos áreas: las TIC, que traen consigo la discusión de la “tecno-socialidad”, vista como el proceso de crear un nuevo espacio sociocultural a través de estas tecnologías; y la biotecnología, que da paso a la “bio-socialidad”, donde se produce “un nuevo orden para la producción de vida, de naturaleza y del cuerpo a través de intervenciones tecnológicas fundamentadas en la biología” (Escobar, 2005 p. 18). En este contexto existen los videojuegos en línea, que no solo han permitido la recreación y el entretenimiento de sus usuarios, a la vez que la consolidación de un mercado global, sino también la comunicación entre jugadores dentro de un mismo espacio virtual, creando lo que se puede entender como una comunidad virtual.

Estas comunidades virtuales “son grupos de personas, que a través del internet, comparten espacios significativos dentro de los mundos virtuales, pero que también tienen implicaciones en el mundo actual” (Estrella, 2011 p. 104), es decir, constituyen un grupo de personas que comparten un ciberespacio determinado, mientras tienen la posibilidad de crear relaciones dentro o a partir de este, ya sean afectivas, económicas, cooperativas o incluso interpersonales en relación o no con el videojuego. Así, acercarse a las dinámicas que se dan a partir de estos mundos virtuales, nos ayuda a comprender cómo operan las relaciones bajo estos contextos, al trascender, inclusive, el espacio virtual, teniendo en cuenta que “los mundos, online y offline, se encuentran fuertemente interconectados, los jugadores, a su vez, se mueven entre planos cada vez más difusos de una misma realidad y operan,

en ocasiones, simultáneamente desde ambos” (Puente, 2012 p 154).

En ese sentido, a través de los mundos virtuales podemos interactuar con millones de personas que navegan diariamente en estos espacios, en donde comienzan a emerger todo tipo de relaciones. “Estos mundos se convierten en el eje de una amplia gama de relaciones: constitución de comunidades y de clanes, gobiernos, intercambios, relaciones sociales, transacciones económicas” (Estrella, 2011 p. 26), donde la línea divisoria creada por la pantalla entre el mundo virtual y el análogo se desdibuja, pues ambos repercuten entre sí.

De esta manera, el presente trabajo tiene como principal objetivo comprender los tipos de relaciones sociales, políticas, y económicas que se generan alrededor, en y a partir del videojuego en línea Dofus¹, como un espacio que a su vez crea amistades y enemistades entre distintos sujetos sociales (videojugadores). Asimismo, se pretende analizar particularmente cómo estas relaciones trascienden al mundo análogo, observando específicamente a los eventos oficiales como el “oz fest”² donde participan, además de los videojugadores, los representantes, administradores o moderadores del videojuego.

A través de este trabajo, se planea entonces mostrar la importancia que los videojuegos tienen actualmente para los nativos tecnológicos, ya que gracias a ellos se recrean nuevas artes de hacer, a través de la innovación popular, utilizando las economías virtuales como forma de intercambio dentro de la economía análoga o física (De Certeau, 2000) y (Aibar, 2008). Además es una apuesta por contribuir al desmantelamiento del estigma que existe alrededor de estas tecnologías de juego, pues son muchos los estudios que se concentran solo en resaltar cómo los individuos demuestran actitudes adictivas y desordenes de personalidad, resultantes presuntamente del consumo de videojuegos, obviando de esa manera las potencialidades que estos dispositivos poseen para el aprendizaje y el desarrollo de las relaciones interpersonales (Tejeiro, 2001).

1 Dofus, es un juego de rol multijugador masivo por Internet o MMORPG, el cual fue diseñado para permitirle a los usuarios facilidad para acceder al videojuego por medio de una conexión a internet, totalmente en línea, ofreciendo así la oportunidad de entrar y salir de este en cualquier momento, sin necesidad de guardar datos. Además de lo anterior, actúa como un espacio virtual en el cual hay posibilidad de interactuar con millones de usuarios alrededor del mundo. Página oficial: <http://www.dofus.com/es>.

2 Oz fest es un evento realizado anualmente en la ciudad de Barranquilla, desde el año 2011, en donde se convoca a personas amantes del anime, manga y los videojuegos. En este evento se llevan a cabo representaciones de personajes, concursos, y presentación de actores de doblaje de distintas series animadas. Página oficial en facebook: <http://www.facebook.com/OzFestColombia?fref=ts>

2. Metodología

Para la realización de este trabajo se implementó la etnografía virtual, entendida como “una respuesta adaptativa y plenamente comprometida con las relaciones y conexiones, y no tanto con la localización, a la hora de definir su objeto” (Mosquera, 2008, p. 543). Asimismo, según Hine (2000), este tipo de etnografía “consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo «virtual» y lo «real»”(Hine, 2000 p. 79). Esta metodología resulta útil para este trabajo puesto que es necesario observar no solo el espacio en línea del videojuego, las redes sociales, y el foro oficial, sino que resulta importante observar cómo a través de los eventos se dan nuevas alianzas, dinámicas de compra y venta oficiales, como abonos, peluches, mangas, camisetas, afiches, entre otros objetos de colección, mientras se da una asociación precisa entre avatar y jugador.

Además, se utilizó como herramienta la entrevista no dirigida y la observación participante dentro del videojuego, más exactamente en el servidor Aguabrial, la red social facebook y el Foro de discusión de Dofus, con el fin de mantener un mayor contacto con los jugadores. Asimismo, se analizaron las conversaciones públicas que se hacen a través de los muros y posts entre los jugadores activos e inactivos y los moderadores hispanohablantes. Para ello, se implementó el uso de un diario de campo para ir adjuntando la mayor cantidad de información posible y se utilizaron los archivos guardados a través de los chats de las redes sociales.

Por último, se sistematizó la información obtenida de los distintos espacios virtuales anteriormente mencionados, con el fin de describir los elementos presentes dentro del videojuego Dofus, como un medio de comunicación a través de la red que usan los jugadores para establecer relaciones sociales, políticas o económicas, además de ser un canal a través del cual se pueden mantener relaciones de parentesco.

3. Resultados

A lo largo del análisis realizado al videojuego en línea Dofus en el servidor Aguabrial, se pudieron establecer 3 categorías o clases de relaciones generadas entre videojugadores. En primer lugar se evidenciaron las relaciones sociales o interpersonales, que a su vez están divididas en tres tipos: amistad, noviazgo y parentesco. En segundo lugar encontramos las relaciones económicas, que se dividieron en dos tipos: de interés y de compra/venta. Y en tercer lugar, está la categoría de relaciones políticas o de poder.

En primera instancia encontramos las relaciones sociales o interpersonales; estas se generan en la medida en que el juego permite interactuar con cualquier sujeto que posea un avatar o personaje. Esta categoría la dividimos en 3 tipos, en primer lugar tenemos las *relaciones de amistad*; estas pueden nacer de forma aleatoria como parte de alguna actividad dentro del juego. Dofus permite que se estipule un tipo de organización a través de la creación de Gremios, estos son grupos permanentes, que pueden vincular integrantes, por permitir la comunicación grupal a través de un chat privado sin importar en qué lugar del mundo virtual se encuentren los usuarios pertenecientes a estos. Es importante aclarar que factores como la nacionalidad, la edad, o el nivel al que ha llegado el personaje, son fundamentales a la hora de crear relaciones y por ende la familiarización de los jugadores entre sí en determinados gremios. Winehouse (Figura 1) por ejemplo, es un gremio conformado por 84 miembros, donde la mayoría de los integrantes son mayores de 15 años y de nacionalidad Colombiana, los demás pertenecen a Argentina, Chile y México¹.

Gremio - Winehouse							
Nivel 51 Miembros: 7 / 84 Fecha de creación: 29 de Javián de 642							
Miembros	Personalización	Recaudadores	Cercado	Casas			
	Nombre	Rango	Niv.	%XP	XP	Logros	
	Blak-Jonahex	Líder	199	90%	5 765	1464	zzz
	Nathalia-Blak	Mano derecha	199	5%	0	2310	zzz
	Velvet	Mano derecha	193	5%	722 703	1585	zzz
	Kailer-xram	Mano derecha	198	5%	37 539	1874	zzz
	Metal-demon	Protector	197	5%	30 844	660	zzz
	Unu-dogon	Protector	192	5%	161 811	278	zzz
	Legions	Protector	200	90%	2 296 939	596	zzz
	Blak-Farruko	Protector	200	90%	886 464	1932	zzz
	Patieli	Protector	194	5%	206 494	705	zzz
	Borenx	Protector	192	5%	491 275	0	zzz
	Vonador	Protector	199	5%	968 183	1206	zzz
	Eclipse	Artesano	181	5%	403 939	0	zzz

☒ Mostrar los miembros del gremio desconectados.
☒ Avisar cuando se conecta un miembro de mi gremio

Nivel medio de los miembros: 154

Fig. 1. Miembros del gremio Winehouse. Capturada en abril de 2013.

El segundo tipo de relación identificada dentro de la categoría social está constituida por el parentesco, ya que las agremiaciones pueden usarse como punto de encuentro entre familiares; como lo hace una familia de argentinos: *Andyazul* y *vonador*, dos personajes del juego, en la realidad física o mundo análogo, Andrea y Germán, son esposos dentro del juego, pero además, fuera de este tienen más de 20 años de casados. A pesar de ser un videojuego en línea, el papel de casado no cambia dentro de este, ya que lo sucedido dentro de la realidad virtual puede de alguna forma alterar la relación análoga.

¹ Esta información es tomada de conversaciones con la mayoría de los integrantes del gremio Winehouse por medio del videojuego, y a través de la red social Facebook, en donde se pueden observar rasgos de la vida personal de los videojugadores.

Por otro lado tenemos a “El vicioso”, llamado Rubén Pereira, quien a su vez es hermano de *Andyazul*, ellos no pueden verse a diario debido a que se encuentran en localidades separadas, pero a través del videojuego pueden tener comunicación mientras se encuentran conectados, como él mismo comenta: “... no la veo siempre a ella porque soy marino, y cuando llego a casa aprovecho para estar con mis hijos, por dofus es más fácil hablar porque cuando descanso siempre estoy jugando”¹. De igual modo *Andyazul* puede comunicarse con el hijo de Rubén, quien también es jugador, pero en menor medida, pues su padre solo le deja jugar los fines de semana o en las vacaciones. De esa manera, el hecho de que un solo integrante de la familia pertenezca a un gremio, da pie para que los demás también se integren a este. Ahora bien, al ser familiares existe una relación de confianza y se permiten entre ellos el préstamo de cuentas de usuario, pues no hay temor de ser víctima de robo, lo que en algunos casos se traduce en confusiones al momento de ingresar al juego, pues el avatar no siempre es controlado por su dueño original. Así, a través de los gremios se crean relaciones debido a la facilidad y frecuencia con que las personas participan, y al interés de los líderes por reclutar y hacer miembros a nuevas personas, ya que sin un personal activo dentro del gremio, este no tendrá sentido y se desintegrará.

El tercer tipo de relación identificada dentro de la categoría social está constituida por los *noviazgos*, estos pueden estar basados solo en el simple acompañamiento de los jugadores dentro del juego, sin la necesidad de reflejarse en la vida personal de los jugadores. Sin embargo, también se dan noviazgos que trascienden el entorno virtual del videojuego, incidiendo de ese modo en ambos espacios. La posibilidad de tener oficial y públicamente una pareja en el juego se logra debido a que la ceremonia del matrimonio se puede llevar a cabo dentro de la comunidad virtual, como muestra la Figura 2.

Así, el prestigio que trae consigo el tener una esposa o esposo es uno de los determinantes para que los jugadores se vean en la necesidad de conseguir una pareja.



Fig. 2. Ritual de matrimonio en Dofus. Capturada en febrero del 2012.

1 Entrevista con Rubén Pereira, 2013.

La segunda categoría son las relaciones económicas, clasificadas en dos tipos, uno que denominamos de *interés* y otro que denominamos de *compra y venta*. El primer tipo se desarrolla a medida que se construye riqueza dentro del juego, ya que el jugador empieza a obtener un reconocimiento, otorgándole status y a su vez la capacidad de atraer a los demás jugadores, quienes en ocasiones se acercan a los primeros en la medida en que estos le sirven como ayuda para alcanzar logros más rápidamente. El segundo tipo es el de *compra y venta* de objetos virtuales, debido a que encontramos personas dentro del videojuego que se dedican a hacer fortuna, esta se puede obtener mediante los distintos oficios que el juego ofrece (joyero, sastre, zapatero, campesino, minero, etc). Esta fortuna luego es convertida en un negocio lucrativo, en el que se realiza el intercambio de dinero virtual a cambio de dinero real.

En ese sentido, en palabras de Puente (2012) “Los jugadores (vendedores) tienen la potestad para elegir cómo quieren que se les efectúe el pago... [y] ...La economía de lo irreal, se muestra mucho más real de lo imaginado” (p.154) (Fig. 3 y 4). El juego entonces se vuelve parte de un nuevo ingreso para quien lo juega, pues además de ser un espacio de ocio y diversión, se transforma en un espacio de interés económico, teniendo en cuenta que desde el entorno virtual el videojuego empieza a concebirse, en palabras de De Certeau (2000), como un “arte de hacer”, ya que el ingenio del jugador opera, no solo al relacionarse en el videojuego para conseguir cierto reconocimiento dentro del espacio virtual, sino que este mismo espacio se vuelve provechoso añadiendo una forma de ingreso adicional a su entorno análogo.



Fig. 3. Comercio de elementos de Dofus en Facebook. Capturada en mayo de 2013.



Fig. 4. Venta de cuenta de Dofus en Facebook. Imagen capturada en mayo 2013.

Ahora bien, de la misma manera en la que se da la compra y venta de dinero virtual, también existe todo un tráfico de elementos virtuales producto del juego, como son los personajes, los objetos que adornan a los personajes, entre otros; todo esto desde un plano de clandestinidad, ya que esto va en contra de las reglas instauradas por las políticas del videojuego. Ejemplo de ello son los Dofus, de los que nace la historia del videojuego, estos ítems son unos huevos que dan cierto tipo de características para mejorar a los personajes, la gran mayoría de estos son casi imposibles de conseguir y hay un sin número de acertijos y misiones para obtenerlos, por tal razón son muy valorados dentro del espacio virtual; no obstante, la venta de estos es posible ya que no hay restricción de nivel para utilizarlos.

Por otra parte, la tercera categoría está compuesta por las relaciones políticas o de poder, las cuales se ven marcadas principalmente a través del control que realizan los moderadores dentro del videojuego; estas personas pueden ser empleadas, para este estudio de caso por la empresa "Ankama Games"¹. Sin embargo, también los mismos videojugadores pueden postularse como moderadores y asumir ese compromiso; el ser moderador otorga al jugador cierto tipo de habilidades que la mayoría no posee, como la capacidad de silenciar a los jugadores cuando no respetan las reglas a la hora de escribir mensajes de difusión en el chat, o la posibilidad de deshabilitar cuentas y *banear* a los usuarios que falten gravemente a las reglas del videojuego, moldeando de esa manera las subjetividades de los jugadores a través de esas coerciones sociales (Acevedo & Chaux, 2016). De igual forma, las relaciones

¹ Anakama games, es una corporación francesa dedicada a la creación de MMORPG, el más reconocido en Latinoamérica y parte de Europa es Dofus, pero también tiene otros juegos disponibles que son Wakfu, Dofus Arena, y Krosmaster Arena.

de poder pueden evidenciarse a través de los patrones de “válidos e inválidos” o “*Pro* o *Noob*”¹ que los jugadores crean para determinar quiénes son o no respetados. Asimismo, estas relaciones de poder se dan al interior de las agremiaciones, pues se logra evidenciar cómo el líder² es quien decide cuáles de los integrantes de su gremio pueden o no ordenar sobre los demás miembros.

En ese sentido, en cada gremio existen diferentes rangos que son otorgados generalmente por meritocracia; en el caso de Winehouse, aparte del líder, solo 3 jugadores contaban con el rango de “Mano derecha”; ellos tenían todos los derechos sobre el gremio, por ende podían tomar decisiones iguales a las del líder. Este rango solo es otorgado a jugadores que tengan la disposición y las ganas para serlo, que tengan una relación estrecha y de confianza con el líder, que cuenten con carisma y ante todo con la voluntad para ayudar a los demás integrantes del gremio. Estas hacen parte de las reglas o requisitos que hasta ese momento se manejaban para la obtención de dicho rango, sin embargo estos requisitos pueden variar de acuerdo a cada gremio, pues cada líder es quien elige cómo se maneja esa dinámica, ya que no existen restricciones por parte del videojuego.



Fig. 5. Página de la comunidad Dofus Barranquilla. Capturada en mayo de 2013.

La implementación de las redes sociales va de la mano con la creación y mantenimiento de estas relaciones, porque a través de plataformas como Facebook, es posible la creación de grupos privados

1 Estas son palabras usadas comúnmente dentro del videojuego para identificar quienes son buenos o malos jugadores, quienes son respetados o quienes son novatos, y de esta manera se da el grado de aceptación. El nivel del personaje y los objetos que utilizan los jugadores también son determinantes para el grado de aceptación dentro del videojuego.

2 Cualquier jugador puede ser líder, ya que no existen restricciones de ningún tipo para crear un gremio, pero en el imaginario de los jugadores, un buen gremio y la necesidad de ser miembro varía según el nivel del líder y de los demás integrantes, pues se cree que entre más nivel tengan los jugadores, mayores ventajas, ayudas y conocimientos se obtendrán.

que posibilitan la compra y venta de dinero virtual u objetos en forma de ofertas. Además es utilizada por los administradores del videojuego como página de información, pues se encuentran muchos más participantes que a través de los foros oficiales, ya que estos últimos terminan siendo consultados en mayor medida para resolver dudas o debatir acerca de los retos y logros impuestos en el videojuego.

Todas las categorías arriba mencionadas trascienden inicialmente el contexto del videojuego, alcanzando de ese modo el plano del mundo análogo; esto sucede explícitamente con las ventas y compras de objetos, lo que genera unas “nuevas artes de hacer” a través de la innovación popular, pues los mecanismos de comunicación y las dinámicas en las relaciones interpersonales son ahora posibles en el ciberespacio. En ese sentido, el videojuego además de desarrollarse en la esfera de lo virtual, también se emplaza al plano de lo cotidiano en el espacio físico, abandonando así su circunscripción a la categoría de hiperrealidad, convirtiéndose en un espacio de congregación, en donde las personas amantes de los videojuegos buscan socializar con individuos que comparten sus mismos gustos, lo que a su vez pone en tela de juicio la idea de un espacio de simple ocio y adicción.

Así, es importante traer a discusión cómo el videojuego se convierte en un punto de encuentro entre jugadores, ya sea por las relaciones creadas en el entorno virtual con repercusiones en el mundo análogo, o viceversa. En ese sentido, el videojuego opera como una red social donde las personas no solo se divierten y gozan momentos de ocio, sino que también disfrutan de sus relaciones análogas, que por distintas causas, como la falta de tiempo por ejemplo, no pueden aprovechar en el espacio físico.



Fig.6. Foto del evento OZ FEST realizado en Barranquilla 2012.

Por otra parte, con relación al OZ FEST, se observó a lo largo del evento el establecimiento de diversas alianzas entre videojugadores que pertenecían a un mismo servidor. Asimismo, el nivel y los objetos

con los que estaban constituidos los personajes de cada jugador fueron determinantes para la creación de equipos al momento de las actividades desarrolladas. Las actividades se caracterizaron principalmente por luchar contra el sistema del juego, con el propósito de obtener todos los beneficios virtuales que los patrocinadores ofertaron. De ese modo, la intención del evento estuvo enfocada a propiciar las alianzas entre los jugadores y la familiarización con los administradores del videojuego; sin embargo, también se dio paso para que muchos usuarios que tienen grandes riquezas acumuladas las ofertaran ante los demás jugadores.

Todas las relaciones que se establecieron durante el evento trascendieron al plano virtual, pues se gestaron nuevas amistades que facilitaron la integración de usuarios a los gremios donde pertenecen los colegas conocidos en el evento. Además de las dinámicas propiciadas por las actividades que se promovieron, también se evidenció que existe un mayor número de jugadores del género masculino, situación que se traduce en desconfianza sobre el género de los usuarios que usan personajes femeninos dentro del videojuego.

Ahora bien, para los participantes el evento es un espacio de competencia, en donde pueden demostrar su superioridad frente a los demás jugadores y frente a los moderadores. Así, al momento en que los jugadores usan sus avatares en público, permiten que los demás puedan establecer una conexión entre el personaje y el usuario que lo utiliza; esto genera una mayor credibilidad y confianza, ya sea para entablar con el usuario algún tipo de relación social o económica.

Es de anotar que no solamente hay ganancias por parte de los asistentes al evento, pues como empresa, la desarrolladora del videojuego promociona y comercializa todo tipo de productos relacionados con el juego, que los coleccionistas pueden adquirir directamente de las tiendas oficiales. En ese sentido, la empresa no solo se concibe como desarrolladora de videojuegos, sino también como una industria dedicada a la comercialización de mercancía, como figuras, prendas de vestir, accesorios, etc.

4. Discusión

Los videojuegos pueden ser entendidos como innovaciones comunicacionales ligadas directamente con los individuos en sociedad y sus respectivas prácticas, ya sea por medio de la realidad virtual o física, revelando la importancia de nuevos espacios donde la máquina (no humanos) y la interactividad a través de las TIC, cobran un papel importante en la comprensión de lo social, como un conjunto final que se crea de la unión entre lo natural y lo artificial (Escobar, 2005; Latour, 1995). En ese sentido, como se observó en el evento, no solo asistieron videojugadores, también participaron diversos grupos,

como amantes del anime, el manga, los cómics, etc. Estos escenarios cumplen un papel fundamental para que se creen relaciones entre jugadores, ya que es en estos espacios donde se logra conocer y tratar a los compañeros de juego físicamente. Esto permite asociar a las personas con su *alter ego* virtual, dando así una idea más clara de quién es, más allá de la reproducida a través del avatar.

Así, consideramos que se deben empezar a observar estos nuevos espacios virtuales desde la antropología, superando el discurso sobre el nicho del salvaje y revaluando así las formas como se venían implementando las metodologías de investigación (Trouillot, 1991), para de esa manera implementarlas dentro de estos nuevos contextos, donde el tiempo y el espacio cobran un nuevo sentido gracias a la inmediatez con que se trabaja en este nuevo mundo mediático. En ese aspecto, los videojuegos forman parte de un campo de estudio relevante para una antropología de la ciencia y la tecnología (ACT), como una disciplina que focaliza su análisis en la relación entre los seres humanos y la “tecnología”, ya que a través de estas tecnologías de juego se están organizando nuevas comunidades, donde el videojuego es la interfaz y el Internet el canal que permite la comunicación, el intercambio cultural, la formalización de relaciones interpersonales y la creación de nuevas dinámicas económicas que cobran sentido en la sociedad contemporánea. Desde esta perspectiva, a través de la ACT hemos de privilegiar los procesos que se dan en ese ir y venir constante de lo virtual a lo análogo, más que los resultados generados por esa dinámica. En ese sentido, desde la etnografía, los investigadores han estudiado tanto los contextos “online” como los “offline”, para ubicar a Internet en ambas dimensiones, en donde ambos mundos, tanto el virtual como el análogo, se encuentran interconectados.

Ahora bien, lo que está generando un cambio social, no es precisamente la Internet como una tecnología en sí misma, son más bien los usos y la construcción de sentido que las personas hacen alrededor de dicha tecnología, al momento de relacionarse cotidianamente y de manera constante. Así, desde la ACT concebimos a Internet como un artefacto cultural, es decir, como producto de una cultura, teniendo en cuenta que es el fruto de una perspectiva, bajo la intención de unas personas específicas, desde unos lugares específicos de enunciación y con unos intereses manifiestos; de esto deriva el hecho de que las maneras en las que hoy en día nos relacionamos y vivimos a través de la red pudieron haber sido radicalmente diferentes, pues son el resultado de comprensiones culturales concretas.

Por tanto, podemos resaltar la importancia de Internet dentro de esta nueva sociedad, vista como una red socio-técnica, donde la tecnología y la sociedad fluyen en conjunto para la creación de un nuevo sistema de información y comunicación, que va más allá de la simple invención tecnológica, en una nueva lógica llamada informacionalismo (Castells, 2004). Este razonamiento impregna a toda la sociedad, desde la ciencia, las relaciones sociales o de producción, hasta los movimientos sociales

y políticos, extendiéndose a todos los ámbitos que configuran la vida social, a través del hipertexto global, mostrando de esta forma cómo los nuevos fenómenos virtuales *online* se relacionan con las actividades del ámbito *offline* (Aibar, 2008).

En esta medida, videojuegos como Dofus pueden ser entendidos como parte de esa red socio-técnica, ya que se desarrollan de forma mediática-tecnológica, permitiendo la interactividad entre usuarios, mientras se producen actividades *online* que traen repercusiones en el mundo análogo y viceversa. De esa manera, a través de estos videojuegos se modifican las dinámicas económicas, comunicacionales y las formas en las que actualmente se desarrollan las relaciones interpersonales, creando así comunidades virtuales en donde una amplia multiplicidad de sujetos interactúa constantemente en una misma red.

Por otro lado, la cultura popular a través de las “artes de hacer” puede generar alternativas, como lo plantea De Certeau (2000), con el objetivo de contrarrestar las estrategias de un orden establecido e impuesto, por medio del ingenio local, ya que estas artes están conformadas por los consumos combinatorios y utilitarios, por medio de los cuales transforman los contextos de las personas, mediante la innovación que se desarrolla a través de redes activistas o profesionales. Un ejemplo claro dentro de la observación realizada es la red de comerciantes, que dentro de la cotidianidad de los videojuegos, utilizan su ingenio local en la comercialización de dinero virtual a cambio de dinero real; acción que es penalizada, pero que a pesar de las dificultades, continúa siendo una actividad operante para obtener ganancias. Este comercio se hace visible principalmente en la red social Facebook, utilizada como plataforma para la oferta de dinero u objetos virtuales a cambio de dinero real.

De igual forma, la gestión de los videojuegos como TIC los ha llevado poco a poco hacia el entorno educativo, en donde están demostrando una gran eficacia en los procesos de enseñanza/aprendizaje, teniendo en cuenta las bondades que la dinámica del juego ofrece en la educación y el aprendizaje, además de su aporte al desarrollo de las actividades cooperativas, el fomento del trabajo en equipo, la interactividad e interconectividad que los caracteriza. Asimismo, como lo plantean García et al., (2014), los entornos virtuales de aprendizaje y específicamente los juegos serios, se han convertido en recursos educativos cada vez más aceptados para la adquisición de habilidades y conocimientos en diferentes áreas, tanto en los contextos educativos formales como informales. En esa medida, videojuegos como Dofus también se convierten en las primeras herramientas tecnológicas en donde los sujetos empiezan a experimentar con la autogestión del conocimiento que requieren, en primera instancia, para poder enfrentarse a las dinámicas y a los retos que los videojuegos les proponen, entrenándose y contribuyendo a la creación de una inteligencia colectiva (Levy, 2004) y conectiva (Kerckhove, 2009). Estos aprendizajes no solo se aplican al escenario del juego, ya que las habilidades ganadas en el ejercicio del jugar pueden ser llevadas con éxito a otros contextos de la vida personal.

Así, son las relaciones que se dan en los procesos de comunicación inmersos en la dinámica de lo virtual, las que le brindan un supra valor a lo que explícitamente ofrece Dofus, pues aunque no sea una regla general, todas estas interacciones que impulsan a los jugadores a utilizar sus habilidades comunicacionales, van poco a poco entrenando al sujeto en la manera de cómo hacerlo para lograr acuerdos, encontrar soluciones y alternativas a problemáticas que seguramente se presentarán en la vida cotidiana o en el ámbito educativo.

De esa manera, los videojuegos pueden concebirse como mecanismos para lograr un aprendizaje desde la experiencia, pues en el ejercicio de jugar con videojuegos, no solo se está asimilando la información que este proporciona al jugador, ya que el elemento de la interactividad juega un papel fundamental que diferencia a los videojuegos como dispositivos propicios para el aprendizaje de otros mecanismos de enseñanza. En ese sentido, el sujeto no solo se acerca a la información, sino que logra una mayor sensibilidad gracias a la experiencia vivida, desarrollada por la interacción y la posibilidad que tiene el jugador de interferir en la secuencia que el videojuego propone, garantizando de esa manera que lo aprendido sea mucho más significativo y duradero.

Teniendo en cuenta estos análisis, podemos aseverar que el uso de las TIC ha develado infinitas posibilidades para la comunicación a nivel global. Ahora bien, uno de los pasatiempos con mayor auge en los últimos años dentro de la población joven y adulta son los espacios de interacción ofrecidos por los videojuegos *online*, ya que en estos entornos virtuales se presentan múltiples formas de convivencia y socialización. Estos videojuegos se han convertido, más que en sistemas productores de ocio, en nuevos medios de comunicación (Yee, 2006). Así, más allá de objetivar las investigaciones acerca de los beneficios o perjuicios de los videojuegos o de las situaciones problemáticas que el uso de estas tecnologías puedan generar en los usuarios, se sugiere participar en este campo de investigación para estudiar cómo operan las interacciones que en estos ambientes se desarrollan, con el fin de comprender las dinámicas que se dan y se generan desde estos entornos virtuales.

En esa medida, este trabajo espera contribuir a la generación de espacios reflexivos relacionados con investigaciones acerca de las dinámicas presentes en la virtualidad, pues a través de estas, se mantienen interconectadas millones de personas alrededor del mundo en comunidades virtuales. Asimismo, va en la dirección de ampliar la comprensión teórica en relación con este tipo de dinámicas contemporáneas, que afectan de manera considerable los estilos de vida de sus usuarios.

En conclusión, podemos observar cómo los avances científicos y tecnológicos propician el empleo constante de máquinas, convirtiendo de ese modo a los “no humanos” en parte fundamental de la red en la que actualmente nos relacionamos. Esta situación abona el terreno para la consolidación de nuevas comunidades virtualizadas en el campo de la cibercultura, manifestadas para este caso en los videojuegos *online*. Así, consideramos que la antropología de la ciencia y la tecnología puede

contribuir a la comprensión de estas nuevas dinámicas que hacen parte de la cotidianidad del mundo contemporáneo, y que día a día continúan permeando los contextos en los que como sociedad nos sentimos culturalmente identificados.

5. Referencias

Acevedo, A. & Chaux, J. (2016). Aproximaciones a los videojuegos y su incidencia en las subjetividades de los jugadores latinoamericanos. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 140-157.

Aibar, E. (2008). Las culturas de Internet: la configuración sociotécnica de la red de redes. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad – CTS*, 4(11), 9-21.

Pérez, C., Ardèvol, E., Bertrán, M., Callén, B. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 3, 72-92.

Castells, M. (1997). *La sociedad red. Volumen 1: La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Escobar, A. (2005). Bienvenidos a cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 22, 15-35.

Estrella, C. (2011). *Antropología de los mundos virtuales: avatares, comunidades y piratas digitales*. Quito: FLACSO-Abya Yala.

García-Peñalvo, F. J., Cruz, J., Maderuelo, C., Pérez, J., & Martín, A. (2014). Usalpharma: A cloud-based architecture to support Quality Assurance training processes in health area using Virtual Worlds. *The Scientific World Journal*, 2014, 1-10. doi:<http://dx.doi.org/10.1155/2014/659364>

García-Peñalvo, F. J., Cruz, J., & Therón, R. (2014). Visualización y Análisis de Datos en Mundos Virtuales Educativos: Comprendiendo la interacción de los usuarios en los entornos 3D. *ReVisión*, 7, 2, 46-59.

Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOe.

Kerckhove, D. (2009). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Latour, B. (1995). *La vida en el laboratorio: La construcción de los hechos científicos*. España: Alianza Editorial.

Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.

Mosquera, M. (2008). De la Etnografía antropológica a la Etnografía virtual. Estudio de las relaciones sociales mediadas por Internet. *Fermentum*, 18(53), 532-549.

Puente, H. (2012). Análisis crítico de Diablo III: el mito del juego irreal. *Teknokultura: revista de cultura digital y movimientos sociales*, 9(2), 149-156.

Tejeiro, R. (2001). La adicción a los videojuegos. Una revisión. *Adicciones*, 13(4), 407-413. doi:<http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.555>

Trouillot, M. (1991). La antropología y el nicho del salvaje: poéticas y políticas de la alteridad. En *Transformaciones globales. La antropología y el mundo moderno* (pp. 43-77). Bogotá: Universidad del Cauca-Universidad de los Andes.

Yee, N. (2006). The Psychology of MMORPGs: Emotional Investment, Motivations, Relationship Formation, and Problematic Usage. En R. Schroeder & A. Axelsson (Eds.), *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 187-207). The Netherlands: Springer.