

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Estudios Socioculturales
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



Las Culturas de participación clanes de videojugadores durante la narrativa del videojuego Fortnite

TESIS que para obtener el GRADO de
MAESTRO EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA

Presenta: MIGUEL RAMÍREZ REYES

Director DR. DAVID GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

Tlaquepaque, Jalisco. mayo de 2021.

Índice

Índice	2
Introducción	7
Capítulo 1. Diseño de la investigación: el problema, el clan y las preguntas y la industria	11
1.1 Los videojuegos como industria cultural	16
1.1.1 Las empresas con mayor participación en el mercado	22
1.1.2 Tencent Holdings Limited.....	24
1.2 Cambios en el modelo de negocio.....	25
1.2.1 Las subsidiarias más rentables	25
1.2.2 Epic Games.....	26
1.3 La investigación sobre el fenómeno Fortnite.....	26
1.3.1 Modos de juego	27
1.3.2 Salvar el mundo.....	27
1.3.3 Modo creativo.....	28
1.3.4 Battle Royale	28
1.3.4 Solitario	28
1.3.4 Dúos	29
1.3.4 Escuadrón.....	29
1.3.5 Pase de batalla	29
2.1 Pregunta de investigación.....	5
2.1.2 Preguntas específicas	5
2.2 Objetivo	5
2.3 Hipótesis de trabajo	5
2.4 Justificación.....	6
Capítulo 2. Estado del arte: Convergencia cultural, narrativa transmedia, participación, comunidades, videojuegos y Fortnite.....	7
2.1 De la convergencia a la cultura de participativa	7
2.2 El estudio de los videojuegos.....	13

2.3 ¿Qué son los videojuegos?.....	17
2.4 Calificación de los videojuegos	18
2.5 Los battle royale	19
2.6 Comunidades de videojugadores	20
Capítulo 3. Marco teórico: Cultura participativa, comunidades (clanes) y narrativa del videojuego Fortnite	25
3.1 Cultura participativa, convergencias cultural y mediática	25
3.1.1 Definición	28
3.1.2 Géneros de participación	32
3.1.3 Debates y reformulaciones sobre la cultura participativa	34
3.1.4 La cultura de la conectividad.....	37
3.2 Los videojugadores y sus comunidades ¿fans y clanes?	39
3.2.1 Comunidad de práctica.....	41
3.2.2 Definición.....	42
3.3 Narrativa de videojuego Fortnite	46
3.3.1 Narrativa transmedia (<i>transmedia storytelling</i>).....	47
3.3.1.1 Definición.....	48
Capítulo 4. Plataforma metodológica: jugar y observar al clan	50
4.1 Universo y muestra	54
4.2 La construcción de las categorías de análisis.....	56
4.3 Las herramientas metodológicas	57
4.4 Construcción de los datos	59
Capítulo 5. Análisis: Las prácticas de participación en las comunidades de videojugadores... 63	63
5.1 Sobre las prácticas y participación	63
5.1.1 Observación participante.....	65
5.1.2 Las entrevistas	77
5.1.3 Perfil de los videojugadores.....	78
5.1.4 Jugadores regulares.....	78

5.2 La conformación del clan	87
5.3 Las prácticas de participación y colaboración en el videojuego	90
5.3.1 Eje Cultura participativa	91
5.3.2 Eje comunidad de práctica	97
5.3.3 Eje narrativa del videojuego.....	100
Capítulo 6. Apuntes para concluir	103
Bibliografía	107

Índice de tablas

<i>Tabla 1: ¿Dónde se genera más dinero? Elaboración propia con datos de NewZoom (2019)</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 2: Gastos de videojugadores en mundo. Elaboración propia con datos de NewZoom (2019)</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 3: Las subsidiarias de Tencent. Elaboración propia con datos de Antón (2020).</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 4: El estudio de los videojuegos. Elaboración propia con información de Egenfeldt-Nielsen (2008)</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 5: Tabla de Coherencia teórico-metodológica</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 6: Tabla de congruencia final. Elaboración propia.</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 7: Relación de observaciones. Elaboración propia.</i>	<i>66</i>

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1: Avatares de los jugadores regulares del clan Med_Mex. Elaboración propia.</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 2: Observación I Captura del gamaplay.</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 3: Observación I, Gameplay de Luis</i>	<i>68</i>
<i>Ilustración 4: Observación I Gameplay de Luis</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 5: Observación III, Gameplay de Carlos.</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 6: Observación III, Gameplay de Carlos.</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 7: Observación III, Gameplay de Carlos.</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 8: Observación III, Gameplay de Carlos.</i>	<i>73</i>
<i>Ilustración 9: Observación III, Gameplay de Ximena.</i>	<i>74</i>

Agradecimientos

A Lucia por siempre estar, nunca soltar e incondicionalmente apoyarme. Te amo, sé que Wanda nos cuida en el cielo de los perritos.

Al doctor David, por siempre guiarme, enseñarme por tenerme la confianza, por las charlas, mucho de este proceso fue más fácil gracias a ti.

Para toda la banda del MM que me dieron la confianza de entrar en su comunidad para escucharles y contar un poco de sus historias, gracias por dejarme jugar con ustedes, perdón por ser tan malo.

A Darwin y Dalia, por advertirme lo que me esperaba, por enseñarme y dedicar un poco de su tiempo a nuestra amistad, Lucy y yo les queremos un montón.

A mis profesoras y profesores de la maestría, ahora me llevo algo de ustedes y a Manuel Corona, por su lectura y apuntes sobre mi trabajo.

A Papá y Mamá, gracias a ustedes llegamos hasta acá, siempre juntos.

A mis hermanas y hermano, por ser siempre mis aliados en todo.

A Irving eres excelente amigo, aunque le caigas mal a todo el mundo.

A mis hermanos y hermanas scouts.

A Daniel que lo abandonaba por hacer la tesis, pero que siempre me cura cuando me enfermo.

A Nadia y Alberto por su apoyo para lograr mucho de lo que me he propuesto, son un gran ejemplo.

A los fans de las chelas y Foucault, pero ahora desempleados, con ustedes volvería a cursar otra maestría, fueron un soporte para no abandonar el proceso, ahora son amistades importantes en mi vida.

Al ITESO, a la UdeG y al CONACYT por el apoyo económico recibido, sin su financiamiento esto jamás habría sido posible.

Resumen

El presente documento analiza las prácticas de participación de comunidades de videojugadores y las comunidades y culturas que se constituyen en torno al videojuego, además de los aspectos teóricos, metodológicos y plantea los hallazgos de investigación sobre la configuración de clanes de videojugadores y sus prácticas de participación en las narrativas del videojuego Fortnite en los modos que el juego demanda la formación de equipos y se desarrollen en línea.

Los ejes teóricos que articulan esta investigación son la cultura participativa para comprender la participación de las comunidades de videojugadores, vistos como fans aprendiendo a ser videojugadores en una comunidad de práctica y las narrativas del videojuego donde se desarrollan las prácticas. La metodología adoptada es cualitativa centrada en la etnografía, particularmente en la observación participante y en entrevistas a profundidad. Algo que me permite entender las narrativas que se construyen dentro de estas comunidades. Lo anterior me permitió conocer las pasiones, cualidades, aprendizajes, formas y textualidades que tienen estas comunidades, además de conocer cómo crean nuevas narrativas que tiene como base el videojuego en plataformas de transmisión en vivo, siendo ellos los protagonistas y creadores de este nuevo contenido que suben a redes.

Entre los hallazgos están las experiencias y prácticas de participación de videojugadores dentro un clan, cómo emplean estas prácticas para enseñar y aprender nuevas estrategias para sobrevivir, sortear retos y ayudarse dentro de la narrativa del videojuego. La narrativa del videojuego en algunas ocasiones es un elemento que facilita la participación durante las partidas de juego.

Palabras Clave: Cultura participativa, participación, videojugadores, comunidades de práctica.

Introducción

Hola. Me llamo Miguel y soy un *gamer*¹ (videojugador) y vamos a conocer qué hace un gamer, qué implicar ser un gamer y cómo éstos configuran comunidades y culturas en torno al videojuego.

Desde que recuerdo siempre he tenido un videojuego con el cual entretenerme y pasar el tiempo. Mi primer videojuego fue un *Tetris* a los cinco años, este aparato portátil tenía que compartirlo con mis hermanos. En el invierno de 1997, llegó a mis manos mi primera consola de videojuegos, un Atari, con el cual mis vecinos y hermanos pasamos horas de diversión, después vino un PlayStation, y la lista continúa hasta la llegada de las consolas actuales.

En el verano del 2009, ya con internet de banda ancha y una consola Xbox 360, me sumergí en el mundo del videojugar en línea, fue la primera vez que viví esa experiencia, para mi mala fortuna descubrí que era muy malo jugando, pero vivir esa experiencia de jugar con otros de manera remota me despertó inquietudes sobre jugar en línea.

Lo importante de la historia son varios factores: el primero de ellos es identificarme como videojugador y expresar que los videojugadores con los que he jugado durante años son personas con gustos y afinidades heterogéneas, pero que nos une el compromiso de jugar, pasar el rato, lograr sortear un reto que el videojuego plantea, ya que de manera individual no puedes resolver, para esto algunos los videojugadores configuran comunidades que autodenominan clanes o *teams* con el fin de compartir experiencias y aprendizajes con pares y con ayuda de otros videojugadores poder terminar un juego o mejorar tu habilidad de juego, pero pertenecer a un determinado clan

¹ En referencia a la introducción de Henry Jenkins en Fans, blogueros y videojugadores.

determina muchas de las prácticas que aprenderás cada clan tiene destinas prácticas, habilidades, identidades y juegos.

El desarrollo de tecnologías y la conectividad de internet modificó la interacción e interactividad, hizo posible que los miembros de mi clan dejarán de ser mis hermanos, vecinos o familiares, ahora son personas de distintas partes de México con diferentes contextos culturales, económicos y políticos. El segundo factor por lo que es relevante esta anécdota es que el jugar en línea me hizo descubrir que existe un mundo completamente diferente al de videojugar de manera individual, al entrar al mundo en línea logras pasar de lo individual a lo social.

Me parece importante dejar claro por qué es importante estudiar las prácticas de participación de los videojugadores, porque aún siendo un videojugador de muchos años, tengo muchas dudas sobre las prácticas de los videojugadores, la cultura de participación de los videojugadores y la industria del videojuego cada vez tiene más relevancia, social y económica. Los alcances comunicacionales y educativos del videojuego son potentes y poco explorados, los videojugadores y sus prácticas conforman una cultura de fans que hasta hace pocos años no había sido del escrutinio del campo de la comunicación en México, las comunidades de videojugadores cada vez están más lejos del paradigma de la audiencia pasiva que consumía solo lo que la industria producía, los videojugadores y los fans de alguna manera han adquirido mayor agencia y se han abierto espacios en la producción y creación de los contenidos que consumen.

Los clanes se han apropiado el producto cultural que es el videojuego y lo transformaron en un video donde enseñan a otros videojugadores a jugar y esto es distribuido por medio de transmisiones en línea de las partidas, desde este centenario comenzaron a surgir varias dudas. ¿Qué es un videojugador? ¿Qué los motiva a seguir jugando? ¿Por qué jugar en línea? ¿Por qué

juegan juntos? ¿Qué identifica a los videojuegos como miembros de un clan? ¿Qué prácticas tienen?

El acercamiento desde la investigación académica, me ha permitido ver los múltiples estudios que se han realizado para comprender las prácticas de los fans, poder conocer las diferentes ciencias, enfoques y perspectivas del conocimiento con los que se ha estudiado a estas comunidades, puede notar que existen la ausencia de estudios realizados desde la perspectiva sociocultural de la comunicación sobre este fenómeno y más particularmente centrado en los videojugadores y el vacío es mayor si se buscan estudios con una aproximación etnográfica, puedo decir también, que en los estudios realizados sobre la participación de los fans en los procesos de creación, tienden a ser limitados en la distancia crítica y algunas veces los hallazgos reportados suelen resaltar las cualidades positivas y dejan de lado las flaquezas de estas comunidades.

Leer y documentar estudios realizados sobre comunidades de videojugadores, aportó gran valor a mi experiencia empírica como videojugador, ayudó a poder dar cuenta de un proceso reflexivo y ver las prácticas con otros ojos, los de investigador para no darlas por sentadas, esto modificó algunas de mis inquietudes, muchas pasaban por mis prejuicios, carencias y limitaciones teóricas. Ser capaz de reconocer los debates teóricos facilitó la construcción de los datos y el análisis, con esto pude desarrollar un sentido crítico para algunas de las prácticas que tienen los videojugadores, guardar distancia crítica cuando realizaba las observaciones participantes. El videojugar me permitió darme cuenta de otras cosas por ejemplo de que existen clanes de videojugadores, descubrí que para pertenecer a un clan debes sortear una serie de retos, existe identidad para cada individuo que forma parte de un clan, además de que existen jerarquías, pude darme cuenta de su organización, también de las formas en las que se comunican, conocer más sobre la jerga de los videojugadores, aprendí a jugar mejor.

Las incógnitas comenzaron a surgir con mayor fuerza con el posgrado de Comunicación de la Ciencia y la Cultura y cada vez había más, porque comenzaba a ver cuestiones diferentes.

El objeto de estudio que se construyó para este trabajo narra sobre las prácticas de participación que de videojugadores enrolados en comunidades que ellos llaman clanes y estas prácticas tienen lugar la narrativa del videojuego Fortnite.

Capítulo 1. Diseño de la investigación: el problema, el clan y las preguntas y la industria

En este apartado elaboró la construcción del problema de investigación, la cual tiene por objeto examinar las prácticas de participación de los videojugadores durante la narrativa de los videojuegos Fortnite. El estudio tiene un diseño cualitativo de corte etnográfico visto desde la perspectiva sociocultural de la comunicación, esto me permite poner a dialogar con los ejes del problema de investigación, los cuales están descritos de la siguiente manera: la conformación de una cultura participativa en comunidades de videojugadores por medio de las prácticas de participación que ocurren dentro de las narrativas de los videojuegos.

Investigar las prácticas de participación y comunicación desde la perspectiva sociocultural de la comunicación proporciona elementos para analizar dichas prácticas en el lugar donde ocurren y desde una visión de *comunidad*, esto debido a que me interesa conocer de las interacciones que hay en un clan durante una partida de juego, también propongo entender a los videojugadores como una audiencia con capacidad de agencia, capaz de reconocerse con afinidades individuales y colectivas.

La participación es un concepto que en las ciencias sociales se encuentra en constante debate, (Jenkins, 2008, Fuch, 2004, González-Hernández, 2019, Carpentier 2011, Orozco, 20210) es el foco de contadas introspecciones teóricas y epistemológicas debido a sus diversos alcances económicos, sociales y políticos. Las múltiples dimensiones que analizan la participación hacen que este término sea potente y diverso, además con las nuevas tecnologías y el espacio en red, las prácticas de participación se han configurado dentro de la narrativa del videojuego por lo que pueden ser más complejas de analizar desde una conceptualización única.

La UNESCO (Unesco, 2005) en su informe mundial Hacia las Sociedades del Conocimiento incluye el capítulo *Del acceso a la participación: hacia sociedades del conocimiento para todos*, donde conceptualiza a la participación como procesos democratizadores para la implementación de políticas públicas que permitan una autonomía de la ciudadanía con apertura de valores, confianza, curiosidad, intercambio y colaboración algo que demanda la participación activa de la sociedad.

La reconfiguración de las prácticas de participación desde la interactividad e interacción que ha traído las nuevas tecnologías a las comunidades de videojugadores hacen que la propuesta de la UNESCO pueda parecer insuficiente para explicar este fenómeno, porque deja de lado las diferencias sistémicas entre cada uno de los videojugadores, las prácticas de comunicación y participación no están exentas de las desigualdades sociales, relaciones de poder, diferencias en las herramientas digitales, la brecha digital y tampoco se pone a discutir sobre las diferentes formas y categorías de participación, es decir que para formar parte de estas comunidades de manera activa, no se logra solo con acceso a la tecnología de las consolas o con habilidad en el videojuego, estos recursos y habilidades pudieran ser un elemento que ensancha o reduce las desigualdades sociales, políticas y económicas entre los videojugadores.

Orozco y González (2012) señalan que los objetos de investigación derivan de las preguntas, tanto general como específica y se vuelven elementos que estarán presentes durante toda la investigación y vigilarán que exista coherencia y serán lo que dará norte al investigador. explican que debemos conceptualizar con relaciones teóricas y metodológicas nuestra investigación, afirma que sin importar que nuestro objeto de investigación sea investigado por otra persona es diferente, ya que a cada investigador le interesa un aspecto clave de la realidad y no todo el universo en general.

Lo anterior, ayudó a atender que investigar las prácticas de cada videojugador, son la base para entender cómo cada miembro de un clan tiene funciones específicas y qué los lleva a formar parte de estas comunidades y como es que sus creaciones de alguna forma, han logrado penetrar en la cultura popular y formar parte de algo cada vez más global, como lo es la cultura del videojuego. Entender cómo se hace un videojugador y ver el papel que juegan en la cultura popular, pudiera propiciar elementos para entender los puntos de encuentro de estas comunidades y analizar el compromiso de los videojugadores para jugar en línea, lo que permite compartir sus conocimientos con pares, producir videos de sus partidas o involucrarse en la vida de sus otros compañeros.

Los videojugadores al compartir con pares sus conocimientos podrían estar desarrollando grados de agencia por medio de la colaboración y el aprendizaje, ya que además de la configuración de cultura participativa, también se configuran comunidades de práctica, que se construyen con las herramientas digitales y tecnológicas que el videojuego posee, en este sentido el entramado de prácticas de participación tienen como base la dimensión comunicacional del medio que en este caso es el videojuego, pero también una reconfiguración en las dinámicas de consumo y producción de los videojugadores.

Con lo anterior, busco explicar que las transformaciones que han tenido las consolas como medio de comunicación donde la información, el videojuego y la transmisión de gameplay se realiza por medio de un solo dispositivo, el vínculo entre los videojuegos y la comunicación siempre ha sido latente, pero ahora más que nunca se transmite y se comparte información producida por los videojugadores.

Las creaciones de los videojugadores permiten en algunos casos crear comunidad y vínculos por medio del compromiso con la narrativa y la comunidad. Derivado de las múltiples convergencias

las lógicas de producción de los medios están cambiando hay roles que se han roto o han emergido nuevos roles para la producción de estos contenidos que se distribuyen por la red.

Decir que los papeles de consumidor y productor se han reconfigurado, nos pone en una realidad donde los roles cambiaron y para ello es importante recalcar que para que esto suceda existen dos cuestiones alimentan la participación de los fans y videojugadores dentro de sus procesos comunicativos y culturales, la primera es lo que posibilita la participación, es decir hay una industria que permite que los videojugadores puedan participar en un sentido de interactividad y programación de la máquina, y un segundo factor es como la tecnología digital que propicia el trabajo en red esto hace que los videojugadores puedan tener canales sociales donde compartir y colaborar con otros (Jenkins, 2006).

Las prácticas de un determinado clan son más o menos relevantes dependiendo de la construcción narrativa que tenga el videojuego, porque partiendo de que el videojuego es un medio inacabado, porque requiere la interacción del videojugador para desarrollarse y porque algunos videojuegos por medio de la narrativa incentivan la participación de sus jugadores.

La narrativa del videojuego demanda de la interactividad del sujeto con la máquina como lo explica Camacho-Ortega, (2015).

El videojuego necesita indispensablemente convertir al espectador en actor, él o ella es la pieza final del videojuego ya que sin este la obra no existe, pues lo necesita para desarrollarse y se desarrolla de formas distintas cada vez que se juega convirtiendo a la persona en el protagonista, probando sus habilidades, proponiendo dilemas morales (Camacho-Ortega, 2015, págs. 2-3).

Al considerar al videojuego como un medio no terminado, el videojuego requiere de un videojugador que desarrolle la narrativa del juego para ser terminado, los videojugadores al jugar apropiaron el contenido del videojuego, en una segunda etapa lo producen en videos donde ellos son los productores y por último desde en sus canales de Twitch y YouTube lo distribuyen en la red. Para Jenkins (2009) podemos ver el involucramiento de una comunidad con el fin de producir significados y compartirlos, elementos que componen la cultura participativa.

Estos productos transmediales son elaborados por comunidades de videojugadores autonombrados, clanes, sus miembros son videojugadores activos, que tienen un potencial creativo, compromiso con la comunidad y con el videojuego, ganas de compartir sus habilidades en el juego y habilitar a otros miembros de la comunidad.

Dentro de este proceso el aprendizaje va más allá de las sesiones de juego para Wenger (2001) dichas prácticas y la participación de sus miembros son de mayor alcance y estas configuran otras prácticas dentro de las mismas comunidades sociales, lo que produce en los clanes son nuevas identidades, porque formar parte un determinado clan de videojugadores es una acción que va a determinar lo que son, lo que hacen y cómo lo hacen.

La investigación desarrolla cómo se configura la cultura participativa en clanes de videojugadores, particularmente explora las prácticas de comunicación y participación en los miembros de un clan de videojugadores al jugar en línea y cómo estos procesos están configurando y reconfigurando aprendizajes.

Los clanes de videojugadores son comunidades participativas ya que la misma narrativa demanda que se creen equipos para desarrollar el videojuego, por lo que las prácticas de participación son más evidentes en estas comunidades, también algunos clanes tienen compromisos claros con las

sesiones de juego y con sus compañeros de clan, además de que la narrativa del videojuego demanda la participación y la comunicación para superar los desafíos que impone.

1.1 Los videojuegos como industria cultural

La plataforma *Newzoom*² es una compañía dedicada a recabar estadísticas sobre uso de videojuegos, deportes electrónicos y celulares; las métricas de la compañía reportan que para *Twitch* y *Youtube*³ tan solo en enero de 2019 del videojuego *Fortnite* se reprodujeron 160 millones de horas de streaming en el informe *Watched Games on Twitch & YouTube* (Newzoom, 2019), en estos contenidos se puede ver a videojugadores compartiendo ayudas para desbloquear algunos desafíos, también se puede encontrar consejos sobre cómo ser un mejor jugador o la narración de algunas de las mejores sesiones de juego.

La mayoría de estas 160 millones de horas que se reprodujeron en *Twitch* y *Youtube* son contenidos son producto de las convergencias cultural y mediática que impacta de lleno a los videojugadores; estas plataformas de streaming y la narrativa del videojuego propician que los videojugadores participen en la elaboración de nuevo contenido que en un principio era un videojuego, además los videojugadores ahora tienen la posibilidad de producir contenidos en donde ellos son los protagonistas, estos productos cada vez es más interactivos debido a que las plataformas lo facilitan.

La plataforma *Newzoom* reporta en el informe *Global Games Market* (NewZoom, 2019) que la industria de los videojuegos generó 152 mil millones de dólares en todo el mundo, en el mismo informe se documenta que en México hay 55 millones de videojugadores en los distintos soportes

² <https://newzoo.com/about/>

³ Plataformas de streaming en vivo, donde los videojugadores pueden subir sus videos y transmisiones.

en los que se puede videojugar (móvil, PC o consola), puntualiza que los videojugadores mexicanos gastaron mil 600 millones de dólares, lo que coloca al país como el decimosegundo consumidor de videojuegos en el mundo. Los videojuegos son por tanto son la industria cultural más grande del planeta, ya sea por sus cifras de venta o por la cantidad de usuarios que siguen este sector de entretenimiento. En lo que respecta a la academia los acercamientos han sido para entender a la industria (Levis 1997 y 2013; Gros 2008 y Morales 2009) documentan.



Tabla 1: ¿Dónde se genera más dinero? Elaboración propia con datos de NewZoom (2019)

La industria cultural de los videojuegos es la más grande del sector del entretenimiento en lo que respecta al volumen de ventas y el artículo *Gaming: La mina de oro que México no ha sabido explotar* de Fernández (2020) explica como la industria de los videojuegos en México generó una derrama económica de cerca de 1,800 millones de dólares en 2019, sin embargo, muy poco de ese dinero es producido por empresas de capital nacional.

El texto expone como firmas como Cinemex, Tv Azteca, Riot games, Intel, Mastercard, Coca-cola Chivas, Lenovo, P&G y ESPN (Disney) comienzan a ver el fenómeno como un nicho de mercado en donde emprender y llevarse grandes dividendos, porque el país es el mercado más grande de América Latina, con 63.1 millones de videojugadores, pero es un comercio que no ha podido transitar de ser un consumidor top en la región a un creador de valor en el mercado mundial de videojuegos (Fernández, 2020).

La audiencia es grande y sigue creciendo, en los Game Awards 2020, la audiencia que siguió en línea el evento superó los 45 millones de usuarios durante las tres horas que duró el evento. Por lo que empresas como Tesla, HP, Microsoft, Konami, Nintendo, Warner Brothers y Sony invierten grandes sumas de dinero en el evento para publicidad y la organización de los premios. Entre las celebridades que han participado en los Game Awards luego de siete años destacan; Vin Diesel, Keanu Reeves, Norman Reedus, Guillermo del Toro, los hermanos Duffer, los hermanos Russo, entre otros, el evento cada año gana audiencia y con los números actuales supera a la de los premios Oscar.



*Tabla 2: Gastos de videojugadores en mundo. Elaboración propia con datos de NewZoom
(2019)*

El artículo de Fernández (2020) da cuenta de cómo cerca del 80 por ciento de las ventas en el país terminan en capital extranjero, de acuerdo con los especialistas consultados por el periodista, se debe a la falta de infraestructura tecnológica y el costo elevado de los teléfonos móviles. El cambio en el modelo de negocio en la industria también es un factor clave.

Ante el crecimiento de las ventas de juegos en descarga digital, la proliferación de los juegos móviles o la popularidad de los gratuitos con venta de contenidos descargables como Fortnite y PUBG, la mayor cantidad de ingresos y empleos generados por el sector, que hoy provienen de la venta física y distribución de videojuegos corre riesgo [...] en pocas palabras, hay ventas pero no generan muchas utilidades y todos los expertos consultados concuerdan en que solo puede cambiar de una forma: crear una industria real desarrolladores en el país, por más complicado que suene (Fernández, 2020, pp 64).

En general la industria *de los jugadores* en México, específicamente en lo que refiere al desarrollo de videojuegos cuenta con pocos estudios que buscan posicionarse en el mercado. García (2020) documenta que existen cuatro estudios nacionales que destacan por el trabajo que han hecho en la programación y diseño de videojuegos.

El primero de ellos es Estación PI: esta empresa desarrolló el juego *Lucho the Aventurero*, un juego para celulares que acumula 160 millones de descargas, además son los creadores de GREEN he life Algorithm, el primer videojuego mexicano en salir a la venta para plataformas PlayStation 4, Xbox, Switch y PC, según el texto de García (2020) se trata de “el primer multiplayer latinoamericano en gran escala”.

El número dos es Bromio estudio que tiene como sede Puebla y es una empresa fundada en 2013 que principalmente desarrolla videojuegos para móviles, pero su carta fuerte y lo que les ha permitido seguir en la industria es Pato Box, videojuego lanzado para PC y las consolas de cuarta generación, el título fue un éxito para sus creadores y les permitió expandir su mercado a Estados Unidos, Europa y Japón.

En tercer lugar, esta GamerCoder Studio el origen de esta empresa es Guanajuato y es uno de los estudios mexicanos cuentan con 10 años de experiencia en el mercado, sus alianzas con Sony y Bandai Namco hicieron posible la publicación del videojuego *Attractio*, el cual ha vendido más de 80 mil copias. El éxito de este título les hizo acreedores a una oportunidad en el sistema de realidad virtual de Sony, años después lanzaron en esta plataforma *Sophie's Guardian*, el primer videojuego mexicano en realidad virtual.

En cuarto lugar, García (2020) destaca el estudio Lienzo un proyecto que fue fundado en Chihuahua en 2012 y su más grande título es *Mulaka*, inspirado en la cultura tarahumara, para desarrollar este juego hubo una inversión de 10 millones de pesos, el mercado donde tuvo mejor aceptación es principalmente Europa y Asia, donde el juego mantiene aceptación al grado de ya generar ganancias para el estudio.

Los videojuegos son una industria que cada día gana terreno no solo en el entretenimiento, sino también como deporte profesional, el articulista Gonzalo García (2020) explica que durante muchos años los deportes electrónicos en México fueron frenados por las empresas que se mantenían incrédulas de que fueran un verdadero deporte y un negocio, pero luego de varios años.

Los *eSports* ganan terreno y empresas como TV Azteca, *ESPN (The Walt Disney Company)* y *Cinemex* entre otras ya impulsan los *eSports* en México, esto quizá a la alta audiencia que generan las competencias e ingresos globales que ya superaron a los del cine, la música y las plataformas

de streaming y si bien es cierto que los modelos de negocios son completamente distintos, es por eso que resulta muy difícil compararlos, pero lo cierto es que en volumen de ventas y usuarios cautivos los videojuegos tienen mucho terreno ganado en el sector del entretenimiento de jóvenes y adultos.

Las compañías televisoras buscan ganar a las audiencias mexicanas fanáticas de los eSports tanto TV Azteca como ESPN transmitieron en sus canales estelares el pasado mundial de Fortnite, además la compañía con sede en Estados Unidos lanzó para América Latina el reality multiplataforma Desafío ESPN: camino a *League of Legends*.

Quizá la noticia más alentadora para los deportes electrónicos en México es la mudanza de la Liga Latinoamericana de *League of Legends* de Chile a México y con ello la llegada de la empresa estadounidense, Riot Games, propiedad del gigante chino Tencent, productora del videojuego *League of Legends* líder durante 10 años en el mercado de los eSports, no es cosa menor que hayan decidido cambiarse a México, porque mensualmente el juego acumula 100 millones de competidores en sus servidores.

La producción de videojuegos y la industria cambiaron drásticamente en menos de 30 años, las labores para realizar un videojuego se multiplicaron y dejaron de ser un proyecto de un grupo de personas para ser tareas multitudinarias que demandaban a múltiples especialistas y grupos diversos, actualmente producir un videojuego involucra programadores, diseñadores, artistas, compositores, músicos, artistas de 3D, animadores, escritores, guionistas, etc.

Por ejemplo, Valderrama (2011) explica que en 1989 el título SimCity fue programado para MS-DOS y este proyecto fue realizado por no más de 20 personas. Las cosas cambiaron 15 años después, Microsoft con Halo 2 contrató a más de 100 personas para desarrollar el videojuego, (Egenfeldt-Nielsen et al, 2008), además, en la actualidad la realización de videojuegos son

procesos que en realidad duran entre uno y dos años para juegos de PC y en promedio un año a tres meses los minijuegos y juegos móviles (Kerr, 2006), aunque esto con los cambios en los modelos de negocios que ahora todo apunta a los juegos en línea esto parece cada vez transitar a un nuevo modelo de negocios.

1.1.1 Las empresas con mayor participación en el mercado

La industria del *Gaming* como ya se dijo genera millones de ventas en todo el mundo, pero quienes están delante de todo esto, el primer lugar tenemos a las tres grandes compañías que compiten por el desarrollo de consolas de videojuegos: Microsoft, Sony y Nintendo. El desarrollo de un videojuego explica Kerr (2006) demanda la toma de decisiones primero en cual plataforma se va a lanzar, porque el proceso de elaboración demanda cambios estructurales en el diseño y tecnologías y segundo cada consola tiene socios comerciales distintos, los videojuegos que demandan movimiento, por ejemplo: realidad virtual para Sony, los juegos para Nintendo en cualquiera de sus consolas y Kinect para Xbox demandan en muchas ocasiones que las personas se muevan físicamente una situación que difícilmente se ve en juegos para PC.

El proceso continúa con un tercer momento, que es la distribución y publicación en esta industria como otras existen empresas que publican y otras que desarrollan videojuegos, entre las empresas que publican están; Microsoft, Electronic Arts, Ubisoft, Activision Blizzard, etc, y empresas que se dedican a la programación de videojuego, por ejemplo: La firma finlandesa Supercell dedicada al desarrollo de videojuegos móviles, en 2016 recaudaron dos mil millones de dólares en ganancias, con solo nueve años en el mercado es uno de los estudios más exitosos y entre sus títulos más famosos están *Clash of Clans* y *Clash Royale*.

El estudio *Blizzard Entertainment* de origen estadounidense es uno de los estudios con más ganancias en el mundo, entre sus desarrollos están *Overwatch*, *World of Warcraft*, *el free to play*⁴ *Hearthstone*, *StarCraft* y *Diablo*, pero además de tener una sociedad comercial con *Activision* y otras empresas filiales en todo el mundo es uno de los más grandes estudios del mundo.

Otro estudio con gran poder en el mercado es Nintendo, empresa que tiene gran presencia en juegos móviles, debido al éxito de muchos de sus juegos la colocó como la tercera más rentable del sector por tercer año consecutivo, con ganancias estimadas solo en software de 1,300 millones de dólares.

En los deportes electrónicos profesionales es *Riot Games* es el desarrollador que más dinero genera, hecho que es un tanto irónico, porque domina el mercado de los juegos *free to play*, es el responsable de *League of Legends (LoL)* uno de los videojuegos más importantes de los eSports, además de que su crecimiento y expiación entre los videojugadores no para en 10 años de que fue lanzado, el estudio solo de LoL obtuvo ganancias por 1,500 millones de dólares.

Por último, en este breve recuento está el estudio Rockstar North, firma de Reino Unido que desarrolla la popular franquicia *Grand Theft Auto* y *Red Dead* juegos que quizá siguen el modelo de negocios tradicional hasta la última entrega de *Grand Theft Auto Online* que se apega más al modelo de microtransacciones en línea y sus ganancias superan los 700 millones de dólares anuales. Por otro lado, existen compañías que de manera independiente desarrollan el software de los videojuegos con miras a tener una oportunidad con los gigantes distribuidores antes mencionados.

⁴ Videojuegos gratuitos muchas veces con acceso limitado, el modelo de negocios de la mayoría de estos juegos es por medio de compras en línea dentro de una tienda virtual o con abundante publicidad

1.1.2 Tencent Holdings Limited

Empresa multinacional tecnológica con base en China cuyas subsidiarias proveen productos y servicios de internet, desarrollan inteligencia artificial, ofrecen servicios de publicidad, redes sociales, portales de sitios web, comercio electrónico, videojuegos y tecnología en todo el mundo. Por número de ventas se estima que es la mayor empresa de videojuegos del mundo tanto en la distribución como en el desarrollo.

El dominio de la empresa Tencent en los videojuegos comienza en 2004 cuando dicen fundar la subsidiaria Tencent Games, además este año concuerda la entrada a la bolsa de Hong Kong, otra de las acciones que implementaron fue la compra de estudios de desarrollo de videojuegos en todo el mundo, algunos de sus activos son los estudios Riot Games y Supercell, dos de las empresas más rentables del mundo por sus títulos populares *League of Legends*, *Clash of Clans*, *Boom Beach* y *Clash Royale*, juegos que ahora le rinden ganancias a Tencent, estas acciones sentaron las bases para que años más tarde dominaran en la industria de los videojuegos.

Las inversiones millonarias le han resultado bien a Tencent, además de adquirir como ya se dijo a grandes estudios que desarrollan videojuegos, también, buscaron canales para su distribución y publicación el proyecto más reciente de la compañía china es WeGame, una plataforma que busca hacerle competencia a Steam⁵ en los juegos distribuidos para PC. La plataforma es popular en China donde tiene más de 200 millones de jugadores. Los títulos principales de están *League of Legends*, *Stardew Valley*, *Cities: Skylines*.

⁵ Steam es una plataforma de distribución digital de videojuegos propiedad de Valve Corporation su lanzamiento fue en septiembre de 2003. Principalmente es usado por estudios independientes para distribuir sus videojuegos de PC. Es compatible con las plataformas: macOS, Linux, Android, iOS, Windows y Windows Phone.

1.2 Cambios en el modelo de negocio

Tencent sabía que para sobrevivir a la piratería había que revolucionar la industria y cambiar el modelo de negocios, particularmente en China donde la industria es una de las que más pérdidas representa en pérdidas por este mal. El propósito de Tencent fue monetizar la personalización de los videojuegos y personajes, el cambio puede darse en apariencia, en los nombres de juego, es una apuesta que va más allá de la venta de un título, incluso la mayoría de los videojuegos que ofrecen estos cambios son de libre juego (Free-to-play). Los videojugadores adquieren perfiles y avatares personalizados algo que les hace destacar en la comunidad y parece que esta es la idea más monetizable para las compañías el día de hoy.

1.2.1 Las subsidiarias más rentables

Entre las empresas de videojuegos en las que tiene capital invertido Tencent destacan Epic Games, Blizzard, Activision Ubisoft, Riot Games y Paradox Interactive, aunque los videojuegos son su brazo más joven es uno de los que más ingresos genera, la multinacional ha registrado ingresos netos por 13,500 millones de dólares. Antón (2020) documenta que las ganancias de los videojuegos *online* de Tencent incrementaron un 25 por ciento en el último trimestre 2018, explica que el éxito de la compañía china se debe a la popularidad de sus títulos, porque del top 10 de videojuegos móviles con más usuarios de 2019, la mitad son títulos de Tencent.

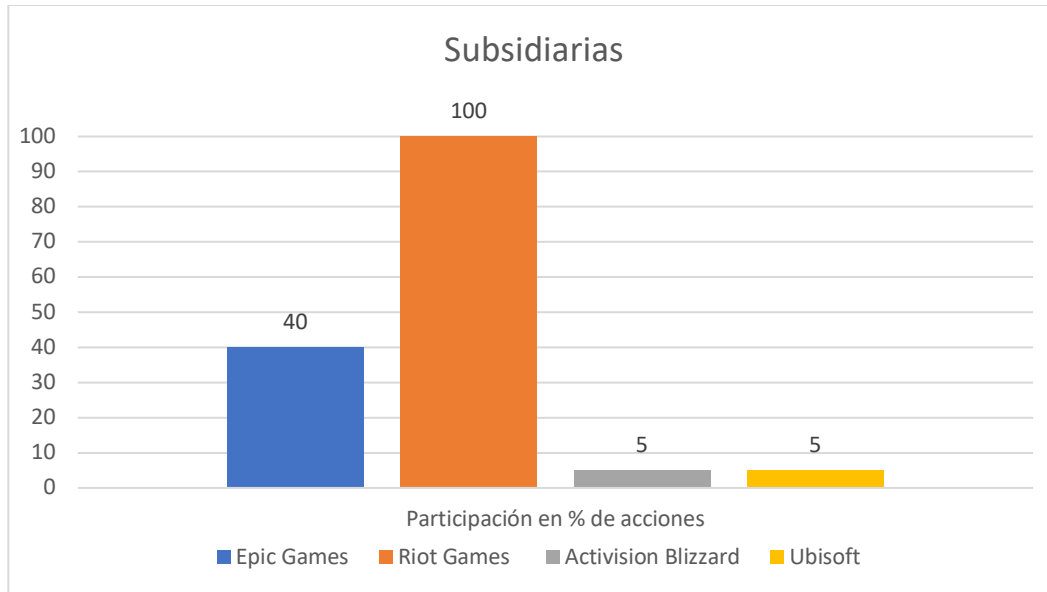


Tabla 3: Las subsidiarias de Tencent. Elaboración propia con datos de Antón (2020).

1.2.2 Epic Games

Epic Games, es una empresa de desarrollo de videojuegos, originalmente estadounidense, ahora está asociada con la compañía china Tencent Holdings Limited. La fama de esta empresa radica en los videojuegos de disparos, gracias a su motor Unreal Engine⁶, por medio de este motor han sido desarrollados la saga Gears of War y Fortnite.

1.3 La investigación sobre el fenómeno Fortnite

Las ganancias de Fortnite son en su mayoría de la venta de los Pases de batalla⁷ que se oferta de manera bimestral; este pase sirve para desbloquear 100 desafíos extras al juego y otorga *skins*⁸, los

⁶ Unreal Engine es un motor de juego creado por la compañía Epic Games, mostrado inicialmente en el shooter en primera persona Unreal en 1998. El motor de juego una serie de rutinas de programación que permiten el diseño, la creación y el funcionamiento de un videojuego.

⁷ El Pase de batalla *Fortnite* te brinda 100 niveles para desbloquear durante la temporada que dura dos meses.

⁸ Pieles para los avatares y armas que se usan dentro del videojuego.

cuales no cambian en nada la narrativa o dificultad original del videojuego, solo son “pieles” para los personajes de los videojugadores.

Fortnite es un videojuego lanzado en el año 2017, desarrollado por la empresa *Epic Games*, es un juego gratuito donde hasta cien jugadores luchan en una isla, los espacios de juego se van reduciendo cada vez más debido a la tormenta, el objetivo es ser el último jugador de pie. El juego está disponible en prácticamente todas las plataformas, PC, consola y móvil y en los sistemas Windows, mac OS, PlayStation 4, Xbox One, Nintendo Switch, dispositivos iOS y Android.

1.3.1 Modos de juego

Actualmente, Fortnite se divide en tres modos de juego en origen distintos, Salvar el mundo, Modo creativo y Battle Royal, aunque cada juego utiliza el mismo motor y tiene gráficos, recursos artísticos y mecánicas de juego casi idénticos.

1.3.2 Salvar el mundo

Está diseñado como un juego de jugador contra entorno, es para cuatro jugadores que colaboran para alcanzar un objetivo común en varias misiones. El juego se desarrolla después de que una tormenta mortal aparece en toda la Tierra, provocando que el 98 por ciento de la población desaparezca y los sobrevivientes sean atacados por carcasas que son como zombis. Los jugadores son comandantes de refugios tipo base, recogen recursos, salvan sobrevivientes y forman equipos para ayudar a recopilar datos sobre la tormenta o a hacer retroceder la tormenta. Desde las misiones, los jugadores reciben una serie de elementos en el juego, que incluyen personajes tipo héroe, esquemas de armas y trampas y sobrevivientes, todos los cuales pueden ser nivelados por la experiencia adquirida para mejorar sus atributos.

1.3.3 Modo creativo

Es un modo en el cual el jugador puede construir su propia isla, un modelo que imitan de otros videojuegos, en los que el jugador construye todo su mundo con amigos de la forma en la que ellos deseen.

1.3.4 Battle Royale

Es un juego de tipo batalla real en el que compiten hasta 100 jugadores en solitario o en escuadrones de dos o cuatro miembros. Los jugadores saltan en cualquier momento de un autobús que cruza el mapa en el momento, todos comienzan en igualdad de condiciones, sin armas.

Luego del despliegue del ala delta y aterrizan, deben buscar armas, objetos útiles y recursos, evitando que los maten mientras atacan a otros jugadores. La narrativa del juego se divide en rondas con una duración determinada que aparece en la parte superior derecha en el mínima mapa cada jugador. Luego de que el contado llega a 0 la ronda termina y el área segura del mapa se reduce y una tormenta comienza a tragarse el mapa, los jugadores fuera de esa área segura reciben daño y pueden morir a causa de ella. Es decir, la narrativa de Fortnite obliga a los jugadores a estar en espacios cada vez más cerrados y fomenta los combates entre jugadores y escuadrones. El último jugador o escuadrón vivo es el ganador.

1.3.4 Solitario

El primer modo es en solitario, este modo de juego utiliza las reglas estándar del *Battle Royale* y es un combate de todos contra todos. En este modo no hay redespliegue del ala delta, la única forma de poder redesplegar el ala delta durante la partida es necesario encontrar el objeto "ala delta" con el que podrás volver a planear y sino lo más rentable para los jugadores es encontrar el objeto de la plataforma de salto para esto

1.3.4 Dúos

El segundo es *Dúos*, en modo el juego mantiene las mismas reglas estándares del modo anterior pero la diferencia radica en que este modo se puede jugar con un compañero ya sea elegido al azar o con un amigo, aquí tampoco hay redespliegue de ala delta. Otro cambio en este modo de juego es que se puede regresar a jugar luego de llegar al 0 de vida, ya sea por una caída libre hacia el vacío o por el ataque de un enemigo, el jugador afectado en lugar de morir instantáneamente como en el modo *En Solitario* tiene la posibilidad de regresar a jugar solo con la ayuda de su compañero de equipo quien lo reanimó, una vez reanimado el jugador derribado aparece con 30 puntos de vida, en lugar de los 100 puntos.

1.3.4 Escuadrón

El tercer modo, es el más popular, *Escuadrones*, este modo de juego es muy similar al modo de Dúos, pero a diferencia del anterior, en vez de estar formado por solo dos, este modo es capaz de admitir hasta cuatro jugadores por equipo. El último escuadrón, el último equipo con vida es el ganador o si uno o más miembros del escuadrón aún siguen en partida; por último, está Refriega de equipos uno de los modos de juego con más jugadores activos, este modo de juego es muy parecido al de Escuadrones con la única diferencia de que este contara con más miembros en un equipo los cuales son identificados con un color para saber cuándo son aliados ya que estos portaran una flecha en la parte superior de la cabeza y cuando son rivales estos no tendrán la misma flecha.

1.3.5 Pase de batalla

El pase de batalla de Fortnite Battle Royale es una suscripción premium al juego. La jugabilidad de los modos no se ve afectada en nada, es decir, no cambian los modos de juego al tener el pase de batalla, no es obligatorio comprarlo, el videojuego es gratuito. Sin embargo, el pase de batalla

brinda acceso a contenido exclusivo a 100 recompensas y que no se puede obtener de ninguna otra forma en el juego, cada pase de batalla está disponible durante la duración de la temporada actual.

Cada temporada dura aproximadamente dos meses y medio o tres.

El Capítulo 2 llegó, de forma sorpresiva, porque la temporada anterior el mapa fue absorbido por un hoyo negro, la temporada 1 del capítulo 2 y tuvo una duración del 15 de octubre de 2019 al 20 de febrero de 2020, en total la temporada 1 estuvo vigente por 128 días. Cada temporada de Fortnite tiene su propio pase de batalla, el pase de batalla caduca con la temporada. El pase de batalla tiene un costo de 950 paVos⁹, el juego permite comprar paVos solo por lote, el lote de mil paVos tiene un costo de \$192.00 pesos mexicanos.

Las 100 recompensas que se pueden desbloquear a medida que vayamos subiendo de nivel el pase de batalla de la temporada 1 de Fortnite capítulo:

Nivel 1: Skin Travesía vs. Obstáculo, skin

Nivel 7: Emoticono Diana

Grumete vs. Contracorriente

Nivel 8: Envoltorio Contracorriente

Nivel 2: Grafiti E.G.O.

Nivel 9: Icono Anzuelo

Nivel 3: Accesorio mochilero Macuto de pesca

Nivel 10: Herramienta de recolección Picos pescadores

Nivel 4: Pantalla de carga Mecapuñetazo

Nivel 11: Grafiti Travesía

Nivel 5: paVos x100

Nivel 12: paVos x100

Nivel 6: Gesto Respeta la paz

⁹ Los paVos son la moneda virtual del juego puede utilizarse tanto en los modos Battle Royale, Creativo y Salvar el mundo. Un paVo aproximadamente equivale a 0.19 pesos mexicanos.

Nivel 13: Pantalla de carga Pandilla
Rompenueces

Nivel 14: Ala delta Arrastrero aéreo

Nivel 15: Emoticono Moco GG

Nivel 16: Gesto Dame esos cinco

Nivel 17: Icono Árbol y raíces

Nivel 18: Música Cortatormentas

Nivel 19: paVos x100

Nivel 20: Skin Blandito vs. Viscoso

Nivel 21: Pantalla de carga Soldado meneo

Nivel 22: Accesorio mochilero Mochila de
campamento

Nivel 23: Grafiti ¡Abejas!

Nivel 24: Estela Rastro pegajoso

Nivel 25: paVos x100

Nivel 26: Herramienta de recolección
Romperrocas

Nivel 27: Pantalla de carga Recolección final

Nivel 28: Envoltorio Blandito

Nivel 29: Emoticono Bandera a cuadros

Nivel 30: Gesto Orangután

Nivel 31: paVos x100

Nivel 32: Pantalla de carga Llanuras lejanas
en dúo

Nivel 33: Icono Patrón

Nivel 34: Estela Punto Cero

Nivel 35: Grafiti Rosa

Nivel 36: Ala delta Saltador base

Nivel 37: Pantalla de carga Calavera
segadora

Nivel 38: Herramienta de recolección
Blandimaza

Nivel 39: paVos x100

Nivel 40: Skin Cura vs. Toxina

Nivel 41: Emoticono Beso

Nivel 42: Accesorio mochilero Antídoto

Nivel 43: Pantalla de carga Sesión aérea

Nivel 44: Envoltorio Cameo

Nivel 45: paVos x100

Nivel 46: Icono Tóxico

Nivel 47: Gesto T ondeante

Nivel 48: Música Fin

Nivel 49: Pantalla de carga Mecaintensidad

Nivel 50: Herramienta de recolección

Medihacha

Nivel 51: Grafiti A.L.T.E.R.

Nivel 52: paVos x100

Nivel 53: Emoticono Guiño

Nivel 54: Ala delta Ocho loco

Nivel 55: Pantalla de carga Pase de Batalla de la Temporada X

Nivel 56: Estela Billar

Nivel 57: Icono Bola 8

Nivel 58: Gesto Hula Hoop

Nivel 59: paVos x100

Nivel 60: Skin Bola 8 vs. Bola Blanca

Nivel 61: Pantalla de carga Tomate de neón

Nivel 62: Accesorio mochilero Bochila

Nivel 63: Emoticono Media vuelta

Nivel 64: Envoltorio Bola 8

Nivel 65: paVos x100

Nivel 66: Grafiti Bola 8

Nivel 67: Herramienta de recolección Carambola

Nivel 68: Estela Espectro de color

Nivel 69: Pantalla de carga Lámina de Deriva

Nivel 70: Icono Seta

Nivel 71: Gesto Pium Pium

Nivel 72: paVos x100

Nivel 73: Grafiti Perrete

Nivel 74: Ala delta Marca metálica

Nivel 75: Pantalla de carga Elemental

Nivel 76: Envoltorio Chic

Nivel 77: Emoticono Caída ardiente

Nivel 78: Accesorio mochilero Talega tajante

Nivel 79: paVos x100

Nivel 80: Skin Cameo vs. Chic

Nivel 81: Icono Mar

Nivel 82: Herramienta de recolección Filos finos

Nivel 83: Pantalla de carga Demi

Nivel 100: Skin Fusión

Nivel 84: Música Ritmo puro

Nivel 85: paVos x100

Nivel 86: Gesto ¡Boing!

Nivel 87: Pantalla de carga Campos de llamas

Nivel 88: Estela ADN

Nivel 89: Grafiti Calamar

Nivel 90: Ala delta Bobina de fusión

Nivel 91: Pantalla de carga Osos hermanos

Nivel 92: paVos x100

Nivel 93: Emoticono Sin mira

Nivel 94: Accesorio mochilero Orbe de fusión

Nivel 95: Icono Zarpa

Nivel 96: Envoltorio XEV

Nivel 97: Pantalla de carga Dominación eterna

Nivel 98: Herramienta de recolección Guadaña de fusión

Nivel 99: paVos x100

2.1 Pregunta de investigación

¿Cómo son las prácticas de comunicación y participación en el clan de videojugadores Med_Mex durante la narrativa del videojuego Fortnite?

2.1.2 Preguntas específicas

¿Qué significados e intereses tiene el clan Med_mex al videojugar de manera colectiva?

¿Qué tipo de prácticas de comunicación y participación tienen o realizan el clan Med_Mex durante la narrativa del videojuego Fortnite?

¿Cómo la narrativa de Fornite materializa las prácticas de comunicación y participación del clan Med_Mex durante las sesiones de juego?

2.2 Objetivo

Describir las prácticas de participación y comunicación que posibilitan la participación del clan de videojugadores Med_Mex durante la narrativa del videojuego Fortnite.

2.3 Hipótesis de trabajo

Las prácticas de participación y comunicación del clan Med_mex están mediadas tanto por la narrativa del videojuego Fornite como por las reacciones que se suscitan tanto dentro como fuera de la plataforma, siendo la violencia un elemento predominante.

Tal y como lo es la valoración de las habilidades de las y los videojugadores que forman parte del clan, lo que se puede a prueba en cada partida y en cada escenario donde se tiene que demostrar capacidad o habilidad jugar, pero también articulación con un grupo que más allá de videojugar comparten otras aficiones y visiones del mundo.

2.4 Justificación

Las mutaciones en el campo de la comunicación han hecho como señala Martín-Barbero (2011) un “descampado” en el estudio de los nuevos paradigmas como los que trae la convergencia cultural, en la cual el videojuego está inmerso (Jenkins, 2006). Martín-Barbero (2011)) dice que Jenkins “da en el clavo al apostarle a los cambios en la interacción pedagógica”, los productos de los videojugadores se convierten en prácticas en proceso de aprendizaje, donde intervienen la experiencia, el ocio, el ensayo colectivo, la curación informativa, la colaboración comunitaria y la autoevaluación.

La participación de los fans no es un fenómeno nuevo, sin embargo, en el entorno de comunicación transmedial sus tipos de involucramiento se han complejizado y acaso multiplicado en formas algunas veces inesperadas, (Corona, 2018, pág. 144)

Estudiar la participación de los videojugadores es revelador para entender cómo es la relación que tienen dentro de la comunidad de videojugadores y cómo es la relación que tienen con la industria de los videojuegos, es por eso pertinente que se estudie desde la comunicación y la participación. El videojuego como medio tiene aspectos educativos como ya se ha demostrado (Gee, 2004), si entendemos el proceso de educación como un acto comunicativo, tenemos una audiencia poco estudiada en México, de la cual no comprendemos sus códigos, cultura y prácticas, es por eso por lo que considero importante estudiar las prácticas de participación de los clanes de videojugadores.

Si consideramos que el proceso educativo es en sí un acto de comunicación, debemos comprender y analizar a la audiencia. Es por eso por lo que consideramos de suma importancia el hecho de comprender las comunidades de videojuegos, (Ito, et al, 2009, pág. 14).

Capítulo 2. Estado del arte: Convergencia cultural, narrativa transmedia, participación, comunidades, videojuegos y Fortnite

Para la realización del estado de la cuestión localicé literatura con los siguientes criterios de búsqueda: cultura participativa, comunidades de práctica, narrativa transmedia y videojuegos, por medio de buscadores especializados; principalmente en Web of Science, Ebsco y Google Académico, encontré 83 documentos entre ellos tesis, documentos publicados en revistas de más alto cuadrilaje, libros, bases de datos, informes y notas periodísticas.

2.1 De la convergencia a la cultura de participativa

En primer lugar, vamos a escudriñar el término convergencia, particularmente en los últimos ver algo convergente es remitirnos a los medios y la participación de las audiencias o fans, sin embargo, como muchos pensadores ya lo han dicho la convergencia va más allá de pensar solo en los medios o la comunicación.

El concepto fue acuñado por De Sola Pool (1983), quien siguiendo la metáfora de la ecología de los medios de Marshall McLuhan y Neil Postman. Seguir esta línea argumentativa implica toda una tradición teórica que ve todo el entorno de los medios como un lugar de sentido, los estudios de McLuhan (1999) abonaron a tender a los medios y a su entorno como un lugar donde conviven múltiples sentidos, donde los usuarios conviven activamente con los medios, donde la tecnología brinda las condiciones y herramientas necesarias al sujeto para que se desarrolle ciertas prácticas comunicativas. (Islas, 2009).

En palabras de Jenkins la convergencia es:

La explosión de nuevas formas de creatividad en las intersecciones de varias tecnologías mediáticas, industrias y consumidores. La convergencia mediática acoge

una nueva cultura folklórica participativa al dar a la gente promedio las herramientas para archivar, comentar, apropiarse y recircular contenido. Compañías astutas explicitan esta cultura para generar lealtad en sus consumidores y generar contenidos de bajos costos. La convergencia mediática también estimula la narración transmedial, el desarrollo de contenido a lo largo de múltiples canales [...] Los consumidores están aprendiendo a usar las TIC para incrementar su control sobre el flujo mediático y para interactuar con otros usuarios (Jenkins, 2008, pág. 28).

La reflexión de Jenkins me permite decir, que los fans y videojugadores son sujetos que están activos y pasivos del mismo modo, porque sus roles como consumidores y productores cambian dadas las herramientas que facilita la convergencia mediática, pero es importante que al tomar en cuenta que en los nuevos roles que adopta el sujeto existen otras variables históricas, económicas o socioculturales (Corona, 2018).

Los debates sobre el determinismo de la tecnología en la convergencia están centrados en que son las personas las que convergen a los medios no las tecnologías hacen que los sujetos puedan ser convergentes. Martín-Barbero (2007) explica que la cultura cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser un instrumento para ser un proceso denso, complejo y pasar a ser una práctica estructural. “Hoy la tecnología no remite a unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje a nuevas sensibilidades y estructuras”.

El planteamiento de Jenkins al respecto no discrepa de esta posición, explica que las audiencias en particular los fans han sido activos y participativos desde antes de la llegada del internet la explosión de las redes fue la que visualizó todas las creaciones de los fans. Es importante reconocer lo que señala Corona (2018) sobre la convergencia cultural, sugiere que las nuevas formas de

participación de los fans en los medios son aceptables y válidas, solo cuando se reconoce a la participación desde una condición de virtualidad. Explica:

[...] entendida como posibilidad que debe actualizarse constantemente. En este sentido, no se deben dar por descontados los estudios críticos sobre la comunicación en su modalidad de los estudios de recepción, los cuales han probado que el consumo cultural mediático tiene cuatro características fundamentales: la primera se refiere a que las apropiaciones no son para nada pasivas; segundo, las significaciones e interpretaciones se producen dentro de contextos culturales específicos; tercero, la actividad del usuario o interpretante no se reduce a presentar una lectura opositora o contraria al contenido mediático; y cuarto, las audiencias pueden ser consideradas productoras no sólo en relación a las significaciones que se construyen (Corona 2018, pág. 64).

Los medios de comunicación desde siempre han cambiado el objeto de estudio de los investigadores debido a que se crean nuevas interfaces que se adhieren al ecosistema mediático, para Jenkins la convergencia lejos de ser un lugar de llegada es un proceso de cambio constante al que las nuevas tecnologías se van sumando.

La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público. La convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que se procesan la información y el entretenimiento de los consumidores de los medios, (Jenkins 2008, pág. 26).

Las reformulaciones de Jenkins surgen luego de los debates al concepto, muchas de estas discusiones académicas resultaron en un cambio a su postura celebratoria sobre las prácticas de los fans, el ciberoptimismo se eclipsó y han producido que las discusiones académicas se centran,

por un lado, nadie puede negar las transformaciones tecnológicas, siempre y cuando se reconozca los aspectos socioculturales.

Entre los trabajos que han hecho que Jenkins reformule su posicionamiento con respecto a la participación y la convergencia de las prácticas de los usuarios de los medios, están los argumentos de Nick Couldry (2011) “Jenkins ignores key factors of differentiation and stratification within processes of convergence and so risks a radical misreading of contemporary media’s implications for wider culture and politics”.

En el texto de Couldry debate la referencia al concepto de cultura, ya que Jenkins retoma de Raymond Williams (2010) este acercamiento hace noción a los valores compartidos es decir la cultura común. Para Couldry esta aproximación omite la complejidad y es altamente desigual dadas las diferentes formas en las que se disemina el sentido. “No se trata de que exista una sola cultura de la convergencia, sino muchas formas de comprender esta participación”. Tomasena (2016).

La explosión masiva de internet y junto con los avances tecnológicos permitió que la renovación cultural, tecnológica y mediática llegó finalmente a los videojuegos y con ello cambió los paradigmas y estructura de esta industria cultural. Los videojuegos en línea son ahora el modelo de negocios más rentable de la industria, principalmente por el uso del internet como herramienta para llegar a las masas.

El cambio en la estructura de la industria de los videojuegos aceleró y permitió la expansión de las herramientas digitales que permiten difuminar los roles de productor y consumidor, con modelos más horizontales en la comunicación, el nuevo modelo intenta romper con el tradicional sistema vertical que reinaba en los medios de comunicación y separaba a las audiencias de las decisiones sobre el contenido, esto cambia con la llegada de las redes sociodigitales.

El argentino Carlos Scolari (2008) describe cómo los roles del productor y el consumidor son atravesados por los cambios de la transmedialidad, explica que dichos cambios permiten que las barreras de los medios de comunicación se vean amenazados en sus formas más tradicionales por las transmedia, un proceso de mezcla entre los viejos medios y los nuevos medios, para entender las redes de sentidos que conforma la red.

La investigación académica sobre fenómenos transmedia y prácticas de participación de comunidades se ha centrado en estudiar las implicaciones educativas, cognitivas, culturales, comerciales y las actividades económicas, este último principalmente en *fandom* (Ito, et al, 2009; Bertetti, 2017; Guerra-Pico, 2016; Corona, 2018; Tomasena, 2016, González-Hernández, 2019). Los enfoques de estudio son diversos lo que es persistente es el objeto, la mayoría busca entender el trabajo de las comunidades en el proceso de producción de los medios y particularmente en las comunidades de fans agregar otras narrativas.

Uno de los campos más desarrollados sobre participación y transmedia es el de la educación, como explica Corona (2018):

El interés ha estado focalizado, especialmente, en el desarrollo de estrategias educativas que traten de incorporar alguna propiedad o característica de las narrativas transmedia a los entornos educativos. Se podría decir incluso que la dimensión transmediática de la educación se ha desarrollado, sobre todo, a partir del deseo y esperanza de que, a través de una estrategia transmediática, se logren mejoras a la experiencia educativa (Corona, 2018, pp: 66 y 67).

En lo que respecta a tradiciones dentro del estudio de los fenómenos transmedia existen diversos debates por un lado están una explicación histórica donde se piensa que los fenómenos de la

transmediación no son nuevos, es decir lo novedoso es el entorno cultural que gira en la órbita del ecosistema mediático (Corona, 2018 y Scolari, Bertetti y Freeman, 2014). Dicha explicación pone en duda que los conceptos de convergencia y participación sean por completo fenómenos de los nuevos medios porque según lo autores estas son características de los medios previos a la convergencia.

Las investigaciones sobre el compromiso de las audiencias en las narrativas transmedia son abundantes, particularmente centradas en las narrativas de la televisión, los libros, los comics, el cine, el periodismo, los videojuegos, webdocumental, (González Hernández 2019; Ito, et al, 2009, Scolari y Scolari & Piñón, 2016; Ruiz y Alcalá, 2016; Ruiz, 2016; Ocaña, 2019) en dichas investigaciones se sostiene la primicia de que las narrativas son heterogéneas y complejas.

Los aportes de Scolari (2008 y 2009) y Jenkins (2003) son ideas claras para definir y estudiar las narrativas transmedia, en mayor medida este último si se trata de las prácticas de los fans y su importancia con la cultura.

Hemos entrado en una era de la convergencia de medios que hace que el flujo de contenidos a través de múltiples canales sea casi inevitable. El movimiento hacia los efectos digitales en el cine y la mejora de la calidad de los gráficos de videojuegos significa que se está volviendo mucho más realista reducir los costos de producción mediante el intercambio de bienes a través de los medios (Jenkins, 2003, p. 3).

En esta misma lógica, Corona (2018) siguiendo a Dena (2009) propone:

Caracterizar el fenómeno de lo transmedia a partir de las múltiples dimensiones en que tiene efectos. Esta forma de entender lo transmedia supone innovación, ya

que pone la mirada no sólo en los contenidos y narraciones, sino en las prácticas alrededor de esos contenidos (Corona, 2018 p. 68).

En particular transmedia y videojuegos se han realizado numerosos acercamientos (Hirsjärvi, 2013; Morales, 2011; Taylor, 2007; Gee, 2004; Ojeda, et al, 2017; Marcano et al, 2013; Levis, 2005; Barujel, et al 2017; Cuenca, 2018), en gran medida el foco de estas investigaciones está en la comprensión de cómo se realizan y distribuyen las narrativas transmedia, principalmente creadas por fans y videojugadores, la mayoría de los estudios buscan encontrar los componentes educativos de las prácticas con el objetivo de llevarlos a la educación formal. Sin embargo, el camino es largo y aún hay mucho por descubrir alrededor de las practicas de videojugadores y de las narrativas transmedia.

2.2 El estudio de los videojuegos

En la búsqueda y revisión de literatura que realicé sobre el estudio de los videojuegos y su narrativa me pude dar cuenta que son un objeto muy trabajado desde hace años y en diferentes disciplinas: sociológica, psicológica, antropológica, histórica, comunicación, (Santacruz, 1993; González, 2000; Taylor, 2002; Ducheneaut, 2007; Jaramillo & Castellón, (2010); Heredia, 2011; Hirsjärvi , 2013; Crawford, 2006).

Los estudios sobre videojuegos se ha profundizado en los llamados Game Studies; que buscaron comprender al videojuego; primero como un producto cultural, (Gee, 2019; Hirsjärvi , 2013) segundo por su potencial educativo (Prensky, 2014; Santacruz, 1993) y tercero por sus efectos (Taylor, 2002) la mayoría de ellos realizados en Estados Unidos donde existe una gran tradición en el estudio de los videojuegos.

En México los trabajos que se han encontrado sobre el tema se enfocan en describir la historia de los videojuegos, el soporte¹⁰ y la narrativa (Meléndez, 2011; Rosales, 2014). También existen trabajos que abordan a los videojuegos en países de América Latina, destacan Chile, Ecuador, Colombia y Uruguay (Heredia, 2011, Garfias, 2010). España es otro país que también destaca en los hallazgos de este trabajo (Moral-Pérez, 2012; Marcano, 2010; Marcano 2011)

El panorama general y parcial puedo decir que los *Game Studies* han estudiado “las interconexiones entre la industria del juego digital, los jugadores y la milicia [así como] el video juego (sic) como herramienta ideológica para enrolar jóvenes.” (Cuenca, 2018, p.16). El primer registro académico sobre el videojuego como objeto de estudio producido en México, del que hasta el momento tengo detectado es de 1993, en él ya se habla sobre los usos educativos y de “una forma efectiva de globalizar a una nueva generación” (Santacruz, 1993, p. 31), pero se advierte que la narrativa del videojuego puede ser “violenta y pornográfica”, aunque los videojugadores pueden distinguir entre lo “real y ficticio” (Santacruz, 1993 p.30).

Principalmente en México se ha estudiado al videojuego por su soporte y por su narrativa, el estudio de González (2000) centrado en las primeras consolas de videojuegos de uso doméstico que llegaron a México en 1970, el fue el centro de su investigación Atari, sin embargo, documenta como la apertura para que llegaran a hogares, bares y tiendas de renta de videojuegos fue hasta 1980.

El texto *Veinticinco años de videojuegos en México. Las mercancías tecnoculturales y la globalización económica* (González, 2000) fue clave para entender la historia y tradición del medio llamado videojuego, principalmente su investigación fue explorar los alcances sociológicos e

¹⁰ Soporte: Tipo de máquina en la que se videojuega.

históricos del videojuego, con ello entendí cómo llega y se abre camino entre la sociedad mexicana de esa época.

Particularmente sobre videojuegos y participación encontré que se exploró sobre cómo los juegos cooperativos posibilitan, las relaciones con otros videojugadores, por medio de competencias que solían hacerse contra la máquina y en menor medida, contra otros jugadores (González, 2000).

Sobre las narrativas del videojuego Garfias (2010) explica que: “se ha vuelto un medio para contar historias, la diferencia es que dicho relato debe ajustarse a las necesidades interactivas y de juego que el propio medio posee” (Garfias, 2010 p.176). También aporta elementos para comprender a los personajes de los videojuegos, como elementos simbólicos consolidados y pieza clave que tienen alto impacto en el imaginario de los videojugadores.

¿Cómo podemos estudiar a los videojuegos? Cuando las teorías sobre los medios están cada vez más alejadas de los videojuegos. ¿Qué hace diferente al videojuego de los medios tradicionales? Wolf (2005) explica que la interfaz, la interactividad, la navegación y los algoritmos que lo hacen funcionar a los videojuegos son características particulares que debemos tomar en cuenta al estudiar videojuegos, los medios tradicionales no los tienen.

Para entender cómo se han estudiado los videojuegos hasta ahora, es importante recurrir a Egenfeldt-Nielsen, et al (2008) quienes proponen cuatro modelos para entender el estudio de los videojuegos.

Sujeto	Metodología	Paradigma	Objeto
--------	-------------	-----------	--------

Ontología	Cuestionamiento filosófico	Teoría crítica	Fundamentos lógicos/filosóficos de los juegos y del jugar
Cultura	Entrevistas, análisis de textos, observación	Estudios culturales	Juegos como parte de la ecología de los medios
Juego	Análisis de textual, discursivo y narrativo.	Semiótica	Significados
Jugador	Observación, etnografía, entrevistas.	Estudios culturales	Uso de los juegos, comunidades que se forman en torno a los juegos

Tabla 4: El estudio de los videojuegos. Elaboración propia con información de Egenfeldt-Nielsen (2008)

1. El modelo sobre el diseño del juego: el análisis está puesto en entender la estructura del juego el trabajo busca saber la experiencia del jugador, particularmente cómo son las recompensas que otorga el juego y las representaciones del jugador en el mundo virtual.
2. El modelo sobre los jugadores: el centro es la práctica de jugar, el juego queda en un segundo plano. En este modo ve al videojuego como un medio de comulación por tanto desea conocer es cómo se usan los juegos por parte de los jugadores, importa la formación de comunidad y generalmente emplea metodologías de corte etnográfico.

3. El modelo de la cultura: este enfoque corresponde al más alejado del juego según el autor, son estudios que buscan destacar la cultura de la que el videojuego forma parte, mucho más enfocado a entender los efectos en la cultura.
4. El modelo ontológico: comprender el deber ser del videojuego, entender el fundamento filosófico del juego. Son estudios que buscan entender las reglas del juego y la relación con el jugador.

2.3 ¿Qué son los videojuegos?

El juego tradicional es difícil de definir y aún más complejo de conceptualizar sus características no son claras, resulta que definir un videojuego es quizá mucho más complejo sus características tecnológicas lo hacen más completo, sin embargo, Valderrama-Ramos (2011) explica que un juego tiene características muy puntuales: Primero tiene conflicto contra un oponente o circunstancias; segundo, reglas de uso de cierta habilidad por parte del jugador como estrategia, destreza, etcétera, en tercer lugar debe haber algún resultado deseado ganar, superar una marca, etcétera, agrega un último elemento del juego que es la identidad que viene junto con el elemento emocional.

Los videojuegos para Egenfedt-Nielsen, et al (2008) son “un sistema en donde los jugadores están involucrados en un conflicto artificial, definido por reglas, cuyos resultados son cuantificable” (p. 34).

El círculo mágico de Huizinga (1972) es un término que ayuda a dejar más claro el espacio que se configura dentro del videojuegos.

Todas las actividades de juego están en movimiento y existen en un terreno marcado de antemano, ya sea material o ideal, de forma deliberada o como una cuestión de rutina. Del mismo modo es que no hay ninguna diferencia formal entre el juego y el ritual, por lo que el “espacio sagrado” no puede distinguirse formalmente del

patio de recreo. La arena, la mesa de juego, el círculo mágico, el templo, el escenario, la pantalla, la pista de tenis, el tribunal de justicia, etc, son todos en forma y función terrenos de juego, es decir, lugares prohibidos, aislado, cubiertos, santificados, dentro de los cuales existen sus propias reglas y normas especiales. Todos son mundos temporales dentro del mundo ordinario, dedicados a la realización de un acto alternativo (Huizinga, 1972. pp 10).

2.4 Calificación de los videojuegos

Los videojuegos tienen diferentes formas de clasificarse algunas formas son: por dónde se juega, es decir el soporte (que puede ser consola, dispositivo móvil o PC); por lo que se juega, que es el género al que pertenece el juego (lucha, disparos, plataforma o rol); por su propósito (educativos o publicitarios). Aunque existen esfuerzos por ordenar la industria la realidad es que el crecimiento exponencial forma parte de sus características por lo que estas formas de clasificación pueden cambiar de un momento a otro.

RPG (Role playing game): su nombre viene de las iniciales de las palabras inglesas *role playing game* o juegos de rol. El jugador tiene que asumir el papel de un personaje al que interpretar y con ello regularmente adquiere determinadas habilidades que solo ese personaje posee con el fin de cumplir ciertos objetivos que la narrativa le plantea.

De disparos (Shooters): El objetivo es disparar un arma y dar al blanco. Este tipo de juegos suele tener algunos subgéneros como son: primera persona, acción y aventura.

Multijugador (Massively Multiplayer o MMORPG): Son juegos de rol con múltiples jugadores interconectados en línea.

Aventuras (Adventure): El objetivo es que el personaje principal explore, investigue y normalmente tiene que resolver conflictos que la narrativa va destapando.

Deportes (Sports): Un género donde se engloban todos los deportes, desde fútbol hasta tenis de mesa.

2.5 Los battle royale

La definición viene de las palabras inglesas *battle royale* que puede traducirse como batalla real, es el género más popular de los últimos años entre niños, jóvenes y adultos. El origen de su existencia se debe a que logra combinar distintos géneros como son los juegos de supervivencia y los de disparos, el objetivo es ser el último jugador o equipo con vida.

Los videojuegos tipo *Battle royale* son un reto para un grupo de jugadores, todos inician con las mismas condiciones; equipamiento mínimo esto es para que busquen armas, materias primas y aditamentos, pero al mismo tiempo tienen que eliminar a otros oponentes, que buscan no salir del "área segura" que conforme pasa el tiempo se va reduciendo, siendo el ganador el último jugador o equipo con vida.

Los *Battle Royale* cada vez son más populares y se debe a diversas razones; entre ellas a que algunos se pueden jugar de manera gratuita y a que la narrativa de este género de videojuegos apunta a videojugar en línea y en equipos. La dinámica comercial en la que este videojuego está inverso cambió, juegos como Fortnite¹¹ generan millones de dólares en ganancias anuales¹², sin

¹¹ Videojuego del género Battle royal creado por la empresa Epic Games, que permite la creación de equipos y se juega en línea.

¹² https://www.clarin.com/tecnologia/mano-fortnite-epic-games-obtuvo-ganancias-mil-millones-dolares_0_VAjqNQxMe.html

embargo, el juego es gratis. La principal fuente de ingresos son la venta de pieles y la personalización de los avatares.

El modo de juego y la jugabilidad de los *battle royale* es muy simple, sin embargo tienen su origen en títulos de gran éxito como Minecraft y ARMA 2, estos juegos unieron a los géneros de supervivencia de multijugadores en línea, algo que inspiró sin duda a PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) uno de los battle royale, que si bien es cierto no fue el primero, sí es uno de los que más populares y exitosos en todo el mundo, pues logra capturar la esencia de los juego de disparos y la de supervivencia, tan solo en el primer año de su lanzamiento vendió 25 millones de copias.

2.6 Comunidades de videojugadores

En estudios realizados durante la primera década de los 2000 en los Estados Unidos, narra cómo el videojuego ya se introducía en el aula con el fin de explorar en profundidad los fines pedagógicos y lúdicos de los juegos de video (Ito, et al, 2009). En estos estudios analizaron algo más que solo los efectos del videojuego indagan en las relaciones que existen entre el videojuego y el desarrollo de conocimientos técnicos y cómo se enfrentan los jóvenes que juegan videojuegos a los medios de comunicación desde un acercamiento etnográfico. (Ito, et al, 2009).

Las nuevas tecnologías en la educación no siempre son tomadas en serio para educar, tanto por los jóvenes que usan estos medios, como por sus padres y profesores. Del mismo modo señala que: “la participación en la era digital significa más que ser capaz de acceder a la información y la cultura en línea [...]

*sino que también significa la capacidad de participar en actividades sociales y recreativas en línea*¹³, (Ito, et al, 2009, pág. 35).

Los estudios de Ito (2009) con jóvenes estadounidenses han estudiado la participación en el videojuego en línea y ven en él una herramienta con potencial educativo, postula que tendríamos que hacer un cambio cultural para hacer que el videojuego se introduzca en el aula y con ello tener una experiencia y exploración social como la que brinda el videojuego, concluye el texto lamentando que las instituciones educativas no están dispuestas a realizar ese cambio cultural.

Es importante decir que Ito (2009) explica que existen barreras económicas, sociales y culturales que limitan la participación en los videojuegos en línea, por tal motivo las instituciones educativas deberían ser lugares para que los interesados aprendan a utilizar estos medios, señala que el uso experto y fluido de los nuevos medios requiere algo más que solo acceso.

El estudio de Ito (2009) demuestra que la participación en videojuegos en línea, son sitios de aprendizaje realizados entre jóvenes y con sus pares, esto impulsado por el videojuego, un modelo que ofrece aprendizaje y la participación, además de que los cambios en la tecnología lo permiten.

Lo distintivo de nuestro momento histórico actual, es el crecimiento de la producción de medios digitales como una forma de expresión de todos los días y la circulación

¹³ Traducción propia: Participation in the digital age means more than being able to access “serious” information and culture; it also means the ability to participate in social and recreational activities online.

*de los medios de comunicación y la comunicación en un contexto de públicos en red
habilitados por Internet*¹⁴, (Ito, et al, 2009, pág. 320).

Entre las conclusiones de Ito, et al (2009) se encuentra que los videojugadores son motivados por la ética autodidacta y un compromiso cívico, por lo que rechazan y minimizan la educación formal, la autora explica que al jugar en línea los videojugadores ponen en práctica sus propias estrategias de aprendizaje. La propuesta de Ito (2009) es una nueva forma de alfabetización para los medios donde no exista una brecha entre jóvenes y adultos y puedan llegar a trabajar en común y con ello construir nuevas instituciones educativas en el que se pueda aprender en pares.

El contexto latinoamericano centrado en la cultura de participación y los videojuegos han sido estudiados por Jaramillo (2010); dichos trabajos abordan la cultura del videojuego desde un estudio de corte cualitativo por medio de etnografía y entrevistas a profundidad para entender la cultura de los videojugadores. En su análisis Jaramillo (2010); dan cuenta que se trata de comunidades altamente participativas, donde la comunicación presencial y no presencial media mucha de esa participación. Además, exploran para falsear el prejuicio de que los videojugadores son personas aisladas y enajenadas, proponen que desde la academia se termine con ese prejuicio y quitar la idea negativa y casi discriminadora para quienes analizan y juegan videojuegos. “Es necesario entender las comunidades de videojuegos para aprovechar su potencial” (Jaramillo, 2010, pág. 144).

¹⁴ Traducción propia: We argue that what is distinctive about our current historical moment is the growth of digital media production as a form of everyday expression and the circulation of media and communication in a context of networked publics enabled by the Internet.

La cultura de los jugadores y la participación como objeto de estudio fue abordada por Moral (2012); que describe a los videojuegos como un fenómeno que va más allá del entretenimiento individual, crean redes de colaboración para compartir experiencias, competir, intercambiar trucos y soluciones sobre problemas en común con el videojuego, explican que en estas comunidades existe la ayuda, aprendizaje mutuo, solidaridad y empatía.

Estas comunidades virtuales contribuyen a la socialización de los jugadores, activando canales para la comunicación y propiciando un flujo de información muy ágil entre ellos. Se convierten en instrumentos eficaces para potenciar y compartir conocimientos a partir de objetivos comunes desde un contexto lúdico, como resultado de la inteligencia colectiva. En ocasiones, se establecen fuertes relaciones empáticas y afectivas apoyadas en el reconocimiento mutuo, provocando la emergencia de líderes, capaces incluso de impulsar comportamientos miméticos entre los usuarios, (Moral, 2012, pág. 1).

Los estudios más recientes son más cercanos a estudiar el fin educativo tanto de los videojuegos como de la cultura participativa (Barreneche, 2018; Gee 2019; Corona,2018; Hirsjärvi, 2013; Morales & et al, 2018).

En lo que respecta a los videojuegos, educación y participación, Barreneche (2018) concluyó que los videojuegos en línea, por su narrativa, demandan de formación de equipos de juego¹⁵, sin embargo es la pertenencia a clanes de videojugadores¹⁶ es la que hace mejor la práctica del trabajo

¹⁵ Comunidad de jugadores que puede formarse al azar durante el juego, habitualmente pueden jugar cualquier videojuego y no participan en torneos.

¹⁶ Comunidad o equipo de jugadores reducido, son formados de manera deliberada, juegan uno o varios videojuegos específicos, participan en línea y físicamente torneos y partidas.

en equipo, por lo que propone utilizar la experiencia de videojugar en línea y en clanes en los contextos educativos por medio de estos procesos que nombra metacognitivos con el fin de llevarlo al ámbito laboral y educativo.

Con lo anterior puedo concluir que el aporte que este estudio brinda a los estudios sobre cultura participativa, puntualmente a los estudios de comunidades de videojugadores va encaminado a entender las nuevas formas de participación, conocer las prácticas de comunicación que tienen los clanes de videojugadores, las textualidades que se están creando, así como el acercamiento a comunidades que básicamente no han tenido acercamientos académicos desde estos ejes de investigación.

Los apartados del estado del arte están concentrados en tres ejes que componen el objeto de estudio construido esto con el fin de organizar y profundizar en el anclaje conceptual de estos criterios y conceptos. El primero de ellos es la cultura participativa, donde abordo el cómo se ha estudiado y cuáles son los debates actuales, las salidas metodológicas y a las principales conclusiones a las que se ha llegado con el estudio de este concepto. A partir de estos ejes realizo un rastreo teórico y metodológico sobre el estudio del objeto de estudio que construyo en los capítulos siguientes.

Es indispensable señalar, a modo de conclusión que la mayoría de los estudios consultados bajo estos parámetros, sobre videojuegos primero, analizan al videojuego desde el componente ideológico o narrativo, sin embargo, no abordan la cultura que se gesta entorno al mundo de los videojugadores, además de que no encontré registros en México que tengan el componente metodológico de la etnografía como herramienta central. Por lo anterior, me gustaría señalar que la presente investigación va contra los prejuicios de un videojugador solitario y sin amigos e intenta recolocar la capacidad de los sujetos por crear comunidades donde desarrollan diversas actividades por el bien de la comunidad o de otras comunidades.

Capítulo 3. Marco teórico: Cultura participativa, comunidades (clanes) y narrativa del videojuego Fortnite

En este apartado describo los tres ejes teóricos y la articulación con el objetivo de estudio de esta investigación, los cuales son: cultura participativa, la organización de los clanes vista como una comunidad de practica y las narrativas transmedia.

La teoría y conceptos descritos en este marco teórico son herramientas para acotar los temas que se relacionan con el problema de investigación y asumir que los tres ejes están correlacionados y aprehendidos por los conceptos y la teoría.

La primera parte está dedicada a la cultura participativa (Jenkins, 2006) describe los debates sobre el concepto, dar cuenta de sus definiciones, las formas y géneros de participación propuestos por autores que han explorado la cultura participativa particularmente en comunidades de fans. El segundo apartado tiene por objeto conceptualizar la organización de los videojugadores en clanes, conceptualmente los defino como una comunidad de práctica (Wenger, 1998), donde por medio de sus prácticas desarrollan habilidades y aprendizajes para realizar un objetivo en común y por medio de la partición activa de sus miembros el clan modifica y crear nuevos contenidos. Por último, describo la narrativa transmedia Jenkins (2010) que me permite entender conceptualmente las narrativas del videojuego.

3.1 Cultura participativa, convergencias cultural y mediática

La cultura participativa es un concepto que fue el punto central del libro *Textual Poachers; Television Fans and Participatory Culture* de Henry Jenkins (1992), donde describe las formas culturales los fans, los textos y los productores, el libro da cuenta sobre las relaciones sociales

dentro de los *fandom*¹⁷ o comunidades de fans y afirma que son comunidades creativas, donde existe oportunidad de realizar intervenciones creativas de un producto cultural, es decir los fans toman un producto cultural, que luego apropian y lo rehacen con base a su propios criterios y cultura, estas prácticas dice Jenkins son resultado de una participación real de los miembros de la comunidad. El libro *Textual Poachers* fue escrito y pensado en una época en la que no había una penetración masiva del internet y las redes sociales, por lo que las creaciones de los fans no pasaban de su círculo cercano.

La cultura popular según Jenkins (2006) se ha apropiado de lo que ya está hecho, desde antes de la llegada del internet, apunta a que no es un fenómeno nuevo, es decir los fans, makers y videojugadores por medio de la participación, actualizan o modifican el producto cultural que reciben y con la llegada del internet los contenidos que fueron retomados y modificados por fans pasan a ser más visibles y llegan a todo el mundo por medio del acceso a internet.

Hablar de cultura participativa en comunidades de fans que llevan sus prácticas al ecosistema mediático, sin hablar sobre la convergencia mediática podría ser una contradicción, es importante destacar el contexto convergentes, en especial si se analiza desde la comunicación, las condiciones tecnológicas, industriales, culturales y sociales hacen posible la cultura de convergencia, donde los medios convencionales y los medios en línea se funden junto con las representaciones de la cultura popular, las instituciones y las empresas. Por ejemplo, cuando el productor y el consumidor pueden interactuar, para resignificar y actualizar las relaciones que previo a la convergencia ya existían, (Ito, et al, 2009, Corona, 2018).

17 Concepto académico para referirse a la cultura de los fans, cultura se entiende como todo lo que producen y apropian los fans como parte de sus actividades recurrentes alrededor de una narrativa o producto mediático.

La cultura de convergencia que propone Jenkins (2008); contempla nuevos paradigmas, cambios en cómo se habían estudiado, pero también la lógica con que se había estudiado a los medios desde la comunicación, incluye cambios en cómo se había estudiado la participación y la elaboración de los contenidos de manera colectiva, las convergencias cultural y mediática están generando nuevas lógicas para entender a los medios, el flujo de contenidos cada vez mayor y se transmite en múltiples canales, existe una interdependencia de los sistemas de comunicación para lograr la participación, hay múltiples plataformas para acceder a los contenidos generados por los fans y videojugadores.

En el libro *La cultura de convergencia de los medios de comunicación*, Jenkins (2008) describe las nuevas formas de producción cultural y el intercambio en los medios de comunicación durante la primera década de los años 2000, su argumento es que los fans fueron algunas de las primeras comunidades en poblar las nuevas plataformas, llevar sus prácticas al ecosistema mediático y experimentar con los nuevos medios de comunicación.

“Los fans eran históricamente están entre los primeros en interactuar dentro de las comunidades geográficamente dispersas, pero eran simplemente uno de los muchos tipos diferentes de comunidades que habían estado luchando durante todo el siglo XX para obtener un mayor acceso a los medios de producción cultural y la circulación de sus contenidos”, (Jenkins, Ito, & boyd, 2016, pág. 10).

Los cambios que produjo la convergencia en las prácticas de los fans son múltiples e innegables, sin embargo, para entender estos cambios es necesario definir desde dónde se entiende la convergencia en medios, por tanto “puede entenderse como una migración históricamente en curso

de prácticas comunicativas que atraviesan diversas tecnologías materiales e instituciones sociales”, (Jensen, 2012, pág. 48).

La convergencia en medios y las tecnologías han generado que en las prácticas de fans y videojugadores puedan observarse múltiples voces, nuevos roles en los medios y contenidos, estos fenómenos son el resultado de las convergencias cultural y mediática que ahora los videojugadores han llevado a la red y para estudiarlos debemos mirar no solo lo que ocurre en nuestro campo de estudio, analizar un fenómeno de la convergencia es necesario observar desde diferentes ángulos, para Corona (2018, pág. 20) “la convergencia en medios requiere una visión multilateral y una interpretación que no se agota en las lógicas de los medios, ya sean tradicionales o nuevos”.

Estos cambios en las lógicas de pensar los medios también fueron estudiados por Henry Jenkins, quien propone entender estos cambios como un “choque entre los viejos y los nuevos medios, donde la cultura popular se entrecruza con los fines corporativos, el poder del productor y el consumidor mediático interaccionan de maneras increíbles” (Jenkins, (2008, pág. 14). Las prácticas

El espacio convergente en medios y la tecnología no podrían entenderse sin la cultura participativa.

3.1.1 Definición

Para Jenkins (2006, págs. 5-6) la cultura participativa debe tener cinco elementos fundamentales.

1. Bajos exigencias para la expresión y compromiso cívico.
2. Un contexto fuerte para crear y compartir creaciones con otros.
3. Algún tipo de tutoría informal donde el conocimiento acumulado pueda ser compartido por los más experimentados con los recién llegados a la comunidad.
4. Para los miembros de estas comunidades sus contribuciones son importantes.

5. Existe algún grado de conexión social con la comunidad o por lo menos les importan sus creaciones.

Sobre los elementos de la cultura participativa que propone Jenkins, se sabe que en comunidades no todos los miembros pueden o desean participar de la misma manera, pero es importante que todos los participantes se sientan libres para colaborar y que sus contribuciones serán valoradas (Corona, 2018). Jenkins ejemplifica sobre formas específicas en que la participación a partir de los elementos que componen la cultura de participación, algunas formas de cultura participativa son:

- 1) Afiliaciones, se trata de membresías, formales e informales a comunidades en línea, a diversas plataformas en línea como: 4chan, Facebook, Youtube, WhatsApp, Telegram, Twitch y anteriormente MySpace.
- 2) Expresiones, la producción de nuevos productos creativos, mezclas digitales, videos de *fan, fanart, fanzines, fanfiction, metagaming, metajuegos*¹⁸
- 3) Resolución de problemas en colaboración, es el trabajo en equipos formales o informales para completar tareas y desarrollar nuevos conocimientos (por ejemplo, las wikis, uno de los más populares es Wikipedia, otro ejemplo son los juegos de realidad alternativa.
- 4) Circulaciones, reorganizar el flujo por donde se difundirán las creaciones en los medios. Por ejemplo, con la producción de *podcast*, blogs, video blogs, etc

Acceder a la cultura de desde una dimensión participativa supone nuevas formas de currículo oculto que se está configurando a partir de los vínculos con

¹⁸ Metajuego o Meta-game: proviene de las palabras inglesas "*Most Efficient Tactic Available*" (táctica más eficiente posible), por lo que una definición de meta-game podría ser: elegir la opción más eficiente dentro de la gran cantidad de opciones tiene la narrativa.

los medios y sus contenidos, y en particular con los contenidos que logren crear engagement (compromiso) basado en lo emotivo (de ahí la importancia de las narrativas ficcionales). Los jóvenes y niños, especialmente, ejecutan estas formas de participación, lo que resulta en formas de aprendizaje colaborativo basado en el desarrollo de competencias y habilidades específicas. (Corona, 2018, pág. 115)

En el libro *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 Century*, Jenkins (2006) explica que el objetivo del libro fue llevar el debate de la cultura participativa a la alfabetización mediática, empáticamente para desarrollar once competencias culturales y habilidades sociales que son creen necesarias para crear a un participante utópico, que pueda poner en práctica una participación plena, explica que esas habilidades son:

1. Jugar, la capacidad de experimentar con el entorno, para la resolución de problemas.
2. Actuación, la capacidad para adoptar identidades alternativas para el propósito de la improvisación y el descubrimiento.
3. Simulación, la capacidad de interpretar y construir modelos dinámicos de procesos del mundo real.
4. Apropiación, la capacidad de contenido multimedia de manera significativa muestra y remezcla.
5. Multitarea, la capacidad de un rastreo focal medio ambiente y cambio según sea necesario a los detalles sobresalientes.
6. Cognición distribuida, la capacidad de interactuar de manera significativa con las herramientas que amplían las capacidades mentales.

7. Inteligencia colectiva, la capacidad de conocimiento piscina y comparar notas con otros hacia una meta común.
8. Juicio, la capacidad de evaluar la fiabilidad y credibilidad de las diferentes fuentes de información.
9. Navegación transmedia, la capacidad de seguir el flujo de historias e información a través de múltiples modalidades.
10. Trabajo en Redes, la capacidad de buscar, sintetizar y difundir información.
11. Negociación, la capacidad de viajar a través de las diversas comunidades, discerniendo y respetando las perspectivas múltiples, y agarrar y siguientes normas alternativas.

La definición de cultura participativa dio un giro, fue matizada, se puntualizan elementos claros que la componen el libro *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 Century* (2006), luego de diferentes debates que más adelante explicaré con detenimiento, en general el concepto fue debatido desde diferentes posturas, entre ellas las de Couldry (2011), quien argumentó que en la cultura participativa hay una falsa participación de los usuarios, para él, los que colaboran son una minoría, solo los más *geeks* y comprometidos son los que realizan esas prácticas, además dice que Jenkins ignora la complejidad de las comunidades, donde el poder está mediando lo que hacen.

La autora José Van Dijck (2013) calificó a Jenkins como un “ciberoptimista” debido a que en la cultura participativa hay una visión dicotómica en la que los fans están luchado contra los dueños de los medios, de una manera que los fans son indefensos y los dueños de los productos culturales poderosos, para ella esto es “improductivo como una explicación”. El “libro blanco” como se le conoce popularmente al texto de Jenkins (2006) fue elaborado con ayuda de la fundación MacArthur y dirigido por educadores por lo que la definición de cultura participativa pone un

fuerte énfasis en sus potencialidades pedagógicas, uno de los objetivos que describe Jenkins fue identificar las formas en que se realizaban las tutorías persona a persona y con ello los participantes refinaron sus habilidades o desarrollan una mayor confianza en sus propias prácticas.

Una cultura de la participación es la que abarca valores de la diversidad y la democracia a través de cada aspecto de nuestras interacciones con los demás - una que asume que somos capaces de tomar decisiones, colectiva e individualmente, y que debe tener la capacidad de expresarse a través de una amplia gama de diferentes formas y prácticas, (Jenkins, Ito, & boyd, 2016, pág. 9).

3.1.2 Géneros de participación

Los géneros de participación que proponen Ito (2009) siguiendo a Lave y Wenger (1991) en *Aprendizaje situado* están centrados en los estudios sociales y culturales del aprendizaje, un tipo de aprendizaje que contrapone a la forma tradicional de aprendizaje de manera estandarizada e individual, el enfoque de Lave y Wenger y por tanto el de Ito, consideran al aprendizaje como un acto de participación en comunidades donde se comparte la cultura por medio de la práctica. Para estudiar la cultura participativa en los nuevos medios de comunicación Ito, et al (2009) propone tres géneros de participación: *Hanging Out*, (pasar el rato); *Messing Around* (perder el tiempo) y *Geeking Out* (sacar al geek) estos géneros sirven para describir aprendizaje diario de las comunidades y el compromiso que tienen los miembros con la comunidad y con los medios.

Los géneros de participación tienen como característica esencial las prácticas comunicativas e intercambios simbólicos que están configurados por: *Hanging Out*, los espacios conformados a partir de los intereses y a partir de la amistad. *Messing Around*, el tipo de participación que ocurre en uno y otro espacio está determinada por las finalidades que sigue cada grupo. *Geeking Out* la

participación ocurre cuando queda manifiesto el objetivo de colaborar para alcanzar un fin específico. (Corona, 2018)

El primer género es *Hanging Out*, que podría traducirse como pasar el rato, explica que en los jóvenes al pasar a la edad adulta tienen bastante tiempo y energía para expandir y compartir sus conocimientos por lo que buscan comunidades para “pasar el rato” o *Hanging Out*. Los padres y maestros de los jóvenes que suelen estar en la categoría de *Hanging Out* suelen tener bastantes restricciones para el uso de los nuevos medios, los ven como una pérdida de tiempo (Ito, et al, 2009, pág. 13).

En respuesta a estas regulaciones, la mayoría de los adolescentes desarrollan “soluciones temporales”, o maneras de subvertir las barreras institucionales, sociales y técnicas para Hanging Out. Estas soluciones temporales y canales traseros son formas en las que los niños pasan el rato juntos, incluso en entornos que no están aprobados oficialmente para pasar el rato, como el aula, donde hablar socialmente con sus compañeros está mal explícitamente. (Ito, et al, 2009, pág. 13).

El segundo género de participación es *Messing Around*, la traducción puede ser “perder el tiempo”, para Ito, et al (2009); estas redes son más comprometidas que las anteriores y utilizan los nuevos medios para hacer tener relaciones de amistad e incluso amorosas, también pasan el raro, pero la mayor cantidad de tiempo como sea posible. A diferencia de los participantes que pueden estar en la categoría de *Hanging Out*, quienes están siempre en comunicación gozan de mayor privacidad de sus padres o de sus educadores.

Los sonidos de niños de 10 años de edad, discutiendo y gritando sobre quién mató a quién, por qué una persona era lento y otros aspectos del juego llenó toda la casa, como si no hubiera una casa llena de niños. Los nuevos medios, tales como sitios de redes sociales, programas de mensajería instantánea, teléfonos móviles, y los sitios de juegos funcionan como medios para los jóvenes para ampliar, mejorar y pasar el rato con la gente que ya conocen. (Ito, et al, 2009, pág. 16).

El género de *Geeking Out* para Ito, et al (2009), implica aprender a navegar en el conocimiento, participar en comunidades que generen vasta experiencia, el conocimiento se da entre pares por pares, pero enfocado está enfocado en adquirir profundos conocimientos y experiencia en áreas específicas de interés. Este es el género que puede ayudarme a explicar los elementos que median las prácticas de participación de los videojugadores.

3.1.3 Debates y reformulaciones sobre la cultura participativa

El estudio de la participación en medios tiene una larga tradición en los estudios académicos, principalmente desde la comunicación y los estudios culturales donde se encuentran los estudios de cultura participativa, sin embargo, particularmente desde la perspectiva económica y política de la comunicación, el debate se encuentra en el potencial que tienen las compañías y conglomerados dueños de las plataformas digitales para transformar o conservar las estructuras de poder y capital, además de que son dueños de las narrativas de estos productos culturales.

El objeto en este tipo de investigaciones es entender el fenómeno fan desde la perspectiva de las empresas y sus intereses para poder comprender e inferir sobre las audiencias. Uno de los debates que más se ha documentado es el de Couldry (2011), el autor señala que Jenkins cree que todos los usuarios participan de la misma manera, Couldry no está de acuerdo con esto, ya que para él

solo los más comprometidos son los que participan y comparten dentro de la comunidad. También, Couldry le responde a Jenkins que olvida las relaciones de poder que median en la participación, olvida que las personas trasladan al mundo virtual sus acciones diarias, como las prácticas machistas, xenóforas, general no ve la inequidad de las condiciones en las que se disemina el sentido y los símbolos, por tanto, se puede inferir de este debate que no existe una única forma de cultura participativa, lo que podemos ver es que hay muchas formas de participación (Tomasena, 2016).

El mismo Jenkins matizó su postura celebratoria respecto a la cultura de participación, al grado de decir que si bien, las prácticas participativas han existido siempre, no fueron creadas por las redes sociales o el internet, la “interactividad” es una característica de las tecnologías y la “participación” de las culturas. (Scolari, 2016). El debate actual sobre la cultura participativa es que dicha participación se fue ampliando, ahora no solo está en fans y videojugadores, sino que, como describe Scolari (2016) “puede abarcar todo tipo de producciones culturales y procesos de intercambio-difusión en las redes” (Scolari, 2016, pág. 1).

Otro debate que sobresale en la discusión académica sobre la cultura participativa es del Fuchs (2014), afirma que no concuerda con la postura celebratoria de Jenkins sobre la participación en los medios, el autor argumenta que la derrama económica que provocan los productos que elaboran los fans son para las empresas dueñas de los productos de la cultura popular. González-Hernández (2019) explica que el debate de Fuchs (2014) está centrado en la genealogía del concepto de participación que tiene su origen en la ciencia política y la teoría democrática, cuestiones que deja de lado Jenkins. “La idea de participación en medios -de Jenkins-, para Fuchs (2014) debe quedar para la clase pudiente anglosajona, la idea de cultura participativa [es un concepto inofensivo creado principalmente por niños blancos que aman sus juguetes]” (González-Hernández, 2019, p.

191). Para González-Hernández (2019) hablar de cultura participativa es necesario dejar de lado la postura de celebración, optimista y de valoración positiva y verla de tal que “se toma en cuenta la relevancia de la participación en medios como un asunto revelador, porque arroja luz sobre el tipo de interacción que tienen los usuarios con los medios en general y los nuevos en particular”.

El mismo González-Hernández (2019) destaca de Carpentier (2011) y (2008) cuatro tradiciones para el estudio y problematización de la participación: La teoría democrática, la planificación espacial, las teorías sobre el desarrollo; arte y museos, y por último los estudios de comunicación. Sobre los estudios en comunicación el objeto está en los derechos, es decir que las personas tienen derecho a decidir y controlar las decisiones que les afectan. “Participar en medios se define como la toma de decisiones conjunta respecto al contenido, en el contenido de la tecnología de medios, por parte de personas e instituciones”, (González-Hernández, 2019).

Por otro lado, Corona (2018) explica que en Carpentier (2011) los debates sobre la interpretación de participación, “diferenciar la participación en término de una postura activa”, porque la diversifica en tres modalidades: “participar en la producción mediática, participación en la sociedad a través de los medios, y la participación-interacción con los contenidos de los medios”.

El debate sobre la participación, desde la comunicación, se ha planteado en términos de las audiencias activas y pasivas, lo que permite entender la participación en términos de la capacidad para apropiarse de los recursos, ya sea para producirlos o para consumirlos (Corona, 2018, p. 109)

Es importante entender lo que señala Carpentier (2001) explica que debemos diferenciar la participación del acceso y la interactividad, porque el acceso es la posibilidad que de tener presencia en los medios y con ello poder tomar parte, pero “la interactividad se ve como el establecimiento de relaciones socio comunicativas en la esfera mediática” (Corona, 2018).

Las diferencias entre la participación, por un lado, y acceso e interacción, por otro, pueden clarificar la distinción entre participar con el contenido y/o con las estructuras que potencian la acción. En este sentido, la participación funciona mejor si ayuda a visibilizar los procesos de toma de decisiones relacionados con la producción de contenidos y creación de materiales, proyectos o productos. (Corona, 2018, p. 109)

Para entender las características de la participación que propone Carpentier (2012) elabora seis particularidades de lo que se entiende por participación en medios:

1. El elemento definitorio de la participación es el poder
2. La participación está situada siempre en procesos y localidades particulares, e involucra a actores específicos
3. El concepto de participación es contingente y él mismo es parte de las luchas de poder en la sociedad
4. La participación no se entiende como parte de la fantasía democrático-populista
5. Participación es invitación,
6. Participación no es lo mismo que Acceso e Interacción

3.1. 4 La cultura de la conectividad

Uno de los debates más recientes es el que propone la autora José Van Dijck en el libro *The culture of connectivity* (2013), en el que analiza la participación en los medios conectivos, donde tiene dos posturas por un lado están los “ciberoptimistas” donde coloca a Jenkins (1992), por otro lado cola a los “detractores” Fuchs (2009) y Couldry (2011), el argumento de Van Dijck es que una explicación donde usuarios contra los dueños de compañías es determinista y dicotómica, es decir, buenos contra malos, esto dice es improductivo para una explicación académica (2013).

El dinamismo acelerado que poseen las redes digitales interactivas para cambiar hace que la comunicación y participación entre usuarios crezca en funciones e incorpore nuevas formas de modelo de negocio para las compañías dueñas de estas plataformas, estas últimas son parte de los cuestionamientos que Van Dijck (2013), hace en propuesta teórica a la que nombra la cultura de la conectividad.

El modelo que propone Van Dijck, es uno integral que aglutina las construcciones tecnoculturales y estructuras socioeconómicas. Además, afirma que parte del que las prácticas de los fans están en mediadas o en función de entornos colaborativos, pero también que las prácticas se configuran entorno a la participación y no solo a los medios. Para entender este proceso Van Dijck incorpora la teoría de *Actor-red* (Latour, 2005) y economía política de las redes (Castells, 2009).

Van Dijck (2013) sostiene (siguiendo a De Certeau, 1996) que las prácticas sociales de los usuarios de medios sociales y las plataformas son mutuamente constitutivas y que co-evolucionan en la medida en que se negocia su uso constantemente [...] más que facilitadores de conexiones humanas, las plataformas sociales de comunicación son también sistemas automatizados. Los contenidos que se comparten no son un simple modo de compartir sentido, sino un instrumento para la recolección automatizado de datos sobre relaciones significativas. (Tomasena, 2016, p. 24)

Las características de la cultura de la conectividad son tres:

1. Es constituida de forma tecnológica, sin embargo, el alcance que tiene va más allá de las plataformas digitales.
2. El éxito está basado en la popularidad y es una de sus metas, por tanto, existe una gran competencia por el poder, las tecnologías y las alianzas.

3. La cultura de la conectividad borra los límites de lo privado, público y corporativo, pero impone una agenda con fines a grandes empresas privadas.

Lo que facilita la interpretación de *conectividad* es ver las características de las prácticas a partir de los entornos de colaboración donde ocurren y ver los frutos de dichas prácticas, estipula que las prácticas en sí se configuran en función del resultado de la participación y no del medio, pero el concepto va en una triple acción: 1.- Transmisiones de grado tecnológico, 2.- los miembros de la comunidad pueden acumular capital social, 3.- las empresas dueña de los productos culturales acumulan capital económico. El elemento central del concepto es poder recurrir al contexto histórico de lo que puede significar para los usuarios de las plataformas ser fan, videojugador, tener amigos, compartir, generar comunidad (Tomasena, 2016).

Esta investigación, entenderá entonces que la cultura participativa como un eje clave que sirve para entender las prácticas que las y los videojugadores, porque desde allí en estas acciones está construido el objeto de estudio que aquí se presenta, dichas acciones ocurren en la narrativa y desde éstas acciones contribuyen a las colectividades con creaciones de contenido para plataformas de transmisión en vivo de videojuegos. La pertinencia del concepto puede entenderse por las acciones que los videojugadores tienen al jugar y crear nuevas textualidades, formas de percibir los videojuegos para otros videojugadores.

3.2 Los videojugadores y sus comunidades ¿fans y clanes?

Los videojugadores para Newman (2008) son una cultura que va más allá del mundo virtual, de la participación y de los videojuegos, explica que:

El trabajo sobre las culturas y prácticas emergentes de los videojugadores (...) destaca la inherente creatividad, productividad y sociabilidad de estas extensas culturas del videojuego. La investigación de la producción literaria y artística

de los jugadores, la creación de tutoriales y preguntas frecuentes, la modificación de juegos ya existentes y el desarrollo de juegos completamente nuevos, todo ello habla claramente de la complejidad de las formas de relacionarse con los videojuegos y los modos en los que están siendo reconfigurados para alargar su vida (Newman, 2008 p. 32).

Mientras que para Jenkins (1992) los videojugadores son fans activos que participan para hacer una creación motivados por un tema en común, pero esta participación y prácticas están circunscritas en comunidades de práctica y afinidad, es la manera en la que se entiende desde esta articulación a los videojugadores, como sujetos fans, que participan activamente en comunidad.

Pero establecer una definición de un videojugador es complejo y reduccionista. Autores como Marcano (2012) explica que es lo más cercano a entender a los videojugadores en colectivo son los grupos de afinidad, debido a que las personalidades y características sociológicas son distintas, por tanto, establecer perfiles es complejo, sin embargo, con los grupos de afinidad se pueden generar segmentar por los tipos de juegos que les gustan. Marcano (2012) establece que los jugadores más jóvenes (niños de entre 6 a 12 años) prefieren jugar en consolas y videojuegos del género *Arcade* y de aventuras. Mientras que los videojugadores de más edad 12 a 25 años preferían juegos de simulación y RPG o MMORPG.

Corona (2018) propone estudiar la participación colectiva desde cuatro dimensiones; primero, las prácticas colectivas desde un dualismo de comunidad de práctica y comunidad de afinidad, es decir la conformación de comunidades de práctica-afinidad que comportaren intereses desde la virtualidad lo cual las vuelve actuales y relevantes; segundo la participación activa como una forma de agencia de los fans o videojugadores, dicha agencia vista desde las prácticas que desarrollan; la tercera dimensión está centrada en lo cognitivo, es decir en los procesos de aprendizaje y en la

cuarta dimensión son las conexiones que se generan en la actividad sociocultural de la transmedialidad anclada en el contexto comunicativo, tecnológico y cultural (Corona, 2018, p. 88).

3.2.1 Comunidad de práctica

El concepto fue desarrollado en el Instituto para la Investigación del Aprendizaje de la Universidad de Stanford por Lave y Wenger (1991), el centro de investigación tenía por objetivo los estudios sociales y culturales del aprendizaje, lo cual lo hacía diferente a la visión tradicionalista del aprendizaje que tenía como base la individualización y estandarización del aprendizaje. El enfoque de Lave y Wenger (1991) considera que el aprendizaje como un acto de participación en comunidades de la cultura y la práctica compartida. Las teorías sobre aprendizaje y participación fueron posibles gracias al trabajo antropológico que se realizó en la vida cotidiana dentro de comunidades y no en las instituciones educativas donde se tiene secuestrado el aprendizaje, como señala Ito en Jenkins, Ito, & boyd (2016).

Las comunidades de práctica poseen características bien definidas por Wenger, et al. (2002) establecen que una comunidad de práctica tiene por objetivo producir conocimientos, sin embargo, Corona (2018) señala que pueden tener otros objetivos en común, pero el principio de producir conocimientos se mantiene, lo que genera en buena medida que las relaciones de poder dentro de las comunidades no queden definidas por estratos demográficos como edad, escolaridad, conocimiento o posición social, lo que define el poder ser, la disposición para participar activamente y aportar a la comunidad. De tal forma se entiende que las comunidades de práctica no tienen organizaciones horizontales de autoridad o en el ejercicio del poder, lo que motiva a los miembros de una comunidad de práctica son sus intereses y ocurre en el sentido que les den a los objetivos (Wenger, 2001).

Wenger, McDermott y Snyder (2002) han ilustrado el camino para estudiar a las comunidades de práctica, desde esta mirada, explican que son tres elementos con los cuales se pueden identificar:

- 1) Dominio, son los temas, objetos e intereses en común con la comunidad, comúnmente se forma por campo del conocimiento, es aquello que articula a las comunidades implica una suma de valores y puestas en común.
- 2) Comunidad, son los miembros de la comunidad, existe una especie de preocupación por saber dónde encaja cada individuo en la comunidad, las interacciones de los miembros conforman el grupo social en el que comparten conocimientos y aprendizajes.
- 3) Práctica, son las formas y procesos que tiene la comunidad de hacer las cosas, es la acción colectiva donde la comunidad vierte su esencia, en estas acciones podemos ver patrones de interacción, modelos de actuación, las reglas de colaboración, tipos de conocimiento y temas que serán del dominio de la comunidad.

3.2.2 Definición

El concepto de comunidad de práctica son grupos de personas con intereses, problemas, pasiones y pueden compartir objetivos grupales, muchas de estas comunidades la suelen ser informales o no formales, por medio de los objetivos estos grupos hacen circular el conocimiento entre sus miembros con el fin de que todos puedan igualar sus habilidades, esta es la base para que las comunidades permanezcan juntas (Wenger, McDermott, & Snyder, 2002). Enseñar a los más novatos implica una forma de integración indispensable en estas comunidades, porque cuando un novato llega a la comunidad y no tiene el mismo nivel de habilidad que el equipo, la falta de especialización del novato terminará por afectar a toda la comunidad.

Sobre la participación los autores Wenger, McDermott y Snyder (2002) proponen un modelo con siete razones por las que los miembros de una comunidad de práctica deciden participar en ella, en este modelo podemos ver como las características se mantienen e incluso se transmiten dentro de la participación.

1.- Diseño para evolucionar

2.- Apertura al diálogo interno y externo

3.- Motivar niveles de participación

4.- Desarrollar espacios públicos y privados en la comunidad

5.- Enfocarse en el valor

6.- Combinar familiaridad y emoción

7.- Crear un ritmo para la comunidad

Uno de los propósitos de este concepto es que me permite ver a las comunidades en sus términos, bajo sus normas, hablar de los temas que a ellos les importa, da luz para entender la identidad que construyen estas comunidades y facilita conocer las estrategias que usan para relacionarse, generar y compartir conocimiento. Por lo tanto, siguiendo a Wenger (2001) la organización de estas las comunidades no responden a estructuras piramidales basadas en la autoridad, donde quien está arriba manda y ejerce el poder, los miembros de estos grupos sociales tienen motivos e intereses muy particulares y se desarrollan el sentido que dan a los objetivos y a lo que hacen para lograrlos. Es importante pensar en este modelo desde los términos en los que lo ve Ito, et al (2009); donde el aprendizaje es un acto de participación social que se da dentro de “las comunidades de práctica”.

“En esta formulación, las personas aprenden en todos los contextos de la actividad, no porque se internalizan en el conocimiento, la cultura, y la experiencia como individuos aislados, sino porque son parte de sistemas culturales compartidos y se dedican a la acción social colectiva”. (Ito, et al, 2009, pág. 14).

Ito, et al (2009) y Corona (2018) siguen los fundamentos de Wenger (2001) para darle sentido a la propuesta educativa de la comunidad de práctica, donde se establece que:

1. Somos seres humanos, por tanto, tenemos herramientas y necesidades para aprender.
2. El conocimiento es una cuestión de competencias.
3. Conocer es cuestión de participar, el objetivo es comprometerse y conocer a la comunidad.
4. El significado produce aprendizaje

[...] esta conceptualización alude a una propuesta teórica basada en el aprendizaje como participación social. [...] Esta dimensión de la participación a la que se alude se comprende como un proceso de aprender y conocer, el cual consiste en “participar de manera activa en las prácticas de las comunidades sociales y en construir identidades en relación con esas comunidades”. Los componentes de ese proceso son cuatro: el significado experimentar la vida como algo con sentido), la práctica marcos de referencia y perspectivas compartidas, la identidad el cambio que produce el aprendizaje en nuestras historias personales y la comunidad como

una configuración social donde se definen objetivos y causas para interactuar.

(Corona, 2018, p.92)

La basando en la propuesta de Lave y Wenger (1991) la participación de periférica legítima permite entender el aprendizaje como un proceso situado, andamiaje teórico que ve las relaciones entre los novatos y los expertos como negociaciones e interacciones de los recién llegados en el proceso de integración, participación e identificación de la comunidad (Corona, 2018). El punto es explicar cómo son las relaciones entre los veteranos y los novatos, para es importante entender que el periférico es donde se sitúan los recién llegados, quienes tendrán que ir aprendiendo para tener papeles más centrales en la comunidad, lo cual se hará por medio de la integración a la identidad de la comunidad, algo que se verá en el compromiso en sus prácticas sociales, es decir, para lograr salir de la periferia y entrar al centro habrá que participar en varios procesos, para que el progreso sea la ganancia de legitimidad en la comunidad y por tanto los miembros sean reconocidos como iguales o necesarios. (Lave y Wenger, 1991)

En Wenger (2001) explica que en las en las comunidades existe conocimiento y habilidades que circulan para que los novatos puedan adquirirlas y con ello moverse al centro de la comunidad, pero dependerá de su compromiso para que sus participaciones sean significativas. Estamos hablando de avances constantes en la adquisición de habilidades y prácticas, que implican ciertos pactos para la confirmación de la identidad de estos sujetos, que a su vez conforma la de la comunidad. Wenger (2001, pag 193) propone cinco modelos de trayectoria: 1) las periféricas, suelen no llegar a una afiliación absoluta; 2) las entrantes, aspiran a ser a plenos participantes de una práctica.; 3) las de los miembros, la formación de una identidad no concluye en la afiliación plena; 4) las fronterizas, encuentras su valor en los límites y 5) las salientes, una que conduce al sujeto a salir de comunidad.

La idea de la participación es fundamental porque se enfoca en la diversidad de las relaciones que resultan de las interacciones entre los miembros, y cómo es que éstas se negocian de forma consistente para dar una visión relacional del sujeto participante, su agencia y el mundo donde significa su experiencia vivida. La noción de periferia permite acceder a una sistematización de las prácticas a través de la participación, de cómo se va ganando acceso, y cómo los sujetos se van localizando en la comunidad en relación con los otros y su nivel de compromiso (con el tema). Mientras que la legitimidad permite conocer cómo es que ésta se va adquiriendo progresivamente por los participantes a través de las prácticas, la identidad y la pertenencia (Corona, 2018, p. 93).

Sobre la dimensión virtual los autores Wenger, McDermott y Snyder (2002) explicaron estas tres características que están presentes en las comunidades de práctica y las diferencias de otros grupos sociales:

1. La comunidad provee algún tipo de beneficio o valor concreto.
2. La comunidad facilita la generación de conexiones personales con otras personas.
3. Las prácticas de la comunidad promueven el desarrollo de alguna habilidad y conocimiento en particular.

3.3 Narrativa de videojuego Fortnite

Los videojuegos se han investigado desde diferentes campos del conocimiento, desde las ciencias exactas como la computación y electrónica desde donde han indagado sobre la tecnología; en el arte con estudios que hablan sobre la estética y la narrativa artística; desde la antropología, psicología, filosofía, sociología y comunicación como fenómeno social, usos, efectos y recepción, éstos más centrados en entender al medio y su interacción con los sujetos. (Camacho-Ortega,

2015), como lo señalo páginas antes, pero analizar la narrativa desde una perspectiva que demande la interactividad de los jugadores es una apuesta que toma en cuenta que los videojuegos son un medio de comunicación inacabado, necesita de la interactividad del videojugador para desarrollarlo, además el videojuego se nutre de otros medios como: cine, literatura, música, artes visuales y tiene múltiples elementos narrativos que lo hace complicado de estudiar. (Camacho-Ortega, 2015, pág. 2).

El concepto de igual manera articula un eje, el objeto de estudio, las comunidades de práctica permiten entender, los procesos de afiliación, permanencia y salida de un clan de videojugadores, este concepto ayuda a dar luz para entender que es lo que se está forjando colectivamente en estas comunidades, los aprendizajes de como ser un videojugador.

3.3.1 Narrativa transmedia (*transmedia storytelling*)

El videojuego pone a prueba destrezas del jugador, ya que, durante la experiencia de juego, el sujeto debe tomar decisiones que influyen en el desarrollo narrativo del producto cultural; el videojugador al jugar intercambia con el juego conocimientos y contextos particulares, al mismo tiempo el juego hace que los jugadores desarrollen habilidades: éticas, lógicas, de interacción social, etc. (Camacho-Ortega, 2015). Para Martín-Barbero (2011) el videojuego es la madre de la actividad motriz e intelectual de quienes participan en esa actividad, además afirma que se explota la curiosidad y creatividad durante el juego, por estas razones y sus características, propongo ver el videojuego conceptualmente es como una narrativa transmedia.

Corona (2018) ayuda a entender a que nos referimos con narrativa transmedia:

La palabra transmedia está compuesta del prefijo latino trans- que según la Real Academia Española tiene tres acepciones. La primera sugiere un cambio, como en

transformar. La segunda indica que algo va a través de, como en transmitir o transatlántico. La tercera se refiere a que algo va más allá o del otro lado, como en transpirenaico o transparente. En este sentido, estas tres acepciones denotan una potencialidad sobre-explicativa, pero, esencialmente, una particularización sobre el sentido en términos de cambio, flujo, movimiento y de tránsito [...] En este sentido, el término “transmedia” es una palabra que funciona como adjetivo especialmente cuando se utiliza en el concepto compuesto: “narrativa transmedia” (transmedia storytelling) propuesto por Jenkins (2003); de esta forma podríamos decir entonces que la palabra “transmedia” define la forma que tiene el sustantivo que la acompaña, en este caso narrativa (Corona, 2016, pp. 42 y 43)

3.3.1.1 Definición

Hablar de narrativa transmedia es cuando hay expansión de la historia y participación de los usuarios, para Jenkins (2003) una narrativa transmedial debe cumplir con dos cuestiones:

1. Debe haber expansión de la narrativa, esto quiere decir que fragmentos diferentes de una misma narrativa pueden ser contados en dos o más medios, formatos o textualidades.
2. La audiencia debe participar en la producción del contenido, las audiencias pueden modificar, cambiar, resignificar los productos de culturales con lo que generan nuevo valor, además pueden renombrarles y cambiar las formas de distribución.

Scolari (2009) propone distinguir dos tipos de narrativa transmedia: una que es estratégica y su característica principal es que es planeada debe ser planeada y dos una narrativa táctica la cual se prolonga por las interacciones con el ecosistema mediático, ambas se establecen a partir de la utilización de medios y para la participación.

Las dinámicas en las que el videojuego está inmerso lo hace un medio complejo de estudiar, sin embargo, el concepto de narrativas transmedia me parece muy puntual y preciso para explicar cómo es que los videojugadores reciben un producto que en origen es un videojuego y posteriormente lo convierten en videotutorial sobre cómo superar o desbloquear cierto nivel del pase de batalla, las nuevas narrativas que se generan en las plataformas de transmisión en vivo, son producto de las prácticas de participación y de las acciones comunicativas que emprenden los sujetos al videojugar.

Capítulo 4. Plataforma metodológica: jugar y observar al clan

En este apartado se abordan en un primer momento las reflexiones metodológicas, las características del clan Med_Mex, cuestiones que lo hacen significativo y relevante para este estudio, las herramientas que me llevaron a la recogida de datos, lo que llevó a la construcción de los datos y por último las conclusiones a las que se llegaron con el trabajo de campo. A partir de esto logré sistematizar y construir los datos necesarios para realizar el análisis de las prácticas de participación en esta comunidad. Sobre la sistematización y construcción de los datos, primero se presentan el trabajo de campo exploratorio, posteriormente las observaciones y por último las entrevistas. Con este corpus se lo construir: a) los lugares donde los videojugadores participan, b) los perfiles de los participantes, c) algunos tipos de estrategias utilizadas en las narrativas del videojuego, d) las formas de interacción particularmente las reglas y roles que tiene la comunidad para realizar las prácticas de participación.

La orientación cualitativa es la que guarda más congruencia epistemológica con la teoría que busco utilizar en esta investigación, además que este tipo de metodología me permite ver y comprender el significado grupal de un problema social (Creswell, 2009). Mientras que Flick (2007), explica que la investigación cualitativa se resume de manera simple en tres posiciones básicas: primero, la tradición de interaccionismo simbólico que estudia los significados y atribuciones de sentido; segundo, la etnometodología, dedicada a entender las rutinas y procesos de la vida cotidiana y tercero, las posiciones estructuralistas que parten de procesos de inconsciente psicológico o social. Para tratar de entender al objeto de estudio y los procesos metodológicos. (Flick, 2007, p. 31).

El enfoque cualitativo me permite por medio de herramientas como la etnografía y la observación participante, ya sea virtual o presencial, (Flick, 2007) conocer a los sujetos en su entorno, ver cómo interactúan con el videojuego y la interacción con sus compañeros de clan.

La etnografía me fue el instrumento al que recurrí en un primer momento, porque para ver y estudiar las prácticas de los videojugadores era necesario varias inmersiones al campo, además de que como instrumento me permite: ver paso a paso las creencias de la comunidad, formas simbólicas de la cultura participativa, las prácticas y el comportamiento de la comunidad. (Guasch, 1999). Sobre las fases con el proceso etnográfico no siempre son claras, pero el proceso que seguí fue el siguiente: 1) Elegí la comunidad para definir cómo sería la entrada al campo; 2) Con ayuda de los informantes clave comencé a ganar confianza en la comunidad; 3) Comencé las observaciones con la comunidad y 4) construcción y análisis de los datos.

Corona y Kaltmeier (2012) explican que la autonomía de la mirada es que los investigadores puedan decir el nombre de los lugares a donde se acude sin tener que pensar a los sujetos, explica que estas prácticas el investigador las hace desde un lugar que no es el de él y sin considera su “propia mirada” además de que estas construcciones estas hechas desde el poder y establecen jerarquía y valor.

La elección de esto, esta basada en el objeto de estudio y la pregunta de investigación que busca dar cuenta de las prácticas de participación y comunicación del clan de videojugadores Med_Mex durante la narrativa del videojuego Fortnie, el abordaje metodológico propuesto guarda absoluta congruencia pues el objetivo de la etnografía es analizar las prácticas de participación de estas pueden o no ocurrir, en las acciones colectivas que pueden emplear los videojugadores al momento de crear y transmitir el *gameplay* de sus partidas (Franco, 2015).

Analizar las prácticas de participación y comunicación de videojugadores en narrativas como las de un videojuego, tiene como origen la creciente ola de comunidades dentro del mundo de los videojuegos donde cada vez más personas deciden formar clanes algunas veces para mejorar sus habilidades de juego otras para realizar otras prácticas como la elaboración de *gameplay* en

plataformas de transmisión en vivo de videojuegos, donde son los mismos videojugadores, los protagonistas, creadores y productores.

“¿Cómo analizar un proceso participativo en un entorno socio-técnico donde, por una parte media el lenguaje tecnológico; y a nivel más general, las condicionantes sociales, culturales, políticas y contextuales que estructuran los sistemas de creencias, modelos cognitivos o construcciones simbólicas de los sujetos entorno a la participación?” (Ruiz, 2016, pp.104

En un primer momento esta era mi tabla congruencia, sin haber encontrado un punto de saturación que me permitiera encontrar más relaciones empíricas y retóricas, decidí partir de las categorías que proporciona la misma teoría, desde allí y con el trabajo de campo pude ir construyendo algunas categorías de análisis nativas.

Tabla de Coherencia Teorico-Methodologica			
Pregunta		Objetivo	
¿Qué elementos median las prácticas de participación en el clan de videojugadores Med_GDL durante la narrativa del videojuego Fortnite?		Identificar los elementos que median las prácticas de participación de los clanes de clan de videojugadores Med_GDL durante la narrativa del videojuego Fortnite	
Conceptos	Categorías	Observables	Técnicas de recolección de datos
Cultura participativa (Jenkins, 2009)	Hanging Out (Ito, M. & et al, 2009)	1.- Prácticas colaborativas de los clanes de videojugadores. 2.-La producción de gameplay en plataformas de streaming. 3.- Mención sobre organización de los clanes durante las partidas. Inconformidades con las estrategias.	<p>Observación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Observación participante (Taylor y Bogdan, 1984). -La investigación involucra a los informantes y al investigador en un escenario, ambiente y contexto. - Lo ideal es que los videojugadores olviden que están siendo observados. -Negociación para la entrada al campo para una pertinente recogida de datos. <p>La materialidad o soporte sería el diario de campo, grabación de audio y la transmisión del juego. Entrevista semiestructurada (Flick, 2007) Realización de ocho entrevistas semiestructuradas para profundizar.</p>
	Messing Around (Ito, M. & et al, 2009)		
	Geeking out (Ito, M. & et al, 2009)		
Clan de videojugadores visto como una comunidad de práctica (Lave y Wenger, 1991)	Sistemas culturales compartidos	1.-La producción literaria y artística de los jugadores. 2.- La creación de tutoriales y preguntas frecuentes 3.- La modificación de juegos ya existentes. 4.- el desarrollo de juegos completamente nuevos.	
	Acción social colectiva		
Narrativa (Jenkins, 2006 y Scolari, 2013)	Combina el tiempo real	Observar si los videojugadores tienen la posibilidad de acceder a diferentes versiones en la narrativa	
	Multiplataforma	Al jugar los videojugadores involucran otros soportes mediáticos como libros, videojuegos, películas, series televisivas, redes sociales.	
	Interactividad y interacción	Desarrollo del videojuego en el soporte tecnológico	

Tabla 5: Tabla de Coherencia teórico-metodológica

Los géneros de participación que propone Ito, et al (2009) sirvieron como una brújula con la que podía identificar los distintos grados de participación de las y los videojugadores, porque los observables en estas categorías al tener referentes empíricos fuertes era menos complejo operacionalizar la teoría.

Las categorías de los conceptos de Comunidad de práctica y la narrativa transmedia fueron más complejos de observar en un primer momento, sin embargo tenía claro el observable desde la teoría, me pareció importante poner puntal atención a la periferia de la participación en jugadores que hablaban poco o que su participación no versaba entorno a la narrativa del juego, esto cobró interés cuando en el trabajo de campo pude dar cuenta que estas formas de participación de igual manera eran importantes.

El trabajo exploratorio concluyó a mediados de julio de 2020, las conclusiones a las que me llevó fueron: 1) Identificar algunas características de los géneros en cuatro de los seis clanes y con ello poder ubicar a los miembros de los clanes en las categorías de participación que propongo en la tabla congruencia; 2) Conocer a informantes clave; 3) Generar confianza por lo menos en dos de los cuatro clanes con los que trabajé de manera exploratoria; 4) identificar un clan profesional de *eSports* el cual no fue el objeto de estudio de esta investigación, sus prácticas no eran las de fans o comunidades de práctica, tampoco buscaban la elaboración de otra narrativa en el videojuego y su organización respondía a otras lógicas; 5) darme cuenta que las realidades socioculturales de los videojugadores no estaban contempladas en la teoría, algo que determinó en diferentes procesos de ir y venir sobre la teoría y la redefinición del objeto de estudio, de otro modo podría verse esencialista; 6) el concepto de cultura participativa sirve como lugar de partida para analizar las prácticas de participación inmersas en una narrativa específica de comunidades de videojugadores, pero descuida la complejidad de la narrativa de los videojuegos y las relaciones

de los videojugadores con los intereses de otros miembros de la comunidad; 7) la prácticas de participación son un inicio en el análisis de una comunidad de videojugadores, para comprender no solo la conformación de cultura participativa, también podemos analizar las complejidades de lo aprenden los videojugadores al colaborar con la comunidad, la circulación de productos como gameplay y la apropiación de los videojuegos.

4.1 Universo y muestra

El universo de mi investigación puede ser cualquier clan de videojugadores que habitualmente se componga por lo menos de cuatro miembros; que participen en videojuegos en los que la narrativa demande la formación de equipos y que se desarrolle en línea, para el objeto de esta investigación, no es necesario que todo el clan se reúna en una sola locación, pero sí formen parte del mismo equipo, porque me interesa estudiar las prácticas de participación, por lo que las observaciones las puedo realizar de manera individual. Para este estudio no es relevante si el clan tiene un alto nivel competitivo, es decir si juegan bien o mal, lo que es necesario es que reúnan las características antes descritas y sean un clan que juegue regularmente.

Por considerarlo pertinente y coherente con los objetivos de la investigación, decidí trabajar con el clan de videojugadores Med_Mex (MM), debido a que observé las siguientes características: 1): es una comunidad que tiene 2 años de formación; 2): está compuesto por ocho miembros: tres mujeres y cinco hombres, cuatro son jugadores regulares y los restantes están en una etapa de prueba o son jugadores irregulares que normalmente cumplen la función de ser “banca”, es decir solo participan si alguno de los jugadores regulares no se conecta; 3): tienen un equipo de *Fortnite* y *Apex*, ambos juegos demandan formar equipos y se juegan en línea. 4): Dos de sus miembros transmiten sus sesiones de juego vía *Twitch*; 5): están comprometidos con tres sesiones de juego a la semana: jueves, viernes y sábado a las 21:00 horas; 6): sus objetivos están claros cada sesión

desbloquear cierta cantidad de niveles del pase de batalla o cumplir algunos retos que se ponen como clan y 7): tienen constante presencia en las redes sociales de cada integrante.



Ilustración 1: Avatares de los jugadores regulares del clan Med_Mex. Elaboración propia.

El clan Med_Mex cumple con las características y acciones corresponden a las de una comunidad de práctica (Lave y Wenger, 1991) y tiene en sus particularidades elementos de la cultura participativa, (Jenkins, 1993 y Ito, et al, 2009). Sus actividades en redes son constantes, como se pueden observar en las transmisiones en vivo de sus partidas a través de la plataforma *Twitch*, donde comparten ayudas, consejos y metajuegos con otros videojugadores.

Una vez que decidí que los miembros del clan Med_Mex estarían en el centro de esta investigación opté por realizar una segunda ronda de observaciones ya no participantes, sino presenciales y virtuales, para ello fue necesario afinar la guía de observación para aislar de mejor manera las narrativas del videojuego donde ocurrían las prácticas de presentación que me interesaban de uno de los integrantes en particular, sin obviar lo que el resto de la comunidad decía o hacía durante el juego. Además, creí pertinente reformular la tabla de congruencia, porque en algunos aspectos ya

no tenía cuatro clanes a observar, sino ocho miembros con roles en la comunidad muy específicos y por tanto anclar a los miembros en los géneros de participación, para poder dar cuenta de las prácticas de participación y comunicación.

4.2 La construcción de las categorías de análisis

Como ya señalé, en un primer momento con el trabajo de campo exploratorio las categorías de análisis surgieron de la teoría, una vez que tenía referentes empíricos propios, me permitió generar relaciones teórico-metodológicas, estas sirvieron de anclaje para realizar el análisis. Para precisar las categorías presento una explicación de estas categorías.

EJE	CATEGORÍA
CULTURA PARTICIPATIVA	<i>Hanging Out</i>
	<i>Messing Around</i>
	<i>Geeking Out</i>
COMUNIDAD DE PRÁCTICA	Periféricas
	Miembros
	Salientes
NARRATIVA DEL VIDEOJUEGO	Narrativa táctica
	Narrativa estratégica

Tabla 6: Tabla de congruencia final. Elaboración propia.

Hanging Out: Es una participación que tienen conocimientos vastos, compromiso de compartir y buscan comunidades para “pasar el rato”.

Messing Around: Estas redes son más comprometidas que las anteriores y utilizan los nuevos medios para hacer tener relaciones de amistad e incluso amorosas, también pasan el raro, pero la mayor cantidad de tiempo como sea posible.

Geeking Out: Es una implica aprender a navegar en el conocimiento, participar en comunidades que generen vasta experiencia, el conocimiento se da entre pares por pares, pero enfocado está enfocado en adquirir profundos conocimientos

Periféricas: Son prácticas que ocurren desde los miembros menos experimentados o que van ingresando a la comunidad.

Miembros: Son personas que tienen una participación activa y es una una forma de agencia de los videojugadores, dicha agencia vista desde las prácticas que desarrollan.

Narrativa táctica: Característica principal es que es planeada debe ser planeada.

Narrativa estratégica: la cual se prolonga por las interacciones con el ecosistema mediático

4.3 Las herramientas metodológicas

Inicialmente, el diseño metodológico estuvo encaminado a desarrollar primero herramientas que fueran capaces de dar cuenta de las prácticas de participación por lo que como ya señalé guardaba congruencia con la teoría, además permite conocer en el lugar donde las interacciones e interactividad desde donde se parten las prácticas de participación.

La estrategia metodológica que diseñe de manera exploratoria fue de enfoque etnográfico esto debido a que me concierne conocer las dimensiones social y cultural de la realidad del sujeto, ya que es donde se realizan las prácticas de participación. Este trabajo de observación me permitió ganar la confianza en las comunidades y la construcción de rapport.

Producto del trabajo exploratorio de campo, decidí llevar mis observaciones a las prácticas de participación encontradas en los lugares donde son las sesiones de juego, la mejor opción sería observar el *gameplay* de los videojugadores, desde lo habitual de las comunidades debido a que dichas prácticas son más visibles, por esa razón enfoque mis observaciones a las sesiones de juego

y en los productos audiovisuales que los mismos videojugadores producen, además esto me permitió encontrar informantes clave en tres clanes, que perfilé debido a sus acciones, constancia en las sesiones de juego y prácticas.

Lo anterior implicó: primero realizar inmersiones exploratorias al campo desde mayo de 2019 con ejercicios de observación durante las sesiones de juego, para conocer a informantes clave y describir poco a poco los escenarios donde juegan las comunidades a las que interesa estudiar. Segundo, identificar las categorías de participación *Hanging Out*, *Messing Around* y *Geeking out* a las que refieren (Ito, et al, 2009) en los clanes con los que ya tenía contacto, tercero identificar los roles de una comunidad de práctica dentro de los clanes para lograr este objetivo decidí participar en las sesiones de juego de manera recurrente por ocho semanas, durante el verano con seis clanes diferentes, en un primer momento los organicé por su habilidad en el juego y preponderé a los que eran mejores, este trabajo me llevó a conocer algunas las lógicas de estos cuatro clanes, la identificación de informantes clave para la posterior realización de entrevistas y la construcción de puntos que me interesaba explorar con mayor detenimiento a través de entrevistas semiestructuradas

El realizar etnografía en función de observar prácticas de participación y comunicación en un eterno *On/Off line*, fue muy enriquecedor para conocer las dinámicas desarrolladas entorno al videojuego, la configuración de comunidades y la apertura a nuevos productos mediáticos. Desde la etnografía puede dar cuenta de dinámicas que ocurren de manera involuntaria, ver como la comunidad de videojugadores ponían en común la estrategia a seguir para lograr el objetivo, como estas cambian cuando la narrativa del juego es más compleja, los roles que toma cada videojugador. Por ejemplo, el objetivo del juego siempre es ser el último con vida, sin embargo no siempre era el objetivo de la comunidad, algunas veces preferían desbloquear una cantidad

determinada de niveles del pase de batalla o cumplir con algunos retos específicos que tiene el videojuego de manera consecutiva.

Algo que noté que no estaba previsto fue en un primer momento fueron las dinámicas familiares como un motor de su participación y gusto por los videojuegos de algunos sujetos, ya sea por que el gusto por estos pasatiempos fue transmitido en el núcleo familiar o porque las situaciones familiares diversas orillaron a los sujetos a buscar en las comunidades de videojugadores refugio y amigos.

El ser participe de las sesiones de juego, facilitó en buena medida que las dinámicas que la comunidad tiene, por ejemplo, ser sometido a una partida de prueba antes de comenzar a estudiar a la comunidad, el contacto clave curiosamente era también el reclutador del clan, particularmente la dinámica fue interesante y desde un primer momento puede percatar cuenta que el reclutador no era precisamente el más habilidoso, sin embargo sí el que más compromiso con la comunidad tenía.

El realizar entrevistas en función tanto los rolos que tienen en la narrativa del videojuego, como la interacción con sus compañeros me llevo a conocer cuestiones más profundas, incluso de sentimientos sobre quienes eran realmente en la comunidad y que aportaban además de lo que decían aportar en las sesiones de juegos, el individualizarlos permitía que hubiera más confianza con las respuestas y menos formas de responde de forma burlona, por lo que durante las entrevistas tenían mucha más confianza de platicas sobre por qué les motivaba para jugar.

4.4 Construcción de los datos

Lo primero que habría que dejar claro es que entender a la investigación como un proceso de ida y vuelta, por lo que debo decir que realizar este apartado fue un ir y venir entre la teoría, metodología, el trabajo de campo y el análisis. La organización de la información fue elemental

para no perder detalle de los dichos por los videojugadores y las notas de campo elaboradas por mí. Lo segundo fue el proceso de digitalización del trabajo de campo, es decir la transcripción de las ocho entrevistas, las notas etnográficas y registros de conversaciones etnográficas que se obtuvieron durante el trabajo de campo.

Una vez concluido este proceso había que construir los datos, como tal esta organización es un proceso de análisis, pero muy primario, había que profundizar más en las narraciones y al tratarse de un estudio que contempla la etnografía, en un primer momento la teoría fundamentada fue un tipo de análisis que me ayudaba en palabras de Flick, (2007) a “hacer hablar a los datos”, es decir las narraciones etnográficas de las partidas de juego y las entrevistas tienen esbozos de las prácticas de participación, pero había que analizarlas sacar los datos de ellas con mayor puntualidad en la construcción de los datos. Lo anterior implicó que una vez que tenía todos los datos en un corpus realizar varias lecturas de este, en conceptos de teoría fundada, pasé a señalar el corpus con un código abierto, para generar algunas categorías nativas y relaciones de datos.

Para realizar el análisis, previamente luego de repetidas leídas al corpus y una vez que encontraba patrones de repetición, agrupé los datos de forma que pudiera identificar los que tenían mayor precedencia en mis corpus, ya encontradas esos patrones observables o al menos nombrados en mi trabajo de campo, pasé a relacionarlos con la teoría, de estas redes de relaciones de datos surgieron algunas categorías nativas, fue necesario agrupar las practicas en categorías, como ya señalé, en un primer momento utilicé las propias de la teoría que ya tenía fundamento empírico, sin embargo, conforme avanzo el trabajo metodológico y fui encontrado saturación pude pulir algunas de categorías metodológicas que después pasarían hacer analíticas.

Luego de la fase de exploración y de tomar decisiones metodológicas sobre los sujetos, focalice mis observaciones al interior del clan MED_Mex, había planteado realizar tres observaciones con

una mejor fineza del instrumento, sin embargo, en la segunda observación pude ver que se repetía un patrón: me di cuenta que cuando ellos sabían que yo estaba escuchando o viendo, ya sea presencialmente o virtualmente las sesiones en vivo, las dinámicas cambiaban un poco había menos conductas que se podrían denominar antisociales o violentas algo que ellos mismo llaman ponerse “tóxicos”, por lo que resolví que la última observación sería de las grabaciones del *gameplay* sin previo aviso, para no alertar a la comunidad, por lo tanto, la tercer observación fue de las sesiones pasadas, atentes del primer contacto con la comunidad, por medio de los archivos de *gameplay* que graban de las sesiones en la plataforma *Twitch*.

Para Corona (2013) realizar etnografía de lo virtual es estudiar la participación de los usuarios respecto a la construcción (de significados) de internet, esto basado en estrategias y significaciones particulares que cada usuario desarrolla y emplea en el uso, consumo y producción de información y las herramientas disponibles en la red.

Esta estrategia metodológica tiene su fundamento en los principios de la teoría del hipertexto en lo referente a la posibilidad de registrar el andar de los usuarios en la Red, y en los principales postulados de la etnografía virtual, para encontrar allí sentido a sus estrategias y los significados que construye. Los registros hipertextuales es una propuesta que conecta lo teórico con lo metodológico de modo que nos permite observar de una forma muy específica lo que hacen los usuarios en la Red y la influencia que pueden tener en la tecnología, Corona, 2013, pp. 8.

El trabajo de campo hasta este punto me había permitido ver y modificar categorías, referentes empíricos de los cuales aún no había podido dar cuenta de ellos, además el surgimiento de categorías nativas como el ponerse tóxicos, algo que había detectado en el trabajo exploratorio, sin embargo, no lo había tomado en cuenta como aparte del trabajo teórico-metodológico.

Por último, el trabajo de campo me ayudó a pensar la pregunta desde una forma desagregada para su mejor respuesta, por lo que generé algunas preguntas por concepto que estoy trabajando, esto creo que ayudará a una mejor forma de sintonización de la información obtenida.

Capítulo 5. Análisis: Las prácticas de participación en las comunidades de videojugadores

El siguiente apartado elaboró primero una recapitulación teórica para entender las prácticas y la participación, algo que sirvió como ancla durante el análisis, segundo una descripción de los datos construidos tanto con la observación como con las entrevistas a profundidad, tercero una reflexión teórico-metodológica sobre las prácticas que se observaron en los discursos, las interacciones con otros miembros de la comunidad principalmente mediadas por el videojuego a partir del análisis textual y narrativo esto como resultado de la etnografía digital y presencial, y por último en un cuarto subtema conclusiones finales las redes de relaciones entre los datos, ejes y categorías analíticas para cerrar con las conclusiones.

5.1 Sobre las prácticas y participación

Para analizar las prácticas fue necesario recurrir nuevamente a la teoría, para poder dar cuenta de lo encontrado con fundamentos teóricos durante la investigación, algo que sin duda fue un hallazgo fue que las prácticas son algo más complejo de lo que pensaba en un primer momento. Sin embargo, había andamiajes teóricos que me permitan entender las prácticas y la participación desde varios puntos de vista. Al decir que analizo las prácticas de participación, hablamos de las muchas acciones y discursos que emiten los videojugadores debido a su capacidad de agencia en mi caso durante las sesiones de juego que a su vez están medias por la narrativa de Fornite, para Schatzki (1996), el análisis de prácticas es realizado desde las construcciones de quien observa, por tanto es responsabilidad del observador atender no solo a las acciones individualizadas de los sujetos, las cuales ocurren bajo ciertas características de espacio-temporales, sino también prestar atención a las relaciones colectivas que están inmersas en una cultura, porque son estas las que brindan de sentido colectivo, para Schatzki las relaciones principales son primero “a través de los

entendimientos, segundo a través de reglas explícitas, preceptos e instrucciones y tercero a través de estructuras teleoafectivas que abarcan proyectos, propósitos, creencias, emociones y humor. Corona (2018) que un ejemplo de esto es la “la convergencia, caracterizada por una articulación que va de lo tecnológico a lo social, pasando por lo cultural y lo estructural”.

González-Hernández, (2019) señala que el termino cultura participativa es muy general para ubicarlo en una tradición teórica de los grandes paradigmas de la comunicación, sin embargo, regularmente se le suele colocar en los estudios culturales, añade que autores como Carpentier (2011) lo han matizado para apuntar más sobre su potencialidad y operacionalizarlo en sociedades cada vez más participativas y convergentes. González-Hernández, (2019) siguiendo a Carpentier (2011) postula que la cultura participativa tiene vastas perspectivas y materializaciones si se le relaciona con el poder, lo político y lo social. En lo que refiere a la comunicación, el autor explica que el concepto se ha empleado para estudiar la participación de las audiencias, particularmente a la construcción de identidades y acciones, pero la partición no solo hace referencia al acceso también a la interacción.

“En el ámbito de la comunicación el foco esta puesto en un discurso sobre derechos, en el sentido de que los seres humanos, tienen derecho a formar parte de la toma de decisiones y de controlar las estructuras que los afectan”. (González-Hernández, 2019 p.195)

González-Hernández (2019) propone un modelo emergente para analizar la participación de las audiencias en los medios digitales, siguiendo a Carpentier (2011) primero explica que la participación se gesta al ser parte de las relaciones de poder en condiciones de igualdad sobre la toma de decisiones.

Segundo, González-Hernández (2019) define la participación en medios como:

“La toma de decisiones conjunta respecto al contenido, en el contexto de la tecnología de medios, por parte de personas e instituciones. La atención está puesta en producir contenido en conjunto en el contexto de los medios. Esta idea no es solo una aproximación democrática, comunicativa y de representación. En la práctica por su puesto, es un concepto exigente: incluso en contextos democráticos las condiciones de igualdad en procesos de toma de decisiones resultan una utopía por trabajar, González-Hernández, 2019, pp 195 y 196.

5.1.1 Observación participante

Las observaciones posteriores al trabajo exploratorio que realicé fueron con mayor estructura y una guía más ordenada a desvelar las prácticas de participación encajándolas en la teoría de la cultura participativa y la comunidad de práctica articuladas en los escenarios de las narrativas transmedia del *gameplay*. La primera de ellas fue manera presencial en el espacio físico donde habitualmente el videojugador a observar tiene sus sesiones de juego, la segunda de manera virtual seguía en vivo el *gameplay* que transmitían en a la plataforma *Twitch* y la tercera, fue realizada de manera virtual de igual forma siguiendo el *gameplay*.

Angrosino (2014) describe el método etnográfico en los estudios culturales como “distinguir cómo se relaciona la <audiencia> con esos textos y determinar cómo se producen, distribuyen y consumen los significados hegemónicos” es decir para las comunidades de videojugadores que son parte de investigación son explicadas por esta metodología pues las herramientas para la recogida de datos están diseñadas para obtener información por medio de las transmisiones en vivo de los videojugadores, pero también permite entender el rol de los videojugadores involucrados en el contenido que reciben. “El estudio de la estructura social, los valores culturales y las identidades de grupo se debe emprender ahora en un escenario más amplio”.

La etnografía y la observación participante me posibilitan estudiar las comunidades dentro de su entorno virtual, además, como explica Angrosino (2014) estas comunidades trascienden las fronteras, por lo que las relaciones humanas ya no están limitadas a un lugar físico y con la transmisión online tampoco existe la barrera del tiempo, porque puedo volver a ella cuantas veces quiera una vez que esté alojada en la web.

En la siguiente tabla sintetizo las observaciones realizadas, el informante al que más seguí con mis notas de campo, la duración y el lugar donde se realizó.

	Observación 1	Observación 2	Observación 3
Fecha	13 de octubre de 2019	18 de octubre de 2019	10 de enero 2019
Lugar	Presencial	Virtual	Virtual
Informante	Luis	Carlos	Ximena
Duración	29:48 minutos	25:05 minutos	29:39

Tabla 7: Relación de observaciones. Elaboración propia.

La primera observación la realicé el 13 de octubre de 2019 en la habitación de mi informante clave al que llamaré Luis, es videojugador desde hace 15 años, actualmente tiene de 25 años, radica en Guadalajara, es soltero y padre de una hija, es productor de televisión de un canal local de música grupera y es miembro del clan Med_Mex desde hace dos años. La partida fue un tanto accidentada, porque Andrés no logró conectarse debido a que los servidores estaban saturados, la tensión por saber que pasaría con juego estaba a tope, muchos usuarios publicaron en sus redes que el

videojuego los saco minutos antes de iniciar la partida. La sesión comenzó con Luis, Carlos, Ximena y un jugador aleatorio que el videojuego colocó luego de sacar a Andrés



Ilustración 2: Observación I Captura del gamaplay.

El domingo 13 de octubre fue especial para las comunidades de videojugadores de Fortnite, debido a que la empresa lanzó un evento especial en el que anunciaba “el final del videojuego”, por lo que la expectativa estaba a tope, muchos de los clanes reportaron fallas para poder entrar al juego, esto provocado por la saturación videojugadores en los servidores de *Epic*, según reportes de los desarrolladores del propio videojuego sus servidores superaron la estimación que habían pronosticado.

El evento consintió en que un agujero negro se tragaba la isla donde se realiza el combate durante el juego, las plataformas de streaming estaban inundadas horas y horas de videos en vivo producidos por videojugadores que estaban trasminando como el agujero negro que se había tragado el mapa de Fortnite, solo en Twitch hubo 6 millones de usuarios trasmitiendo o siguiendo

una transmisión del evento para celebrar el cierre de la temporada 10 y con ello la llegada de nuevas piles para los avatares, un nuevo mapa, el siguiente pase de batalla y por supuesto otros bailes.

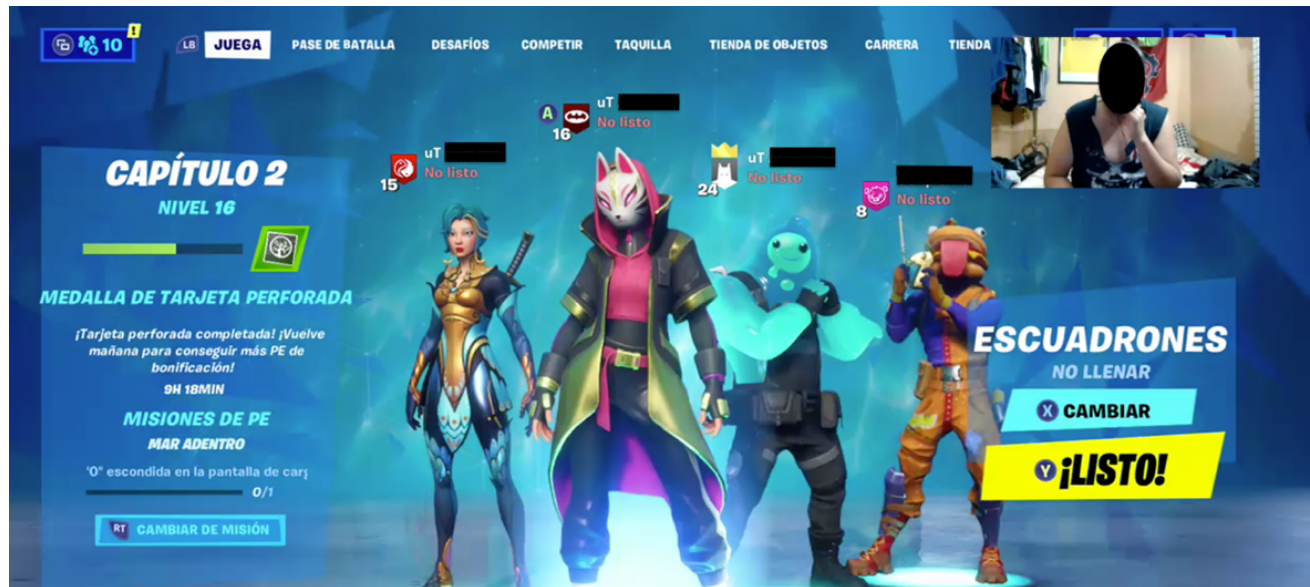


Ilustración 3: Observación I, Gameplay de Luis

Hubo mucha expectativa y durante vastas horas solo se mostraba el agujero negro emitiendo secuencias de números y un mensaje final, al final algunos videojugadores pudieron recopilaron el mensaje emitido por horas para descubrir un mensaje que estaba en código, que decía:

«Siete del grupo pretendemos hacer algo que es arriesgado. Sospecho yo que otra gente estaba observando. Si no lo hacemos, perderemos el Puente para siempre.

Supongo que la formación de la isla nadie la había previsto. Esa colisión de materia interdimensional se resolvió en vez de servir de impulso. Ahora que lo veo con mis ojos está claro, la física ha aislado eso de escapar.

Y entonces, si esto lo escucho de nuevo... ¿me ayudará a recordar? ¿Estaré silenciado como el resto? ¿Eso es lo que hay cuando entre en el bucle? ¿Qué importa? Las interminables precauciones funcionaron.



Ilustración 4: Observación I Gameplay de Luis

¡El teorema (ininteligible) ha servido! Tú estabas fuera del bucle en el momento justo de la expansión. Has logrado pausar la singularidad, y eso nos ha concedido tiempo que hemos invertido en crear los dispositivos necesarios para sincronizar la confluencia.

Desafortunadamente, lo único que me olvidé, que no consideré, es el bucle... Hay que activarlos desde dentro. Por ello, ha resultado imposible que la grabación no fuera precipitada y rudimentaria. Por eso te... me encuentro en el vacío, en el bucle.

Activa la baliza en el preciso instante en que este cronómetro llegue a cero. El Punto cero debe contenerse una vez más. Si es correcto, será el final» (Fortnite, 2019)

Y la secuencia de números era:

11,146,15,62,87,14,106,2,150,69,146,15,36,2,176,8,160,65 (Fortnite, 2019).

La segunda observación la realicé de manera virtual, la estrategia fue seguir el *gameplay* en vivo, este material fue producido por el videojugador Carlos, quien es fundador del clan Med_Mex, tiene 27 años, 15 años de experiencia como videojugador, radica en Izúcar de Matamoros, Puebla, es casado y padre de una hija y su profesión es profesor en una escuela rural de educación básica. Confiesa en la sesión de juego que su rol en la comunidad tiene mucho sentido con su vida profesional, pues es quien se encarga de enseñar de manera informal a los recién llegados a la comunidad las habilidades, técnicas y estrategias que sigue el clan. Dicho por el mismo es el profesor del clan.



Ilustración 5: Observación III, Gameplay de Carlos.

En esta observación también puede dar cuenta de algunos componentes simbólicos que identifican al clan Med_Mex, uno de ellos es usado en los avatar de cada jugador o en el *gamertag* o etiqueta de nombre, este clan usa las dos iniciales del nombre del clan en este caso MM, seguido del nombre de cada personaje, esto es para que cuando otro escuadrón vea que los cuatro jugadores su nombre inicia igual, dan el sentido de que son un clan, por tanto tienen algún tiempo jugando y podrían ser

difíciles de vencer por equipos contrarios porque entienden que llevan más tiempo jugando, su comunicación puede ser constante y mediada por el juego, por lo que está también es una estrategia para ganar partidas, pues otros clanes tienden a no enfrentarlos por temor a perder la ronda.



Ilustración 6: Observación III, Gameplay de Carlos.

Fue interesante que, en esta sesión de juego, además, de las rondas habituales y de hacer los retos para el desbloqueo de determinados niveles del pase de batalla. Carlos enseñó al resto del clan la mejor configuración del control que había investigado para poder tener ventaja en la presión al disparar, construir o revelar los objetivos de los cofres. En algunas ocasiones Carlos les muestra el mando para que ellos vean que como queda la configuración del mando, incluso señala que no siempre es fácil adaptarse a estas nuevas configuraciones por lo que les pide que primero hagan una partida de prueba en lo que se familiarizan con las funciones, debido a que a la configuración, por defecto que tiene el juego y que es con la que la mayoría aprende a jugar es muy distinta a la que Luis les acaba de enseñar.

Los primeros en adaptarse al cambio son Ximena y Andrés, ellos además de ser los que mejor videojuegan Fortnite son también, los que menos tiempo tienen jugando con el clan, ya que Andrés no congeniaba mucho con las ideas de Luis iba y venir al clan, sin embargo, para esta sesión de juego ya era uno de los más regulares con el clan. Por su parte Ximena, tiene menos tiempo jugando con ellos, pero se apaga a la estrategia, si se lo piden, Ximena suele no seguir si es la que transmite en Twitch.

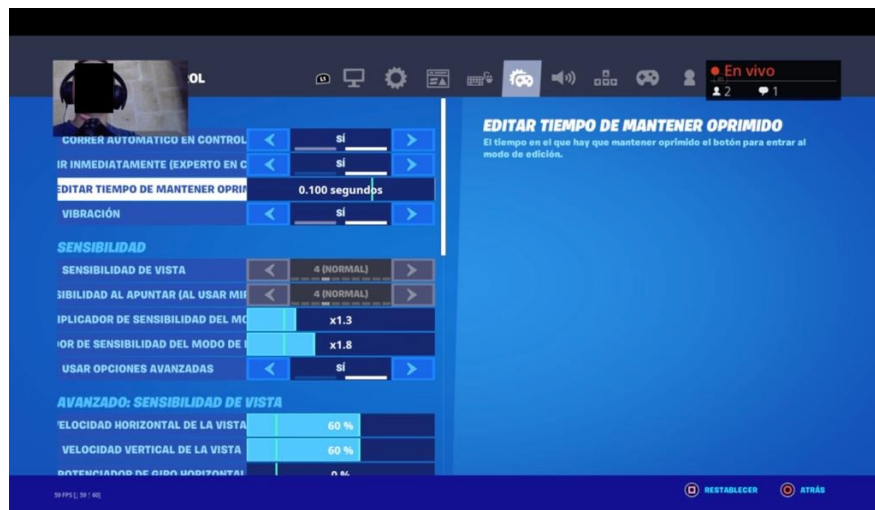


Ilustración 7: Observación III, Gameplay de Carlos.

Los consejos comenzaron en la sala de estar de Fortnite, Luis comentó que las nuevas actualizaciones con la sensibilidad funciones para construir hacían que tuvieras ventaja con cierta configuración, por lo que el resto del clan le pidió que les explicara toda la configuración. Luis les comenta cada uno de los valores que tienen que cambiar en la configuración de sus mandos, comenzando por los más simples como la función de los botones, hasta pasar a las cosas más avanzadas como la configuración de la sensibilidad de las palancas del mando o eje de uso de la misma palanca, todo con el objetivo de tener ventaja sobre los contrarios al momento de construir o disparar. Incluso en algunas ocasiones.

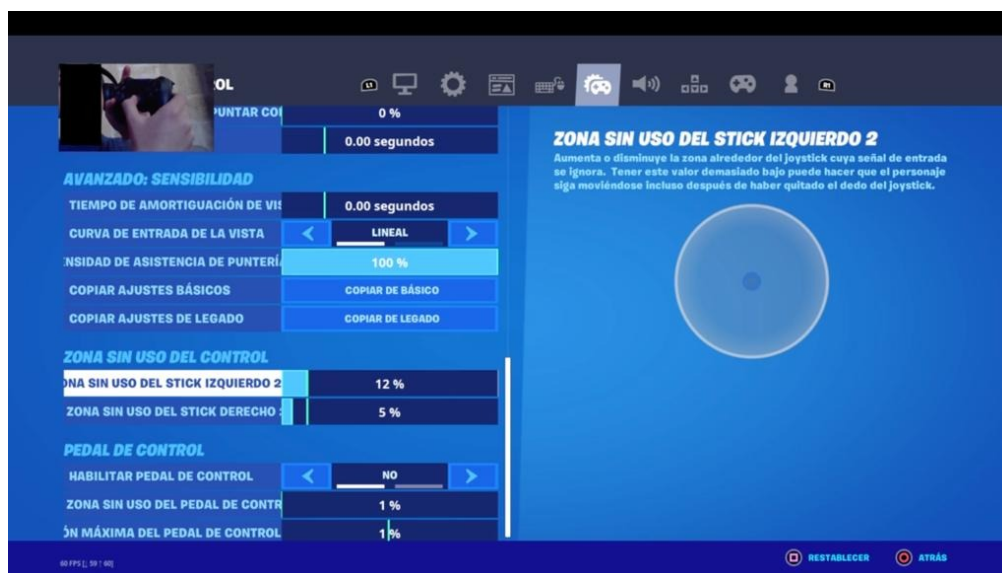


Ilustración 8: Observación III, Gameplay de Carlos.

La tercera observación fue realizada desde el canal de Ximena, quien es parte del clan desde hace un año y medio, es originaria de Bogotá, Colombia, dedica el 100 de su tiempo a realizar videos para las distintas plataformas de contenido de videojuegos, fue la primera mujer en integrarse al clan, es comunicadora de profesión, además realiza colaboraciones como locutora con empresas dedicadas a transmitir videojuegos en línea.

La observación con ella fue realizada previo al contacto con la comunidad, fue posible seguir el registro en audio y video que realizó Ximena en la plataforma de Facebook, durante la partida tanto Luis y ella siempre están en comunicación el resto de los miembros suele tener su micrófono apagado, pero ellos suelen tener incluso cámara, ella quienes realizan la narración de todo lo que pasa y quién deciden la estrategia a seguir en el juego van a ir. Una vez que inicia la partida Ximena comienza a mandar saludos a las personas que les siguen en vivo, su canal es popular principalmente entre niños y jóvenes mexicanos, el número de seguidores en vivo supera los 50 durante muchas de sus partidas en vivo.



Ilustración 9: Observación III, Gameplay de Ximena.

La sesión transcurrió con mucho orden para todos, el objetivo era desbloquear del nivel 35 al 55 del pase de batalla, todos los retos se habían cumplido hasta que llegó el objetivo 47, las cosas cambiaron por la llega de más seguidores a la transmisión en vivo del *gameplay*, los saludos a los que seguían la sesión de juego comenzaron a ser más constantes y esto fue gradual a medida que la partida avanzaba, pero en ese momento la dinámica de juego cambio.

Algo en particular que observar y documenté cuando Ximena transmite en vivo, regularmente la idea de juego es otra, el objetivo es lograr sobrevivir la mayor cantidad de tiempo posible, incluso rehúyen a combates o buscan equipamiento en lugares muy lejanos, interesa más que la partida se alargue para poder seguir teniendo interacción con los usuarios que siguen la transmisión. El clan suele no darse cuenta de los cambios en la estrategia, pero en particular me pareció interesante indagar durante las entrevistas. Además, los roles de juego cambian, Luis es quien todo el tiempo cuida al clan de enemigos por medio de armas de largo alcance, el resto se dedica a buscar el mejor equipamiento para todo el clan, mientras Ximena, busca el mejor lugar para seguir alagando la partida.

El lugar donde videojuega Ximena, es el mejor equipado de todos los miembros del clan, posee una de las mejores conexiones a internet, juega en pc y Xbox, tiene una silla del género gamer, cuenta con una cámara que le permite transmitir video de quien está jugando, además de transmitir la pantalla de juego, también posee buena iluminación, excelente audio y el lugar donde ella juega fue diseñado solo para realizar esta actividad, tiene decoración especial y excelente equipo, desde consola de audio para transmitir con micrófono profesional hasta los mejores mouse y teclado para cuando juego en PC.

En particular las sesiones de observación con Ximena fueron muy productivas para entender mucho el ingreso y permanencia en el clan, un par de categorías de análisis que se volverían cruciales más adelante para entender las prácticas de participación, porque peculiarmente, en esta observación di cuenta de cómo él había una situación que mediaba el compromiso de seguir con la comunidad y es el hecho de seguir avanzando con los retos que impone el videojuego, a estos retos verse truncados o no poder desbloquearlos el clan comenzaba a caer en desanimado, sin embargo esto provocaba otra situación de continuidad en las sesiones de juego y también en la comunidad: los comentarios agresivos e insultos (“ponerse tóxicos”, dicho por ellos mismo), el nivel 52: que desbloqueaba una ala delta en forma de ocho, requería muertes en un lugar particular del mapa. Al no lograr hacer las muertes requeridas Luis comenzó a hacerle bromas a Carlos y Andrés, sin embargo, las cosas siguieron sin subir de todo porque, Ximena les recordaba que estaba transmitiendo, otro de los códigos de análisis las transmisiones en vivo, son una parte fundamental del clan, sin ellas las partidas tienen a terminar rápido o a iniciar sin que llegue todos los miembros del clan.

Estas observaciones me trajeron registros sumamente valiosos podría decirse que eran dos tipos de observables los realizados en los espacios físicos (la habitación de Luis) pude dar cuenta de

cómo es una sesión previa al juego lo que realiza el sujeto para prepararse para jugar, de cómo es el espacio donde habitualmente juega, del trayecto de casi una hora para llegar a su casa y poder jugar.

Por otro lado, tenía los observables, que me permitieron los entornos virtuales (mediatizados por el propio juego Fortnite, la consola Xbox y de internet), las sesiones de interacción con el sujeto siempre fueron más distantes sin importar de qué se trataba de una observación no participante, el sujeto pedía que en algunos momentos yo decidiera que hacer durante la narrativa

En un segundo momento y una vez que había realizado las observaciones participantes y no participantes, las cuales me permitieron observar algunas de las prácticas del clan, decidí que para lograr conocer los sentidos que se producen de manera individual, pero siempre enfocado a la comunidad de videojugadores sería necesario realizar entrevistas a profundidad con el fin de poder profundizar en algunos elementos que pude observar.

Las observaciones ayudaron bastante a entender la jerga de esta comunidad, mucho de ese lenguaje no lo conocía y con ello pude incorporarlo en las entrevistas para que fuera con mayor naturalidad, comencé con los miembros fundadores del clan, porque son los que tienen mayor tiempo jugado juntos y sus estrategias de juego están perfectamente alineadas, cada uno tiene un roll asignado durante la sesión de juego, el objetivo es seguir ese plan y tratar de no romperlo a menos que la narrativa del juego complique las cosas.

El trabajo realizado con las observaciones me permitió conocer las relaciones y algunos roles que tienen los videojugadores en las sesiones de juego, conocer los elementos simbólicos que componen el ambiente del sujeto como posters, funkos, peluches y juguetes de videojuegos, conocer como el videojugador se prepara para jugar. Ambas observaciones me permitieron

conocer en el ambiente natural de la comunidad, saber más sobre el contexto y la jerga que utiliza la comunidad y convencer a los informantes de la realización de entrevistas.

5.1.2 Las entrevistas

Las entrevistas a profundidad son herramientas que ayuda a los entrevistados a comunicar lo piensan, al no estar ligados con un formato rígido de pregunta y respuesta. La entrevista focalizada, por otro lado, tiene un propósito de “proporcionar una base para interpretar los hallazgos estadísticamente significativos”, este tipo de entrevistas señala Flick (2007), fueron utilizadas en investigación de los medios de comunicación, particularmente en los que pretendían conocer los efectos de la comunicación de masas, ambas entrevistas fueron herramientas que implementé durante la segunda etapa de la metodología de esta investigación.

Las entrevistas semiestandarizadas tienen un objetivo generar estructurar la complejidad de los conocimientos del sujeto, esto ayudará a crear una articulación de conocimiento del entrevistado con las inferencias y anotaciones etnográficas. Es una herramienta que me permitió guiar a los sujetos a datos específicos sobre su participación en los clanes de videojugadores, sin embargo, este tipo de entrevista es parece que es muy complicada de aplicarse en primeros acercamientos con los sujetos de estudio, ya que requiere de comprensión y manejo de las respuestas del investigador, además que limito mucho a un “estímulo específico” del sujeto.

Luego de las sesiones de observación participante y no participante de manera física y virtual, realicé ocho entrevistas a profundidad con todos los miembros de este clan, comencé con los miembros fundadores o regulares en las sesiones de juego: la primera de ellas fue a Luis, quien, radicado en Guadalajara; la segunda fue a Carlos, localizado en Izúcar de Matamoros; Ernesto habitante de Cuernavaca, Morelos; por último, al videojugador, Andrés, situado en Ciudad de México.

5.1.3 Perfil de los videojugadores

La descripción de los videojugadores es resultado de las ocho entrevistas realizadas el modo de presentar los datos es por medio de una historia personal sobre los miembros de la comunidad, con el fin de presentar un poco de la historia de cada videojugador y cómo fue su reclutamiento, permanencia y rol en el clan, algo que configuró en buena medida parte de su prácticas y roles como parte del clan Med_Mex.

Nombre	Lugar	Edad	videojugando	Escolaridad	Ocupación	Rol en el clan	involucramiento
Luis	Guadalajara	26 años	10 años	Licenciatura	Productor de televisión y streamer	Reclutador y fuego de cobertura	Regular
Carlos	Izúcar de Matamoros, Puebla	27 años	15 años	Licenciatura	Profesor de educación básica	Cuerpo a cuerpo y estrategia	Fundador-Regular
Andrés	CDMX	25 años	10 años	Preparatoria	Mantenimiento de hoteles	Cuerpo a cuerpo y proveedor de suministros	Regular
Ernesto	Cuernavaca, Morelos	37 años	20 años	Posgrado en ingeniería	Programador	Francotirador y constructor	Fundador-Regular
Ximena	Bogotá, Colombia	26 años	10 años	Licenciatura	Streamer	Francotirador y proveedor de suministros	Regular
Natalia	Guadalajara	25 años	14 años	Licenciatura	Diseñadora de videojuegos	Estratega, fuego de cobertura y proveedora de suministros	Irregular
Carla	Guadalajara	23 años	13 años	Licenciatura	Profesora de preparatoria	Constructora y Cuerpo a cuerpo	Irregular
Jorge	Guadalajara	28 años	18 años	Licenciatura	Profesora de preparatoria y videojugador semiprofesional	Francotirador, Cuerpo a cuerpo y fuego de cobertura	Irregular

Tabla: Jugadoras y jugadores del clan Med_Mex. Elaboración propia.

5.1.4 Jugadores regulares

Luis

Luis sale de trabajar del canal de televisión donde labora, tiene que cruzar la mitad de la ciudad para llegar a su casa, durante su trayecto, de aproximadamente una hora, les recuerda a sus compañeros por medio del grupo de *Whatsapp* que tiene el clan Med_Mex para comunicarse, que el plan para esta noche de juego es desbloquear mínimo 15 de los 100 niveles del pase de batalla

del videojuego Fortnite, lo primero que hace al llegar a casa es encender su consola *Xbox One*, avisar al clan que llegó a casa, después prepa o pide algo para cenar, en la plataforma de Xbox Live ya lo esperan en una sala de *Party*¹⁹ al menos dos miembros del clan Med_mex. La habitación de Luis es donde realiza las sesiones de juego de manera física, el lugar está rodeado por banderas, posters, juguetes, la mayoría de ellos de personajes de videojuegos, el lugar donde reposa la consola y la pantalla están justo frente a su cama, la silla gamer es uno distintivos para identificar a un videojugador comprometido a pasar horas frente el monitor.

El compromiso con la comunidad son tres sesiones de juego por semana mínimo para los jugadores regulares, el resto de los miembros puede estar no disponible, pero el hecho de estar disponibles a las 22:00 horas de jueves a domingo y de no estar conectado uno de los miembros les podría garantizar un lugar durante la sesión de juego. La partida está por iniciar, minutos antes Luis envía una notificación vía Facebook, Whatsapp y correo electrónico a sus amigos y seguidores que esta noche estará haciendo streaming de la partida junto a sus compañeros de clan, en la invitación a seguir el Gameplay incluye el mensaje “El clan se reúne otra vez, desbloqueamos los primeros 15 retos del pase de batalla”.

En la *Party* están Carlos, Ximena y Andrés, todos están listo para comenzar a jugar, solo ultiman los detalles sobre cuál *skin* llevarán en el lobby de Fortnite, poder comunicarse antes y durante la partida es muy importante para el equipo, por lo que todos están equipados con micrófono y audífonos, la mayoría usa diadema o manos libres del celular, esto para poder sujetar el control o el teclado en el caso de Ximena, porque ella juega en PC, Ximena y Luis son los únicos del clan

¹⁹ Una Xbox Live *Party* es una llamada que permite invitar hasta un máximo de siete personas para comunicarse en línea mientras ven películas o están videojugando. Para unirse a un grupo debes estar conectado a Xbox Live y para crear una necesitas ser miembro Gold.

que transmiten con cámara, el resto regularmente se une con audio a las transmisiones. Luis, es él infórmate clave, sus funciones en el clan son reclutar y fuego de cobertura²⁰, él puede poner a prueba a quien desee entrar, es quien transmite esta noche el *gameplay*, en el contador de visitantes comienza a marcar 10 personas viendo y la transmisión tiene apenas tres minutos de que inició, La partida comenzó justo a las 22:13, hoy todos usan *skin* diferente, porque no hay competencia, solo buscan hacer los primeros 15 retos del pase de batalla, durante las sesiones de juego y en general en el clan no hay líderes definidos, solo cargos, todos tiene una función dentro de la partida en este caso me encargaré de describir lo que hace Luis dentro de la partida. Uno de los retos a desbloquear es aterrizar en un lugar específico del mapa, por lo que todos están de acuerdo en comenzar con eso retos que son más sencillos y después pasar a los más completos. En la primera partida, el equipo logra completar de manera colectiva los primeros 5 retos, Carlos es quién por su alto nivel de competitividad desbloquea el sexto reto, que consistía en eliminar a diez enemigos con un tipo de arma en específico, el contador usuarios viendo la transmisión se mantiene en 23, Luis aseguró que por ser jueves es poca la gente que los ve. Las personas que seguían la transmisión en vivo incrementaba con el paso del tiempo, pero nunca superaba las 30 personas.

Carlos

Carlos es profesor de una secundaria rural, comentó que al principio jugaba en lugares públicos, espacios destinados a rentar por determinado tiempo computadoras con acceso a internet y consolas de videojuegos, la mayoría dice él, ubicados en lugares populares en Puebla, estos lugares

²⁰ Disparos a una distancia media contra enemigos, normalmente es usado para ayudar a los compañeros que están en luchas cuerpo a cuerpo.

suelen tener mala conexión de internet, por lo que se juega con mucho *lag*²¹, explica que esto suele ser porque son muchas personas conectadas en el mismo tiempo y porque la calidad de la conexión a internet siempre es mala en lugares alejados de las capitales, sin embargo, esto no impidió que Carlos participara en diversos torneos organizados en la red y llegando a obtener buenos resultados en torneos en línea que se organizaban por las mismas comunidades, su mejor resultado fue el tercer lugar en el torneo de tercera fuerza de Gears of war organizado por el portal Deporte Digital en Facebook esto aun jugando en lugares públicos.

Carlos comenzó a jugar en un Xbox one personal hasta que fue profesor, entonces que decidió que comenzaría a jugar con otros videojugadores de manera más regular, en torneos anteriores conoció a Andrés, con quien no congeniaba, pero al tener un alto nivel de juego, compartían muchas horas de juego dice que ambos soportaban las burlas y comentarios negativos que ambos se decían.

La mala conexión de Carlos siempre es un tema en las partidas con sus compañeros de clan, tenía 10 megas de velocidad, cuando compró su primera consola, el mejor servicio de internet al que se podía acceder en su localidad. La “carrilla” sobre la mala conexión siempre fue un tema que hacia

Las funciones en el clan de Carlos son básicas: proporcionar la estrategia que deberán seguir durante las sesiones de juego, él es quien estudia videos, consejos y ayudas que se encuentra en la red para poder compartirlos con los otros jugadores del clan; además debe asignar dependiendo de las habilidades de juego los roles que tendrán en las partidas, regularmente Carlos, suele decirles a sus compañeros que tipo de estrategia van a seguir, porque, es el que mejores habilidades tiene el juego cuerpo a cuerpo o mejor dicho de otro modo cuando el mapa de juego se encuentran 1 vs

²¹ El lag, es un anglicismo que traducido sería retardado, es una demora que se produce en internet, desde que se envía información desde un origen hasta que llega a su destino.

1, es decir es el mejor del clan en cuanto a la habilidad de juego se refiere, por tanto, el resto suele respetar la estrategia que él sugiera, sin embargo, la lucha por el control de la estrategia suele estar en disputa con Andrés, quien regularmente quiere tomar el control, porque Andrés suele tener más confrontación con otros clanes, caso contrario a las estrategias de Carlos, quien le gusta más reusar el combate y ocultarse en el mapa, algo a lo que ellos llaman “campear”. La estrategia de Carlos es esperar a que los otros equipos se

Carlos fundó la comunidad junto con Andrés, hace casi tres años, al principio comenta que eran rivales, sus estilos de juego son distintos, en origen, sin embargo, al ver que ambos eran hábiles jugando decidieron calar suerte juntos, meses después se les sumó Ernesto quién parecía encajar con la forma de jugar del resto, por último, fue Luis y Ximena. Carlos no se considera líder del clan, esta es una de las principales características de estas comunidades, no hay un liderazgo, asignado o reconocido, sin embargo, se sabe el mejor a la hora de jugar videojuegos. °

Dice que es el maestro, por su profesión y porque es él junto con Andrés quienes suelen compartir todas las estrategias con el resto del clan, pero además les enseñan cuestiones como configuración para ser más precisos al momento de disparar o construir, también es el elemento que dicta los roles dentro del juego, normalmente cuando un miembro nuevo llega a la comunidad primero juega con el reclutador que es Luis y posteriormente con Carlos que es el más hábil. Para conocer las mejores estrategias, los consejos sobre configuración de mando, la personalización de los personajes o como desbloquear más rápido un nivel, debe pasar horas buscando en *Youtube* y *Twitch*, explica que no siempre es bueno seguir a un solo jugador, porque te nubla la vista, lo que hace es revisar al menos cinco diferentes canales que expliquen el metajuego, para pasar a replicarlo con el clan MM.

En la entrevista confiesa que fueron muchas cuestiones por las que decidió jugar videojuegos de manera colectiva, en principio dice que es por lo difícil de hacer amigos en la comunidad donde vive, pero que después cuando descubrió el potencial educativo que tienen los videojuegos lo hacía por sus alumnos, con ellos pasaba horas haciendo mundos de fantasía en videojuegos como *Minecraft* o *Animal Crossing*, pero que lo que más le gustó fue poder competir y medirse con otros jugadores, incluso de otras partes del mundo.

Andrés

Andrés es vive de Ciudad de México, es trabajador de mantenimiento de uno de los hoteles más importantes de la ciudad, afirma que vive de las propinas, pero su pasión por los videojuegos es que en ellos puede descargar todo lo que no le permiten en su trabajo. Comenzó a jugar desde muy joven, como casi todos en el clan, a los 8 años ya tenía su primera consola personal, afirma que fue de los primeros en tener una cuenta de *Xbox Live* en México, comenzó a jugar en línea con la primera generación de *Xbox*.

Es una persona que por su empleo tiene mucho trato con extranjeros, por esta razón decidió aprender algunos idiomas, para poder dar un mejor servicio y obtener mejores propinas o un mejor puesto de trabajo, Andrés habla inglés, portugués e italiano, comenta que los idiomas desde que era niño fue algo que le agradó mucho y poder comunicarse con gente de otros países y darles consejos de su ciudad es lo que más le gusta. En el ámbito de videojugador, Andrés comenzó a jugar con desconocidos de otros países para poder practicar los idiomas que iba aprendiendo que incluso llegó a jugar luego de su hospedaje con huéspedes que atendió en su trabajo.

El trabajo que hace Andrés con el clan es básico darle apoyo de cobertura a sus compañeros, se trata de uno de los mejores jugadores del clan, siempre está buscando desafíos que lo renten, nunca quiere ganar de la manera más fácil, su estrategia de juego es siempre enfrentar a los contrarios

nunca rehuir a un combate, es muy hábil con el mando, tiene una presión muy desarrollada al momento de disparar y de construir. Dice que todo se lo debe a sus clases de piano y guitarra, que esto le permitió a saber mover más rápido los dedos. Él sabe que es un buen jugador, por esta razón desafía todo el tiempo a Carlos o es quien inicia las burlas a Luis, sin embargo, se trata de unos de los miembros del clan que más une al resto. Él se encarga de organizar los grupos de *Whats App*, las partidas, las sesiones de juego, siempre quiere que todo quede calendarizado y nunca jugar por jugar, todos deben saber que hay un objetivo en común y la partida no termina hasta cumplirlo.

La mayoría del tiempo cuando videojuegan con otros clanes se la pasa hablando con acento español, algo que emula muy bien, dice que es por dos cosas, la mayoría de sus clientes son españoles y debido a que su Streamer de videojuegos favorito también es español. Regularmente no él no transmite las partidas, no porque no tenga una buena calidad de internet, sino porque dice esto le distrae de lo verdadero importante que es ganar, pero se la pasa hablando en las transmisiones que realizan Luis y Ximena.

Ximena

Ximena es una gamer de nacimiento, juega con videojuegos desde que tiene memoria, el gusto por estos aparatos, se lo inculcó su padre, dice que siempre tuvo la mayoría de las consolas de moda en casa, nunca tuvo problema por tener acceso a los juegos o a las innovaciones de la industria, porque desde pequeña las tuvo en casa. Al principio no disfrutaba tanto de jugar y no le seguía la pasión a su padre, sin embargo, desde que comenzó a jugar en línea las cosas cambiaron mucho en su manera de percibir los videojuegos y más aún cuando pudo hacer transmisiones en vivo de sus partidas, dice que combinó sus dos pasiones, la locución y conducción de programas de radio y TV con videodejugar en línea, desde entonces lo volvió su modo de vida.

Las habilidades de juego de Ximena son muy buenas, sus principales destrezas son ser francotiradora, el juego a distancia y el rastreo de enemigos, su función es vigilante del clan, sus habilidades sumado a la gran capacidad de infraestructura que tiene en equipo, conexión a internet y aditamentos para jugar lo más cómodamente, la hace una de las mejores jugadoras del clan. Por lo anterior, Ximena decidió hacer de las transmisiones en vivo su modo de vida, además de ser su profesión, es la forma de la que vive, aunque ella reconoce que está lejos de tener un nivel profesional, sabe que las transmisiones de partidas amateur son muy atractivas para la enorme comunidad de videojugadores, dice que dentro sus proyectos está poder montar también un canal en inglés, para eso se apoya de Andrés y de Ernesto quienes hablan con fluidez el idioma, con ellos, tiene un equipo del mismo clan MM en el videojuego Apex Legends, esto porque la narrativa permite formar equipos de tres.

El ingreso de Ximena en el clan fue debido a que ella buscó partidas que se estuvieran desarrollando en vivo en la plataforma de *Twitch* y encontró la de Luis, desde allí comenzó a seguirlos y a platicar con ellos. Tiempo después ella comenzó su propio canal de Twitch y pidió entrar al clan, el reclutador le hizo las pruebas necesarias después, Carlos y Andrés aceptaron que entrara y ambos vieron que su habilidad con armas de largo alcance era muy alta y decidieron aceptarla y poco a poco se fue ganando un lugar en el equipo regular, al paso de un año Ximena ya dominaba casi todas las estrategias de juego del Clan.

Sobre su proceso de aceptación, afirmó que fue muy rápido, porque Carlos estaba muy impaciente por su ingreso, ya que descubrió el *lag* es una estrategia de juego, la mayoría de las veces que Ximena juega con el clan MM, piden que ella sea quien inicié la partida, para usar el lag a su favor, la estrategia es simple, los enemigos ven al clan MM tienen cierto retardo en el videojuego, pero todos los que juegan en la misma sala de Ximena no tienen este problema, esto es porque los

servidores que se usan al conectarse en Colombia son distintos a los que se usan en México, la ventaja para el clan MM gracias a que Ximena sea la anfitriona o quien inicie el juego es muy alta, pues los enemigos algunas veces no logran si quiera ver al clan MM cuando ya fueron acabados. Ximena sabe que vino a cambiar algunas de las dinámicas del clan, afirma que cuando ella tiene que hacer transmisiones en vivo de las partidas, el resto del clan sabe que deben alargar la partida para que ella pueda interactuar con la gente que se conecta, pues esta es una de las fórmulas más exitosa que tienen los creadores de contenido para monetizar sus producciones.

Ernesto

Ernesto es un programador que trabaja para una empresa China de Software, vive en Cuernavaca, Morelos, pero su empleo lo hace viajar mucho a CDMX, tiene una relación de muchos años y está por casarse, su papel en el clan es ser constructo y proveedor, durante las sesiones de juego nunca activa su micrófono siempre interactúa con sus compañeros por medio de los recurso que proporciona el videojuego para comunicarse (marcar enemigos, pedir algún tipo de suministro o indicar una dirección en el mapa) o el chat de las consolas, durante la narrativa del juego además de construir, al clan le aporta estabilidad, es quien cambia el reto si ve que uno ya les costó mucho tiempo, nunca deja que el desánimo caiga suele pedirle a Luis que haga una broma o hace que Carlos y Andrés comiencen a pelear algo que el clan lo toma como un juego interno, incluso algunas veces para ahuyentar a otros reclutas que quieren llegar al clan.

Ernesto por lo regular si alguno de los miembros del clan quiere contar algo en privado es con quien acuden, la mayoría de los miembros del clan lo valoran mucho, además es quien suele pagar los pases de batalla de Luis cuando no tiene dinero, particularmente a Carlos le suele ayudar con el pase de batalla solo si al cabo de días de no comprarlo. A Ernesto le dicen ingeniero en el clan MM, tanto por su profesión como porque que es quien les suele pasar ayudas sobre el equipo que

deben comprar o donde comprarlo a mejor precio, además también ayuda al clan con cuestiones técnicas de configuración de la red para tener mejor velocidad y evitar a toda costa el LAG. Siempre está ayudando a quien se lo pide directamente. Incluso afirmó que a Ximena le configuró el internet remotamente hasta Colombia.

Las sesiones de juego para Ernesto son importantes, sin embargo, debido a su trabajo suele no poder comprometerse con el clan al 100 por ciento de todas las sesiones, sin embargo, ocurre algo interesante cuando él se conecta y en la sala de juego ya están completos suele algunos de recién llegados hacerse a un lado para que sea él quien ocupe su lugar. Ernesto comenzó a jugar a los 17 años, dice que ya era muy grande cuando conoció el mundo de los videojuegos, que fue por un amigo que lo invitó a jugar el primer título de Gears of war, comenta que los videojuegos fueron una de las razones por las que buscó entender más cómo funcionaban las computadoras.

5.2 La conformación del clan

La creación y conformación de esta comunidad de videojugadores es indispensable analizar ¿qué les llevó a primero formar parte del clan y porqué permanecer en un clan? La siguiente es una entrada del diario de campo:

La mayoría de los videojugadores observados deciden formar un clan para tener mayores oportunidades de ganar partidas, formar una comunidad de afinidad, conocer amigos que tengan los mismos gustos, mejor su habilidad en el juego. Algo que no es nuevo, sin embargo, algunos de ellos, comienzan a platicar sobre su vida personal a medida que la sesión de juego avanza o cuando alguien pregunta directamente sobre un tema personal. Luis cuestiona a Carlos sobre por qué siempre tiene Lag, situación que en repetidas partidas se presenta y en más de una ocasión fue determinante para la derrota del clan. Luis responde que la velocidad de su internet no da

para más que tiene que desconectar a todos en su casa, pero el modem solo corre a 10 megas de velocidad.

Las burlas para Luis y la calidad de su internet no terminaron hasta el final de partida, sus compañeros no solo se burlan de su internet también del lugar donde vive por no ofrecer mayor calidad en el servicio. Al final esta cuestión determinó que la atención se volcará a eso y dejaran de molestarlo, porque continuaban sin poder ganar una sola partida durante casi tres horas de sesión de juego.

Profundizar más en algunas percepciones morales y de valores proporciona elementos discursivos que aportan material analítico importante, Corona (2018) explica que las inquietudes que tienen los sujetos al participar en las comunidades como estas muchas veces tienen a decir cuestiones muy generales a pregunta expresa pero, si se desea profundizar más sobre la “toma de decisión es preciso explorar el ámbito de las percepciones, valores, creencias, historias de vida, circunstancias familiares, laborales o profesionales, y proyecciones de futuro que dan forma a una motivación articulada desde múltiples dimensiones”, (Corona, 2018, p 187). Lo anterior sirve como base para reflexionar sobre las implicaciones de cada sujeto para formar parte de un clan, es por eso que los datos se construyeron fueron relatos y acciones concretas que expresaron en este apartado la forma en la que se afiliaron a la comunidad, que en particular cada miembro tiene historias completamente distintas.

Entender primero el proceso de formación del clan MM, para después explicar como es el proceso de membresía y acceso al clan es indispensable, como ya se ha dicho Carlos y Andrés fueron los fundadores del clan, ambos con altas habilidades de juego. El siguiente fragmento es una conversación de Carlos durante una la segunda sesión de observación.

El clan se formó porque, yo quería jugar con güeyes que ubicara en torneos o en partidas en línea para poder ganar, es que me di cuenta que en los torneos los que siempre te ganaban no eran los más buenos, siempre ganan los que jugaban juntos los que siguen una estrategia, porque por más pistola que seas no te puedes chingar a tres o cuatro al mismo tiempo y más si tu clan anda cada quien en su pedo, es bien complicado. Carlos, Observación II, 2019).

Las situaciones que impone la narrativa del videojuego hacen que sea mucho más fácil sortearlas de forma colectiva, por esa razón la conformación de esta comunidad está mediada por la misma narrativa que favorece el juego colectivo, pero no es la única razón por la que estas comunidades se forman, por supuesto que existen otros factores, para Andrés formar el clan fue importante por lo significativo que puede ser el desarrollo del juego en colectivo, pero esto se ve implicado para cualquier juego no solo videojuegos.

La verdad, es que a mi me gusta mucho jugar en línea conocer, gente nueva, tengo la experiencia de haber estado en otros tres clanes anteriormente, pero nunca aguantaban el carro o la disciplina de las sesiones de juego y regularmente por eso se iban o se dejaban de conectar, pero la principal razón de por qué le dije a Luis que sí es que todos siempre jalan parejo, nunca andan con que no pueden o que ya es tarde y si nos ponemos tóxicos, también aguantan, papi, esa es la clave del éxito. Andrés, entrevista, 2019

Algo que acotar hasta aquí es que las relaciones que se constituyen alrededor de videojuego en línea también estaban al jugar de manera local, para Luis un videojugador, que comenzó a jugar de manera colectiva con amigos y familia, la situación familiar y personal es una de la razón por las que decidió formar parte del clan.

La verdad es que recuerdo mucho cuando jugaba con mis primas en casa de mi abuela, esa fue la primera vez que formé equipos y ya nos decíamos team, era bonito jugar en con equipos localmente, te encontrabas con alguien al lado incluso desde entonces recuerdo que yo molestaba a mis primas cuando iban hacer alguna estrategia que pudiera hacerlas ganar, les aventaba el cuerpo o no las dejaba ver la pantalla, pero ellas hacían lo mismo conmigo y Laura con quien yo siempre hacía equipo. Pero sin duda lo que me llevó a jugar en el MM fue la muerte de mi hija, yo tenía después de eso un vacío muy muy grande no lo llenar con nada, hasta que me comencé a meter más y más al mundo gamer, (Luis, Entrevista 2019).

Es más que evidente el vínculo que guardan estas comunidades, aunque cada miembro tenga diferentes necesidad y aspiraciones, incluso ganas o no de participar, cada videojugador tiene motivaciones distintas para formar parte de estas comunidades, lo común es que todos tienen deseos de formar parte de algo que les trastienda y jugar videojuegos. Entender que los sujetos aquí analizados parten de diversas motivaciones, limitantes y gustos fue importante para la elaboración de los siguientes fragmentos de análisis.

5.3 Las prácticas de participación y colaboración en el videojuego

Las prácticas de participación están presentes en los tres ejes de análisis que se construyeron, porque es por medio de estas que se construyen las relaciones, experiencias, estrategias seguidas en el juego, en la colaboración y pasan a los productos transmediática que producen los videojugadores, sin embargo cada eje contiene diversas categorías que son los que de alguna forma se volvieron observables al momento de construir los datos en los corpus tanto de las entrevistas como de las observaciones.

5.3.1 Eje Cultura participativa

En el eje de la cultura participativa resalta la categoría de la apropiación, entendida como algo que va más allá de las empresas, el consumo y la producción, porque la apropiación que ocurre es resultante de prácticas de participación en un contexto de producción de significados y diversas puestas en común como estrategias y contenidos para el ecosistema mediático. Como explica Corona (2018) la apropiación en estas comunidades es fundamental, sin importar que las creaciones sean distintas y los significados sean diferentes, porque las estrategias son prácticas que tienen valor para estas las comunidades y para otras comunidades de videojugadores, principalmente porque en los discursos y narrativas que se originan existen consejos y ayudas con las que parten otras comunidades o sujetos, además abonan al contexto local donde se insertan.

Vernos igual es la estrategia que usamos actualmente, es usar la skin del pinche platanito, pero se nos ocurrió para burlarnos de todos los pendejos que lo pudieron desbloquear, pero al mismo tiempo nos hace un paro con los enemigos, no saben ni quién eres, como los cuatro y traemos la misma piel del plátano ese todos nos vemos igual, pues la neta se hace más cagado todo. (Ernesto, Entrevista, 2019)

Los videojugadores se han podido apropiar de las herramientas tecnológicas, sus prácticas comunicativas tienen las propiedades y características bien definidas, porque sus principales fuentes de producción y comunicación están mediadas por la dimensión comunicativa casi siempre se da de manera virtual.

Para mí transmitir es algo que me llena de vida, ver que el conteo de personas sigue subiendo me motiva más a jugar mejor, pienso en que hay niños que nos ven y que uno de esos pudo ser mi hija, pero no me pongo triste, sino que al contrario me da mucha pila, la forma en la que yo transmito es desde mi casa, en mi cuarto está el

set, y pues ya saben todos que la regla del clan es tener micro, muchas veces los más tímidos como Ernesto no lo abren, pero cuando vamos a iniciar les mando una alerta desde mi consola que *tunie* para que al transmitir todo se oigan más chido y por su puesto la camarita para que los fans vean lo galán que soy, (Luis, Entrevista, 2019)

Ito, et al, (2008) explica que las producciones que hacen los videojugadores deben ser pensadas con nuevas lógicas pues, a juzgar por los estándares de producción de los medios tradicionales, muchas de las nuevas producciones son considerados productos inferiores, porque son derivados de uno anterior o fueron remezclado digitalmente, son consideradas creaciones menores a las originales porque basan en la apropiación de los contenidos producidos por otros.

La primera vez que entré a una sesión de juego del clan MM, durante una observación participante del trabajo exploratorio, noté que Luis era uno de los que más se comunicaba con el clan, siempre estaba diciendo algo, al principio no entendía porque, después me di cuenta que estaba transmitiendo en vivo la partida, su compromiso con la comunidad y otras comunidades era alto, quería registrar cómo habían logrado desbloquear determinado elemento que les permitía personalizar sus avatares de juego.

Lo anterior, sin darme cuenta en un principio, se volvería una de las prácticas de participación más importante del clan, incluso tiene un peso importante en la *permanencia* en la comunidad, estoy hablando de las prácticas donde explican de manera viva la forma en la que se realiza un determinado reto en una especie de tutorial cómo desbloquear determinado reto. Para Corona (2018) “compartir las experiencias se puede leer como una estrategia de aprendizaje que permite acceder a las ideas y opiniones de los otros miembros, delineando una relación indefinida e

intercambiable de maestro y aprendiz”, en este caso los aprendices podrían ser los jugadores irregulares que seguían de cerca la partida en vivo.

Durante la observación II Carlos comentó que siempre ha preferido Fortnite porque son una plataforma que les permite hacer casi todo lo que quieran a sus usuarios y de no dejarlos protestan y les escuchan. Luis se quejó de que la actualización ya no le dejaba transmitir el desde otro dispositivo tenía que cambiar la configuración de su xbox, sin embargo, al realizar los cambios pertinentes, comentó que la fluidez de la transmisión era mucho mejor, incluso bromeo que el *lag* de Luis casi no se notaba.

En este sentido y principalmente en este eje también, se construyó la categoría de tecnología, mientras a que algunos videojugadores en este clan tiene acceso a los mejores artículos, otros ya sea por la condición geográfica o por la limitante económica, no pueden permitirse tener aparatos que les ayuden de alguna forma a participar en las partidas de juego, situación que impide o complica que las prácticas de participación sean las mejores. El siguiente fragmento es una conversación de la observación 1,

Luis: Güey aguanta, el pendejo del Carlos comenzó con lag, se nos va.

Andrés: Me cago en Dios, ya, si, se sale lo mandamos al riel, desde cuando que le dije que cambiara de compañía, él tiene la culpa por vivir en ese rancho de marginados.

Carlos: Sí te hoy pendejo, chilango con complejo de español.

Luis: jajaja.

Durante las observaciones pude darme cuenta que cuando juegan con personas que el videojuego elige al azar el conflicto prevalecía y las estrategias pasaban a segundo término por lo que fue una

de las cuestiones que busque explorar este tópico con Carlos ya que él tiene el rol de estratega, pude ver que esto es un identificador, donde las personas desaparecen, lo que importa es el jugador, es una manera de hacer un lado los conflictos, pero el factor de lo impredecible desata conflicto, la comunidad debe tener cierto margen para poder manejarlo, pero de alguna manera la culpa siempre del otro, con una especie de reproducción de muchos factores sociales.

Había días que jugábamos con güeyes que no conocemos e igual y pues a veces no hay química, porque no conoces cómo juegan, pues no hay química y a veces, por eso mismo, ya te comienzan a mandar mensajes, de que “no jueguen pinches malos”, “juegan de la mierda”. (Carlos, entrevista, 2019).

El tema de los insultos y la toxicidad se volvió algo característico de estas comunidades que las plataformas como Xbox decidieron mejor censurar, en una especie de sistema de regulación que controla los mensajes ofensivos.

Ya había un tremendo aumento de gente muy negativa, es por eso que ahora Xbox se volvió más estricto en ese aspecto, que si alguien te manda un mensaje ofensivo, luego te lo bloquean y ya respondes y pides que los suspendan ciertos días entonces, allí es cuando te das cuenta que ha aumentado el índice delictivo de la gente tóxica. (Carlos, entrevista, 2019).

La carilla o los insultos se vuelven una especie de sistema que permite la participación que articula una forma de terapia para el clan. Una especie de terapia grupal, sistema de relación otra clase de afectividades, vía de desahogo, otro tipo de interacción es una forma de ver configuraciones sociales, narrativas que se encuentran dentro de las prácticas de los videojugadores que ya son parte de su cultura de participación.

Algunas veces lo agarramos de broma que decimos “vamos hacer unos corajes, ya para dormir tranquilos”, este pero ya nos decimos de carrilla, pero ya sabemos que nos vamos a poner mal por eso decimos “ya para que se nos joda la bilis” (Carlos, entrevista, 2019).

La toxicidad se vuelve un nivel de confianza que tiene componentes afectivos culturales importantes es de alguna manera, la forma de mantener los lazos de amistad, pero el otro pensar que el compañero de clan pudo tener un mal día deja ver una reflexión del componente social de estas comunidades y esto pende de muchos factores, es algo impredecible para el resto de la comunidad.

Algunas veces somos un poco castrosos con el que queda en último lugar, le decimos “na no mames estas bien pinche pendejo”, “estas bien manco” y así y pues hora si te digo que depende de cómo haya tenido uno el día hay veces que uno si aguanta vara. (Andrés, entrevista, 2019).

La dinámica es bastante compleja y nunca es estable, depende del juego, depende de su vida diaria, la incertidumbre, el cambio es parte de lo que se mantienen allí.

La apertura a las mujeres es un tema que cada día se vuelve más visible en comunidades de videojugadores, en particular para el clan MM son más hombres que mujeres, solo el 25 por ciento son mujeres, las dinámicas cambian, pero en esencia las prácticas de participación se mantienen, durante las sesiones de juego en las que hay mujeres, no deja de haber bromas de tóxicas, en particular este clan, se escuchan solo ellos y el sonido del videojuego, por lo que no hay mucha interacción con clanes o jugadores enemigos, esto de alguna manera evita como se explico Ximena que haya confrontaciones con otros clanes por cuestión de género.

El componente de género es una práctica que media la participación de las mujeres y aunque no es el objeto de esta investigación, no puede obviarse, pues los mismos datos señalan, la misma Ximena identifica el jugar videojuegos como una práctica masculina donde las mujeres muchas veces se sienten incomodadas e incluso suelen no jugar con micrófono para no ser molestadas por los hombres.

Siempre es un tema, todo mundo me dice que es un mundo súper masculino, pero a mí esto me parece lo interesante, que nos estamos abriendo espacio literalmente a tiros, espero que esto cambie muy pronto, me gustaría mucho que hubiera más mujeres en el clan o hacer un clan solo de mujeres, seríamos imparables, (Ximena, Entrevista, 2019).

La situación de las cuestiones heteronormadas hace que muchas veces las mujeres tengan acceso a los videojuegos a edades diferentes que los hombres, esto es solo un reflejo de la construcción de los géneros masculino y femenino y habla de los problemas estructurales que afectan a las mujeres. Particularmente Ximena tiene la experiencia familiar como un componente de acceso a los videojuegos, si bien embargo para otras videojugadoras del clan, esto no fue así. La siguiente es una entrada del diario de campo de la observación III.

Natalia afirma que ella no le gustaría ser famosa por jugar videojuegos, ni tampoco le gusta mucho hablar durante las sesiones de juego, incluso durante un par de años ocultaba que era mujer por miedo, no quería que la fueran atacar como muchas veces pasa con las mujeres videojugadoras, le parece mejor solo decir cosas cuando el videojuego lo demanda, a ella solo le gusta la experiencia de jugar en línea, no le gusta hacer amigos o conocer gente, sus apariciones en las sesiones de

juego son esporádicas, ella prefiere en todo momento estar al margen de la participación aunque, domine la estrategia.

Las mujeres entrevistadas en esta comunidad señalaron que, si han sentido tratos diferenciados por ser mujeres o incluso intimidaciones o agresiones directas de otros videojugadores, per el clan les brinda la protección que al videojugar solas no lo tendrían y no por que existan hombres que les cuiden como apunto Ximena, sino porque la misma configuración de un grupo ya sea solo de hombres o mujeres les brinda seguridad o protección.

5.3.2 Eje comunidad de práctica

Lo que mantiene unido al grupo en una comunidad de práctica son las cosas en común con los miembros, no hay límites definidos para establecer en estás uniones de grupo, por tanto, la participación en ellos dependerá del compromiso de cada videojugador, en este eje las prácticas de participación están en concentradas en cuatro categorías: entrada al clan, permanencia en el clan, seguimiento de la estrategia y abandono el abandono del clan. Esto está al mismo tiempo articulados con los géneros de participación que propone Ito, et al (2009).

Sobre los géneros de participación incluso aunque exista un alto compromiso con el clan, alta participación en las actividades, uno de los géneros que más está presente en esta comunidad de videojugadores es *pasar el rato*.

Pasando el rato es un género de participación que sucede cuando las personas se involucran con el juego en el proceso de pasar tiempo juntos socialmente participar en mientras disfruta de tiempo juntos socialmente. Es en gran parte una forma de sociabilidad amistad impulsada; mientras que los juegos son. sin duda importante, pero no es el foco central, (Ito, et al, 2009, p 206).

En buena medida por la actividad que realizan que no deja de ser jugar, pero la mayoría de los sujetos refieren que no abandonaron el clan porque acá pueden hacer lo que les gusta y ellos deciden con cuanta dedicación.

Lo importante aquí son dos cosas pasar un rato chido, hay unos cabrones que mientras están jugando se ponen a pistear, otros se drogan como la otra vez el pinche Jorge que no más se escuchaba como le daba jaladas a la mona, pero lo más más importante es darle en la madre a los otros cabrones que nos quieren chingar, (Andrés, Entrevista, 2019)

Carlos explica cómo enseñan a otros miembros a que aprendan la estrategia que ha desarrollado luego de dos años de práctica en el videojuego Fortnite. El clan Med_Mex tiene una estrategia como clan esperan que algo ocurra, para hacer cosas, existen grados de tensión y expectativa, las acciones se emprenden en función a cómo reaccionar en una especie de dicotomía acción-reacción. Los sentidos y la configuración del clan se van construyendo a medida que se va desarrollando el juego.

La estrategia que hemos ocupado nos da para ganar las partidas así de buscar un buen loot de armas y ya si vemos que se están enfrentando así dos escuadrones y están algo lejos, a veces dejamos que se hagan daño ellos y ya que vemos que solo hay un equipo, pues vamos tras ellos y así los matamos más fácil, aunque sí hay veces que están peleando y por querer arrebatarse la victoria nosotros también, nos acababan rodeando a nosotros y nos llegaban de todos lados, un poco la estrategia es esa, esperar a que los demás se den en su madre y ya matarlos heridos. (Carlos, entrevista, 2019).

Para Ito et al, (2009) el aprendizaje que está logrando en estas comunidades de videojugadores es conocimiento empírico puro, “incluso en nuestra sociedad postindustrial, la mayoría de aprendizaje sigue siendo transparente en la vida cotidiana y la sociabilidad, ya sea al adquirir nuestro primer idioma, aprendiendo a cocinar o encontrar la manera de construir una casa en Minecraft”. Esto es una práctica de participación de permanencia en el clan los aprendizajes las tutorías informales, son acciones que buscan los videojugadores entrevistados para no abandonar el clan.

Muchos se salen del clan porque no aguanta los pleitos entre Carlos y Andrés otros, porque como Luis y Ximena diario tramiten no les gusta que su voz se escuche pero son los menos, la mayoría es porque, no les gusta nuestro cotorreo, pero en general yo digo que somos buenos con los que llegan, otros clanes les hacen hasta retos del mundo real, nosotros solo tienen que jugar con el más payaso y luego con Carlos para ver que función van a tener y ya entraron, bueno también deben tener micro y pues jugar, porque luego llegan unos que ni jugar quieren no más se unen por decir que tienen clan. [...] la mayoría que se deja de conectar es porque no les gusta campear o no les gusta las transmisiones. (Ernesto, entrevista, 2019).

Así como las prácticas de participación de la toxicidad y el realizar transmisiones en vivo hace que algunos decidan formar parte del clan otros optan por abandonar el clan, sin embargo, los sujetos refieren que son los menos, pero que muchas veces simplemente no se congenia con esas personas.

Dentro de las prácticas de participación que más sobresalieron en este eje está la de los jugadores en con participación periférica. estas prácticas tienen que ver con la participación no activa, que al mismo tiempo también es participación y estas también son acciones que a su vez configuran

cuestiones dentro del clan. Como explica el Jenkins (2008) “hay muchas maneras diferentes participantes y podrían contribuir a la necesidad a veces para invitar, animar, en este caso, incluso coaccionar la participación en lugar de tomar partido directamente en algo”

La verdad es que yo no suelo hablar mucho pero si escucho mucho a todos, me gusta que me cuenten cosas, porque así se más o menos en que andan cada uno, pero el que más se abre con migo es Luis. [...] cuando veo que nadie habla o se enojaron., porque el mamón de Andrés dijo una jalada, yo suelo abrir mi micrófono y hacer un sonido raro, a veces un eructo, lo que sea pero so hace que todos me digan algo y pues ya se rompe el hielo, a mí no me gusta el conflicto, pero si los juegos de disparos, (Andrés, entrevista, 2019).

5.3.3 Eje narrativa del videojuego

En este eje las prácticas de participación estuvieron principalmente encaminadas a entender que Epic, (los creadores de Fortnite) escuchan a su comunidad de videojugadores, la comunidad refiero en las entrevistas que se sienten cómodos en el juego porque, si hay algo que no les gusta la empresa atiende las demandas y necesidades que ellos les plantean por medio de reclamos directos en redes sociales.

Una comunidad es escuchada. Así es como se perciben los videojugadores del clan MM, ellos en repetidas ocasiones afirman que la narrativa del juego siempre está cambiando, pero muchos de los cambios no es que sean a modo, sino que son para mejorar la experiencia de jugar.

Fortnite, con su comunidad nos gusta que nos escucha un chingo güey, o sea si en la jugabilidad algo afecta, güey, la comunidad se expresa y Fortnite escucha a su comunidad y lo cambia, porque la comunidad es la que juega y es la que le

da baro, es la que la hace tan famoso al juego, entonces si la comunidad dice algo, el juego nos toma en cuenta. (Andrés, entrevista, 2019).

Esto habla de la conformación de comunidad y como los desarrolladores del videojuego permiten y propician elementos para que se pueda dar la conformación de audiencias reflexivas, que critican y proponen para mejorar el producto. El juego al dar esa sensación de que escucha a su comunidad podría estar propiciando con que los videojugadores apropien de mejor forma el contenido y como ya expliqué la apropiación es parte fundamental de las prácticas de participación en estas comunidades para la conformación de identidades, ya que los elementos simbólicos como las mercancías de los videojuegos de cierta forma le brinda al videojugador pertenencia a la comunidad.

La configuración no solo de Fortnite cambio, cambio toda la industria transmitir en vivo o grabar videos es ahora lo que todo mundo hace, o sea imagínate lo potente de esto que hasta las empresas de internet tiene que subir sus paquetes, donde yo trabajo, cambiaron las velocidades de internet desde que vieron un mercado en todos los productores de contenido para internet, la plataforma de xbox, cambio ahora te acepta cámaras 4K, micros profesionales, le puedes poner una consola de audio o una PC para meter anuncios en tu transmisión, casi como si estuvieras al aire en un canal en vivo, (Luis, entrevista 2019).

Las múltiples narrativas de un mismo producto:

En la época de secundaria sale la Xbox, entonces recuerdo que mi primo era coleccionista Gamers, ellos tenían figuras de spawn, tenían figuras de Batman y tenían la Xbox Edición Halo 2 junto con la cajita metálica y pues ahí fue donde

empecé a jugar Halo y dije “No mames”, ahí fue donde me enamoré de los videojuegos de ese entonces, (Luis, entrevista, 2019).

Progresión del propio juego, una temporalidad, que se va construyendo. El juego marca muchas pautas de interacción verbal. Un factor importante en las narrativas es la expectación que se genera, hay expectativa, se cambia la narrativa si ocurre algo. Factores sociales como los insultos, “niño rata” es en realidad una forma peyorativa de llamar a un videojugador.

Fíjate que está muy cagado güey, nosotros prácticamente nos conocimos a excepción de Ernesto nos conocimos en Gears of war 4, entonces estamos como que muy sobrados en Gears, al principio todos decimos “a no mames, guácala Fortnite, pinches niños rata” entonces conforme fue muriendo el juego de Gears of war 4, a medida que el juego se fue haciendo viejo y que ya no tenía propósito jugar, ya no sacaban más contenido, empezamos a probar el Fortnite. (Andrés, entrevista, 2019)

Los discursos pueden verse como dispositivos de control, en este caso Andrés, afirma que al jugar tiene accesos y desbloques, esta narrativa constituye un dispositivo, un componente que está dentro de la cultura de esta comunidad de práctica. El videojuego como un dispositivo articulador del estímulo y una respuesta.

El chiste de Fortnite lo que te atrapa, güey son todos sus eventos, güey y aparte, güey, vas desbloqueando recompensas conforme más jugando, son 100 niveles, güey de recompensas, eso como que te hace adicción a ir desbloqueando, güe, a ir teniendo en tu colección, pieles, bailes, nuevos coleccionables eso eso es lo que hace que es muy atractivo de Fortnite. (Andrés, entrevista, 2019)

Al explorar el lado tóxico del clan él justificó que los insultos se vuelcan debido a expresar una especie de tensión afectiva, pareciera que los insultos son controlados en un momento específico del juego de un momento y es un insulto acordado. Veo que en el discurso suceden muchas cosas, pero algo que muchas veces pasa es que cuando están jugando se representan a sí mismos.

Sí, pues mira más que nada, eso pasa cuando hay un modo más competitivo, en Fortnite, pasa pero solo si estamos jugando a ganar y no para hacer los desafíos, desde que Fortnite cambió, la gente se comenzó a poner más tóxica, porque por perder una partida te comienza a insultar y más si que das en último lugar y pues nosotros no somos de los que quedamos callados. (Carlos, entrevista, 2019).

Carlos personifica al videojuego y lo responsabiliza de que los videojugadores se comiencen a insultar y lo vean como un actor central de la práctica.

Yo siento que allí tiene la culpa el juego que las personas, digamos que la gente allí se olvido de disfrutar el juego y lo que quieren es decir yo soy diamante o presumir que ganaron. (Carlos, entrevista, 2019).

Capítulo 6. Apuntes para concluir

Lograr cambiar la forma de ver, hablar y explicar un tema que al principio te interesaba debería ser la conclusión más importante de una tesis de maestría. Definitivamente este trabajo cambió mi forma de pensar a las comunidades de videojugadores, incluso me hizo cuestionarme una y otra vez mi papel como comunicador, periodista e investigador.

Las intuiciones con las que inicié esta investigación sobre la cultura de los videojugadores y como me reconocí como uno de ellos en la introducción de esta tesis, son otras ahora que concluye este

trabajo, principalmente nunca imaginé que las acciones que realiza una persona al videojugar pudieran ser tan diversas, están mediadas por componentes, socioculturales y tecnológicos, el genero y el poder dentro de estas comunidades fue una de las acciones que más me sorprendió, entender la que la competitividad, el compromiso y habilidades personales los videojugadores son elementos que sin lugar a dudas forman parte de las prácticas de videojugar, pero no son en sí lo que determinan como es una práctica al videojugar, son diversos factores, incluso la misma narrativa del videojuego la cual no consideraba como una acción que pudiera estar vinculada a la acción de compartir experiencias al participar en un clan, sin embargo me di cuenta de que los componentes tecnológicos también forman parte de las nuevas narrativas que se construyen entorno al videojuego y las comunidades de videojugadores.

La exploración de comunidades de videojugadores, no solo demandó mirar con otros lentes (los de la teoría), también implicó comprender a las diferentes formas de participación que integran un clan y a su vez su participación en relación con los medios digitales. Entendí que muchas veces estas comunidades tienen mucho que decir, solo falta escucharles y prestar atención en su inagotable creatividad para crear múltiples formas de cultura, su compromiso para colaborar, enseñar y participar en la generación de contenido para plataformas de transmisiones en línea es envidiable hay mucho por explorar para construir nuevas formas de entendimiento en estas culturas participativas, sin embargo, este trabajo concluye con estas reflexiones:

El proyecto no solo me permitió escuchar a una comunidad de videojugadores, me permitió cambiar las barreras que se crean al pensar desde el ciberoptimismo

- ❖ Apropiación de los videojuegos: La apropiación de los videojuegos siempre está en función de las diferentes habilidades que tengan, formar parte de un clan o recibir el contenido

producido por un videojugador les habilita para generar mejores y nuevas formas de apropiarse del videojuego.

- ❖ Los videojugadores no son consumidores de todos los productos que ofrece la industria de los videojuegos, no tienen a su disposición todos los juegos existentes o todas las consolas,
- ❖ Conforme va pasando las sesiones de juego, los miembros que poseen mayor compromiso van transitando de una participación periférica a una participación cada vez más activa y completamente informada sobre las estrategias de juego y los roles asignados. Pero el compromiso dependerá por completo de las motivaciones y recompensas que pueda alcanzar en el corto plazo.
- ❖ Como atinadamente han concluido otros estudios de culturas participativas, estas formas de participar y actuar principalmente de los fans deberían de explorarse más a profundidad quizá desde otros espacios con la finalidad de explotar su potencial educativo, pues la metodología que usan es potente e involucra directamente al sujeto y su capacidad de agencia.
- ❖ A medida en que los videojugadores van aprendiendo las reglas de la comunidad, de las narrativas del videojuego y de las plataformas donde se transmite en vivo, las relaciones cambian y comienzan a tener mayor juicio para discernir sobre los contenidos que producen.
- ❖ La industria de los videojuegos y la cultura de los videojugadores cada día son más vastas y amplias, los sujetos se involucran y participan cada vez más y clasificar las prácticas es casi imposible debido a la gran cantidad de ellas que existen, pero la mayoría de ellas están encaminadas a la búsqueda, producción, circulación del conocimiento por medio de videojuegos.

- ❖ Falta mucho por explorar de las comunidades de videojugadores, pero sin duda sus prácticas de participación son elementos centrales para entender no solo que no son comunidades apáticas como se les suele erróneamente a tener este prejuicio, son altamente participativas y fieles a sus objetivos.

Por lo que puedo decir que las prácticas de comunicación y participación en el clan de videojugadores Med_Mex durante la narrativa del videojuego Fortnite son de formas diversas: las acciones denominadas prácticas de participación tienen componentes, familiares culturales, económicos, tecnológicos y personales. Los videojugadores que integran el clan son altamente participativos y colaborativos, su interés por formar comunidades son diversos, pero entre los que más destacan son compartir y generar aprendizajes, compartir inquietudes y responder algunas de ellas. Entre los hallazgos más importantes podría decir que esta comunidad con sus prácticas de participación y comunicación derriba el estereotipo del videojugador solitario y que se asila de mundo, no tiene amigos, es una comunidad que tiene todo lo opuesto eso, son comunidades con lazos muy fuertes, al grado de tener implicaciones económicas y de relaciones sociales muy estrechas, incluso en son sujetos consientes de que sus prácticas implican ganancias millonarias para las empresas que conforman la industria de los videojuegos, sin embargo, esto se vence debido a los lazos de amistad y el compromiso por y compartir, crear y transmitir nuevos productos en los que ellos son los protagonistas del contenido, no les importa saberse explotados por las empresas que conforman la industria de videojuegos, porque cuando han buscado cambiar cuestiones de las que no están conformes, las empresas regularmente acceden a sus peticiones y les escuchan.

Bibliografía

Angrosino, Michael. (2014) *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Editorial Morata.

Antón, M. (19 de abril de 2020) La increíble cifra de beneficios de Tencent. Marca. Recuperado de <https://www.marca.com/esports/2020/04/19/5e9c04ce268e3e423e8b45ab.html>

Bertetti, P. Fandom y la industria cultural: el nacimiento del fandom de la ciencia ficción en Estados Unidos. *Palabra Clave* [online]. 2017, vol.20, n.4, pp.1142-1160. ISSN 0122-8285..

Barreneche, A. (2018). Alfabetismos Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 169-187.

Barujel, A., Fraga, F., & Rodes, V. (2017). Niños y adolescentes frente a la Competencia Digital. Entre el teléfono móvil, youtubers y videojuegos *Children and Teenagers and Digital Competence. Between Mobile Phones, Youtubers and Video Games. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*. 89. 172.

Carpentier, N. (2001). *Managing Audience Participation*. *European Journal of Communication*, 16 (2), 209– 232.

Carpentier, N. (2011). *Media and participation: a site of ideological-democratic Struggle*. Bristol: Intellect Ltd.

Carpentier, N., & Dahlgren, P., & Pasquali, F. (2014). The democratic (media) revolution: A parallel history of political and media participation. In N. Carpentier, Schröder, & L. Hallett (Eds.) *Audience transformations: Shifting audience positions in late modernity*, London, UK: Routledge, pp 123-141

- Camacho-Ortega, L. (2015). A lo que ellas juegan: la experiencia de jugar videojuegos y su relación con la producción de significado, el caso de las videojugadoras mexicanas. Tlaquepaque: ITESO.
- Corona, J.M. (2013) Etnografía de lo virtual: experiencias y aprendizajes de una propuesta Metodológica para investigar internet Razón y Palabra, vol. 18, núm. 83, junio-agosto, 2013 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México
- Corona, J. M. (2016). ¿Cuándo es Transmedia?: Discusiones sobre lo Transmedial de las Narrativas. Icono 14, Vol. 14, 30-48. doi: 10.7195/ri14.v14i1.919
- Corona, J. M. (2018). De la alfabetización a los alfabetismos: aprendizaje y participación diy de Fans y Makers mexicanos. De la alfabetización a los alfabetismos: aprendizaje y participación diy de Fans y Makers mexicanos. Comunicación y Sociedad, 139–169.
- Corona, J. M. (2018). Alfabetismos Transmediales. Culturas de la participación y aprendizajes colectivos emergentes de Fans y Makers. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Cuenca, D. (2018). Un abordaje a las redes sociales digitales, los videojuegos y los medios sociales. En: Prácticas Comunicativas en entornos digitales. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.
- Couldry. (2011). More Sociology, More Culture, More Politics. Cultural Studies, 487–501.
- Crawford, C. (1982). The art of game desing. e-book [On-line]. Disponible en:
- Crawford, G. y Rutter, J. (2006). Digital Games and Cultural Studies. In Rutter, J. y Bryce, J. (eds.), Understanding Digital Games (1a. ed., pp. 148-165). Londres: SAGE Publications.
- Creswell, (2009). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches . EEUU: SAGE Publications.

- Corona Berkin, S., & Kaltmeier, O. (2012). En diálogo: Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales. Gedisa Biblioteca de Educación.
- De Certeau, M. (1996). La invención de lo cotidiano: artes de hacer. I (Vol. 1). Universidad Iberoamericana.
- Dena, C. (2009). Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments. (Tesis inédita Doctorado) University of Sidney.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H. y Tosca, S. P. (2008). Understanding Video Games: The Essential Introduction (1a. ed.). Nueva York y Londres: Routledge.
- Fernández, C. (1 de febrero de 2020) Gaming: La mina de oro que México no ha sabido explotar. *Expansión*. Año: L (1265). Pp. 62-65.
- Flick, U (2007). Introducción a la investigación cualitativa, España: Morata.
- Franco, D. (2015). Educar en tiempo de pantallas: Estrategias educativas y domesticación tecnológica en hogares y familias de Guadalajara y Zapopan (Tesis doctoral). Universidad de Guadalajara, Guadalajara. Jalisco: UdeG.
- Fuchs, C. (2009). Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet. *European Journal of Communication*, 69-87.
- Fuchs, C. (2014). Digital Labour and Karl Marx. New York: Routledge.
- Games (1a. ed., pp. 36-57). Londres: SAGE Publications.
- García, G. (1 de febrero de 2020) Ya nadie se ríe de los eSports. *Expansión*. Año: L (1265). Pp. 66-69.
- García, G. (1 de febrero de 2020) La pata coja *Expansión*. Año: L (1265). Pp. 70-71.

- Garfias. (2010). La industria del videojuego a través de las consolas. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales.*, 52(209), 161-179.
- Gee. (2004). Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo. Málaga: Aljibe.
- Gee. (2019). El diseño para el aprendizaje profundo en los medios de comunicación sociales y digitales. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 9-18.
- González-Hernández, D. (2019). El uso de las nuevas tecnologías por jóvenes mexicoamericanos: un estudio de caso en San Diego, California. En A. G. Meneses, *Jóvenes, dispositivos electrónicos e (hiper)comunicación digital: usos y efectos socioculturales de las e-TIC* (págs. 189-210). Tijuana-Ensenada: El Colegio de la Frontera Norte, A.C.
- González Seguí, H. O. (2000). Veinticinco años de videojuegos en México. *Las mercancías tecnoculturales y la globalización económica. Comunicación y Sociedad* (38), 103-128.
- Gros, B. (2008). *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Graó.
- Guasch, Ó. (1999). *Observación Participante*. Tarragona: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. . Buenos Aires: Paidós.
- Hirsjärvi, I. (2013) *Alfabetización mediática, fandom y culturas participativasn un desafío global. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, ISSN 0211-2175, N° 48, 2013, págs. 37-48
- Huizinga, J. (1972). *Homo ludens*. Madrid: Alianza/Emece.
- Ito, M., et al (2009). *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Cambridge: The MIT Press.

- Ito, M., et al (2009). Hanging out, messing around, and geeking out : kids living and learning with new media. Cambridge: The MIT Press Open.
- Jaramillo. (2010). La cultura del videojuego. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, VII(13), 134- 145.
- Jenkins, H. (1992). Textual Poachers; Television Fans and Participatory Culture. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. Recuperado a partir de <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2006). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 Century. Massachusetts: MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós .
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. Journal of Media & Cultural Studies, 943-958.
- Jenkins, H. y Carpentier, N. (2013). Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 19(3), 265-286. <http://doi.org/10.1177/1354856513482090>
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016). Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics. Cambridge: Polity Press.
- Jensen, K. (2012). A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. Londres: Routledge.

- Kerr, A. (2006). The Business of Making Digital Games. In Rutter, J. y Bryce, J. (eds.), Understanding Digital
- Lave, J; Wenger, É. (1991). Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation. New York: Cambridge University Press.
- Levis, D. (2005). Videojuegos y alfabetización digital. Aula de innovación educativa, ISSN 1131-995X, N° 147, 2005, págs. 48-50.
- Levis, D. (2013). Los videojuegos, un fenómeno de masas. 1ª edición en PDF (gratuita) Buenos Aires. ISBN: 978-987-29984-0-0.
- Morales, S., Cabrera, M., & Rodríguez, G. (2018). Estrategias de aprendizaje informal de habilidades transmedia en adolescentes de Uruguay. Comunicación y sociedad, (33), 65-88.
- Marcano, B. (2010). Competencias digitales y videojuegos online. DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia; Núm.: 19.
- Marcano, B. (2012). Características sociológicas de videojugadores online y el e-sport. El caso de Call of duty. Pedagogía social. Revista interuniversitaria. Número 19. pp. 113-124. ISSN:1139-1723
- Marcano, B., Marcano, C., & Sánchez, M. (2013). Trabajo en equipo en los clanes de videojuegos online. Hacia la transferencia de aprendizajes. Revista arbitrada venezolana del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago. ISSN: 1836-5042 ~ Depósito legal pp 200602ZU2811 Vol. 8 N° 1, 2013, pp. 11 – 30.
- Martín-Barbero, J. (2011). Reubicando el campo de las audiencias en el descampado de la mutación cultural. En N. Jacks, nálisis de recepción en América Latina : un recuento histórico con perspectivas al futuro (págs. 451-461). Quito: CIESPAL.

- Moral. (2012). Comunidades virtuales de videojugadores: Comportamiento emocional y social en poupée girl. RED. Revista de Educación a Distancia, 1-13.
- Morales, E. (2011). El videojuego y las nuevas tendencias que presentan al mercado de la comunicación. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 4 (2), Artículo 3. Disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- Morales, E. (2009). El uso de los videojuegos como recurso de aprendizaje en educación primaria y teoría de la comunicación. Diálogos de la comunicación, 80.
- Newman. (2008). Playing with Videogames. London: Routledge.
- NewZoom. (2019). Global game market. San Francisco: NewZoom.
- Newzoom. (2019). Most Watched Games on Twitch & YouTube. San Francisco: Newzoom.
- Ocaña Romero, J.E. (2019). Videojuegos y convergencia creativa: de las redes sociales a las plataformas de libre creación. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 45, pp. 203-223. doi: 10.12795/Ambitos. 2019.i45.12
- Ojeda, M.A., Romera, C.S., & Velasco, J.R. (2017). Estrategias de comunicación y narrativas transmedia: la promoción en entorno digitales de los videojuegos Diablo III y Diablo III, Reaper of Soul.
- Orozco, G. (2010) Hacia una cultura participativa televisiva de las audiencias. E consume 7 (19), pp, 13-31.
- Orozco, G, & González Rodrigo. (2012). Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. Editorial Tintable. (pp. 53-89).
- Orozco, G., & Franco, D. (2014). Al filo de las pantallas. Buenos Aires: La Crujía.

- Postigo, H. (2016). The socio-technical architecture of digital labor: Converting play into YouTube money. *New Media & Society*, 18(2), 332-349. <http://doi.org/10.1177/1461444814541527>
- Ruiz Almanza, A. (2016) El sujeto que (se) transforma. Análisis de experiencias participativas en la creación webdocumental latinoamericana. Canción de la Ciudad. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Ruiz Martín, J.M. y Alcalá Mellado, J.R. (2016): Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab, *Icono 14*, volumen (14), pp. 95-122. doi: 10.7195/ri14.v14i1.904
- Schatzki, T. R. (1996). *Social Practices. A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586–606.
- Scolari, C. (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. *El Profesional de La Información*, 21(4), 337– 340. <http://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.01>
- Scolari, C. (13 de marzo de 2016). *Hipermediaciones*. Obtenido de *Hipermediaciones*.: <https://hipermediaciones.com/2016/03/13/cultura-participativa-en-la-era-de-lasredes/>
- Scolari, C., Bertetti, P. & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology*. New York: Palgrave.
- Scolari, C. & Piñón, J. (2016). Las narrativas transmedia en el mercado audiovisual latino de Estados Unidos. Actores, contenidos y estrategias. *Comunicación Y Sociedad*, (27), 13– 52.
- Spradley, J. (1980). *Participant Observation*. Orlando: Harcourt.

- Taylor, TL. (2007) Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture” in J. Karaganis (ed.), *Network_Netplay: Structures of Participation in Digital Culture*, New York: Social Science Research Council, 2007.)
- Terranova, T. (2004). *Network culture: politics for the information age*. Londres: Pluto Press.
- Tomasena, J. M. (2016). *Los videoblogueros literarios (booktubers) entre la cultura participativa y la cultura de la conectividad*. Barcelona. Universitat Pompeu Fabra.
- UNESCO. (2005). *Del acceso a la participación: hacia sociedades del conocimiento para todos*. París: UNESCO.
- Valderrama-Ramos, J. (2011). *Videojuegos y educación: explorando aprendizajes entre adolescentes*. Tesis de maestría, Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31, 41–58.
- Van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. Cambridge: The Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Barcelona, España: Paidós.
- Wenger, E., McDermott, R. & Snyder, W. M. (2002). *Cultivating Communities of Practice*. Massachusetts. Harvard. <http://doi.org/10.1016/j.jchas.2013.03.426>
- Williams, R. (1989). *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*. Nueva York: Verso.

Wolf, M. (2005). The Video Game as a Medium. In Wolf, M. J. P. (ed.), *The Medium of the Video Game* (1a. ed., pp. 13-33). Austin, Texas, Estados Unidos de América: University of Texas Print.