Universidad Autónoma del Estado de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Procesos de comunicación, interacciones y construcción de vínculos en entornos digitales. Experiencias de jóvenes jugadores de League of Legends

TESIS

Que para optar por el título de

Licenciado en Comunicación

Presenta

EDER HAFID DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ

Directora

DRA. ITZEL HERNANDEZ LARA

Toluca, Estado de México, octubre de 2025.

Contenido

Introducción 4
Capítulo 1. Marco Teórico. La comunicación en el espacio digital 8
1.1 Contexto histórico del espacio digital y la comunicación 8
1.2 Comunicación y comunicación digital: Definición. 11
1.3 Espacios de la comunicación presencial y la comunicación virtual. 12
1.4 Recursos empleados dentro de la comunicación digital. 16
1.5 Elementos singulares que definen la comunicación presencial y la digital 18
1.6 Elementos que definen una comunidad virtual 23
1.7 La interactividad en las comunidades virtuales 26
1.8 Los videojuegos: definición y origen. 28
1.8.1 Espacios de interacción de la comunidad *Gamer* 30
1.9 Crea tu propio "Avatar" completamente personalizable 31
1.9.1 Recursos de interacción para la comunidad Gamer 33
Capítulo 2. Marco contextual. Los usuarios y los jóvenes *Gamers* en la red 36
2.1. Nivel de alcance de la red en América Latina. 36
2.1.1. Alcance de la red dentro de los hogares en México 38
2.1.2. Alcance de la red en la población mexicana 38
2.2. Tiempo destinado al uso del internet en AL 40
2.2.1. Horas invertidas dentro de la red en México y los dispositivos más usados 41
2.3. Datos del uso de recursos en internet en el contexto de AL y México 42
2.3.1. Páginas web más usadas en AL 42
2.3.2. Aplicaciones de mensajería instantánea usadas en AL y México 44
2.3.3. Las RSD, puntos aclaratorios y consideraciones. 46
2.3.4 Nivel de impacto de las RSD en AL 47
2.3.5. El tiempo destinado para las RSD 49
2.4 Importancia de los videojuegos en la vida cotidiana dentro de AL 50
2.4.1 Alcance de los videojuegos para México 51
2.5. Las comunidades *Gamers*. 52
2.6. ¿A quién se le dice *Gamer*? 52

2.7. La cultura *Gamer*. 54
2.8 Vocabulario *Gamer* y su uso dentro de la cotidianeidad latinoamericana 55
2.9 No todo se dé trata jugar, hay que saber cuándo parar 57
Capítulo 3. Estrategia metodológica. 59
3.1. Enfoque cualitativo 59
3.2 Estudio de caso 60
3.3. Etnografía digital 61
3.3.1. Consideraciones de la etnografía digital 63
3.4 Observación participante 64
3.4.1 Consideraciones de la observación participante 65
3.5. Entrevistas a personas jugadoras de LoL 66
Capítulo 4. Experiencias digitales entre los jóvenes video jugadores de Latinoamérica y su forma de comunicarse 70
4.1 Primer acercamiento, “Es peligroso ir solo…” 70
4.2 Una experiencia violenta 73
4.3 Sesgo entre ligas 79
4.4 Pero es worth 81
4.5 El M.E.T. A para evadir la toxicidad 83
4.6 ¿De qué manera interactúan?, ¿F en el chat? 85
4.7 ¡Link Start! Bienvenido al mundo digital 88
4.8 Cambiemos de server 90
4.9 Has adquirido la clase “*gamer*” 92
Conclusiones 94

Introducción

El acceso continuo a internet, facilitado por los dispositivos electrónicos, permite que los usuarios —es decir, las personas— se conecten entre sí en cualquier momento y casi de manera instantánea, sin necesidad de encontrarse físicamente. Esto ha provocado un aumento en su uso, lo que eventualmente lo convirtió en un espacio de interacción que, a su vez, evolucionó para que existieran lo que hoy conocemos como “comunidades digitales”.

Además, internet permite la existencia de páginas como Wikipedia, Redes Sociales Digitales (RSD) como Facebook y los videojuegos con la modalidad multijugador en línea. Cabe destacar que no se hace referencia a los videojuegos con opción de multijugador local, ya que estos requieren que los jugadores estén en un mismo espacio físico, a diferencia de los juegos en línea.

Estos últimos se han convertido por sí mismos en espacios digitales de constante interacción. Con el tiempo, esto ha generado un creciente interés en ellos, pues forman parte activa de la vida cotidiana de muchas personas. En consecuencia, estudiantes, especialistas e incluso periodistas han comenzado a investigar lo que ocurre dentro de estos videojuegos. La presente tesis se inscribe en esa línea de investigación, con especial atención a los procesos de comunicación e interacción en estos entornos virtuales, específicamente en el videojuego *League of Legends* (LoL).

A partir de la revisión de autores como Castells (2006), es posible reflexionar sobre cómo la sociedad ha cambiado y se ha transformado en una “sociedad red”, modificada por los múltiples avances tecnológicos que alteran la manera en que las personas se relacionan. Por su parte, Díaz-Barriga-Arceo y Vázquez-Negrete (2020) abordan el concepto de identidad digital y analizan cómo esta se manifiesta en los videojuegos mediante los llamados “avatares”.

En relación con este tema, en lo que respecta a la interacción, Goffman (1956) señala cómo, en distintos entornos sociales, las personas pueden adquirir o desarrollar una representación de sí mismas ante una comunidad, y cómo, a su vez

la comunidad logra percibirlas. Esta idea también resulta pertinente para pensar en las representaciones en los entornos virtuales de los videojuegos.

Tanto dentro como fuera de los videojuegos surgen comunidades virtuales, espacios de interacción y formas particulares de relación entre las personas que juegan. Cada una de estas comunidades se rige por normas específicas que establecen cómo deben interactuar sus integrantes. A su vez, estos espacios ofrecen "lugares" en los que los miembros pueden comunicarse, convivir e incluso formar lazos emocionales, tales como amistades o relaciones sentimentales.

Ante este panorama, la presente tesis se propone responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los procesos de comunicación digital que se construyen a partir de la interrelación derivada del juego *League of Legends* (LoL)? ¿Qué tipos de relaciones, interacciones y posibles rivalidades se desarrollan al jugar LoL?

Esto se debe a que, para la comunidad gamer —o más específicamente, para los jugadores de este título—, las interacciones dentro del juego han trascendido hacia una realidad con la que conviven diariamente, si así lo desean, también fuera del entorno virtual. De este modo, logran forjar, fortalecer o incluso, en algunos casos, desvincularse de las relaciones que surgen al momento de “jugar”.

Para esta investigación se ha elegido el videojuego *League of Legends* (en adelante, LoL), desarrollado por Riot Games. La elección obedece a su popularidad, alcance, controversia y a las múltiples herramientas que lo distinguen de otros juegos del mismo género. LoL pertenece a la categoría de videojuegos *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA), los cuales se centran en generar escenarios competitivos donde los jugadores, organizados en equipos, compiten en tiempo real por la victoria, con la posibilidad de comunicarse simultáneamente mientras ejecutan estrategias colaborativas.

A partir de lo expuesto, es posible plantear una hipótesis central para esta investigación: los procesos de comunicación que se construyen a partir de la práctica de LoL son fundamentales para la interacción entre jugadores —sean compañeros o rivales—, ya que permiten la formación de distintos tipos de

relaciones tanto dentro como fuera del entorno del juego. Asimismo, estos recursos comunicativos no se limitan únicamente al lenguaje técnico o estratégico de la partida, sino que también pueden ser empleados para ejercer violencia o construir vínculos afectivos. Todo esto, en conjunto, forma parte integral de la experiencia del videojuego.

De esta manera, y a partir de lo señalado anteriormente, esta investigación tiene como objetivo principal analizar los procesos de comunicación digital y la forma en que contribuyen a la construcción de relaciones y vínculos entre jóvenes hispanohablantes que forman parte de la comunidad virtual de *League of Legends* (LoL).

Los objetivos específicos de esta tesis son los siguientes:

1. Indagar en el uso que se les da a los recursos integrados dentro de LoL, así como en la manera en que estos se emplean durante las partidas.
2. Identificar las herramientas, medios o recursos que los jugadores utilizan fuera de LoL para continuar relacionándose una vez finalizada la partida.
3. Conocer el tipo de relaciones que se establecen entre jugadores de LoL y explorar cómo ha sido su experiencia en estos vínculos.

Para lograr los objetivos planteados, la tesis ha sido organizada del siguiente modo:

En el primer capítulo se abordan propuestas teóricas de diversos autores que buscan explicar y definir qué es la comunicación digital, cómo se manifiesta, y cuáles son los distintos "lugares" que se entienden como espacios digitales. A lo largo del trabajo, se hace uso recurrente de conceptos clave como “cultura gamer”, videojuegos, sociedad, comunidades digitales, redes sociales digitales (RSD), identidad, pertenencia y comunicación digital. Estos términos resultan fundamentales para referirse a los entornos virtuales y, por tanto, son retomados y analizados a lo largo de la investigación.

En el segundo capítulo, se presenta una contextualización del entorno y la comunicación digital desde una perspectiva latinoamericana, considerando casos de países como Perú, Colombia, Brasil, Chile, Argentina y México. Para ello, se incorpora un compendio de estadísticas globales que incluyen datos relevantes sobre estos países, mostrando cifras concretas sobre el uso de diversas herramientas digitales, con especial énfasis en el papel central que ocupan los videojuegos en estas mismas.

En el tercer capítulo se presentan una serie de consideraciones y argumentos que sustentan la elección de una estrategia metodológica de corte cualitativo para el análisis desarrollado en esta tesis. Asimismo, se describen los instrumentos utilizados y se explica el procedimiento mediante el cual se obtuvo la información. Este capítulo incluye apartados dedicados a las entrevistas, la observación participante, el código de ética aplicado, entre otros elementos clave. También se exponen los ejes de análisis que orientan y estructuran la investigación.

El cuarto capítulo expone los resultados del análisis, con el objetivo de explicar las experiencias de los jugadores desde una perspectiva narrativa que permita comprender su punto de vista. Se realiza un análisis de las interacciones tanto dentro como fuera de las partidas, se abordan las distintas formas de relación que se desarrollan en el entorno de LoL, y se examinan situaciones de violencia ejercida por jugadores comúnmente identificados como “tóxicos”.

Igualmente, se analizan las estrategias que los propios jugadores emplean para sobrellevar estas situaciones, así como las acciones implementadas por Riot Games para gestionar estos conflictos, los cuales, en algunos casos, pueden llevar a los usuarios a abandonar el juego debido a experiencias negativas.

Finalmente, en las conclusiones, se presentan los principales hallazgos de la investigación, se evalúa el cumplimiento de los objetivos planteados y se propone la apertura hacia nuevas líneas de estudio. Estas podrían ser retomadas por otras y otros investigadores interesados en profundizar en la temática, ampliando el trabajo realizado.

Capítulo 1. Marco Teórico. La comunicación en el espacio digital

En este capítulo se exponen algunos planteamientos de orden teórico y conceptual necesarios para la investigación, centrados en la interacción y la comunicación dentro de los espacios digitales. En la primera parte, se introduce una discusión sobre la comunicación digital, su origen y una breve revisión de su impacto a nivel internacional. Asimismo, la segunda parte, con el apoyo de diversos autores, se propone una definición de comunicación digital, partiendo de la comparación con la comunicación presencial.

El tercer apartado tiene como propósito diferenciar los distintos entornos o espacios en los que se manifiestan ambos tipos de comunicación: la presencial y la digital. Posteriormente, en el cuarto apartado, se analizan y discuten los materiales y recursos que se utilizan en los procesos de comunicación digital. La quinta parte se dedica a categorizar los elementos que conforman la comunicación digital.

El sexto apartado aborda la relación intrínseca entre interactividad y comunicación digital, en conexión con los elementos previamente analizados. Finalmente, el último apartado examina la representación de los usuarios dentro del espacio digital, destacando cómo esta representación puede ser modificada, moldeada o incluso manipulada tanto por el propio individuo como por otros participantes en la red.

1.1 Contexto histórico del espacio digital y la comunicación

Desde su creación en 1969, en el contexto de la guerra fría que aconteció entre Estados Unidos y la ex Unión Soviética, la red conocida originalmente como ARPANET era de uso exclusivo para fines militares. Esta red fue el predecesor de un cambio importante para la sociedad, particularmente en el área de la comunicación.

A partir de esta infraestructura se sentaron las bases para el desarrollo de lo que hoy conocemos como Internet. Con la creación de la *World Wide Web* (WWW) en 1990, y gracias al apoyo del Departamento de Comercio de los Estados Unidos (*U.S. Commerce Department*), este recurso comenzó a estar disponible para el

público en general. Desde entonces, el acceso a una red global, rápida, segura y con una vasta cantidad de información se volvió posible para usuarios de todo el mundo (Rend.org, 2018).

Flores Vivar (2005) menciona que el surgimiento de Internet abrió un nuevo mercado digital, lo que permitió comercializar a través de la red e incorporar a la comunicación como un elemento activo dentro del nuevo entorno económico en desarrollo. La reducción de costos, el aumento de la competencia y, especialmente, la disponibilidad masiva de información, propiciaron la hiperconectividad global. Este fenómeno avanzó en paralelo con la globalización: mientras esta última se originaba a partir del desarrollo económico, Internet impulsaba una transformación desde el ámbito comunicacional.

Dicho fenómeno resulta clave, ya que permite que la información sea recibida y transmitida a escala global, posibilitando el acceso desde cualquier dispositivo electrónico con conexión a la red. De manera progresiva, este proceso ha contribuido a una transformación profunda de la sociedad, que ha transitado de un modelo industrial hacia lo que actualmente se denomina sociedad del conocimiento.

Manuel Castells (2006) realiza una variedad de aportes relevantes sobre el internet y su implicación en la transformación de la sociedad. En primer lugar, define a la sociedad contemporánea como aquella en la que los dispositivos y herramientas tecnológicas desempeñan un papel central en la creación, organización y difusión de la información. Asimismo, destaca la capacidad del internet para generar cultura: con su llegada, la sociedad modifica su panorama comunicativo tradicional y se ve obligada a “actualizarse”, ya que el mundo se ha vuelto más acelerado e inmediato.

La manera en que se produce y distribuye la información ha cambiado radicalmente. Mientras que anteriormente se recurría a medios tradicionales como el periódico, hoy en día la red se ha consolidado como un espacio más —e incluso de alcance internacional— desde el cual es posible divulgar información a prácticamente cualquier persona con acceso a internet. De esta forma, se da paso a lo que Castells denomina la sociedad de la información.

En otra de sus obras, Castells (2013) introduce los conceptos de individualismo y autonomía como características adicionales para definir esta nueva sociedad. Sin embargo, aclara que esto no implica un desinterés por formar parte de comunidades o una postura contraria a la cooperación. Por el contrario, estas formas de interacción se han trasladado a los entornos digitales, donde se fomentan de nuevas maneras. Este cambio no se limita únicamente al ámbito cultural, sino que también afecta la organización social, las actividades económicas y las formas de comunicación. El internet, por ejemplo, ha permitido el desarrollo de modalidades laborales como el trabajo remoto, representado en prácticas como el "*Home Office*"[1]

Otro autor que reflexiona sobre el papel del internet en la comunicación es Marshall McLuhan (1964), ampliamente reconocido por sus aportes al estudio de los medios. McLuhan sostiene que la sociedad está definida por el tipo de comunicación que utiliza. En su análisis, los medios fríos —como la prensa, la radio o el cine— representaban un modelo de comunicación vertical, es decir, unidireccional, en el cual la información era controlada por las élites y transmitida de forma selectiva al público, sin posibilidad de retroalimentación inmediata.

No obstante, con la aparición de nuevos medios, como el teléfono en 1876, se abrió la posibilidad de una comunicación más directa y bidireccional, anticipando lo que más tarde sería la red de internet. En este entorno digital, las personas pueden no solo recibir información en tiempo real, sino también responder y participar activamente en el mismo momento en que esta es publicada o compartida.

McLuhan (1966) no menciona el internet de manera literal dentro de su libro, debido a que no contaba con su conceptualización. Lo que realmente menciona es la certeza, de que, a futuro existiría una forma de comunicación más inmediata que cambiaría el modo en cómo se comunicaban las personas de su época y que dicha información sería masiva o bien que pueda ser respondida por la población al

[1] El home office, también conocido en México como teletrabajo, es una modalidad laboral en la que los trabajadores pueden realizar sus actividades profesionales vía remota, sin tener que presentarse físicamente en las instalaciones de la empresa (García J., 2020)

momento de difundirse. Con esto es difícil no asociar al internet como ese fenómeno al que él hace referencia.

1.2 Comunicación y comunicación digital: Definición.

El acto comunicativo es un fenómeno altamente complejo y difícil de definir, debido a su naturaleza polisémica, es decir, puede adquirir múltiples significados según el contexto en el que se produzca. En términos generales, puede entenderse como "la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo)." (Pérez Porto & Gardey, 2023).

Con el uso del internet, el acto comunicativo puede abordarse desde una perspectiva más técnica. En este sentido, se entiende como la transmisión de mensajes a través de formatos que pueden ser reconocidos por dispositivos conectados a la red, lo cual permite que dichos mensajes sean emitidos a través de múltiples canales o medios de manera simultánea (Pérez Porto, 2023).

En lo que respecta a la comunicación digital, foco principal de esta investigación, existen diversas definiciones. Beltrán y Micaletto (2019) la conciben como un escenario en constante transformación, determinado por los continuos cambios que caracterizan al entorno digital. La aparición de artefactos tecnológicos como los teléfonos inteligentes ha revolucionado los modos de comunicación, especialmente en su modalidad no presencial, mediante llamadas, mensajería instantánea y, en ocasiones, incluso sin necesidad de utilizar texto, gracias al uso de imágenes, emojis, notas de voz y otros recursos simbólicos.

Además de los teléfonos, dispositivos como computadoras, laptops, tabletas e incluso consolas de videojuegos permiten acceder al entorno digital, los cuales han evolucionado significativamente con el tiempo. Aunque hoy en día forman parte de la vida cotidiana, en su momento representaron innovaciones tecnológicas de gran magnitud. Los primeros modelos contaban con menos funciones, eran más difíciles

de usar y considerablemente más grandes. En contraste, los dispositivos actuales son más versátiles, accesibles y adaptables a las necesidades de comunicación e interacción de la sociedad contemporánea.

1.3 Espacios de la comunicación presencial y la comunicación virtual.

Lo primero que debemos comprender es que la comunicación digital ocurre dentro de determinados espacios, los cuales poseen características específicas que la distinguen de otras formas de interacción. No es lo mismo entablar una conversación casual con alguien de nuestro círculo social en un espacio público o privado, que hacerlo a través de una red digital. Existen diversos factores que posibilitan y condicionan cada tipo de comunicación dentro de sus respectivos entornos.

Pérez García y Rodríguez Sánchez (2022) identifican una serie de espacios virtuales que han pasado a formar parte de la cotidianidad en cuanto al acceso a internet. Es decir, se trata de entornos digitales que esperamos encontrar durante la navegación por la red. Algunos de estos espacios son: el correo electrónico, las Redes Sociales Digitales (RSD), los servicios de mensajería instantánea, los blogs, el almacenamiento en la nube, entre otros. Todos ellos permiten una interacción simultánea y en tiempo real, sin requerir la coincidencia geográfica ni la presencia física de los interlocutores.

La interacción es un factor clave para definir estos espacios mediados por artefactos tecnológicos. De manera similar a la comunicación presencial, existen espacios reconocidos para la interacción cara a cara, como los parques, restaurantes o incluso la vía pública. Estos lugares se identifican como escenarios donde puede ocurrir una comunicación directa, simultánea y presencial.

Carrillo Vargas et al. (2017) señalan que la interacción comunicativa digital retoma elementos esenciales de la comunicación presencial; sin embargo, para que esta sea efectiva en los entornos digitales, es necesario comprender las redes discursivas propias de dichos espacios. Es decir, se requiere una aprehensión**,** comprensión e incorporación activa dentro del mundo digital. En otras palabras, no basta con saber utilizar las herramientas tecnológicas; también es indispensable

entender sus lógicas, normas y dinámicas de funcionamiento para que la comunicación sea verdaderamente eficaz en estos entornos.

Junto con los puntos de vista ya mencionados, destaca el aporte de Rizo García (2013), quien señala que toda interacción se apoya en una relación de comunicación, es decir, una no puede existir sin la otra. No obstante, para que esta relación ocurra, no basta con que ambas partes (emisor y receptor) dominen el uso de los artefactos tecnológicos que posibilitan la comunicación; también es fundamental que compartan un entendimiento común de los códigos o lenguajes que se utilizan en el intercambio. Además, debido a la evolución de los espacios virtuales, es imprescindible comprender la dinámica social específica que opera en cada uno de ellos, cuestión que se desarrolla a continuación.

Por ejemplo, el correo electrónico constituye tanto una forma de comunicación digital como un espacio virtual. Sus características lo posicionan en ambas categorías: no es presencial, puede no ser simultáneo, y el lenguaje que se emplea suele ser formal o institucional, lo cual deriva de su origen como versión digital de las antiguas cartas enviadas por correo físico. No obstante, lo que le otorga sentido comunicativo es el factor de la interacción, sin el cual no podría establecerse la relación comunicativa.

En este sentido, Pinilla Gómez (2020) afirma que el correo electrónico representa un tipo de comunicación interpersonal e individual, generalmente utilizada en contextos educativos o laborales. Por ejemplo, en el ámbito escolar, maestros y alumnos pueden comunicarse por esta vía utilizando un lenguaje formal, acorde con la relación jerárquica que los vincula. Además, al no ser presencial ni necesariamente sincrónico, el correo electrónico permite que las respuestas puedan demorarse, dependiendo del contexto o la intención comunicativa.

Para que esta forma de comunicación digital funcione de manera efectiva, también debe existir una afinidad o disposición de las personas para integrarse voluntariamente a estos espacios virtuales. Sin embargo, no todos los usuarios cuentan con las mismas capacidades tecnológicas, ni todos los espacios digitales se utilizan con los mismos fines.

Por otro lado, las Redes Sociales Digitales (RSD) como Facebook, X (antes Twitter), TikTok, Instagram, entre otras, presentan dinámicas comunicativas muy distintas al correo electrónico. Incluso dentro de una misma red social, el tipo de lenguaje y las formas de interacción pueden variar considerablemente dependiendo del contexto, del público y del contenido.

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), las RSD se definen como servicios web que permiten a los usuarios crear un perfil o cuenta con ciertas particularidades. Estas pueden configurarse como públicas, permitiendo que cualquier persona acceda e interactúe con ellas, o como privadas, restringiendo el acceso a un grupo determinado de contactos seleccionados. En ambos casos, las relaciones que se establecen dentro de estas plataformas responden a decisiones personales y a dinámicas sociales particulares de cada red.

A diferencia de estas plataformas interactivas, existen también espacios virtuales que no permiten la interacción directa y cuyo propósito principal es el almacenamiento o difusión de información. Este es el caso de las páginas web o sitios digitales. Según la Editorial Etecé (2023), una página digital es un documento accesible en línea que cumple con los criterios establecidos por la *World Wide Web* (WWW) y que puede ser consultado a través de internet.

Un ejemplo claro de este tipo de espacio lo constituyen los sitios web informativos o las newsletters, que funcionan de manera similar a un periódico digital. Estos sitios suelen actualizar su contenido periódicamente y pueden ser enviados por correo electrónico a los usuarios que se hayan suscrito. No debe confundirse este formato con el de los blogs, en los cuales sí es posible establecer una interacción, ya sea entre el autor y sus lectores, o entre los propios lectores mediante comentarios y discusiones.

En algunas páginas web, el contenido únicamente puede ser visualizado; no existe un mecanismo que permita la interacción entre las personas que acceden a dicha información. Muchas de estas páginas se enfocan exclusivamente en la exposición de contenido sin ofrecer opciones adicionales de participación. Un ejemplo de este tipo de sitio es Wikipedia, una plataforma que ofrece información general sobre una

amplia variedad de temas, pero que, para el usuario promedio, no contempla una dinámica de diálogo o interacción directa entre lectores.

No obstante, es importante reconocer que dentro —o como extensión— de estos espacios virtuales, existe la posibilidad de que surjan o se consoliden comunidades virtuales. Estas comunidades se constituyen como espacios de interacción y comunicación donde se pueden desarrollar relaciones más profundas. Según Rheingold (1993, citado en Rizo García, 2013, p. 55), estos grupos se forman como "agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético".

Estas comunidades emergen a partir de la interacción sostenida entre los participantes, la cual puede generar vínculos significativos como el sentido de pertenencia, la construcción de una identidad colectiva y, en algunos casos, el desarrollo de relaciones afectivas como la amistad o incluso las relaciones de pareja.

Un ejemplo ilustrativo de este fenómeno se encuentra en la investigación de Alfonso Acevedo et al. (2016) titulada "*Vista de Las relaciones de pareja en los videojuegos de rol multijugador masivos en línea (MMORPG)"*. En dicho estudio, los autores analizan específicamente las relaciones afectivas surgidas en el videojuego "*Perfect World"*, dentro de una comunidad hispanohablante conocida como "Comunidad Zero".

En su trabajo, se documenta el caso de cuatro parejas que se conocieron dentro del videojuego, acompañando su desarrollo desde una etapa de amistad hasta la conformación de una relación de pareja. El estudio también aborda aspectos clave como la forma de comunicación utilizada dentro del juego, los recursos tecnológicos empleados y la manera en que estos son aprovechados para sostener los vínculos. En algunos casos, estas relaciones traspasaron los límites del entorno virtual, dando lugar a un intercambio de información personal y contacto fuera del videojuego, a través de aplicaciones como WhatsApp, Skype u otras plataformas similares.

Desde el enfoque de las RSD, Bravo Alvarado et al. (2013) destacan algunas ventajas de este tipo de interacción, particularmente el hecho de que no existe una conexión física directa, lo que desplaza el foco hacia una comunicación predominantemente verbal o textual. Esta ausencia de corporalidad puede fomentar una comunicación más profunda o reflexiva. En la misma línea, Illouz (2007) argumenta que, al no haber mediación física como el cuerpo, es más fácil que emerja el “verdadero yo”, favoreciendo una mayor expresividad y autenticidad emocional en la relación con el otro.

1.4 Recursos empleados dentro de la comunicación digital.

Tal como sucede en la comunicación en general, para que exista una interacción eficaz se requiere del uso de ciertos recursos que faciliten o complementen el intercambio entre los involucrados. Estos pueden incluir desde un espacio aislado para mantener una conversación privada, hasta apoyos físicos como papel y lápiz, que permiten expresar ideas o sentimientos que quizás no puedan o no deban manifestarse de forma oral en presencia de otras personas.

En el caso de la comunicación digital, sucede algo similar. La mayoría de estos recursos son de carácter gráfico, es decir, son elementos visuales que pueden observarse directamente en las plataformas digitales. Un ejemplo claro se encuentra en Facebook, que ofrece una variedad de reacciones —como "me gusta", "me encanta", "me enoja", entre otras—, las cuales permiten emitir una respuesta emocional o interpretativa ante una publicación determinada. Desde una perspectiva comunicativa, estas reacciones pueden funcionar tanto como un complemento a un mensaje, como también una respuesta completa que, en muchos casos, sustituye al comentario textual.

En el caso de la plataforma X (antes Twitter), encontramos recursos similares como el botón de “me gusta”, representado por un icono de corazón. Aunque en apariencia pudiera parecer que X ofrece menos opciones expresivas que Facebook, esto se debe a que ambas plataformas están diseñadas con enfoques distintos: mientras Facebook privilegia el componente gráfico e interactivo, X se enfoca más en la creación y circulación de mensajes breves de carácter textual, priorizando la

inmediatez, la opinión y la viralización de contenidos, lo que le permite hace la posibilidad de crear hilos[2], esto da por entendido que el punto clave es expresarse por medio del recurso textual dejando en segundo plano el apartado gráfico.

Otro recurso ampliamente utilizado en la comunicación digital son los emojis, elementos gráficos que, de acuerdo con Ramos (2020), representan desde expresiones faciales hasta símbolos diversos, y cuyo uso contribuye a enfatizar o matizar el contenido de un mensaje. Estos recursos estimulan el acto comunicativo, ya que permiten comprender mejor la intención emocional del emisor, lo que facilita la interpretación por parte del receptor.

Generalmente, los emojis se emplean para complementar el texto o modificar su tono, suavizando el mensaje o dándole un sentido más deseable para el emisor. De esta forma, permiten contextualizar emocionalmente el mensaje, facilitando su correcta interpretación. En algunos casos, también se utilizan para introducir ambigüedad, o bien como una respuesta breve y visual.[3]

Ryan Kelly y Leon Watts (2015) argumentan que los emojis pueden funcionar como una forma de finalizar un mensaje, actuando como un indicador visual de recepción. Es decir, pueden ser utilizados para señalar que el mensaje fue leído, pero que no se desea —o no se considera necesario— responder en ese momento. En este sentido, el emoji adquiere un valor comunicativo que cierra la interacción sin requerir más palabras.

Asimismo, cabe destacar la aparición de los llamados “stickers”, implementados desde 2018 en plataformas como WhatsApp. Al igual que los emojis, estos son recursos de carácter gráfico, aunque con un mayor nivel de personalización y expresividad. Si bien su uso suele limitarse a conversaciones informales, se han

[2] Un hilo en X es una serie de posts conectados de una misma persona. Los hilos te permiten conectar varios posts para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión. (X Centro de ayuda, s/f)

[3] Actualmente, prácticamente cualquier dispositivo tecnológico que permita escritura textual incorpora estos recursos. Incluso el sistema operativo Windows cuenta con un comando especial para desplegar un catálogo de emojis en cualquier momento, simplemente presionando las teclas “Windows” + “.” de forma simultánea.

convertido en una forma popular de comunicación, especialmente por su naturaleza lúdica y humorística.

De acuerdo con Alcántara (2023) estos pueden ser creados entre los usuarios que decidan contactarse, es decir, lo que cotidianamente se conoce como "mensajearse". Estos cuentan con la particularidad de ser altamente personalizables debido a que pueden usarse recursos propios del usuario, como fotografías, algunos usan animaciones como los conocidos "gifs"[4] y de igual manera se pueden guardar aquellos que nos parezcan más divertidos que puedan ser alusivos a memes o situaciones cómicas que sean fácilmente relacionables entre estos mismos.

Por el lado de los recursos de carácter sonoro, destaca el uso de la aplicación Discord, que, según sus fundadores Jason Citron y Stan Vishnevskiy (s/f), fue concebida como una solución a los problemas de comunicación que enfrentan los jugadores durante partidas en línea. Desde su lanzamiento, Discord ha evolucionado y añadido funciones que la posicionan como una herramienta esencial para la interacción en comunidades virtuales, particularmente en el ámbito de los videojuegos.

Una de las funciones que ha cobrado relevancia recientemente es la posibilidad de subir y utilizar sonidos personalizados. Esta opción está disponible de forma gratuita para todos los servidores creados por los usuarios. El llamado panel de sonidos permite incorporar archivos de audio breves que pueden ser reproducidos en cualquier momento dentro de una llamada de voz o videollamada. Cualquier miembro autorizado puede utilizarlos cuantas veces desee durante una conversación.

Tal como lo señala la propia plataforma, "Así como las reacciones y superreacciones, el panel de sonidos es una forma de expresarte y reaccionar a la conversación que esté teniendo lugar en el chat de voz o stream" (Discord, 2024).

[4] Los archivos de imágenes GIF se utilizan habitualmente en la web para mostrar gráficos y logotipos. También admiten animación básica, lo que significa que son un formato de archivo popular para memes en sitios de redes sociales. (Adobe s/f)

Este tipo de recurso ofrece nuevas posibilidades expresivas que enriquecen la interacción, al permitir a los usuarios reaccionar de forma auditiva a lo que ocurre en tiempo real, generando así una experiencia más inmersiva y dinámica.

Por otro lado, también se incluyen dentro de los recursos sonoros los mensajes de voz, una función presente en múltiples aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram, e incluso la misma Discord. Estos mensajes permiten al emisor grabar su voz mediante un micrófono y enviarla al receptor, quien puede escuchar el mensaje cuando lo desee.

Este tipo de comunicación proporciona mayor riqueza expresiva en comparación con el texto escrito, ya que la voz transmite matices emocionales, entonación, ritmo y pausas, lo que facilita una comprensión más profunda del mensaje. Además, el uso de mensajes de voz es especialmente valorado en contextos informales o cuando se desea comunicar algo de manera rápida y directa, sin recurrir a la escritura.

1.5 Elementos singulares que definen la comunicación presencial y la digital

La comunicación digital retoma diversos elementos propios de la comunicación presencial, como la transmisión de información, la persuasión o la retroalimentación. No obstante, presenta ciertas particularidades que permiten diferenciarla claramente, lo que a su vez ayuda a comprender por qué y para qué se utiliza en distintos contextos.

Este último aspecto nos lleva a considerar sus características distintivas. Díaz Noci (2008) se dio a la tarea de identificar y reunir algunas de ellas, detallando el cómo, por qué y para qué se emplea la comunicación digital. Entre estas características destacan: la hipertextualidad, la multimedialidad, la frecuencia de actualización, el contenido y la interactividad.

La hipertextualidad, o el uso del hipertexto, se refiere a una herramienta que permite integrar múltiples recursos mediáticos —como imágenes, videos, sonidos y textos— en un solo entorno digital. Esta integración se facilita mediante el uso de enlaces,

comúnmente conocidos como URLs[5], que permiten un acceso rápido y directo al contenido vinculado. Gracias a esta función, es posible navegar por una gran variedad de información disponible en la red, siempre que se cuente con la dirección electrónica correspondiente.

Décadas antes del surgimiento de Internet, Vannevar Bush (1945) ya había propuesto un concepto precursor conocido como “memex”, un dispositivo hipotético capaz de almacenar grandes cantidades de información, organizarla y hacerla accesible al usuario para su consulta. De hecho, se considera que Bush, junto con otros pensadores como Marshall McLuhan, poseía una visión adelantada a su tiempo sobre lo que eventualmente sería el entorno digital contemporáneo.

Con ayuda de un teclado, sería posible encontrar de manera rápida un documento específico, simplemente escribiendo un código asociado al recurso deseado. Esto permitiría acceder a toda la información vinculada con dicho elemento, lo cual resulta imposible de no asociar con el fenómeno de la hipertextualidad.

Posteriormente, en 1965, Ted Nelson acuñó por primera vez el término *hipertexto*, en un artículo citado por Wedeless (1965) en una revista universitaria. Más adelante, en su artículo *"A File Structure for the Complex, the Changing, and the Indeterminate"*, Nelson definió el hipertexto como una forma de escritura y registro no secuencial, haciendo alusión a que, si bien los libros están pensados para ser leídos linealmente, las ideas no funcionan de ese modo, lo que las asemeja más a los recursos almacenados en un sistema de hipertexto. En esta misma línea, Paiva y Nascimento (2009) destacan que el hipertexto no solo facilita el almacenamiento de información, sino también la toma de decisiones dentro de otros campos del conocimiento.

Cabe señalar que los recursos vinculados al avance de la comunicación tecnológica han evolucionado con gran rapidez. Basta con considerar que entre la creación de

[5] Uniform Resources Locator (Localizador Uniforme de Recursos) Nombre completo de un recurso en internet, que incluye la máquina en la que se encuentra, los directorios hasta el fichero, el nombre del fichero y, por último, el protocolo con el que se quiere acceder a él. (RAE, s/f)

la radio (1897) y la invención de la televisión (1925) transcurrieron solo 28 años, y entre esta última y el desarrollo de la primera computadora de escritorio (1943), apenas pasaron 18 años. Es decir, cuando hablamos de comunicación, observamos que el ser humano ha buscado constantemente formas innovadoras de transmitir información. Incluso podríamos afirmar que, actualmente, las inteligencias artificiales (IA) representan una de las innovaciones más recientes en este campo, al permitir la interacción comunicativa ya no entre humanos, sino con sistemas informáticos altamente complejos.

Por otro lado, la multimedialidad guarda cierta relación con la hipertextualidad, aunque se enfoca más en los distintos tipos de fuentes que pueden combinarse e incluso utilizarse de forma simultánea —por ejemplo, imagen y sonido, o video y animación—. Salaverría (2001) explica que, desde la perspectiva de la comunicación, la multimedialidad puede abordarse desde dos enfoques: los lenguajes y los medios. El primero se refiere a la manera en que se percibe la información, mientras que el segundo abarca los distintos intermediarios o plataformas mediante los cuales esta se transmite.

En un trabajo posterior, Salaverría (2014) destaca que las RSD han sido una de las herramientas que mejor ejemplifican la multimedialidad, ya que no solo permiten almacenar contenido multimedia, sino también producirlo fácilmente. Por esta razón, plataformas como TikTok se han convertido en un ejemplo claro de este fenómeno, al ofrecer a sus usuarios la posibilidad de crear contenido con imágenes, sonidos y videos —ya sea por separado o de forma integrada— mediante una interfaz[6] intuitiva y accesible, lo que ha facilitado su adopción por parte de una gran cantidad de personas.

Otra de las características fundamentales de la comunicación digital es la frecuencia de actualización, la cual se relaciona estrechamente con la creación de contenido. Esta característica alude a la necesidad constante de reemplazar información

[6] La GUI es una interfaz entre la persona y la máquina. El objetivo de esta interfaz gráfica es representar el código del *backend* de un sistema de la forma más clara posible para el usuario para simplificarle las tareas diarias. (IONOS Digital Guide, 2021)

antigua por nueva, lo que refleja una dinámica de inmediatez y renovación permanente. Si bien, en principio, esta responsabilidad recae en sitios web especializados, en muchos casos son los propios usuarios quienes generan y distribuyen información de manera autónoma.

Retomando el caso de las redes sociales digitales (RSD), en ellas resulta sumamente sencillo crear y compartir contenido, lo cual contribuye a una rotación vertiginosa de temas. Es por ello que, en cuestión de horas, algo puede considerarse "nuevo" o "de moda", y al día siguiente quedar completamente obsoleto. Esta lógica de consumo efímero se evidencia especialmente en las llamadas "tendencias", que, de acuerdo con la Real Academia Española (RAE), se definen como la *"propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines"*. No obstante, en el contexto actual, estas tienden a entenderse como modas pasajeras, ampliamente difundidas y consumidas a través de las RSD.

Estas características —hipertextualidad, multimedialidad, frecuencia de actualización y creación de contenido— se conjugan en la comunicación digital gracias a la infraestructura que provee el internet. A ellas se suma otra propiedad clave: la interactividad, entendida como la capacidad de los contenidos digitales de permitir y fomentar la comunicación bidireccional entre los usuarios. Esta característica hace posible la personalización de la información, el establecimiento de relaciones significativas y la generación de retroalimentación inmediata o diferida.

A diferencia de la comunicación presencial —también llamada *cara a cara* o *tradicional*—, la comunicación digital posee ventajas notables. Por ejemplo, permite una organización más estructurada del contenido mediante hipertextos, el uso de recursos visuales y sonoros como apoyo al mensaje, e incluso puede propiciar una comunicación más íntima o directa, al no requerir una interacción física para interpretar aspectos como el lenguaje corporal.

Además, la comunicación digital permite ser tanto asincrónica como simultánea, lo que amplía significativamente las posibilidades comunicativas. Gracias a los dispositivos tecnológicos, los usuarios pueden mantenerse conectados desde

cualquier lugar y en cualquier momento, siempre que cuenten con acceso a internet. Del mismo modo, los espacios virtuales —al estar alojados en la red— eliminan la necesidad de desplazamiento físico, posibilitando la interacción con otros usuarios sin la necesidad de coincidir en un mismo lugar.

Sin embargo, esta modalidad de comunicación no está exenta de complejidades. Para que funcione de forma efectiva, requiere de un conocimiento previo por parte de los usuarios sobre las herramientas tecnológicas, las plataformas digitales y el tipo de lenguaje adecuado para cada entorno. Por esta razón, se destaca como una comunicación en constante evolución, que depende del interés, la participación activa y la adaptación continua de los involucrados. De lo contrario, corre el riesgo de volverse obsoleta o ser desplazada por nuevas formas de interacción emergentes.

1.6 Elementos que definen una comunidad virtual

Para abordar de manera adecuada el concepto de comunidades virtuales, es necesario primero esclarecer qué se entiende por *comunidad*, ya que esta constituye la base sobre la cual se edifica su variante digital.

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE), una comunidad se define como un "*conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes...*". Si bien esta definición es amplia y general, servirá como punto de partida para los fines de esta investigación.

Desde una perspectiva sociológica más profunda, Ferdinand Tönnies (1936) expone que la sociedad se estructura a partir de la *unión* entre individuos que comparten, al menos, una característica o interés en común. Esta unión, al prolongarse en el tiempo, fortalece lo que él denomina relaciones, pilar fundamental de toda comunidad. Tönnies también señala que una comunidad no posee una delimitación fija, ya sea física o digital, lo que permite su expansión y la inclusión constante de nuevos miembros.

En la misma línea, Padilla Llano (2015) afirma que la comunidad es un fenómeno natural que emerge a partir de la convivencia sostenida entre individuos. A través

del tiempo, estos comparten objetivos, experiencias y estilos de vida, generando así un sentido de pertenencia, considerado uno de los elementos fundamentales para la consolidación de cualquier comunidad.

El sentido de pertenencia ha sido ampliamente estudiado, especialmente por autores como McMillan y Chavis (1986), quienes proponen un modelo con cuatro factores clave que permiten a un individuo sentirse parte de una comunidad. Empezando por la pertenencia, la cual se refiere a la identificación del individuo con el grupo. Implica haber invertido tiempo y energía en la comunidad y haber contribuido a ella activamente.

Asimismo, contempla la Influencia describiéndola como la capacidad del individuo de impactar en el grupo, así como el grado en que la comunidad regula y estructura las acciones de sus miembros. Con esto pasamos a la integración y cumplimiento de necesidades, relacionados con la interacción entre los miembros y la generación de relaciones dentro de la comunidad que permiten satisfacer necesidades personales y colectivas.

En última parte se encuentra la conexión emocional compartida, probablemente el elemento más relevante, ya que alude a la construcción de vínculos afectivos y la existencia de una historia compartida entre los integrantes.

Cabe señalar que no todos los conjuntos de personas conforman una comunidad. Las comunidades se distinguen por su estructura organizativa, normas, objetivos y niveles de interacción. En esta tesis, el enfoque se centra en un tipo específico: las comunidades virtuales de videojuegos.

Según Lifeder[7] (2022), las comunidades virtuales son *grupos de personas que se relacionan y comunican a través del internet*, generalmente en función de intereses compartidos. Suelen derivarse de comunidades de interés, dado que el contacto físico no está presente, por lo que la comunicación adquiere un peso fundamental dentro de sus dinámicas.

[7] Lifeder (2022) identifica las siguientes comunidades: rurales, religiosas, urbanas, de vecinos, científicas, de interés, indígenas, costeras, de trabajadores y virtuales.

Contrario a lo que pudiera parecer a primera vista —donde jugar videojuegos se percibe como una actividad individual o aislada—, las comunidades de videojuegos revelan una intensa y continua interacción social. La socialización en estos espacios se da en torno a objetivos comunes, reglas implícitas y explícitas, e incluso jerarquías, como lo afirman Colin Bell y Howard Newby (2012). Esto permite diferenciar a estas comunidades del resto de la sociedad, ya que presentan una estructura propia, con dinámicas particulares de convivencia.

En este sentido, Rheingold (1993) define a las comunidades virtuales como *"agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio"*. Este concepto refuerza la idea de que las comunidades virtuales no se imponen, sino que emergen de forma orgánica a partir de la interacción sostenida y la voluntad de convivencia.

Ruiz (2022) complementa esta visión afirmando que estas comunidades se crean con la intención deliberada de generar espacios donde se fomente la interacción, el intercambio y la permanencia social. Factores como la intensidad de la interacción, el nivel afectivo y el tiempo de socialización son determinantes en el proceso de consolidación de estas comunidades.

En cuanto a la relación entre internet y sociabilidad, Manuel Castells (2013) señala que la red se ha convertido en una extensión natural de las relaciones humanas. Argumenta que las personas sociables tienden a trasladar sus comportamientos al entorno digital, ampliando su red de contactos y profundizando en sus interacciones. Cuanto mayor es el tiempo de conexión, mayor es la capacidad de generar y mantener relaciones sociales.

No obstante, Castells aclara que el internet no transforma la personalidad social de los individuos, sino que amplifica lo que ya existe. Es decir, una persona no sociable fuera de línea probablemente tampoco lo será en línea. Por el contrario, quienes ya poseen una inclinación hacia la sociabilidad encontrarán en internet una herramienta útil para expandir su red de contactos y fortalecer sus vínculos.

Esta lógica también se refleja en la personalización de la información, donde los algoritmos diseñados para predecir intereses y comportamientos permiten a los usuarios acceder a contenido y comunidades afines a sus gustos y estilos de vida, lo cual facilita aún más su integración en comunidades específicas, como las de videojuegos.

1.7 La interactividad en las comunidades virtuales

La interactividad digital es un concepto que ha adquirido múltiples dimensiones dependiendo del enfoque desde el cual se analice. Por un lado, Linares et al. (2016) definen la interactividad como *todo aquello que puede realizarse dentro de una página web*, refiriéndose a las diversas posibilidades de participación, como escribir en un blog o reaccionar a contenido audiovisual. En este sentido, el grado de interactividad se mide en función de las herramientas disponibles para que el usuario participe activamente dentro de la plataforma.

Desde una perspectiva más técnica, Stromer (2004) plantea que la interactividad digital se compone de dos ideas principales. La primera es la interacción persona-computadora, que hace referencia a la eficacia entre el comando emitido por el usuario y la ejecución de la acción por parte del sistema. Y la segunda es la reciprocidad entre los mensajes emitidos mediante medios virtuales, ya sea en una relación persona-persona o persona-computadora.

Por su parte, Rizo García (2019) ofrece una perspectiva más comunicativa al considerar que los actos interactivos deben entenderse como vínculos, en tanto que la interacción digital busca el reconocimiento del *otro* como sujeto con el cual establecer una comprensión mutua.

La interactividad, en este marco, se convierte en una forma de conexión interpersonal mediada por la tecnología dentro de las comunidades virtuales. Depende, en gran medida, del tipo de comunidad a la que se accede, ya que cada una presenta dinámicas, normas y objetivos particulares. Con base en la clasificación propuesta por Ferri (1999), es posible identificar diferentes tipos de comunidades digitales según sus características interactivas.

La primera de ellas se define como “comunidades de debate”. Estas comunidades se distinguen por su foco en el diálogo argumentativo y el intercambio de puntos de vista. La interacción se da principalmente en salas de chat o foros donde los usuarios pueden emitir comentarios, responder a otros y participar en discusiones abiertas. Plataformas como Discord permiten la creación de este tipo de comunidades, ya sea públicas o privadas, dependiendo de la configuración establecida por los administradores.

En la segunda se describen a las “comunidades de socialización”. Similares a las de debate, estas comunidades promueven la conversación, pero con un objetivo más relacional: fomentar amistades o vínculos afectivos. El nivel de confianza y cercanía se incrementa en la medida en que los participantes comparten información personal y mantienen conversaciones más informales y espontáneas.

Para la tercera se encuentran las “comunidades temáticas”. En estas comunidades, la interacción gira en torno a un tema central específico. Por ejemplo, un grupo llamado “Grupo escolar” probablemente se centrará en temas relacionados con la vida académica. En el caso de los videojuegos, este tipo de comunidades son especialmente comunes, ya que se estructuran alrededor de un solo título o franquicia, generando interacciones especializadas y recurrentes en torno a dicho contenido.

En su cuarta categoría se encuentran las “comunidades de organizaciones o instituciones”. Estas comunidades se caracterizan por su exclusividad. El acceso está limitado a personas que cumplan con ciertos requisitos establecidos por la organización o por miembros con mayor jerarquía. En muchos casos, es necesario disponer de un usuario y contraseña para ingresar. Además, la información compartida suele manejarse bajo criterios de confidencialidad, siendo divulgada únicamente a discreción de los participantes.

Para entender mejor las dinámicas interactivas de las comunidades virtuales, Gairín Sallán y Pilar Muñoz (2006) analizan las formas de comunicación dentro de estos espacios, especialmente desde un enfoque académico, pero cuyos hallazgos son aplicables a diversas comunidades en línea. Entre los elementos que identifican se

encuentran la comunicación asincrónica siendo una interacción que no requiere simultaneidad temporal. Gracias al almacenamiento de información en línea, los usuarios pueden participar en diferentes momentos sin perder continuidad en la conversación.

En contraste, se encuentra la multivocidad que refiere al potencial desorden comunicativo producto de la posibilidad de que todos los miembros interactúen simultáneamente. A pesar de este desorden, se mantiene un flujo de comunicación activo y enriquecido. Esto conlleva a la Interacción en condiciones de igualdad donde todos los integrantes poseen las mismas posibilidades de participar, intervenir y ser escuchados dentro del espacio virtual, sin jerarquías impuestas (excepto las técnicas o administrativas).

Continuando, se encuentra el ambiente abierto en el que existe un entorno propicio para la libre expresión, donde los usuarios pueden compartir ideas, opiniones o experiencias sin censura directa (salvo por normas establecidas previamente). Este último da oportunidad a que se generen de nuevos tópicos con la posibilidad de que la comunidad derive hacia una conversación más allá del enfoque inicial. Esto demuestra la flexibilidad temática de las comunidades virtuales.

Una vez expuestos los fundamentos teóricos sobre la interactividad digital y su relación con las comunidades virtuales, es pertinente avanzar hacia el análisis específico de las comunidades de videojuegos o *comunidades gamer*. Antes de ello, es fundamental abordar el concepto de *videojuego* como espacio de interacción, ya que estas comunidades no existen por sí solas, sino que emergen y se desarrollan a partir del uso colectivo de estas plataformas lúdicas.

1.8 Los videojuegos: definición y origen.

Técnicamente, los videojuegos se definen como *"un software creado para el entretenimiento en general y basado en la interacción entre una o varias personas y un aparato electrónico que lo ejecuta"* (Wikijuegos, s/f). No obstante, esta definición nos lleva a cuestionar si es posible hablar de interacción en experiencias individuales, es decir, cuando solo participa una persona. La respuesta es afirmativa, y esto se debe a la presencia de los llamados Personajes No Jugables

(PNJ), también conocidos como *Non-Playable Characters (NPC)*. A través de estos, el jugador puede interactuar con el propio sistema del videojuego, generando la sensación de compañía y dinamismo incluso en experiencias en solitario. En este sentido, el videojuego no solo actúa como plataforma, sino también como interlocutor artificial, posibilitando una forma particular de comunicación.

El desarrollo de los videojuegos puede rastrearse a partir de tres posibles orígenes, cada uno con enfoques distintos: el histórico, el tecnológico y el conceptual.

a) Origen histórico: el nacimiento del juego digital

Desde una perspectiva histórica, uno de los primeros ejemplos de lo que hoy se considera un videojuego fue “Tennis for Two” (Tenis para dos), un experimento desarrollado por el físico William Higinbotham en 1958. Este proyecto consistía en una simulación digital del tenis, presentada mediante un osciloscopio, y permitía la participación de dos jugadores de forma interactiva. A pesar de su simplicidad, este juego sentó las bases para la futura creación de videojuegos más complejos y con mayores niveles de interacción (Facultad de Informática de Barcelona, s/f).

b) Origen tecnológico: las primeras consolas de videojuegos

Otro punto de partida relevante para entender los videojuegos tiene que ver con la creación de dispositivos físicos dedicados exclusivamente a la ejecución de juegos electrónicos, es decir, las consolas de videojuegos. En este contexto, destaca el trabajo del ingeniero Ralph Baer, quien, en 1966, junto con su equipo, desarrolló el prototipo conocido como *“Television Gaming Apparatus and Method”*, que más tarde sería comercializado como la Magnavox Odyssey, considerada la primera consola doméstica de videojuegos (Baer et al., 1972). Este dispositivo marcó un hito al trasladar la experiencia de juego desde laboratorios científicos hacia los hogares.

c) Origen conceptual: los videojuegos como arte interactivo

Finalmente, existe un enfoque más abstracto y contemporáneo sobre el videojuego, el cual lo considera no solo como una forma de entretenimiento, sino como un medio

expresivo o artístico. Según Aarseth (2007), los videojuegos deben ser entendidos como una forma de arte no efímero, dado que son capaces de almacenar datos, representar ideas complejas y evocar emociones mediante elementos visuales, auditivos e interactivos. Esta visión se ha consolidado con el paso del tiempo y ha sido reconocida por instituciones culturales de renombre.

En 2013, el Museo de Arte Moderno (MoMA) de Nueva York incluyó videojuegos dentro de su colección permanente, destacando títulos como *"Pong"*, *"Space Invaders"*, *"Pac-Man"*, *"Tetris"* y *"Minecraft"*, este último siendo el más reciente de dicha selección (ABC Cultura, 2014). Esta inclusión valida al videojuego como objeto de valor cultural y artístico. Asimismo, iniciativas como las del Festival Ars Electronica, en Austria, han reforzado esta visión al premiar videojuegos por su innovación artística y tecnológica. Ejemplo de ello es *"FuneralPlay"*, reconocido en la edición del año 2020 (ARS Electronica, 2020).

1.8.1 Espacios de interacción de la comunidad *Gamer*[8]

Para esta investigación es crucial la indagación de información acerca de las comunidades virtuales que se crean a base de los videojuegos, ya que dentro de estas se logra encontrar el punto central de interés de esta misma investigación. Es por eso mismo que ahora pretendemos como mínimo mostrar la definición más cercana que se tiene para estas.

En primer lugar, cuando se habla de espacios de convivencia digital, es válido considerar tanto al videojuego en sí mismo como a las plataformas externas asociadas. La experiencia puede ir desde la interacción individual entre un jugador y los personajes no jugables (PNJ), hasta la participación en entornos masivos en línea donde millones de usuarios pueden coincidir simultáneamente en un mismo mundo virtual. Este tipo de dinámicas convierte al videojuego en un auténtico espacio de socialización, intercambio y pertenencia.

[8] "Por definición podemos referir al *Gamer* como la persona que juega videojuegos. Eso incluye a todo aquel que juegue sin importar la plataforma: portátil, consola o computadora." (*¿Qué es un gamer?*, 2020)

También podemos destacar la amplia retroalimentación que se genera dentro de las RSD. En ellas se puede observar la diversidad de contenido que surge a partir de esta interacción. Por ejemplo, Ruiz Salinas, J. I. (2022), en su trabajo de investigación *"Comunidades digitales y videojuegos: Otra perspectiva de las comunidades de práctica"*, menciona que muchas de estas comunidades comparten intereses y objetivos similares: desde solicitar ayuda o consejos para mejorar, hasta buscar personas con quienes jugar. Todo esto forma parte de las actividades más comunes que se desarrollan dentro de las RSD.

1.9 Crea tu propio "Avatar" [9] completamente personalizable

Radcliffe-Brown (1986) habla acerca de la persona que posee cierto grado de reconocimiento dentro de los espacios a los que pertenece, refiriéndose, por ejemplo, a una familia, donde su parentesco es aquello que lo define como parte de esa pequeña comunidad. Sin embargo, cuando se trata de comunidades mucho más grandes, ese reconocimiento se vuelve más general. En ese contexto, aunque no se pierda el individualismo, la persona se ve obligada a ser categorizada dentro de un conjunto de individuos que comparten ciertos rasgos en común, con el fin de facilitar su identificación.

Como ya lo hemos establecido, dentro del mundo digital existen espacios donde se lleva a cabo la interacción entre personas —denominadas usuarios— que se conectan y se relacionan entre sí. Eventualmente, esta socialización puede evolucionar y ampliarse a un número mayor de personas que comparten un interés en común o que simplemente desean convivir con otros. Es así como se forman las conocidas comunidades virtuales, algunas muy distintas entre sí, y otras con muchas similitudes.

En este caso, nos centramos en el ámbito de los videojuegos, específicamente en las comunidades que surgen a partir de usuarios interesados en uno o varios títulos.

[9] "El avatar es una representación gráfica de sí que se emplea en internet y diversas tecnologías virtuales para identificar a una persona usuaria en dicho escenario virtual. En algunos casos se emplean fotografías reales […] , pero en el caso de jóvenes […] es más común seleccionar o construir auto-representaciones con personajes bi o tridimensionales…" (Díaz y Vázquez, 2020)

Cabe aclarar que, para acceder a estas comunidades, es necesario contar con un identificador o representación digital, ya sea dentro del entorno de la comunidad o incluso dentro del propio videojuego.

Esta representación se logra a través de la creación de avatares, perfiles, o, en algunos casos, mediante el simple uso de un nombre, que funciona como diferenciador particular del usuario. Esto depende por completo de la dinámica social existente. Si bien en algunos casos el nombre es suficiente para dotar al jugador de identidad, en otros, el avatar ofrece una mayor posibilidad de personalización para construir un “yo” digital, a menudo idealizado en términos físicos.

En este punto, es pertinente retomar a Goffman (1956), quien aborda de forma muy puntual la representación de las personas como un aspecto característico de la interacción social. Él habla de las "máscaras sociales" y de cómo cada individuo asume —o desea asumir— un determinado papel. En términos más concretos, nos referimos al modo en que una persona decide presentar una versión de sí misma, ya sea para convencer a los demás o a sí misma de esa imagen, con el fin de que resulte creíble y satisfactoria.

Goffman (1956) introduce el concepto de rutina: acciones centradas en un fin específico que deben seguirse ante las exigencias del público. Estas rutinas definen las formas en las que se espera que, en este caso, el usuario decida presentarse, y, por consiguiente, actúe conforme a esa misma imagen. Esto constituye una forma concreta de comunicación frente a la sociedad a la que se presenta, en este caso, la comunidad de videojuegos a la que desea integrarse.

Sin embargo, también existe el caso en el que la persona no se siente convencida por el papel que desempeña o, simplemente, no le da importancia. En estos casos, se habla de la idea de que el individuo actúa por interés propio, o bien, para que los demás lo perciban de determinada manera. Un ejemplo claro sería el de una maestra que, frente a su grupo de estudiantes, debe proyectar una imagen de conocimiento y profesionalismo. Esto lo hace en función de sus alumnos, quienes

aprenden así el valor del respeto y la autoridad. No obstante, de manera individual, su "máscara" podría ser completamente opuesta a esa imagen pública.

Los avatares, junto con las interpretaciones sociales, también están presentes en las comunidades de videojuegos, ya que el entorno digital permite el anonimato, mientras que los videojuegos ofrecen la posibilidad de construir una ficción más “visible”. Todo esto permite la existencia de un mundo paralelo al real, donde los usuarios o video jugadores interactúan y son capaces de socializar.

1.9.1 Recursos de interacción para la comunidad Gamer

A partir de lo señalado anteriormente, es necesario incluir a las aplicaciones Discord, YouTube y Twitch como espacios de interacción, ya que cada una comparte características que la comunidad de videojugadores —mejor conocidos entre ellos como *gamers*— aprecia y utiliza con frecuencia.

En el caso de Discord, destaca su capacidad de funcionar en paralelo con los videojuegos, permitiendo realizar llamadas de voz mientras se juega, o bien, chatear mediante atajos de teclado —en el caso de la versión para computadora— que despliegan una ventana de chat superpuesta al juego. En la versión móvil, se activa una “burbuja”, definida como un botón flotante que se sitúa por encima de cualquier otra aplicación y que, al ser presionado, despliega el chat correspondiente.

Por otro lado, Twitch se centra en el contenido “en vivo”, también conocido como *streaming*, donde las transmisiones se realizan en el momento exacto en que el usuario decide encender su cámara y comenzar su presentación. Posteriormente, existe la posibilidad de guardar dicha transmisión para que otras personas que no pudieron verla en tiempo real puedan disfrutarla más adelante. En Twitch, la interacción entre usuarios se da de forma simultánea gracias a una sección de “chat”, donde los espectadores pueden comentar y reaccionar en tiempo real mientras el contenido está siendo emitido.

En cuanto a YouTube, ofrece la posibilidad de crear y visualizar videos previamente grabados, editados y revisados para su publicación. Además, cuenta con una sección de comentarios donde los usuarios pueden compartir sus opiniones o

reacciones sobre el contenido. A diferencia de Twitch, esta interacción es asincrónica, ya que el video ya ha sido presentado y no ocurre en tiempo real. Aunque YouTube también permite transmisiones en vivo, su reconocimiento principal está asociado a los videos pregrabados.

En cada uno de estos espacios, tanto los creadores de contenido como los espectadores deben contar con una identificación o “nombre de usuario”, que será el elemento por el cual se les reconocerá al momento de interactuar con el contenido o con otros usuarios. En el caso de los videojuegos, algunos permiten el uso de avatares, ya sea prediseñados o personalizados, según lo permita el sistema del juego.

Es importante señalar que el grado de complejidad en la personalización del avatar depende completamente del nivel de socialización y la complejidad del título, así como del mensaje que el usuario desea comunicar. Un ejemplo sencillo sería ofrecer únicamente la opción de elegir entre tres camisetas de distintos colores, mientras que, en otros casos, se proporciona un guardarropa completo con diversas prendas y estilos, permitiendo una representación mucho más detallada.

Una vez creado un avatar que resulte satisfactorio para el usuario, se busca entonces integrarse a la comunidad. Sin embargo, tener un avatar no basta para formar parte de ella, ya que en algunas ocasiones se requiere proporcionar información adicional, o bien, utilizar datos que el propio usuario considere adecuados para su representación digital.

Por ejemplo, algunos videojuegos solicitan la fecha de nacimiento como dato obligatorio. Esto permite conocer la edad del usuario, lo cual es relevante porque ciertos juegos restringen el acceso a funciones específicas si el jugador no cumple con la mayoría de edad legal en su lugar de residencia. También existen mecanismos como el control parental, que permiten a los padres monitorear la actividad de sus hijos dentro del juego. Aunque es posible que un usuario proporcione información falsa para eludir estas restricciones, las consecuencias derivadas de ello ya no recaen sobre la responsabilidad del videojuego.

Este tipo de información también se utiliza para ubicar al usuario en un servidor óptimo, es decir, un servidor específico del videojuego donde haya mayores posibilidades de coincidir con personas que compartan características similares. Esto facilita entablar conversaciones, socializar e incluso formar amistades. No obstante, no todos los videojuegos aplican este tipo de filtros, por lo que no siempre se garantiza esa coincidencia.

En relación con lo anterior, es importante recordar que esta investigación se centra en la dimensión interactiva y comunicativa dentro de las comunidades virtuales y del entorno de los videojuegos. Sin embargo, no se ignora la vinculación que algunas personas han tenido con problemáticas como la adicción, la violencia o incluso delitos en los que, de alguna forma, se ha visto involucrado este tipo de plataformas. Aunque es importante señalar que hasta el momento, ningún estudio ha logrado establecer una relación directa y concluyente entre los videojuegos y la comisión de estos actos. Este punto será retomado en el siguiente capítulo, donde se presentarán algunos datos relevantes al respecto.

Esta revisión teórica nos permite comprender las características de la comunicación virtual, así como las dinámicas sociales que se generan, en contraste con la comunicación presencial. También ofrece elementos explicativos para entender mejor ciertos conceptos o términos necesarios dentro del campo. De este modo, contribuye a relacionar y contextualizar mejor los temas que serán abordados en los capítulos siguientes.

Para el próximo capítulo, se revisarán los elementos contextuales asociados a la comunicación e interacción en comunidades virtuales. Es decir, se buscará enfatizar el alcance que puede tener esta investigación, tanto a nivel nacional como internacional. A través del análisis de distintos contextos, se pretende ampliar la perspectiva y vincular el tema central con el eje principal de la comunicación.

Capítulo 2. Marco contextual. Los usuarios y los jóvenes *Gamers* en la red

Dentro de este capítulo se expondrán diversos datos estadísticos provenientes de distintas fuentes de información, algunas de ellas de carácter oficial y gubernamental, mientras que otras son de sentido particular. Con ayuda de estos datos se tiene la intención de hacer ver el tipo de alcance que tiene el internet o la red dentro y fuera del país de México. Igualmente, se busca exponer el tipo de uso, cobertura y espacios donde se logra acceder a este recurso.

De igual manera se pretende dar una visualización a las comunidades virtuales, en específico, aquellas que están conformadas por personas afines a los videojuegos. Particularmente, se busca dar visibilidad a las comunidades de *Gamers* que se encuentran en distintos lugares de la red, como lo puede ser una página web, RSD o bien en aplicaciones destinadas principalmente a estas comunidades.

Este marco busca situar al aspecto investigativo en las interacciones de las comunidades virtuales, identificar la presencia que tiene, el nivel de alcance de estas, qué tipo de personas son las que forman parte de estas y a su vez de qué manera afecta la cotidianeidad de las personas que no comparten el gusto por los mismos videojuegos.

2.1. Nivel de alcance de la red en América Latina.

Por el lado de América Latina (AL) tenemos un gráfico general que presenta la página “Statista.com” con datos reunidos a través del año 2023, donde presenta a los países de Latinoamérica con la mayor cantidad de usuarios de internet. Es importante mencionar que en esta gráfica solo se toma en cuenta a la población total y no existe alguna otra variable como la edad o el género de los encuestados.

Dentro de los países mencionados Brasil se encuentra entre los primeros lugares, este cuenta con 181.8M (millones) de personas que tienen acceso a internet, de ahí le sigue México con 100.6M, después encontramos una gran disminución con

Argentina que cuenta con 39.79M, muy cerca de ellos esta Colombia con 39.34M y para finalizar tenemos a Perú con 24.31M.

También hay que considerar que esto se debe a la cantidad de población y la extensión territorial de cada uno de estos países, debido a que, hay países que se han visto excluidos dentro de esta estadística. Además, para facilidad de esta investigación se ha decidido tomar los cinco primeros puestos para una perspectiva más cómoda.

En el caso de Brasil, gracias a una encuesta llamada “ICT Kids Online Brasil” sabemos que cerca de 24.7M de niños y adolescentes de entre 9 a 17 años fueron encuestados, sin embargo, dentro de esta cantidad se encuentra una gran diferencia, debido a que el puntaje de quienes tienen acceso a internet y entre los que no lo tienen es muy desigual.

Argentina también cuenta con una gran cantidad de población juvenil quienes están conectados a internet. En específico son aquellos entre un rango de edad de 18 a 29 años, estos datos fueron recabados por Statista.com en 2022, siendo un total del 97% respecto al total de la población dentro de ese rango. Algo que llamó la atención sobre todo fue que en tercer lugar se encontraban personas adultas mayores (PAM) siendo un 93% de estos. Cosa que sorprende debido a que ni siquiera en México los adultos mayores entran dentro del top tres.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en Colombia en el año 2022, los usuarios de internet jóvenes entre un rango de 24-54 años fue del 84.1%. Datos más recientes apuntan una cifra general de niños mayores de 5 años a más con un porcentaje de 84.3%, es decir que hubo un aumento significativo en el lapso de un año.

Por último, con datos recabados del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), institución estadística de Perú, con ayuda de la realización de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), se logró documentar que el 72.4% de los niños de 6-17 años tuvieron acceso a internet, pero su porcentaje más amplio, de acuerdo

con datos de su informe técnico de la misma encuesta, fue de la población de entre 19-24 años con el 92.8%.

2.1.1. Alcance de la red dentro de los hogares en México

En México, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e informática (INEGI), con la Encuesta Nacional de Vivienda (ENVI) realizada en 2020, la cantidad de hogares total fue de 35.3M, sin embargo, gracias al Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT) este dato se actualizó en 2022 con un total de 37.5M.

A la par de eso, también muestran cuántas viviendas cuentan con al menos una computadora y disponibilidad a la telefonía móvil, este último punto toma en cuenta a celulares capaces de conectarse a internet tanto por medio de wifi o recargando tiempo aire. Siendo así un total de 16.5M por el lado de las computadoras y 35.2M por el lado del servicio de telefonía (Encuestas BIT, 2022).

Ahora bien, recordemos las otras alternativas de conexión que existen en el país, si bien el hogar es el lugar predilecto para conectarse, debemos destacar que no es el único para hacerlo, gracias a datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (EDUTIH, 2022) conocemos los otros lugares de acceso que más frecuentaron las personas en ese año. De igual manera nos presenta la comparativa con años anteriores.

El hogar fue el primer lugar siendo de 89.1% en 2019 a 95.4% en 2022, teniendo un aumento bastante considerable de un 6.3% en tan solo tres años. Continuamos con la conexión móvil con 63.5% en 2019 y llegando a 54.9% en 2022. En tercer lugar, tenemos al trabajo siendo el primero en descender con 41.8% en 2019, pero cayendo hasta un 41.3% en 2022, por último, está la escuela siendo otro que disminuyo bastante pasando de un 22.1% y ahora con solo un 18%.

2.1.2. Alcance de la red en la población mexicana

Hablando ahora de la población conectada, tenemos los datos de la ENDUTIH (2022), misma que se realizó en colaboración del INEGI y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). En esta se logró llegar a un porcentaje de la población

que cuenta con acceso a internet, siendo un total del 91.0%, es decir, que cerca de 114M de personas en el país que cuentan con acceso a este servicio.

De acuerdo con los datos más recientes, a la fecha de la realización de esta investigación, en 2020 la población de México era de 126M de personas, esto de acuerdo con datos oficiales del INEGI. Información más reciente proveniente de la página “DatosMacro.com” demuestra que esto se mantuvo a la fecha de 2021, únicamente aumentando unos miles de personas en el país.

Con todos estos datos podemos tener una vista muy amplia del nivel de impacto que tiene el internet en México, no solo se trata de un servicio que se da dentro del territorio. Así mismo con datos de la EDUTIH (2022) podemos conocer el porcentaje de personas pertenecientes a cierto rango de edad que usan este servicio, 95.1% en el caso de la población entre los 18 a 24 años y del 92.8% para los adultos de 25 a 34 años.

No debemos olvidar otro dato muy importante, lo acontecido entre el año 2019 y el 2022, la conocida pandemia mundial que surgió debido a la enfermedad conocida como “SARS COVID-19”. Esta misma provocó una emergencia sanitaria en varios países del mundo y puso en alerta a muchos otros más. Recordemos que la “normalidad” que se tenía en ese entonces de realizar actividades que implicaban aglomeraciones grandes de personas se vieron suspendidas tal como lo fue la escuela, algunos trabajos y otros como serían eventos sociales tales como conciertos.

Y de la misma manera que sucedió con los hogares, el incremento de las personas conectadas se vio en aumento debido a este fenómeno mundial, siendo en 2020 aproximadamente 84.1M y en comparación con los datos más recientes sabemos que cerca de 29.9M de habitantes se sumaron desde el conteo pasado. Muchas de estas personas fueron estudiantes y algunos trabajadores que se vieron en la necesidad de adaptarse ante la emergencia sanitaria.

La cantidad de sitios públicos en México donde se tuvo que implementar el internet debido a este suceso fueron 20.642, de acuerdo con datos del "Repositorio Único

de Sitios Públicos Conectados y por Conectar" que fue elaborado a petición del “Programa de Conectividad en Sitios Públicos 2020-2021” (PCSP 2020-2021) que fue discutido el 16 de abril del 2021, esto último según lo publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF). Dentro de estos lugares públicos cabe destacar que a los sitios que hace referencia corresponden a los sectores de educación, salud, desarrollo social y agricultura.

2.2. Tiempo destinado al uso del internet en AL

En este caso las estadísticas fueron difíciles de encontrar debido a varios factores, inicialmente porque mucha de la información no está completa o actualizada o bien porque está restringida únicamente a ciudadanos de estos. Sin embargo, con ayuda de estadísticas globales como lo es la “*Digital 2024: Global Overview Report*” y sus anteriores muestreos de años pasados es que logramos encontrar la información más actualizada y disponible hasta el momento.

Es importante señalar que parte de esta información no fue encontrada, algunas variables como es el caso de la edad o sexo de las personas no son señaladas. Esto se debe a la naturaleza de la misma estadística debido a que prioriza a la población total por encima de los rangos de edad o incluso de la clase social a la que pertenecen.

Una vez aclarado este punto pasamos ahora con Brasil, donde encontramos varios factores, primero sabemos que es el país latinoamericano con más horas invertidas en la red siendo un total de 9 horas con 13 minutos (9:13), de ahí seguimos con Colombia siendo de 8:43, le sigue Argentina con 8:41 y siguiendo con los países tomados por esta investigación tenemos a Perú que por desgracia no se lograron encontrar datos referentes al promedio de horas en general, pero el dato que sí se encontró fue el tiempo invertido en redes sociales con datos del año 2022 con un promedio de apenas 3:37 (*Digital 2022: Global Overview Report*, 2022).

Aunque parezca impresionante la cantidad de horas que las personas invierten en internet, la verdad es que esto no debe sorprender, debido a que, como se mencionó anteriormente, este recurso ya se ha vuelto indispensable no solo a nivel nacional en el caso de México, sino que también a nivel global. Tan solo en AL únicamente

en promedio el 43% de la población no está conectada a la red, es decir, que la mayoría de la población es la que ya cuenta con conexión a internet y por ende tiene acceso a la diversidad de contenido o herramientas que este puede ofrecer. (*Digital 2024: Global Overview Report*, 2024)

Esto demuestra que a nivel internacional el internet ha llegado con mayor presencia. Igualmente tenemos el conocimiento de que la población juvenil es la que más usa este recurso. Rara vez encontramos que las PAM tienen un alto nivel de presencia en las estadísticas antes expuestas, pero esto podría llegar a cambiar en los próximos años.

2.2.1. Horas invertidas dentro de la red en México y los dispositivos más usados

Con respecto a las horas invertidas dentro de la red, en el caso de México, se logró encontrar que, de acuerdo con la ENDUTIH (2022), la población con un rango de edad entre 6 a 24 años es la que más tiempo invierte con un promedio de 5.3 horas.

Con base en la misma encuesta logramos encontrar los siguientes datos. Se logró encontrar el tipo de dispositivo más utilizado para conectarse, resultando en el smartphone como el más usado con un porcentaje del 97%, cabe resaltar que el 79.2% de este total pertenece a estudiantes, siendo estos los que más horas invierten en la red. Esto puede deberse a las actividades escolares que llevan a cabo, por ejemplo, aquellas que se destinan a la investigación.

Sigue la computadora portátil con el 31%, por computadora portátil se refiere específicamente a los dispositivos que cotidianamente se les conoce como laptops, las cuales tienen precisamente la facilidad de ser transportables. Continuamos con la Smart TV con 30.4%, cabe recordar que existe una gran diferencia entre la TV convencional y la Smart TV, teniendo esta ultima la capacidad de conectarse con distintos dispositivos como el Smartphone y tener dentro de estas aplicaciones servicios como YouTube o Netflix.

Enseguida tenemos a la computadora de escritorio con 15.8%, la cual debe entenderse como un dispositivo más grande que una laptop y que al menos cuenta

con tres partes principales para considerarse como tal: el monitor de visualización, el gabinete donde se aloja el sistema de esta y el teclado con el ratón para usarla. Al final tenemos las consolas de videojuegos con un 6.4% estas pueden ser desde las más comerciales como serían la serie "*Xbox*" y "*PlayStation*" o bien menos conocidas como el "*Steam Deck*"

2.3. Datos del uso de recursos en internet en el contexto de AL y México

Nuevamente con ayuda de estadísticas globales, tenemos los datos recabados por la encuesta "*Digital 2021: Global Overview Report*", pero en esta ocasión hemos encontrado datos centrados, esto nos ayuda debido a que tenemos más claros los datos y las variables que se manejan. Para el caso de México contamos también con datos específicos gracias al libre acceso que contamos a estos, sin embargo, para el resto de los países abordados en esta investigación se buscaron estadísticas de origen particular dada la naturaleza de la búsqueda de estos.

2.3.1. Páginas web más usadas en AL

Como ya se había discutido previamente las páginas web son un recurso que está presente en internet desde sus inicios, siendo este el más antiguo de todos es precisamente del que más datos podemos recabar. Gracias a la recopilación de datos proporcionados por "*Similar Web*" y en contraste con la "*Digital Global Overview Report*" logramos encontrar aquellas páginas web más visitadas por los países latinoamericanos que ya hemos estado comentando.

Todas estas fueron contabilizadas en visitas, las cuales pueden variar entre todas las veces en que se le dieron clic para entrar a la página web o incluso por medio de accesos secundarios a estas. Es decir que otra página contenía el enlace a esta página y gracias a esto se redirecciona a la misma.

De acuerdo con Similar Web (2024), en Brasil tenemos el top 10 de las páginas más visitadas, dentro del conteo se encuentran Google con 4.51 Billones de visitas (B), YouTube con 1.42B, Facebook con 877 Millones (M), Globo 676M, Instagram 643M, Uol.com.br 459M, WhatsApp 445M, XVideos 385M, Google.com.br 300M y por último Twitter con 265M. Dentro de todas estas páginas logramos encontrar al

menos dos de ellas categorizadas como contenido informativo y de medios, otras cuatro siendo RSD y al menos una de contenido adulto o para mayores de 18 años.

De acuerdo con Digital Global Overview 2024, para Argentina los datos encontrados fueron los siguientes, Google con 1.42B de visitas, YouTube 509M, Facebook 333M, Instagram 179M, Infobae 161M, Twitter 148M, Mercado Libre 128M, WhatsApp 119M, Lanacion.com.ar 86.1M y XVideos 84.4M. En esta ocasión logramos encontrar por lo menos cuatro que se definen como RSD, otras dos que se dirigen a editoriales de noticias y al menos una de contenido adulto.

Ahora toca turno de visualizar los datos de Colombia. Para las páginas más visitadas en el año 2024 están Google con 1.84B de visitas, después tenemos a YouTube con 1.56B, Facebook 223M, Pornhub 186M, XVideos 145M, AnimeFLV 132M, WhatsApp 111M, Instagram 107M, XNXX 81.8M y TikTok 73.4M. En esta ocasión tenemos al menos cuatro RSD, no se encuentra ninguna categorizada como informativa y esta vez contamos con la aparición de tres páginas destinadas al contenido adulto. Estos datos fueron comparados y retomados por el de mayor alcance entre la Digital Global Overview (2022) y Similar Web (2022).

Para finalizar con el corte extranjero tenemos a Perú, sus páginas más visitadas en el año 2024 son, Google con 252M de visitas, YouTube 227M, Facebook 87.8M, WhatsApp 73.9M, Instagram 33.5M, Twitter 20.8M, Google.com.pe 17.3M, OpenAI 16M, Roblox 15.1M y finalizando Twitch con 12.9M. Al observar estos datos podemos ver cómo los números bajan bastante considerando el resto de los países donde su contabilidad llega incluso a los billones, pero en esta ocasión apenas y tenemos algunos millones dentro de esta estadística. En esta ocasión los datos fueron proporcionados por la Digital Global Overview (2022).

Aquí observamos cinco RSD, no hay ninguna de índole informativa, pero en esta ocasión vemos la aparición de una destinada al uso de las Inteligencias Artificiales (IA) como es el caso de OpenAI y algunas más destinadas a los videojuegos como lo es Roblox y Twitch propiamente, siendo la primera una página de juegos del género simulador y la otra una plataforma de *streaming*.

Para finalizar tenemos ahora a México, en el año 2024 el top de este país queda de esta manera, Google 2.58B, YouTube 859M, Facebook 666M, XVideos 233M, XNXX 190M, WhatsApp 187M, Instagram 185M, Twitter 172M, Google.com.mx 127M y Caliente MX 122M, estos datos fueron recabados por Similar Web (2024). Sorprendentemente en esta ocasión tenemos al menos cuatro RSD, ninguna informativa y bastante cerca del top tres están dos páginas de contenido adulto consecuentes una tras otra.

Destaca el hecho de que para el caso mexicano las principales páginas más visitadas sean más destinadas al entretenimiento y no a la búsqueda de información como hacen otros países. Igualmente, dentro del top 10 podemos observar una página que se dedica a las apuestas en línea, está es Caliente MX.

2.3.2. Aplicaciones de mensajería instantánea usadas en AL y México

Es necesario hacer una aclaración con respecto a que se le define como una Aplicación de Mensajería Instantánea (AMI) y cuál es la principal confusión con respecto a las RSD. De acuerdo con la definición propuesta por Quiroz (2022), estas aplicaciones son basadas principalmente en texto, donde al menos hay interacción entre dos personas que tienen una conversación por medio de cualquier dispositivo conectado a internet. La confusión principal se debe a que muchas RSD cuentan con su apartado de AMI o en el caso de Facebook esta tiene su propia aplicación aparte llamada “FB Messenger”. Una vez hecha esta aclaración podemos proseguir con los datos.

WhatsApp es la principal AMI a nivel latinoamericano, solo hace falta ver que dentro de las páginas web más visitadas esta aparecía en muchos de los top de dichos países, pero resulta que otras AMI también aparecen dentro de las más populares en nivel de uso de estos. Propiamente por mencionar algunas podemos decir que FB Messenger es una de ellas, aunque esta pertenezca al repertorio de aplicaciones de “Meta” al igual que WhatsApp. También se encuentran por otras compañías Telegram, Skype, Line, WeChat, Hangout, etc.

Para esta ocasión se decidió comparar los resultados de la “Digital 2024: Overview Report” con otras fuentes de información como Statista.com (2024), Similar Web,

(2024), entre otras, que nos ayuden a verificar o a complementar los datos que señalan en esta estadística global. Es preciso hacerlo de esta manera ya que dicha estadística no cuenta con todos los datos que se buscan dentro de esta investigación y es necesario tener un campo visual más amplio de los datos para una mejor conclusión.

Empezando nuevamente con Brasil podemos observar que algunas de las AMI más usadas están WhatsApp con cerca de 93.4% de usuarios de internet del mismo país que usan o cuentan con la aplicación dentro de sus dispositivos, después tenemos a FB Messenger con el 60.8%, bajo de este se encuentra Telegram con el 56.5% y gracias otras búsquedas sabemos que también se usan Signal con un total de 373 mil usuarios al conteo de 2021 quienes han ido en aumento junto con Telegram, esto lo sabemos gracias a datos de Statista.com (2024).

Por el lado de Argentina el top no cambia mucho a lo que respecta en comparación con Brasil, siendo WhatsApp el líder con 93%, siguiéndole el paso tenemos a FB Messenger 53.9%, Telegram 39.3%, pero de manera sorpresiva tenemos la aparición de Discord 15.9%. Esta aplicación está destinada al uso paralelo con los videojuegos de computadora. Acerca de ella se hablará a profundidad más adelante. Los datos fueron comparados entre Digital Overview (2024) y Similar Web (2024)

De acuerdo con Digital Global Overview (2024), Colombia tiene la misma historia para el top de AMI más usadas, WhatsApp tiene el 92.2% de sus usuarios en línea, FB Messenger el 68.2% y por último Telegram con el 53.6%. Este tipo de concordancia en los datos no debe sorprender a estas alturas, después de todo se tratan de las aplicaciones más conocidas incluso a nivel mundial, el hecho de que sean tan recurrentes habla de la popularidad y eficacia de estas por parte del gusto latino.

Para el caso de Perú fue algo complicado encontrar los datos exactos que hacen referencia al nivel de uso de las AMI más usadas y es que se debe principalmente a la poca información libre que se tiene incluso de estadísticas gubernamentales del mismo país. Más dada a la tarea de búsqueda se logró encontrar que WhatsApp,

FB Messenger, Telegram, Line y Threema son las que más uso tienen dentro de su territorio (Statista, 2023)

Finalizando con México el top sigue siendo compartido por las tres grandes AMI, WhatsApp con 92.2% FB Messenger 79.9%, Telegram 49.6% y de igual forma tenemos a Threema como parte de las más usadas de acuerdo con datos comparados entre Similar Web (2024) y Statista (2024). Como pudimos observar estas tres aplicaciones son sin lugar a duda las que mayor presencia tienen, pero esto no se debe a que sean las únicas existentes. Como ya se mencionó, existen otras que logran posicionarse dentro del conteo, aunque sea por algunos miles de usuarios que se encuentran dentro del territorio correspondiente a cada país.

Hace falta destacar que estas aplicaciones se encuentran tan arriba en los conteos debido a las posibilidades, practicidad o facilidad y nivel de impacto que implican cada una, es decir, se encuentran en todos lados debido a que son sencillas de usar, cuentan con todas las herramientas necesarias para la comunicación y el nivel de interacción con otras personas o grupos de personas que ofrece es casi ilimitado.

2.3.3. Las RSD, puntos aclaratorios y consideraciones.

Un punto aclaratorio que debemos hacer mención es que, de acuerdo con Torres Vargas, G. A. (2008), el término redes sociales fue usado mucho antes como uno dentro del área de investigación social entre los años 1930 y 1940. Esta autora define a estas redes sociales de la red como software[10] social que permite la interacción y la colaboración. Otro aspecto que se debe comentar de estas es que permiten un nivel de participación e interacción basada en los contenidos publicados dentro de estas, o, mejor dicho, podemos visualizar los temas de mayor interés en lo que se le conoce como "*feed*" o retroalimentación principal de la página.

De las principales razones para hacer uso de las RSD, al menos a nivel AL, se encuentra "mantener contacto con seres queridos", sin duda una de las principales

[10] El Software son los programas de aplicación y los sistemas operativos que permiten que la computadora pueda desempeñar tareas inteligentes, dirigiendo a los componentes físicos o hardware con instrucciones y datos a través de diferentes tipos de programas (Milenium, s/f)

razones por las que la gente usa estas aplicaciones se debe a que permite una comunicación entre personas que posiblemente se encuentren bastante lejos de nosotros, en algunos casos puede ser de un país a otro. La otra razón es “tiempo libre” el mantener la mente ocupada puede ser perjudicial para las personas, buscar entretenimiento es algo crucial. Y de tercer lugar se encuentra “mantenerse actualizado”, leer o visualizar lo último que acontece a nuestro alrededor. (ENDUITH, 2022)

2.3.4 Nivel de impacto de las RSD en AL

Siguiendo con los países de AL, de acuerdo con resultados de Similar Web, Statista y Digital Global Overview, todos ellos retomados y comparados entre sus entregas de 2022 a 2024 nos dan un panorama para los países a continuación.

Comenzando tenemos a Brasil donde en el 2024 cerca de 144M de personas se reportaron como activos dentro de las RSD, lo cual equivale al 77.3% de usuarios de internet totales que tiene el país. Esto refleja al 66.3% de la población total de ese año, lo cual demuestra que más de la mitad de la población se encuentra intercomunicada. Entre las más usadas encontramos que están Instagram con el 91.2% de su población entre 16 a 64 años conectada a la red, a continuación, tenemos a Facebook con el 83.3% y en tercer lugar tenemos a TikTok con el 65.1%.

En el caso de Facebook encontramos que cerca de 111.3M de personas son elegibles para anuncios, cabe decir que para ser elegible para anuncios el usuario debe contar con al menos 18 años o más. El 71.2% de usuarios son mujeres, mientras que el otro 65% son hombres. Prosiguiendo con Instagram, el total de usuarios elegibles es de 134.6M, de los cuales el 89.1% son mujeres y el 67.5% son hombres.

De acuerdo con estas estadísticas, tenemos datos de otras RSD que se encuentran fuera del top cinco. En el caso de YouTube tenemos lo más buscado dentro de su motor de búsqueda. Entre los primeros cinco lugares están las palabras Música, Filme, MC, Musica y Desenho. Hay que aclarar que la palabra MC es un acrónimo para referirse al videojuego Minecraft y Desenho se traduce como “dibujo” del portugués brasileño.

Con Argentina encontramos que tenemos cerca de 31.30M de personas usuarias de alguna RSD, representando al 68.2% de la población total, es decir solo un 31.8% de la población no está intercomunicada. Conociendo ahora a las RSD más usadas encontramos a Instagram con un fuerte 86.5%, después tenemos a Facebook con un 81.9% y finalmente a TikTok con un 57.3%.

Por el lado de Facebook hay 28.75M de usuarios, siendo 87.1% mujeres y 82.4% hombres. Con Instagram sabemos que hay 27.85M de usuarios que se dividen entre el 87.1% mujeres y el 68.6% hombres. Para las categorías más buscadas en YouTube tenemos Música, Argentina, Alejo, videos y Fede. Solo como aclaración, Alejo y Fede son influencers argentinos de gran reconocimiento.

Continuando con Colombia, conocemos que cerca de 36.70M de personas usan alguna RSD, en contraste con su población total sabemos que representa al 70.3% de esa gente. Facebook, Instagram y TikTok son las RSD más usadas con un 89.2%, 86.7% y 67.8% respectivamente. Como podemos notar TikTok se encuentra al menos en el top tres de los países que aquí se comentan por el momento.

Los usuarios elegibles para Facebook en Colombia son 36.70M, 89.8% son mujeres y 91.2% son hombres, por primera vez podemos observar que la mayoría de los usuarios en las RSD no son las mujeres. Instagram tiene 20.05M de usuarios, 55% mujeres y 44% hombres. Para las palabras más buscadas en YouTube tenemos musica, peliculas, salsa, Karol G y canciones. Karol G es una cantante y compositora muy famosa originaria del mismo país.

Para Perú contamos con los siguientes datos, en el caso de su población usuaria de RSD está conformada por 24.05M de personas, lo cual representa al 69.7% de su población total. En el caso de sus RSD más utilizadas no logramos encontrar datos actuales y concisos, sin embargo, se logró hallar el tráfico de usuarios medido en porcentaje, esto quiere decir, la cantidad de información que se envía en estas.

Estas mediciones se contabilizaron en Bits Por Segundo (BPS), recordando que un bit es la cantidad mínima de información que se maneja a la hora de datos digitales. Facebook toma el primer lugar con 68.4%, sigue Pinterest con 10.7% y por último

tenemos a Instagram con 9.7%. Este conteo no representa las RSD más usadas, pero debido a la naturaleza de los datos y complicaciones que se han encontrado tras buscar datos de este país es que se decidió tomar esta medición como un aproximado.

Por el lado de Facebook y la cantidad de sus usuarios se logró encontrar que hay 24.05M, 96.2% mujeres y 108.3% hombres, hasta el momento se desconoce porque el porcentaje de hombres supera al de mujeres e incluso supera el conteo del 100%. Instagram por su lado cuenta con 10M de usuarios, 42.6% mujeres y 37.7% hombres. Para las palabras en el top cinco más buscadas en YouTube tenemos mix, musica, peru, peliculas y canciones.

Para la revisión de datos por parte de México encontramos lo siguiente, el número total de personas que usan alguna RSD es de 90.20M, esto representa al 70% de su población. Dentro de las redes sociales que más se usan esta Facebook con el 93.2%, después tenemos a Instagram con 80.4% y de tercer lugar tenemos a TikTok con un 76.5% (Global Overview Report, 2022).

En concordancia sabemos que Facebook tiene 90.20M de usuarios. Del mismo modo Instagram tiene 44.85M de usuarios. Las palabras más buscadas en YouTube fueron videos, canciones, videos de, musica y películas.

2.3.5. El tiempo destinado para las RSD

Siguiendo con las mismas fuentes de información anteriormente expuestas, otro dato nos muestra la duración por sesión de cada aplicación, es decir, está nos menciona cuanto tiempo de retención tienen. De esta manera podemos dimensionar qué tanto tiempo se gasta durante el día en cada aplicación y muestra el promedio. YouTube ocupa el primer puesto con 7min y 25s, TikTok le sigue con 5min y 56s y en tercer lugar esta Facebook con 3min y 42s.

Junto con los datos de los países anteriormente referidos podemos visualizar dicha medición. Brasil lidera las estadísticas, junto con otros países, teniendo un promedio total de 3h y 37min, seguimos con Colombia que tiene un promedio de 3h y 23min, México con 3h y 14min, Argentina con 3h y 04min. Por último, esta Perú, el cual

como es usual, sus datos no se ven reflejados, pero con ayuda de Statista sabemos que en promedio mensual gastan 200 minutos en RSD, es decir, invierten aproximadamente 11 minutos de manera diaria.

Ahora bien, hace falta aclarar que la razón de porque se decidió medir el impacto de las RSD es precisamente porque en ellas es que se centra la interacción y la comunicación de las comunidades virtuales, es con ayuda de estas aplicaciones destinadas a la socialización que puede haber un intercambio tanto de información como de ideas que permiten a estas comunidades existir o seguir haciéndolo.

Dentro del rubro entretenimiento que tiene un lugar preponderante en los usos de la red, existen también algunas plataformas destinadas únicamente al punto central de la investigación, los videojuegos. Es por lo que con ayuda de estos datos y otros más, podemos dar con el submundo de esta comunidad tan grande que son los video jugadores o "*Gamers*" como ellos mismos suelen llamarse, esta palabra traducida del inglés significa "jugadores".

2.4 Importancia de los videojuegos en la vida cotidiana dentro de AL

Dentro del territorio latinoamericano los videojuegos se han convertido en un tema de interés altamente comentado, tan solo por mencionar algunos aspectos donde estos han sido el punto de atención central es la cantidad de dinero que se mueve gracias a este medio de entretenimiento. De acuerdo con datos estadísticos recientes la industria de los videojuegos en AL cerró el año 2023 con cerca de 5.6 mil millones de dólares (Valdés, 2024)

Aunque por otro lado Statista.com tiene datos donde menciona que esta cifra pudo llegar hasta los 6.3 miles de millones de dólares. Sin duda la industria de los videojuegos puede ser de las que más dinero genera con lo que respecta a otros negocios, tan solo en el 2022 el mercado general a nivel mundial tenía un valor aproximado de los 246 millones de dólares. Con una predicción al 2030 total de 680 millones. Y ni hablar de la cantidad de empleos que genera a la par o incluso de nuevos "oficios" que han aparecido, como es el caso de jugadores de ligas profesionales.

Precisamente hablando del aspecto profesional de los videojuegos podemos incluir las ligas, torneos, encuentros amistosos u otros eventos de categoría incluso mundial de la que estos son los protagonistas. El caso más reciente que estará por suceder aquí en Latinoamérica se trata de la “GamesCom Latam” que tendrá sede en São Paulo, Brasil y está programado del 26 al 30 de junio. A este evento se espera cerca de 50 mil personas asistentes, aunque esto es solo una cifra aproximada y muy posiblemente asistan muchos más.

2.4.1 Alcance de los videojuegos para México

Aunque pareciera a simple vista que el nivel de impacto de los videojuegos no es tan grande dentro del territorio mexicano, cabe hacer una mención a los dispositivos que permiten su uso. Una consola de videojuegos es un dispositivo dedicado a los mismos, es decir, es un dispositivo cuya única función es la de poder ejecutar videojuegos, sin embargo, los celulares y las computadoras son igualmente capaces o incluso hacen mejor el trabajo de una consola a la hora de ejecutar estos mismos.

Hablando desde el lado de datos duros, podemos hacer hincapié tan solo del número de ventas que logró tener el país dentro del mercado de videojuegos en el año 2022, con datos de Statista.com, estas llegaron hasta 1.1M de dólares, siendo superados únicamente por Brasil que contó con 1.3M de dólares en el mismo año. La diferencia es tan poca que podría decirse que se espera que México sea líder en ventas próximamente.

Incluso dentro de la compañía Nintendo, originaria de Japón, se encuentran trabajando mexicanos, por mencionar a alguno, tenemos a Pilar Pueblita quien es la Manager de relaciones públicas y eventos en Latinoamérica por parte de esta. Ella estudió en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), perteneciente al municipio de Ocoyoacac y que cuenta con más de 18 años de experiencia.

A su vez, gracias a datos de la EDUTIH (2022) sabemos que el dispositivo más usado para conectarse a internet fue el celular inteligente o “*Smartphone*” con un total de 94.6M de usuarios. Como principales aplicaciones que más se usan están aquellas que se destinan a los videojuegos, acumulando un total de 36.9% de

usuarios que usan este tipo de aplicaciones, es decir, cerca de 39M de personas jugaban con su celular. Y con ayuda de Statista.com sabemos que la aplicación de videojuegos más descargada, al menos de manera gratuita, fue “Piano Star: Tap Music Tiles” con más de 1.1M de descargas.

2.5. Las comunidades *Gamers*.

Como fue expuesto en el primer capítulo, las comunidades digitales se podrían definir como un conjunto de personas que buscan socializar en la red. Ahora cuando se habla de los distintos tipos de comunidades que podemos encontrar dentro de la red, las denominadas “Comunidades Gamers” son de las más grandes y por supuesto de las más variadas, debido a que estas pueden ser centradas en un videojuego en específico o bien de un género de estos.

Las comunidades por sí solas ya implican el sentimiento de “pertenecer”, Mata Gelson (2012) define este mismo como la manera de ser fiel a un grupo de personas, las cuales tienen sus propias normas, mismas que brindan una seguridad única al convivir con estas y por ende el individuo o persona siente una responsabilidad comunitaria. En otras palabras, mientras más se socialice con la comunidad, más cercanos se sentirán estos para la persona que decidió unirse a ellos en primer lugar.

Aunque una cosa es hablar de la comunidad en general y otra muy distinta de las comunidades centradas en un único videojuego. Si bien podrían parecer la misma cosa, la gran diferencia se debe a que la comunidad en general puede hablar de cualquier videojuego sin importar de cual se trate, lo nuevo o viejo que sea y si es divertido o no. Mientras que por otro lado tenemos a las subcomunidades que se crean gracias a uno en especial, donde solo se habla de ese videojuego y aunque en ocasiones pueden variar su temática general, esta suele ser por poco tiempo y rápidamente se regresa al tema central.

2.6. ¿A quién se le dice *Gamer*?

Podemos llamar *Gamer* a la persona que juega videojuegos, tan sencillo como suena esa podría ser una respuesta rápida y concisa. Sin embargo, esta puede

cambiar dependiendo a quien se le pregunta. Es decir, incluso dentro de la comunidad general hay quienes plantean que no se le puede considerar *Gamer* a cualquier persona que se involucre en el juego, por poner un ejemplo, tenemos a los que consideran que los que juegan por medio de su Smartphone no son totalmente *Gamer*, sino que más bien son eso, jugadores de "*mobil*" que no tienen la experiencia completa de jugar un videojuego tal como ellos lo definen y por ende no merecen ese "titulo".

Por mucho tiempo la comunidad general fue tachada de personas "antisociales", ineptos e incluso incultos o irresponsables. Cuando la gran realidad es que no es así, los medios siempre se llegaron a enfocar en mostrar los casos más extremos de adicción a los videojuegos, dando una mala imagen de este pasatiempo. Incluso una parte de la comunidad se ha convertido en elitista, mencionando que solo cierto número de personas son consideradas como "*Gamers* de verdad" desglosando una gran variedad de criterios que bajo su punto de vista deben ser cumplidos para que se les pueda considerar como un "*Gamer* de verdad" (Betto, 2024).

De acuerdo con datos proporcionados por Statista.com, en el año 2022 se contabilizaron cerca de 260.1M de *Gamers* activos, de los cuales en México 376 de ellos se cuentan como jugadores profesionales, es decir, de los tantos millones que hay en toda la parte de AL, tan solo unos pocos tienen la oportunidad de dedicarse a los videojuegos de manera profesional y ganar un sueldo con base en ello.

De la misma fuente se logró encontrar a la empresa más comercial dentro de México, está siendo la internacionalmente conocida como "Xbox". A su vez los géneros más jugados fueron los de acción y aventura. Para finalizar, las horas de juego suelen variar entre una y cinco, solo unos pocos juegan más de 20 horas diarias. Esto refleja que la gran mayoría de *Gamers* son casuales y muy pocos son altamente dedicados a este pasatiempo.

De acuerdo con Deloitte Gaming y la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) (2022), quienes realizaron un informe con una muestra de hasta 3744 personas, muestran los intereses de los consumidores de los Esports, donde participa League of Legends (LoL), para realizar un perfil de estas mismas. Este mismo informe

demuestra que alrededor de cada tres de cuatro personas se encuentran en el rango de edad de 18-30 años, poco menos del 8,3% tienen estudios de “máster”, entre otros datos.

Gracias a estos podemos tener un panorama más claro de qué tipo de personas son los *Gamers*, al igual de tener una aproximación con respecto a sus actividades diarias, en las que al menos una parte importante de tiempo es usado en jugar videojuegos. Además, como podemos observar, la edad no es un impedimento para realizar actividades del tipo entretenimiento como esta.

2.7. La cultura *Gamer*.

Para lograr comprender la cultura *Gamer*, primero debemos entender que no se trata de otra cosa más de una externalización de una cultura ya existente. Esto lo plantea Gilles Brougere (2020), uno de los mayores especialistas en juguetes y juegos de la actualidad. Lo que se pretende dejar en claro es que la comunidad *Gamer* solo se trata de la misma que años atrás jugaba con juguetes de madera en las calles o bien con juegos de mesa en familia. Pero en esta ocasión los dispositivos digitales como el Smartphone han pasado a sustituir estos antiguos juguetes.

No se trata de un fenómeno totalmente novedoso, ya que se tratan muchas veces de representaciones de la realidad actual, pasada o un posible futuro. En lugar de ser representados de manera física en un patio o en la calle, estos acontecen dentro del mundo digital. Lo que antes eran parques ahora son servidores, lo que antes eran juegos, ahora son videojuegos, lo que se conocía como grupo de amigos, ahora se pueden llamar contactos o amigos en línea y lo que antes era salir a divertirse, ahora podemos nombrarlo una partida en línea.

El modo en cómo nos entretenemos no hizo más que cambiar y continuará haciéndolo, sin embargo, a pesar de que solo hayan cambiado ciertas cosas, otras más sí que han llegado junto con estos videojuegos. Las actividades que se llevan a cabo se realizan completamente en línea, con la conexión a la red se pueden jugar miles de videojuegos de distintos géneros, podemos descargar aplicaciones destinadas únicamente a la comunicación dentro de partidas, por ejemplo, Discord.

2.8 Vocabulario *Gamer* y su uso dentro de la cotidianeidad latinoamericana

Como parte importante de la investigación es preciso conocer algo de la jerga que se usa dentro de los videojuegos, estas son palabras que son en la gran mayoría tomadas del idioma inglés, principalmente del estadounidense, que se emplea con el español y juntos crean estos términos empleados en la gran mayoría de estos. Además, que casi todo el contenido esta traducido a este idioma.

En un ejercicio de indagación, se logró encontrar un glosario de ciertas palabras que más usa la comunidad Gamer, aunque al tratarse de una lista bastante amplia se decidió elegir solo aquellas que se puedan usar en la gran mayoría de los videojuegos sin importar su género. Esta selección fue hecha de manera particular, al ser parte de la comunidad se da credibilidad de que las palabras a continuación expuestas son parte del vocabulario común que se utiliza.

Baitear: de la palabra en inglés Bait, que significa cebo o carnada. Se usa principalmente para definir la acción de una emboscada, con ayuda de uno o más integrantes de un equipo que llevan a una trampa a los enemigos u objetivo de los realizadores de esta.

Banear: de la palabra en inglés Ban, que significa vetar o prohibir. Su uso puede variar dependiendo del contexto, pero generalmente se usa para prohibir el uso o acceso de un objeto o zona del juego. Cuando se trata de acceso, esto implicaría la prohibición de un usuario al servidor del videojuego, usualmente en línea.

Dropear: de la palabra en inglés Drop, que significa soltar o dejar caer. Tal como lo sugiere, esta se usa cuando se pretende desprender de un objeto del juego que tengamos en nuestra posesión.

Craftear: de la palabra en inglés Craft, que significa crear o elaborar. Usualmente usado en videojuegos del género supervivencia, esta palabra refiere a la elaboración de un objeto que esté al alcance del jugador.

Farmear: de la palabra en inglés Farming, que significa agricultura o bien hace referencia al acto de cultivar. Casi siempre se refiere al acto de obtener ingresos o

recursos en el videojuego de una manera estandarizada, esta puede ser rápida o lenta dependiendo del que se trate.

Lag o lagear: de la misma palabra en inglés Lag, que significa retraso. En la mayoría de los casos refiere a un retraso en la comunicación del servidor del videojuego y la conexión a internet del o los jugadores.

Noob: del inglés coloquial se refiere a la palabra Newbie, que significa novato. Algunas veces se usa para evidenciar la inexperiencia de un jugador, aunque puede tratarse de una palabra hiriente dependiendo de cómo se use.

Pro: esta se trata la palabra Professional, pero acortada y que significa profesional. Se usa para describir a una persona que por el contrario del denominado Noob, este demuestra un manejo más completo del videojuego.

Tryhardear: de las palabras en inglés Try, que significa intentar, y Hard, que significa difícil o complicado. Ambas palabras juntas hacen referencia a una persona o a la acción de hacer de la manera más perfeccionista las acciones o eventos del videojuego. También se puede usar como una palabra hiriente dependiendo de su uso.

GG: Este más bien se trata de un acrónimo de la frase Good Game del inglés, que significa buen juego. Su equivalente en español podría ser BJ, es decir, Buen Juego.

Tras explicar un poco de estas palabras utilizadas dentro de las comunidades de videojuegos es preciso destacar que estas mismas suelen ser usadas de manera cotidiana por *Gamers* y aquellos que no lo son. Por ejemplo, Marzal García, Quismondo y Cruz Palacios (2018) propusieron una planeación educativa a nivel universitario donde se contempla bastantes aspectos de la cultura *Gamer*, incluido su lenguaje y el uso de estos.

Además, estas palabras no son propias únicamente de los videojuegos. Estas son empleadas incluso fuera del contexto de este. Los *Gamers* suelen hacer uso muy frecuente de estas palabras dentro de su día a día, lo cual no es de extrañarse debido a que se tratan mayormente de palabras que se pueden usar de manera versátil debido a la similitud de las situaciones de la vida fuera del videojuego.

Para confirmarlo, solo hace falta entrar a cualquier chat o canal de comunicación que se deseé y esperar unos minutos, tal vez menos, para escuchar a miembros de la comunidad hacer uso de muchas de estas palabras o bien de muchas otras que pueden ser desconocidas para gente externa o bien incluso para los *Gamers* mismos que no conozcan exactamente de que se está hablando.

2.9 No todo se dé trata jugar, hay que saber cuándo parar

A pesar de que esta tesis destaca los aportes de los videojuegos al área de la comunicación, las comunidades y algunas de sus características, no podemos hacer caso omiso a las dificultades, efectos negativos o adversos que pueden estar asociados al jugar videojuegos. Después de todo, al tratarse de una investigación se debe contemplar de igual manera las dos vertientes de una misma situación.

Médicamente los videojuegos han comprobado que pueden mejorar rasgos cognitivos como comenta el Dr. Federico Bermúdez en una entrevista realizada por "UNAM Global" y coordinada por Herrera (2024) "No es una actividad pasiva, como se cree, porque debemos interactuar con lo que vemos en la televisión. Si estoy jugando fútbol, debo ver cómo desarrollar la jugada para anotar un gol; si es un juego de acción, debo analizar mis acciones antes de ejecutarlas para que no muera mi personaje. Los videojuegos emplean mucho nuestro cerebro, pero también otro tipo de habilidades, como las audiovisuales"

Sin embargo, cabe destacar que también existen los riesgos de abusar tanto de esta actividad, dentro de las consecuencias más notables se encuentran el desarrollo de la irritabilidad o la ansiedad ante la negativa de no jugar o verse limitados. El aislamiento social en el que puede repercutir dedicar tantas horas a estos mismos y pueden incluso llegar a desarrollar dependencia de estos. Estos son algunos factores que ENOVA (2021) centro médico, contempla dentro de una pequeña investigación.

Incluso se conoce de algunos acontecimientos donde los videojuegos han llegado a verse involucrados e incluso se les ha señalado como principales causantes de algunas catástrofes o sucesos donde vidas han llegado a correr peligro. De acuerdo con El Universal (2020) en el año del 2020 se llegó a vincular al video juego "Natural

Selection” con un tiroteo en Torreón la primaria “Colegio Cervantes” donde un niño de sexto grado fue el autor de este suceso y llevaba puesta una playera donde estaba el nombre del video juego en cuestión.

Para finalizar también cabe destacar que existe una gran cantidad de violencia verbal en los videojuegos. De acuerdo con D’Anastasio (2019) la ONG “Anti-Defamation League” investigó y encontró que cerca del 74% de los adultos que juegan videojuegos han reportado sufrir algún tipo de ataque a su persona mientras jugaban. Se tomó una muestra de 1000 jugadores mayores de edad y cerca del 29% abandono el juego en cuestión por esta serie de ataques.

Dentro del estudio se destacaron algunos títulos donde la toxicidad es mayor, siendo Dota 2, Counter Strike, Overwatch, PUBG, y League of Legends quienes encabezan la lista. Cabe destacar que League of Legends es el video juego retomado para esta investigación y su aparición dentro de esta lista nos puede dar una idea del panorama que podríamos llegar a encontrar a lo largo de esta tesis.

Capítulo 3. Estrategia metodológica.

El objetivo de esta investigación es analizar los procesos de comunicación digital y la manera en que estos contribuyen a la construcción de relaciones y vínculos entre los jugadores jóvenes de habla hispana dentro de la comunidad virtual de LoL. Tal como se revisó en el capítulo uno, existe una gran variedad de recursos que pueden utilizarse, tanto dentro como fuera del videojuego, para lograr una comunicación eficaz.

Otra parte igualmente importante es identificar las características de las vías de comunicación que utilizan los *gamers* y determinar qué aplicaciones o medios cumplen con estos mismos criterios. A su vez, se analizan los elementos comunicativos existentes, lo que permite cada uno, el tipo de incidencia que tienen, así como las interacciones y actitudes que generan, para finalmente visualizar el tipo de relaciones y vínculos que se forman a partir de ellos.

En este capítulo se presenta la estrategia metodológica y analítica que fue empleada para alcanzar el objetivo de la tesis, la cual se desarrolla desde un enfoque cualitativo.

3.1. Enfoque cualitativo

La metodología que orienta esta investigación es de enfoque cualitativo. De acuerdo con Rodríguez y Valldeoriola (2008), este enfoque se interesa por la vivencia y el contexto, tanto histórico como natural, de las personas investigadas. Se enfoca en comprender la "realidad" desde la perspectiva de quienes la viven, respetando siempre el contexto desde el cual dicha realidad social es construida e interpretada.

Canales Cerón (2014) también destaca la importancia de la subjetividad presente en la "realidad social" de los involucrados, ya que en muchos casos esta subjetividad orienta la acción; es decir, permite a los sujetos actuar conforme a sus propias creencias y percepciones. Sin embargo, todo esto parte de una serie de significados y de una "voz dirigida" que se interrelaciona con otras, formando lo que se entiende como esa realidad compartida.

Un aspecto relevante a considerar es lo que plantean Ramírez Aceves y Morales Fajardo (2015): este modelo metodológico debe adaptarse al escenario investigado, ya que dicho escenario suele presentar cambios frecuentes. En este sentido, no existe un modelo totalmente esquematizado que los investigadores puedan seguir de manera rígida; por el contrario, se trata de un enfoque que se caracteriza por su alta flexibilidad y apertura.

Bueno et al. (2018) argumentan que la investigación cualitativa ofrece una forma de comprender el mundo digital actual. Reconoce la importancia del contexto y de los procesos sociales, junto con los factores culturales, políticos y económicos. Dentro de este marco, la comunicación cumple un papel central, ya que permite analizar fenómenos contemporáneos con mayor profundidad.

Además, la amplia disponibilidad de datos —o la posibilidad de acceder a ellos con relativa facilidad— provenientes de los sujetos de investigación, ha abierto nuevas posibilidades para la investigación social cualitativa. No solo se puede acceder a la información que está disponible en línea, sino que también es posible observar ciertos patrones de comportamiento de los propios usuarios (Kennedy et al., 2014).

Para esta investigación, se ha optado por el método de etnografía digital, complementado con técnicas como la observación participante durante las partidas, así como la entrevista a personas jugadoras. Partimos del supuesto de que todo lo que se pretende observar, registrar y analizar ocurre dentro de la red, más específicamente en el entorno del videojuego LoL. Este enfoque, además, facilita el acceso a información que de otra manera resultaría más compleja de abordar o interpretar, dado que el investigador forma parte activa de la comunidad. Esto permite establecer un punto de conexión con los sujetos de estudio, lo que a su vez favorece una comunicación más fluida y significativa.

3.2 Estudio de caso

Este estudio está enfocado en un videojuego, por lo que puede ser considerado un estudio de caso. LoL forma parte de un entramado compuesto por muchos otros juegos que comparten géneros, mecánicas, opciones y recursos similares, lo cual permite contar con una amplia variedad de referencias que facilitan, en caso de ser

necesario, establecer comparaciones. Esto permite identificar qué hace único a LoL y por qué este juego, en particular, propicia la formación de cierto tipo de relaciones y vínculos a través de la experiencia vivida durante las partidas.

Gómez y Roquet (s/f) señalan que el estudio de caso puede ser, al mismo tiempo, simple y complejo, dependiendo del tipo de interés que se tenga o de la naturaleza de la información que se busca analizar. Este tipo de estudio puede centrarse en una sola persona, o bien, contemplar a un grupo o a una organización. En el presente trabajo, se decidió enfocar el estudio en un grupo reducido de jóvenes jugadores.

Con base en el planteamiento de Stake (2005), se reconocen tres tipos de estudio de caso: el intrínseco, el instrumental y el múltiple. Para esta investigación se optó por el estudio de caso instrumental, el cual se caracteriza por examinar un caso específico con el propósito de aportar información relevante sobre un tema más amplio, o bien, para replantear una generalización previamente establecida. No obstante, este enfoque puede implicar que el caso en sí quede en segundo plano, considerado únicamente como una fuente adicional de información.

Por su parte, Weber (1981) sostiene que las actividades racionales dentro de un contexto también pueden estar influenciadas por valores, relaciones afectivas o incluso tradiciones. Es decir, al realizar un estudio de caso, es fundamental tener en cuenta estos factores, ya que son claves para comprender de manera más profunda a la población objeto de estudio.

3.3. Etnografía digital

Sánchez y Serrano (2008) señalan que la etnografía digital implica analizar el tipo de interacción que existe entre el o los sujetos y el entorno digital; de esta forma, es posible identificar nuevas formas de entendimiento que se desarrollan en dichos espacios.

A diferencia de los entornos físicos, los espacios digitales pueden ser visitados en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo cual requiere una planeación estratégica que considere su naturaleza atemporal y no geolocalizada. Asimismo,

debido a que esta investigación contempla la interacción con personas de otros países, una complicación evidente es la diferencia horaria entre México y otras naciones de habla hispana, aspecto que se tomó en cuenta para lograr una comunicación efectiva.

LoL, al ser un entorno no físico, pero sí digital, permite una amplia gama de interacciones en línea que pueden analizarse en tiempo real. Sin embargo, también da lugar a formas de interacción fuera de línea, como conversaciones en redes sociales o encuentros en otros contextos. Contrario a lo que podría pensarse, un videojuego como LoL ha abierto el camino para que una comunidad tan amplia como la de sus video jugadores y fanáticos pueda experimentar distintos tipos de vínculos entre sus integrantes.

Castillo et al. (2021) argumentan que el espacio digital no es más que una extensión de los espacios público y privado. En este sentido, el tiempo también se transforma, ya que no es necesario coincidir en el mismo momento ni en el mismo lugar para generar interacción; ahora pueden establecerse formas más complejas y flexibles de relación social, aspecto que resulta especialmente relevante para esta investigación.

Asimismo, los mismos autores destacan la importancia de lo efímero en el entorno digital. Existen plataformas y aplicaciones cuyo contenido tiene una duración limitada —por ejemplo, 24 horas—, lo que implica que, tras ese periodo, el material puede desaparecer y volverse prácticamente inaccesible. Por esta razón, se procura documentar y resguardar evidencia de todo aquello que se desea investigar, asegurando su disponibilidad para el análisis posterior.

Todo esto se complementa con la observación participante, ya que formar parte activa de la comunidad facilita el acceso a la información. Esta participación permite generar confianza entre los miembros del grupo, favoreciendo un acercamiento más profundo. Hine (2015) sostiene que el papel del etnógrafo implica estar lo suficientemente presente como para ser aceptado dentro del entorno estudiado, lo que le da la oportunidad no solo de observar, sino también de participar directamente en los eventos y dinámicas que allí ocurren.

3.3.1. Consideraciones de la etnografía digital

Una de las consideraciones más importantes que deben abordarse en este tipo de investigación es el tema de la privacidad. La etnografía, al centrarse en el estudio de comunidades, suele apoyarse en la observación y la observación participante. Sin embargo, cuando existe la posibilidad de mantener el anonimato de manera permanente, esto puede resultar moralmente cuestionable, ya que podría interpretarse como una forma de vigilancia encubierta o "*stalkeo*".

Otra consideración fundamental es la que plantea Miller (2018), citado en Castillo et al. (2021), quien argumenta que deben tenerse en cuenta tanto las dimensiones online como offline de la vida de los sujetos investigados. En otras palabras, es necesario considerar no solo sus interacciones digitales, sino también su contexto personal y social fuera de la red, con el fin de construir un campo etnográfico más completo y equilibrado. De esta forma, se abordan dos perspectivas complementarias que enriquecen la comprensión del fenómeno.

Dentro del espacio digital también resulta crucial atender a los perfiles y representaciones que las personas construyen. Así como el investigador puede optar por el anonimato, los sujetos de estudio también tienen esa posibilidad, lo cual, en ocasiones, puede dificultar la obtención de datos verificables y afectar la fiabilidad del trabajo. Por ello, conocer tanto la vida digital como la no digital de los participantes contribuye a una comprensión más sólida y ética del entorno investigado.

Un aspecto adicional que debe considerarse es la ética implicada en la realización de investigaciones con enfoque digital. En este sentido, resulta pertinente retomar el Código de Ética del Colegio de Antropólogos de Chile (2007), el cual establece principios fundamentales como el respeto al investigador, a los colaboradores, a las buenas prácticas, al patrimonio cultural de los involucrados y a la protección de las personas y comunidades participantes.

Este trabajo también se guía por los principios del Código de Ética del Colegio de Etnólogos y Antropólogos Sociales A.C. (CEAS) (s/f), el cual establece una serie de lineamientos que todo investigador debe seguir cuando trabaja bajo este enfoque,

con el fin de evitar que la investigación se vea comprometida o que genere consecuencias negativas para los involucrados. Asimismo, este código contempla el respeto a las leyes nacionales e internacionales, y a otras consideraciones relevantes cuando se trabaja con personas ubicadas en otros países.

3.4 Observación participante

Dentro de este espacio digital y debido a las pocas investigaciones que se pueden encontrar de este mismo tópico, es que se tomó la decisión de hacer una observación participante, puesto que al pertenecer a la comunidad de *Gamers* es más sencillo poder encontrar aspectos vinculantes que puedan permitirnos tener una comunicación más fluida o que esta misma de apertura a encontrar temas que tal vez esta investigación no tenga contemplados.

La participación permite no solo conocer, sino también compartir los códigos o significaciones que hay dentro de las dinámicas existentes en este espacio y que la comunidad comparte de manera cotidiana dentro de su entorno. Al poder jugar y analizar podemos tener puntos de vista o vertientes que en un principio podríamos no haber considerado, es preciso que se pueda abarcar de la manera más amplia estos aspectos para conseguir un trabajo más completo.

Castillo et al. (2021), destacan las potencialidades de la observación participante porque lleva a describir aspectos desde su propia experiencia y en sus propias palabras. Es decir, esto ayuda a tener información que ya fue interpretada previamente.

Ingold, T. (2017) hace hincapié en este tema y comenta que este conocimiento depende más de las habilidades de percepción que tenga el investigador y en el juicio de este. Todo esto con ayuda de su clara participación e involucramiento directo dentro del entorno que le rodea. Igualmente comenta que no se trata de objetivar lo que se ve, sino de saber prestar atención en las personas y las cosas, siendo así que se pueda aprender de ellas.

Dentro de los instrumentos que se necesitarán para llevar a cabo este método, se necesita del conocido diario de campo, fichas de observación y en el caso de

Castillo et al. (2021) ellos sugieren que se deba de tener una bitácora de preguntas de investigación que sirvan de manera auxiliar para dirigir la información hacia nuestro sesgo de interés.

En el caso de esta investigación, se realizó observación participante durante las partidas, esto es, mientras las personas juegan. Se observaron momentos específicos dentro de una partida de LoL para analizar qué elementos o recursos interfieren en la construcción de estos vínculos. Para esto mismo se ha elaborado una guía de observación que nos permite categorizar de una manera más acertada en que momentos y cuáles son las interacciones que se logran apreciar. **Anexo 1**. Guía de observación.

Para este ejercicio se decidieron tomar en cuenta 10 partidas, cada una realizada en diversos modos de juego que LoL ofrece, desde el modo clásico con el mapa “La grieta del invocador” hasta llegar al modo temporal de evento llamado “Arena”, cada uno de ellos con sus reglas y condiciones de victoria distintas.

Todas estas partidas fueron documentadas de manera videográfica, con sus respectivas anotaciones, en las que se dio seguimiento puntual de cada interacción en la que los jugadores de manera individual daban. Esto se trató de registrar desde el punto de vista del equipo aliado y del enemigo. Sin embargo, con respecto a este último, debido a cómo funciona el sistema de repeticiones de LoL, no se pudo acceder a la perspectiva del bando enemigo, al menos no de manera completa y para su preservación durante un tiempo más prolongado que el de solo un día.

3.4.1 Consideraciones de la observación participante

De acuerdo con Sánchez Serrano (2001), este autor destaca que el método debe mantenerse abierto a la posibilidad de incorporar nuevos casos o informantes, conforme lo requiera el desarrollo mismo de la investigación. Esto se debe a que, a lo largo del proceso, pueden surgir nuevas informaciones o hallazgos que den lugar incluso a objetivos no contemplados inicialmente. Tal situación podría implicar que el curso de la investigación se modifique, ya sea de manera ligera o sustancial.

Por su parte, Apud Peláez (2013) plantea otra consideración clave respecto a este método: la construcción del objeto de estudio. Sostiene que los pasos de la observación participante no deben seguir un orden rígido, ya que tienden a yuxtaponerse. Por ello, es necesario establecer un diálogo constante entre las fases del trabajo de campo, lo que permite reorganizar las acciones conforme se avanza y, de esta manera, mantener una adecuada gestión de la información.

Además de la observación de partidas —entendiendo que a partir de estas pueden construirse relaciones y vínculos de diversa índole—, se considera igualmente necesario realizar entrevistas a jugadores, es decir, a quienes participan activamente y están dispuestos a profundizar en aspectos de su experiencia. Esta técnica permite abordar con mayor detalle la dimensión "offline" de sus vidas, la cual puede complementar o contrastar con lo observado en el entorno digital.

Gracias a esta técnica, se puede acceder a información más precisa y confiable, ya que proviene directamente de los sujetos de estudio o de la población previamente seleccionada como parte del trabajo de campo. Esto contribuye no solo a fortalecer la validez de los datos, sino también a obtener una visión más integral del fenómeno que se investiga.

3.5. Entrevistas a personas jugadoras de LoL

Kahn y Cannell (1977), citados en Vela Peón (2013), definen la entrevista como una construcción social diseñada para permitir que los individuos se expresen, proporcionando información esencial sobre lo que ya ha ocurrido, sobre sus experiencias presentes e incluso sobre lo que podría suceder en el futuro dentro del tema de interés de la investigación.

Dado que esta investigación adopta un enfoque cualitativo, es importante resaltar también su interés antropológico. En este sentido, Vela Peón (2013) señala que, desde la perspectiva de la antropología, las entrevistas son herramientas fundamentales, ya que permiten acceder a los saberes culturales que deseamos explorar. Este conocimiento puede originarse en comunidades específicas o en grupos sociales más amplios, y resulta valioso precisamente porque difícilmente puede obtenerse por otros medios.

Silverman (1989), también citado por Vela Peón (2013), subraya la importancia del interaccionismo en la entrevista, destacando que, a través de la interacción y la interpretación, se pueden identificar los significados que los sujetos asignan a su experiencia. Además, retoma el enfoque de Garfinkel, quien centró su interés en las prácticas cotidianas como formas mediante las cuales los individuos hacen visibles las relaciones sociales, un punto particularmente relevante para los objetivos de esta investigación.

Si bien es cierto que la entrevista puede presentar limitaciones metodológicas, es necesario comprender que muchos de estos desafíos surgen de las subjetividades e interpretaciones individuales que cada participante aporta desde su contexto personal. Sin embargo, estas perspectivas deben considerarse como datos significativos, siempre que se analicen e integren cuidadosamente con el resto del material obtenido.

Para esta investigación, se optó por utilizar la entrevista en profundidad, la cual, según Vela Peón (2013), no sigue una estructura rígida ni un horario definido. Este tipo de entrevista busca generar un ambiente cómodo para el entrevistado, lo que facilita la confianza y la apertura, permitiendo así la aparición de información valiosa que, en muchos casos, no había sido contemplada previamente.

En cuanto a la selección de participantes, se establecieron ciertos criterios para su inclusión. En primer lugar, se solicitó que las personas se autodefinieran en términos de género, información relevante para llevar un registro analítico. También se consideró indispensable que tuvieran al menos seis meses de actividad reciente en el juego, dado que no es equivalente poseer una cuenta antigua sin actividad, a tener una cuenta nueva, pero con participación constante. Además, se delimitó un rango de edad entre 20 y 29 años, ya que, de acuerdo con los datos estadísticos obtenidos a través de encuestas publicadas por *Statista*, este grupo representa una proporción significativa de jugadores activos.

Asimismo, se solicitó que los participantes pertenecieran a los servidores de Latinoamérica Norte (LAN), Latinoamérica Sur (LAS) o Europa Oeste (EUO). Aunque se tiene conocimiento de que existen jugadores hispanohablantes en otros

servidores, se decidió enfocar la investigación en aquellos con mayor concentración de usuarios de habla hispana, lo que resulta metodológicamente más pertinente.

Gracias a estos criterios, se logró contar con la participación voluntaria de seis video jugadores, quienes fueron entrevistados de manera individual. De ellos, cinco se identificaron como personas de género masculino y una persona como de género fluido. Todos los participantes son originarios de distintos países de Latinoamérica, como México, Colombia y Perú. Las entrevistas se llevaron a cabo durante un periodo de dos meses, entre noviembre y diciembre del año 2024.

En la tabla siguiente se desglosa de manera gráfica esta serié de puntos particulares que posee cada uno de nuestros jugadores:

Identificador	Identidad de género	País	Ocupación	Tiempo de juego	Tipo de jugador	Edad
Q	Masculino	Colombia	Estudiante	3 años	Casual	19
W	Masculino	Perú	Contador	5 años	Estratégico	23
E	No binario	México	Estudiante	1 año y 2 meses	Casual	No la mencionó
R	Masculino	México	Desarrollador	4 años	Casual	25
A	Masculino	México	Estudiante	6 años	Casual	20
P	Masculino	México	Freelancer	6-7 años	Casual	22

Es importante destacar que a cada uno de nuestros entrevistados se le otorgó una letra a modo de identificador para la protección de sus identidades. La razón del porque se decide hacer esto es debido a que dentro de la base de datos de LoL, es fácil encontrar a cada jugador únicamente escribiendo su “nickname” dentro de la herramienta “buscar a un jugador”, es por esto por lo que para prevenir circunstancias que puedan vulnerar la privacidad de nuestros entrevistados y a su vez evitar escenarios del tipo violentos o desagradables para ellos es que se tomó esta decisión.

Cada uno de ellos accedió a la grabación de audio de su entrevista, también se cuenta con las transcripciones de cada una de estas, con la cual en el siguiente

apartado de esta investigación se logra vislumbrar un desglose más amplio de los hallazgos. De la misma manera es preciso agregar que la guía de entrevista puede ser vista en el **Anexo 2**. Es importante destacar que el tipo de interacción durante las entrevistas fue siempre desde el respeto y la apertura a la escucha, jamás se presionó a los entrevistados.

Importante a mencionar que esta muestra no es representativa, sino que para fines de esta investigación es pertinente tener esta serie de consideraciones, ya que elaborar un trabajo más grande conllevaría a métodos macro, a los cuales se les hace la invitación a otros compañeros investigadores para realizarla.

El objetivo de las entrevistas es lograr observar el tipo de vínculos existentes que se logran crear con base en el videojuego LoL, sin descuidar la parte analítica de la experiencia que se vive dentro de las partidas, así como la percepción que los propios jugadores tengan de este. También se toma en consideración a las amistades y el desarrollo de estas entre los entrevistados.

Capítulo 4. Experiencias digitales entre los jóvenes video jugadores de Latinoamérica y su forma de comunicarse

A partir del procesamiento de la información obtenida en la observación participante y las entrevistas realizadas, el presente capítulo presenta un análisis de las experiencias de jugadores de LoL, prestando especial atención al papel que juegan los procesos de comunicación en la experiencia del juego, pero también en la construcción de vínculos. Este análisis incluye su inicio en el juego y su experiencia en el mismo, en donde tienen lugar diversas experiencias: algunas violentas, otras asociadas a la estrategia del juego y otras que son satisfactorias. También se abordan las estrategias para evitar la toxicidad en la interacción y la forma en que estos jugadores se auto perciben.

Cabe mencionar que en este capítulo se recurre a algunos testimonios recabados en las entrevistas, y para preservar la identidad de las personas, se usa la letra con la que es identificada en esta tesis. También se usan algunas imágenes para tener una mejor apreciación del entorno virtual y la comunicación en dicho espacio. En estos casos, las imágenes mostradas tienen censurados los nombres de usuarios, a modo de protección de la identidad y seguridad

4.1 Primer acercamiento, “Es peligroso ir solo…”[11]

LoL se ha destacado en el mundo del *gaming* por ofrecer un videojuego altamente competitivo e interactivo, prueba de ello es su integración a los EASports en el año de 2011, mismo en el que su primer campeonato mundial se disputó, para entonces con un premio de hasta 100 mil dólares, pero en su entrega más reciente en 2024 su premio al equipo ganador consto de más de 450 mil dólares (Calvo & Gil, 2024). Esto nos lleva a pensar en el modo en que LoL se adentra en la vida de sus

[11] *'It's dangerous to go Alone! Take this.'* Es peligroso ir solo, toma esto. Traducción de la primera frase que pudimos leer en un The Legend of Zelda. (García, 2017)

jugadores y fans, porque de igual manera su máximo de espectadores en plataformas de *streaming* de este evento anual fue de 6.9 millones (Iyer, 2024).

Sin embargo, cabe destacar que la participación a estos grandes eventos como lo son "*Worlds*", están reservados para sus jugadores profesionales. Mientras que por el otro lado tenemos a sus jugadores convencionales que de igual manera adoran jugar este videojuego y que conocen la parte importante de ganar o perder, debido a que LoL es un juego donde existen ganadores y perdedores. Esto queda demostrado en partidas realizadas dentro de la dinámica de observación participante donde el sistema nos indica si hemos resultado vencedores o no.

Por la parte del tipo de comunicación dentro de LoL, las entrevistas, junto con las partidas realizadas y registradas, además de la información previamente recopilada, lograron facilitar encontrar datos de carácter útil que comprende una serie de puntos aclarativos y otros nuevos. Parte de los temas en común que se lograron encontrar dentro de las entrevistas es que los jugadores no llegaron a LoL de una manera azarosa, sino que se debe más a factores externos que los convencieron de jugarlo, desde contar con amigos dentro del juego de manera previa con los cuales empezar a jugar o bien gracias a la publicidad que Riot Games lanzó a diferentes plataformas.

Ilustración 1 (Anuncio creado por Riot Games, 2020)

Un ejemplo claro es la experiencia que el jugador W nos logra relatar, mencionando que su primer acercamiento a LoL fue precisamente gracias a fuentes externas a él y que además no se encontraría jugando solo *"…por los anuncios que se habían mostrado a aparte de que unos amigos, uno en concreto, me dijo que estaba jugando LoL…"* cabe mencionar que su trayectoria dentro de LoL ha sido bastante larga debido a que cuenta con cinco años jugándolo y hasta la fecha sigue disfrutando del mismo.

El que siga jugando tal vez se deba a un posible hábito que se ha quedado debido al tiempo de llevarlo a cabo. Otro jugador que comenta algo similar es el jugador E que alentado por amistades y familia cercana decide aventurarse a probar LoL, nuevamente podemos apreciar que no se encontraría solo en el descubrimiento y aprendizaje de cómo jugarlo "*Lo empecé a jugar porque mi grupo de amigos que tengo en Discord y son streamers empezaron a jugar y captó mi atención porque al mismo tiempo mi primo desde que yo recuerdo él jugaba League of Legends ahí en su casa…"*

Un punto por destacar de la experiencia de nuestro jugador E, es que sus amistades pertenecen al mundo del entretenimiento, estos individuos llamados Streamers son personas que hacen contenido en vivo, es decir, que se enfocan en entretener o mostrar distintas actividades que agraden a usuarios de internet y decidan verlos por cuenta propia.

Hilando esta parte con los comerciales y/o imágenes promocionales en donde se puede anunciar el videojuego, ya sea por medio de YouTube, Instagram, TikTok e incluso Facebook. Es el hecho de que los viejos jugadores animen de manera directa o indirecta a otros jugadores novatos a probarlo. Es ahí donde ya se ha hecho la mitad del trabajo para que los posibles nuevos jugadores experimenten y decidan por cuenta propia si LoL les interesa lo suficiente como para seguir jugando. Dentro de estas RSD existen estos creadores de contenido que a raíz de este juego basan su contenido para exponer información útil y dar el conocimiento técnico del mismo o bien yendo más por la vía del entretenimiento puro con contenido que hable acerca de la historia, personajes o curiosidades que engloban a LoL.

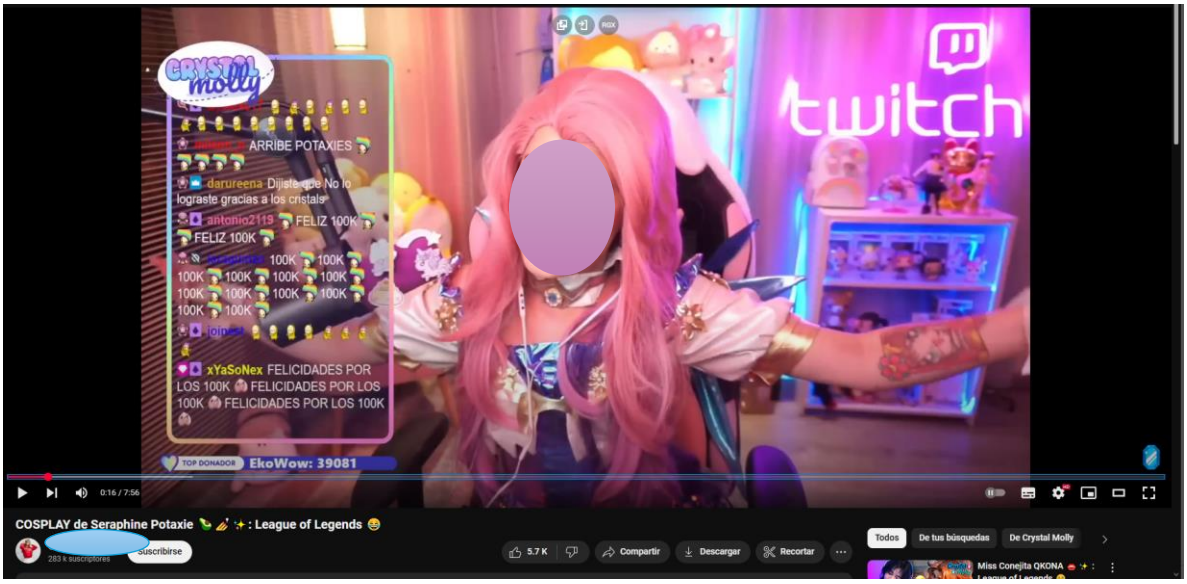

Ilustración 2 (Cosplay de Seraphine Potaxie **: *League of Legends***, *2022)*

4.2 Una experiencia violenta[12]

Si bien las y los entrevistados han coincidido de manera muy similar respecto a su primer vistazo al juego, cuando se habla de la experiencia dentro de las partidas este punto de vista varía. La idea de un juego divertido, al menos después de empaparse más de la dinámica de las partidas, podría transformarse en una experiencia más violenta. Todos los entrevistados coinciden en que las partidas pueden ser disfrutables con amigos debido a que se convive con personas de un mismo circulo social. Pero igualmente reconocen que entre más partidas se juegan, más logras conocer la dinámica "tóxica" que la comunidad tiene.

Esto mismo nos lo relata el jugador Q que tras tres meses de haber empezado a jugar LoL tuvo una visión de este de ser un video juego repetitivo y aburrido, pero que por alguna razón no podía abandonar.

> *"Al… al inicio sí fue divertido, pero ya después de un tiempo como que ya se torna repetitivo, eh… tiendes a encontrarte con gente muy flammer, ósea,*

[12] De acuerdo con la secretaria del Bienestar (s/f) la violencia se define como "el uso intencional de la fuerza física o el poder contra una persona, un grupo o comunidad y que tiene como resultado un daño psicológico, lesiones, la muerte, privación o mal desarrollo."

que te insulta por el más mínimo error, entonces ya tipo, después como por los primeros dos, tres meses ya como que se empieza uno a aburrir, pero pues por alguna razón pues ya uno no lo puede dejar"

Cabe destacar que la palabra "tóxico" hace alusión al tipo de lenguaje que los jugadores dentro de LoL utilizan para referirse a personas, partidas o situaciones que denoten un comportamiento incomodo, violento e incluso amenazante. No es de extrañar que en múltiples ocasiones nuestros entrevistados utilicen el lenguaje que se maneja dentro del juego, debido a que se le considera como conocimiento básico comprender la terminología que comprende este videojuego.

Un ejemplo claro sucede con nuestro jugador E quien refiere en múltiples ocasiones a personas denominadas como "tóxicas" quienes desde su punto de vista rompen una convivencia amena entre jugadores de LoL y que por desgracia pueden aparecer incluso fuera del mismo video juego.

"…llegué a tener mis experiencias con personas tóxicas, tanto en el chat de la partida como en el chat de Discord porque me empecé a meter a uno de LoL donde estaban mis amigos y había personas muy toxicas, no te puedo decir específicamente si eran hombres o mujeres, pero era un ambiente muy tóxico y también muy competitivo y también no era un espacio de tolerancia, se decían insultos."

El principal factor de este ambiente "tóxico" es debido a los jugadores denominados como "*Flammers* o *Harass*", de acuerdo con los entrevistados estos son definidos como personas con problemas de ira o que no saben manejar sus emociones apropiadamente. Ya que en múltiples ocasiones estos jugadores suelen hacer uso de palabras hirientes, frases que inciten al odio e incluso mencionar cosas como "matate" dentro de las partidas.

Algunos creadores de contenido en las RSD han llegado a compartir sus propias definiciones, como es el caso del YouTuber Mercy Plays (2024) quien se dedica a crear contenido informativo con un toque humorístico para que la gente pueda aprender a jugar LoL o bien para conocer un poco más de la dinámica que se crea

dentro de la comunidad del videojuego tal como expresa nuestro jugador W quien en un tono molesto menciona su punto de vista acerca de cómo es que percibe a este tipo de jugadores. *"… ¿qué tan mal tienes que estar para insultar a la gente solo porque no saben jugar un jueguito? (...) ni que ellos supieran más…"* cabe destacar que él hace referencia a una situación individual que llegó a pasar dentro de LoL, a su vez podemos notar que estas experiencias lo han molestado.

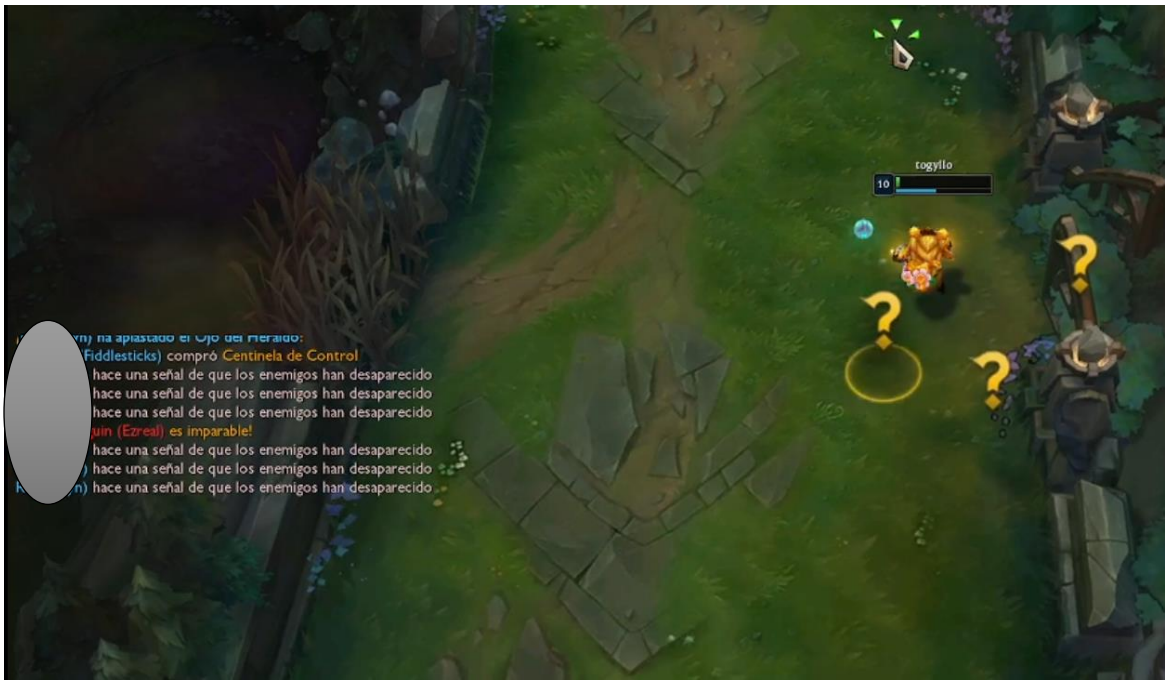

Ilustración 3 (Uso repetitivo de un "ping" para denotar enojo, partida del registro 25-09-2025)

Los entrevistados argumentan que "jugar mal" es uno de los principales motivos de porque los "flammers" y "harras" crean este ambiente "tóxico", a raíz de esto entre nuestros entrevistados comentaron que debido a este tipo de problemas decidieron abandonar o suspender su actividad dentro del videojuego. Esto mismo es lo que sucede con nuestro jugador E quien harto de estas actitudes, y otras razones donde atacaban a su persona, decide mejor dejar de jugar LoL de manera definitiva

> *"…era un ambiente muy tóxico para seguir en él, también llegue a recibir amenazas de violación porque yo no entraba en las partidas en los momentos que mi equipo decía que ya no eran como mi grupo de amigos, sino con otras personas, eso fue la gota que derramo el vaso para que ya no regresara".*

Dentro de LoL existe una herramienta de “chat” o de mensajería, lo cual permite que los jugadores se comuniquen entre sí e interactúen en pro a crear estrategias u organizarse para saber que hacer dependiendo de las circunstancias. Sin embargo, muchos son los jugadores que la usan para insultar, agredir, acosar e incluso amenazar a otros. Las razones pueden ser varias, pero de las más comunes son precisamente la visible falta de experiencia en los jugadores novatos y que terminan siendo agredidos por “no saber cómo se juega el juego”.

En lo que respecta a los recursos de comunicación, los gestos dentro de LoL fueron los recursos visuales más usados dentro de las partidas, incluso por encima del mismo texto. Estas imágenes, a veces acompañadas de sonidos, son de los recursos preferidos que los jugadores utilizan para expresar una variedad de sentires o emociones que se sienten o buscan hacer sentir a otros jugadores.

A pesar de que existan estas herramientas de comunicación y los jugadores encuentren las maneras de usarlas de forma ingeniosa para expresarse, parece irónico que, en gran parte, al menos de las partidas realizadas, estas herramientas no fueron usadas para el fin por el que fueron dispuestas.

El principal uso para el que se emplea el chat dentro de las partidas es para comunicarse de manera efectiva con el equipo y armar un plan de acción que les permita ganar la partida, pero la realidad es que los jugadores les daban otras funciones. Riot Games propiamente ha publicado videos en su canal de YouTube de cómo se deben manejar las herramientas de las partidas.

A partir del ejercicio de observación realizado en el marco de esta investigación, es posible señalar que mientras unos usaban el chat de manera adecuada, otros simplemente se limitaban a escribir comentarios donde se resaltaran errores, buscando apuntar el dedo acusador a otro jugador y de esta manera deslindar la responsabilidad que también comparten al formar equipo con esa persona.

Por ejemplo, el uso de un gesto que dentro del contexto del mismo video juego es tomado como “ofensivo” o “molesto” determina que la intención de usarlo es precisamente hacer sentir a otros jugadores de una manera incomoda. Si esto lo

relacionamos con los distintos tipos de violencia que se pueden llegar a hacer en un espacio digital, este ejemplo aplicaría como una demostración de hasta donde pueden llegar personas que buscan dañar a otras.

De igual forma, en esta investigación se pudo observar que otro recurso muy utilizado dentro de la dinámica de las partidas son los “pings”, descritos como pequeñas alertas que los jugadores usan para llamar la atención de sus compañeros de equipo para dar indicaciones. Aunque en algunas ocasiones, en lugar de representar una instrucción, resultan molestas para el jugador o jugadores que se les pretende llamar la atención.

A modo de ejemplo, el “ping” “un enemigo ha desaparecido” tiene la finalidad de alertar a los compañeros de equipo que un enemigo no se encuentra visible en el mapa, pero debido a que tiene forma de signo de interrogación “?” algunos jugadores optan por usarlo para cuestionar las acciones de sus aliados, como si de un reclamo se tratase.

Esta acción se considera molesta entre los jugadores y algunos llegan al punto de silenciar las alertas, con la finalidad de dejar de escuchar o ver estos “reclamos”. De esa manera resulta creando un círculo vicioso, que parte de una mala comunicación, posteriormente se bloquea ese canal y en consecuencia tenemos nuevamente una interacción ineficaz.

Esto podemos reafirmarlo gracias a las partidas registradas, en la mayoría de estas partidas se encontró con actitudes tóxicas que reprochan la forma en cómo los jugadores juegan, siendo que evidencian o bien señalan que determinado jugador no logra hacer bien su rol dentro de la partida, frases como “¿Es troll?” o “¿Esta troleando?” son algunas de las que se tiende a mencionar cuando se termina por cuestionar si la persona detrás de la pantalla, detrás del personaje, realmente está jugando en serio o bien sus acciones son encaminadas a ser molestas para su propio equipo.

Ilustración 4 (Uso de la palabra "troll" como una ofensa, registro de partida 26-09-2024)

"Al inicio me frustraba, me enojaba, quería responderles, después me empezó a valer madres." Esto fue lo que nos comentó el jugador R con respecto a cómo se llegó a sentir ante este tipo de circunstancias denominadas "toxicas" y en la cual podemos notar que toma una actitud indiferente a modo de respuesta para afrontar las circunstancias que le aquejaban en el juego.

También el jugador A mencionó una experiencia parecida, sin embargo, notamos que su actitud es muy diferente a la hora de afrontar estas escenas tóxicas que se presentan en LoL, siendo, de hecho, más proactivo. *"primero me frustré demasiado, con esa persona, pero terminamos ganando por mí y eso me hizo sentir bien, porque le demostré que teniendo buena actitud se pueden hacer más cosas que teniendo una actitud fea…"*

Dentro de la propia comunidad se reconoce que existe una "jerarquía" o algún tipo de dominancia de poder por parte de los jugadores de "*elo*" alto, es decir, que aquellos jugadores con un prestigio más alto, o apenas más alto, que el resto tienden a considerar tener el derecho de "corregir" o bien de "subestimar" a los jugadores con menos habilidad.

Este tipo de actitudes no son exclusivas del apartado competitivo del juego, es decir, de las partidas *ranked*, sino que incluso dentro de partidas normales, los jugadores optan por ejercer la violencia en múltiples formas para molestar, dañar o desestabilizar a los jugadores detrás de la pantalla, incluso por mera diversión. Lo más preocupante de este apartado es que algunos jugadores, incluso dentro de nuestros entrevistados, han confesado que también llegan a cometer estos múltiples actos de violencia, algunos a modo de "repetición" y otros porque esa ya es su forma de afrontar los problemas, es decir, incluso dentro de su vida cotidiana o al menos lo fue en algún punto, tal como nos relata el jugador W.

> *"…te puedo decir las consecuencias de haberme dejado llevar de esas emociones, te puedo decir que tuve problemas familiares por no saber cómo manejar las emociones eh, fue una pelea fuerte, no recuerdo contra quien fue, no recuerdo bien la partida, pero si recuerdo las consecuencias de…"*

4.3 Sesgo entre ligas

El "*elo*" es definido entre el argot de los jugadores como el posicionamiento que se ocupa dentro de la división de ranking que LoL hace público por medio de las ligas, estas a su vez se subdividen entre la más baja que es "hierro" y la más alta que se llama "Retador o *Challenger*".

En total existen hasta este momento diez divisiones de ligas, el mismo posicionamiento puede conocerse gracias a un apartado dentro del cliente de LoL que desglosa el lugar que el jugador ocupa y a su vez muestra al resto de jugadores que se encuentran dentro de la misma categoría e incluso de quienes están a punto de ascender de liga.

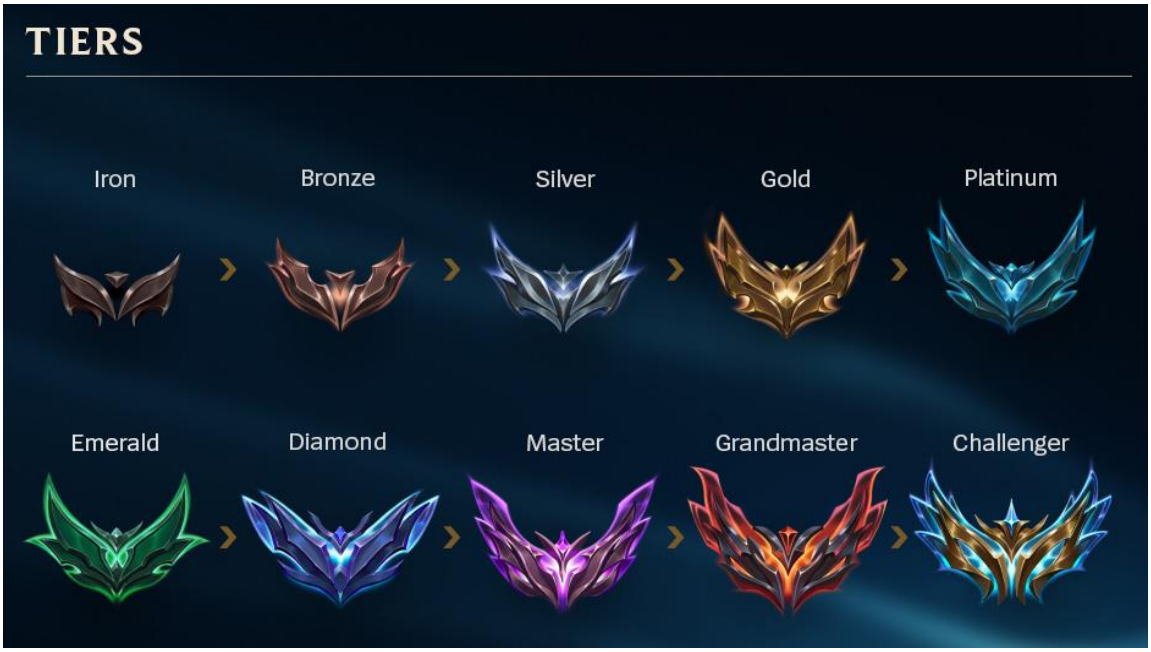

Ilustración 5 (Ligas de League of Legends, Riot games 2024)

"(…) cuando estaba en un rango que se llama "oro", en ese tiempo si había gente muy tóxica no podías este, tener una partida tranquila porque insultaban a cada rato…" Como esta y muchas más situaciones ocurren dentro de LoL, el jugador W comentó que dentro de la liga "oro" los jugadores suelen tener actitudes agresivas, ofensivas e incluso reprobables dentro de los lineamientos que Riot Games implementa para el uso de LoL, debido a que este tipo de actitudes no son para nada toleradas la misma empresa decide imponer una serie de castigos o sanciones para aquellos jugadores que incumplen este código de ética.

Comunicarse entre jugadores es una prioridad para Riot Games, el hecho de que pueda disfrutarse de un ambiente respetuoso, amable e inclusivo es una manera en que ellos han comentado que debería de ser el ambiente a la hora de jugar videojuegos, no únicamente dentro de LoL.

Ubisoft y Riot Games, ambas empresas altamente reconocidas en el medio de videojuegos forman parte de la "Fair Play Alliance", la cual es una organización que se dedica a promover las comunidades sanas dentro de los videojuegos y también ayudan a detectar y sancionar los comportamientos dañinos que se realicen en estos. Gracias al trabajo en equipo se logró tener una base de datos entre ambos

catálogos de videojuegos de las compañías, con toda esa información se pudo elaborar una IA que puede identificar este tipo de comportamientos dentro de sus videojuegos, en específico, dentro de su apartado dedicado a la comunicación, que sería el chat, las llamadas por voz y al abuso de otros recursos visuales o sonoros que puedan causar algún tipo de discordia entre sus jugadores. (Riot Games, 2022)

4.4 Pero es worth[13]

Aunque en LoL no todo son malas experiencias y tampoco es probable que en todas las partidas te encuentres a personas toxicas. Tal como en la vida real, en línea podemos encontrarnos una gran variedad de personas y situaciones. Prueba de ello es la experiencia que nuestro entrevistado P quien comenta una breve, pero agradable anécdota donde por parte del equipo enemigo se encuentra a personas amables, algo que puede resultar tal vez poco probable de creer debido a que LoL al ser un juego competitivo, se esperaría compañerismo y respeto dentro de nuestro equipo, sin embargo, resulta irónico que en ocasiones como esta son nuestros contrincantes quienes resultan ser mejores personas que nuestros propios aliados.

"…me acuerdo perfectamente, yo estaba jugando una partida tranquila así toda linda (…) y me tocó justo contra ellos y ellos nada más me empezaron a platicar y a decir como de "Ey vas, estás haciendo las cosas bien no te preocupes" y luego me decían de "mmm mi propósito va a ser no matarte" cosas así (…) y a pesar de que yo terminé ganando, me agregaron (…) y ya después de eso nos hicimos muy buenos amigos."

[13] La palabra "worth" proviene del idioma inglés que significa "valer o valor", usualmente se usa dentro de LOL para hacer referencia de que una situación por desfavorable que parezca valió la pena el riesgo.

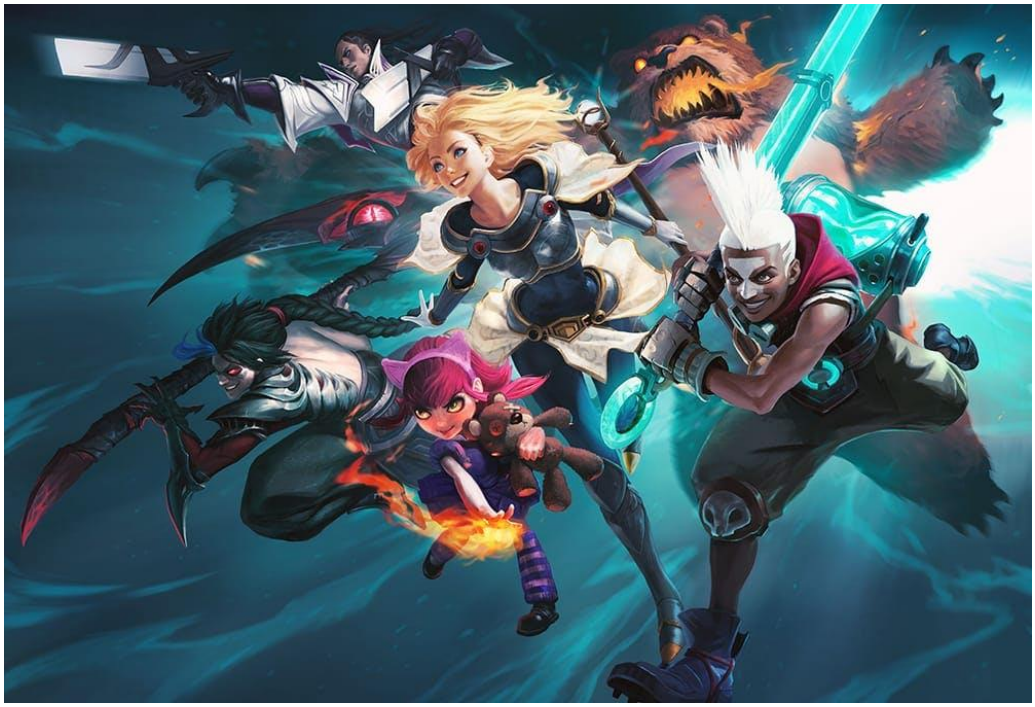

Ilustración 6 (Imágen promocional de League of Legends, 2023)

Debido a que la comunicación puede ser en ambas direcciones, no solo se permite que entre el mismo equipo se pueda conversar con el chat, si no que con ayuda de comandos podemos hablar con el equipo contrario, es que podemos conversar con nuestros “enemigos”, en otras ocasiones dentro de las partidas registradas pudimos observar que algunos contrincantes optaban por escribir en el chat de la partida para dirigirse a su equipo adversario. Para esto es necesario escribir el comando “/all” seguido de nuestro mensaje, de esta manera todos, tanto aliados como enemigos serán capaces de ver nuestro mensaje.

Otra buena experiencia que nos han relatado nuestros entrevistados, en este caso del jugador W, hace referencia al tipo de transcendencia e importancia que LoL tiene y ha tenido en su vida, debido a que es gracias a este juego que se ha encontrado con personas en las que puede confiar a pesar de no conocer de manera física.

> *“…es de las cosas por las que también valoro League of Legends, no todo es color negro, también hay buenas personas o gente que te ayuda o gente que quiere bromear y pasar el rato, yo he conocido buenas amistades que hoy en día sigo en contacto con ellas y agradezco haber instalado League of*

Legends porque sin eso quien sabe dónde estaría o que estaría haciendo ahorita o como sería mi vida sin estos amigos"

Ilustración 7 (Portada de video en YouTube, NoxiortG 2019)

4.5 El M.E.T. A[14] para evadir la toxicidad

Como es evidente, ante una comunidad que se destaca por ser tóxica o agresiva, muchos jugadores buscan la mejor opción y decisión de afrontar estos problemas de la manera que crean más conveniente, esto dependerá de muchos factores, mientras que para algunos la experiencia en el juego es más que suficiente para decidir abandonarlo. Para otros, la mejor manera de afrontar este problema suele ser ignorar o reportar estos actos, esperanzados en que la empresa Riot Games pueda resolverlo o bien cuanto menos sancionar a quienes los cometen.

"…con esa Poppy de mi primera partida la terminé reportando y literal no pasaron ni dos horas y ya me había llegado una notificación de que esa persona ya había sido baneada…" Esta fue la manera de actuar de nuestro jugador P que tuvo la mala fortuna de encontrarse de primera instancia con un jugador *flammer* que agredió

[14] M.E.T.A significa "Most Effective Tactic Avaliable", traducido del idioma inglés es "La mejor táctica disponible" (Mercy Plays, 2024)

verbalmente a los demás jugadores, no solo de su equipo, sino también del equipo contrario.

Afortunadamente en esta ocasión el reporte de este acto terminó en un resultado favorable para nuestro jugador, sin embargo, como se logró observar en las partidas registradas, muchas veces este tipo de jugadores buscan la manera de lograr escribir palabras hirientes o molestas de distintas maneras en que este mismo sistema de detección de comportamiento de LoL no lo registre adecuadamente.

Ilustración 8 (Ejemplo de mensaje de suspensión a un jugador tóxico)

La herramienta de chat, sin embargo, no se usa de una manera apropiada, prueba de ello es que existan reportes y avisos de retroalimentación ante las diferentes formas de agresión o violencia que los jugadores hacen por medio de esta misma. La estrategia más utilizada por parte de nuestros entrevistados es ignorar o silenciar los mensajes de estas personas, ya que también se encuentra esa misma opción dentro de la herramienta de chat. Si bien esto no soluciona el problema completamente, mínimamente lo reduce a una partida por una.

> *"…es que cuando uno de nosotros se molestaba o como decimos se "tilteaba" los otros le molestaban de "¿por qué te vas a enojar por un juego?"* y eso se

me quedó *de que no tengo que tomármelo en serio, que de repente me va mal o que juego mal pues no me lo tomaba mal, al fin y al cabo, es un juego y no es tan imprescindible en mi vida…"*

En esta ocasión nuestro jugador W argumenta que gracias a los consejos de amigos suyos él opta por ignorar los comentarios hirientes y molestos que los jugadores *flammers* escriben. De igual manera, esta práctica la lleva a cabo incluso dentro de otros videojuegos.

Esto nos lleva a pensar si realmente es que la empresa detrás del juego se preocupa por sus jugadores, la sorpresa es que sí, ellos se ocupan constantemente en mejorar la dinámica social existente dentro de las partidas de LoL, pero no es algo que puedan manejar de manera sencilla, es por eso por lo que uno puede llegar a preguntarse.

4.6 ¿De qué manera interactúan?, ¿F en el chat? [15]

A partir de las entrevistas realizadas se pudo identificar algunas de las formas en que los jugadores se comunican o interactúan entre sí. Actualmente existen hasta cuatro opciones distintas en que los jugadores pueden comunicarse, partiendo desde el chat de las partidas, el mismo que se habilita únicamente cuando se encuentran jugando precisamente una partida y que al poco tiempo de guardar la repetición puede que ya no se encuentre disponible, debido a que estas se borran o quedan inaccesibles cuando una nueva actualización llega al cliente (Preguntas frecuentes y consejos sobre las repeticiones, 2020).

Por otro lado, tenemos los mensajes en las conversaciones individuales dentro del cliente de LoL. Estos son pequeños chats que se puede hacer con otro jugador que se tenga agregado en la lista de amigos permitiendo que se pueda conversar con ellos. Este tipo de chat también tiene la particularidad de estar "enlazado" con el chat de la partida, ya que si el jugador con el que queremos conversar se encuentra

[15] "Esta clave tiene su origen en uno de los juegos más famosos y más vendidos de los últimos tiempos: el Call of Duty. De temática bélica, este juego cuenta con numerosas versiones y ediciones (…) Para cumplir con esta acción, lo que se debe realizar es presionar la tecla "F", siempre y cuando se trate de una computadora…" (La Nación, 2020)

en medio de una partida nuestros mensajes le llegaran igualmente, pero con la diferencia de que el texto aparecerá remarcado de color morado para el jugador que se encuentra en partida con el nombre del jugador emisor para observar quien es quien trata de comunicarse con él. En este caso dentro de las partidas registradas podemos ver algunos ejemplos de este tipo de mensajes.

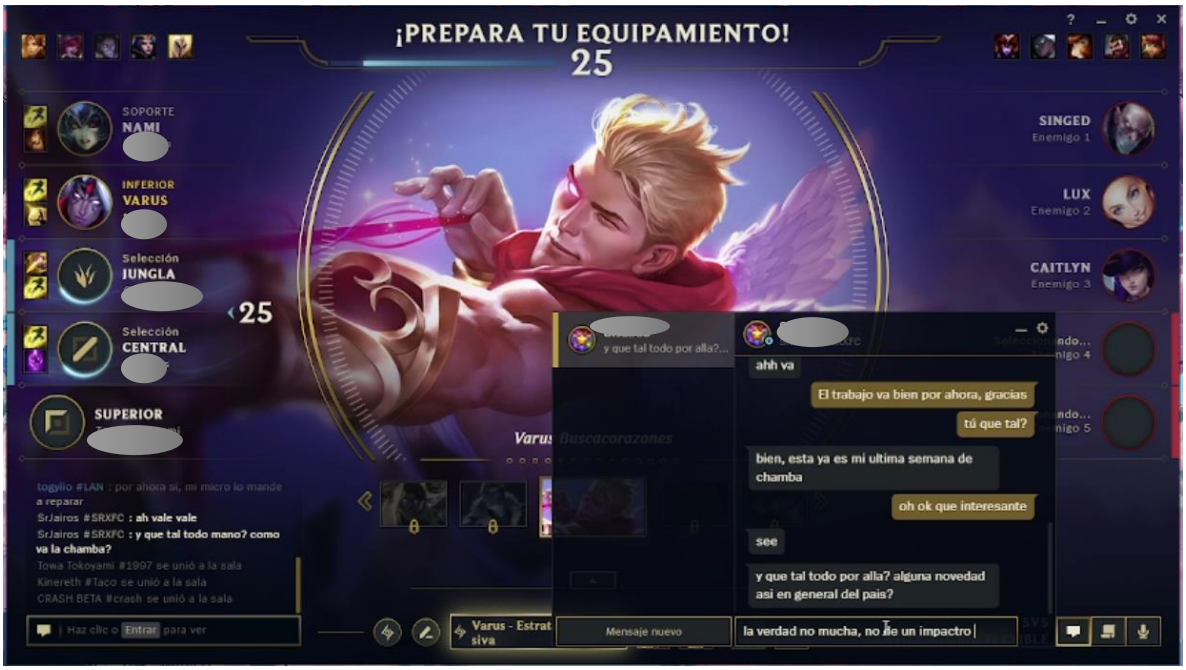

Ilustración 9 (Ejemplo de mensajes dentro del cliente de LoL)

Otros optan mejor por usar aplicaciones externas que les faciliten relacionarse entre ellos. Una de las aplicaciones que más se repitió en uso fue WhatsApp, siendo principalmente un servicio de mensajería digital, esta aplicación resultó ser bastante cómoda para nuestros entrevistados, recordemos que esta misma aplicación se centra en la mensajería instantánea digital, por lo que no es de extrañar que los jugadores opten por usar esta misma por encima de otras Apps.

"Me comunicaba en principio por Discord, actualmente pues ya tenemos un grupo en WhatsApp y ahí estamos hablando sobre lo que nos pasa, coordinarnos para partidas o hablar normal" Esto es parte del testimonio de nuestro jugador Q que comenta usar con más frecuencia WhatsApp, debido a que incluso puede proponer tiempos o sesiones de juego con sus amigos o directamente hablar de otros temas que no precisamente involucren a LoL en sus conversaciones.

Discord por otro lado fue otra de las aplicaciones que más usan, aunque la manera en que lo suelen usar es para hablar entre sí durante la sesión de juego, es decir, mientras se encuentran en medio de esta actividad los jugadores prefieren comunicarse por medio de Discord debido a que tiene la practicidad de ser compatible y estar optimizado para que pueda usarse a la par mientras se está jugando, aunque existe la posibilidad de usarse sin la necesidad de jugar por igual.

"Principalmente por Discord, es nuestro medio principal, como la mayoría tiene facilidad de Discord, siento que es mejor por ahí, luego también por WhatsApp, pero como que ahí no estamos tan activos, es más por Discord, de hecho." Nuestro jugador E comenta que en su caso la facilidad que ofrece esta aplicación permite que su círculo de amigos, incluyéndole, pueda mantener contacto.

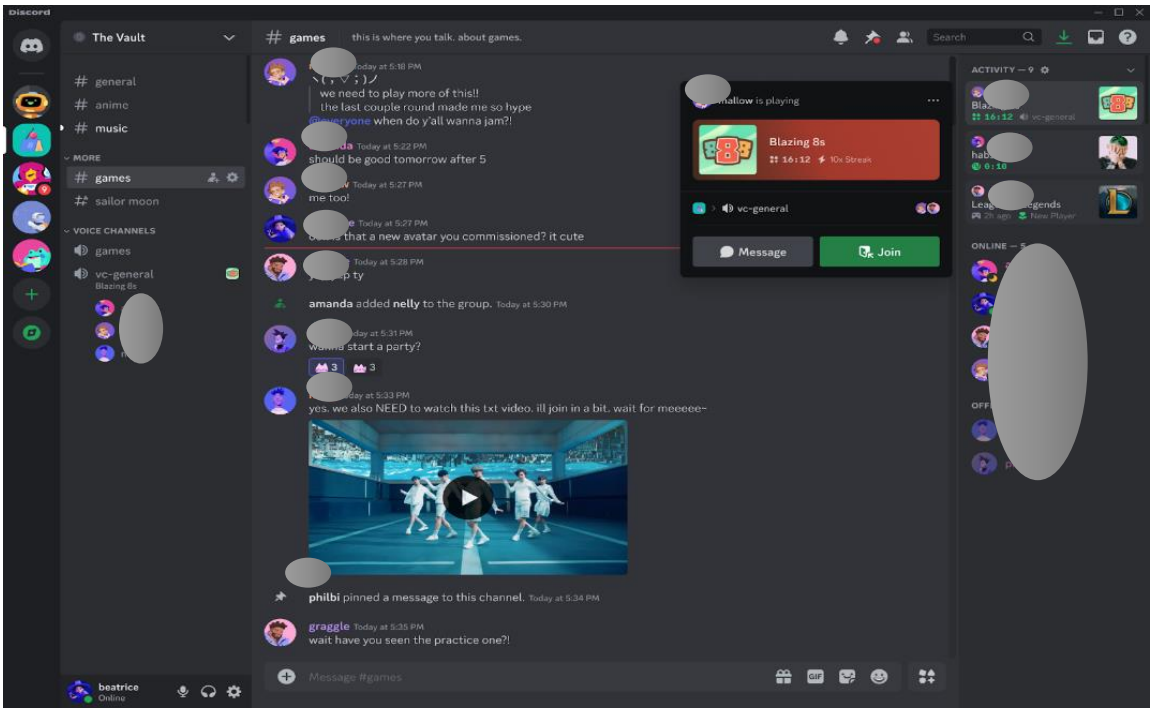

Ilustración 10 (Ejemplo de un servidor en Discord)

Instagram y Messenger fueron otras Apps que los entrevistados mencionaron, aunque en menor medida, siendo principalmente usadas para contactar a amigos o compañeros de juego que previamente ya conocían como es el caso de nuestro jugador Q "*Si es para conocer gente, solo Discord, pero si es para mantener contacto más cercano pues generalmente los agrego a WhatsApp o Instagram que*

es donde estoy como más activo y eso", para este jugador resulta más sencillo dividir el tipo de interacción que maneja en cada aplicación, dándole un peso más personal a WhatsApp.

4.7 ¡Link Start![16] Bienvenido al mundo digital

A raíz de las entrevistas se logró conocer la autopercepción que tienen nuestros jugadores ante su vida digital y su mundo IRL[17] (fuera del espacio digital), es decir, se buscaba conocer si a modo personal los jugadores tienen o consideran que poseen las mismas capacidades comunicativas dentro del mundo digital de los videojuegos o bien si no cambia este aspecto cuando interactúan en persona.

Mientras que algunos de ellos nos comentaron que su vida social sí que se ve dividida, como es el caso del jugador R quien con una respuesta contundente nos deja en claro esta situación "Para nada, no se parecen en nada…". Por el otro lado tenemos a quienes no parece que cambie demasiado, incluso han llegado a comentarnos que se comportan de la misma manera online que offline. *"Sí, me lo he planteado antes y creo (…) soy la misma persona, algo que por algunos motivos (…) tengo que, no cambiar completamente sino limitarme para no incomodar a otras personas, pero como tal sí, la misma persona soy online y offline"* estos fue el testimonio del jugador P quien reconoce que no cambia su manera de comportarse, sino que se adapta ante las personas con quienes está conviviendo.

Como podemos notar, a pesar de contar con la ventaja del anonimato en el mundo digital, parece que algunas personas no ven necesario usar una "máscara digital" y prefieren mostrarse tal como son. Por el otro lado, de manera más concurrente los jugadores que mencionaron sí tener estos dos aspectos de su vida divididos, prefieren ser más sociables con la seguridad que les da internet o los videojuegos, siendo que también dentro de algunos de ellos poseen las herramientas para "cambiar" a su voluntad el aspecto que tienen, es decir, con los avatares que pueden

[16] Referencia del anime SAO en su primer episodio (Zhen Wang, 2014)

[17] "IRL" traducido del inglés "In Real Life" significa "En la vida real" este es un acrónimo de la lengua inglesa para referirse al mundo cotidiano no digital.

o no hacer según sea el videojuego, aunque dentro de LoL lo que existe como tal son los perfiles de jugador o mejor dicho los de “invocador”.

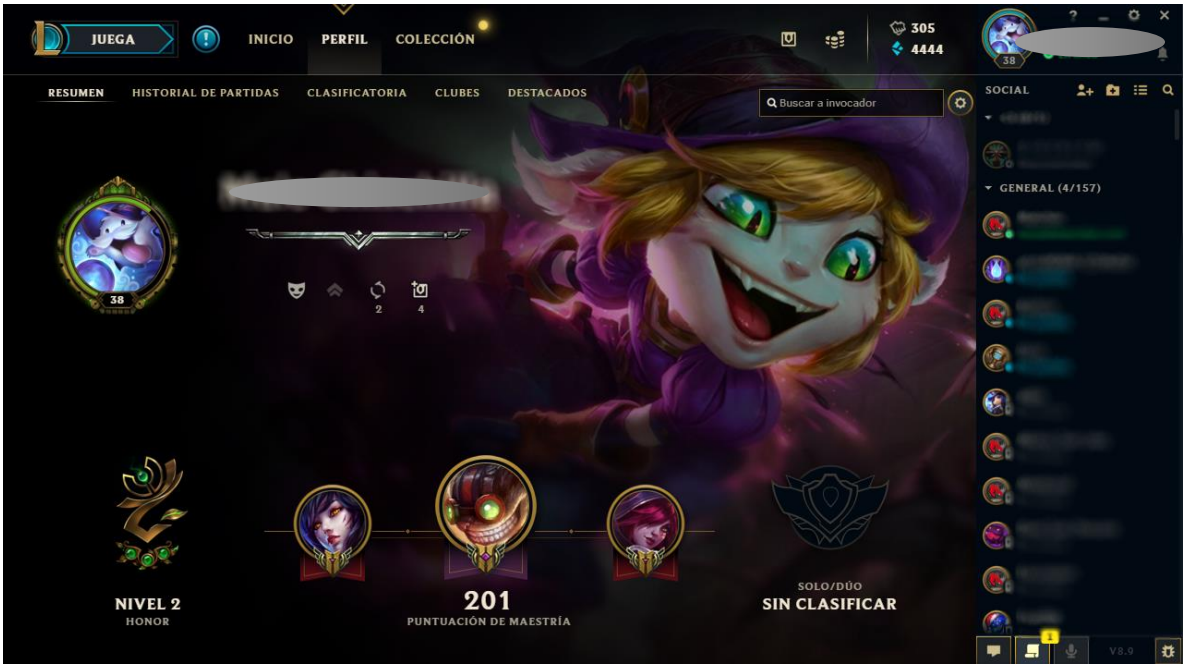

Ilustración 11 (Ejemplo de un perfil de invocador en LoL)

Esto recuerda a Núñez (2018) quien menciona brevemente que un entorno tecnológico es y puede ser moldeable, es decir, casi todo dentro de un mundo digital puede ser acomodado a gusto de nosotros si es que así lo quisiéramos, desde el tipo de respuestas que queremos, hasta los eventos que deseásemos ocurran de manera continua. En este caso el perfil de “invocador” es personalizable con recursos que el mismo LoL nos ofrece, sin embargo, no todas las características están disponibles en un inicio, están se irán desbloqueando conforme el jugador tenga más tiempo y experiencia en el juego.

En este caso, considerando a Goffman (1956) en su argumentación de las fachadas, cuando un jugador asume su rol dentro de este entorno tecnológico, este da por sentada esta “fachada” particular. Incluso si en un principio este rol fue elegido por gusto o por el hecho de “mantenerlo” eventualmente el jugador terminará por hacerlo por ambas razones. A modo de ejemplo podemos asumir que si a un jugador se le asigna la etiqueta o “rol” de” novato” este seguirá su papel ya sea porque de igual manera él cree que esta es una definición correcta para él y en próximos

juegos este mismo seguirá denotando esta inexperiencia a raíz de la percepción que los demás tienen de él, de esta manera adjudicándose a sí mismo como ese "novato".

Vinculado a esto, está el uso de avatares. Incluso dentro de la comunidad de gamers se reconoce que los avatares son una expresión de la personalidad, tal como lo argumenta sor4p (2025) en su video titulado "La Psicología del Cazador en Monster Hunter" donde menciona que el personaje o el avatar es una extensión de sí mismos o de su personalidad, incluso comparándolo en ocasiones como un "símbolo de estatus", hecho que se pudo comprobar ante las entrevistas realizadas a nuestros jugadores donde mencionaron que existen jugadores que presumen de tener un "titulo" mayor al suyo.

Los campeones cuentan con determinados rasgos que los hace únicos a su propia manera al ser representaciones digitales con ciertas cualidades y personalidad, aunque existan jugadores que los usan únicamente de manera estratégica o como una herramienta para jugar las partidas. Existen otros jugadores que los usan porque les gusta o se sienten identificados con ellos, incluso dentro de nuestras entrevistas pudimos notar que hay jugadores que eligen a un campeón sobre todos los demás porque a su consideración representan lo que más les gusta.

4.8 Cambiemos de server

Otro aspecto que puede desglosarse por medio de la interacción comunicativa llevada a cabo en el mundo digital puede llegar a ser el transcender de este a la cotidianidad física. Es decir, que en algunos casos nuestros jugadores pueden verse interesados por querer conocer en persona a estas amistades creadas en línea, e incluso en algunos casos puede evolucionar a una relación afectiva.

Nuestro jugador W comparte su experiencia con el hecho de conocer de manera presencial a personas que conoció de manera digital, o en este caso, amistades que hoy en día son a su consideración gente de confianza mutua.

> *"Sí, tengo un amigo que viene de League of Legends que actualmente es un amigo que me ha conocido profundamente no sé a otra persona que me allá*

conocido así, me tiene esa confianza, yo también le tengo mucha confianza, me ha contado muchas cosas sobre él así que es una muy buena amistad y aparte de él no creo que haya otras personas a ese nivel".

Otra grata experiencia que nos quisieron compartir fue la de nuestro jugador A que con lujo de detalle nos explica cómo fue este encuentro con su amigo que conoció a raíz de jugar LoL, siendo incluso una reunión amena y placentera para ambas personas.

"fue muy lindo, fui a pasar por él a la terminal, luego fuimos a desayunar a un lugar que él no conocía, (…) después fuimos a comer un rato eh, estuvo muy padre nos. Casi no nos pudimos acabar la comida, pero se logró y después eh nos quedamos ahí en el pasto un rato hasta que ya decidimos que era hora de irse."

Aunque cabe mencionar que igualmente existen personas que no han tenido la intención de querer conocer a sus amistades en línea, ya sea por razones personales o de seguridad, sin embargo, esto no significa que no les tengan confianza, si no que en ocasiones esta dinámica digital puede ser más cómoda para unos jugadores que otros. Parte de esto es lo que nuestro jugador Q menciona desde su punto de vista, en el que debido a este contacto cercano que ha desarrollado en la aplicación de Discord, prefiere tratar a estas amistades digitales, tal cual lo hace con sus amigos en persona.

"ahorita ando en su Discord y lo administro e… pues sí, las he conocido y pues sí, me llevo bien ellos, nos tratamos como, como generalmente yo me trato con mis amigos y ya si nos vamos muy atrás, e sí gente muy importante que es parte de mi vida, como ya te había mencionado antes, los conocí por videojuegos"

4.9 Has adquirido la clase[18] "*gamer*"

Dentro de la comunidad de video jugadores el término "*gamer*" sigue siendo algo ambiguo, aún existe una parte que no termina por ser aceptada del todo entre sus integrantes o que incluso entre ellos no se consideran propiamente un "*gamer*". Mientras que unos jugadores mencionan que el conocimiento de videojuegos es crucial, para otros el tiempo invertido en este *hobbie* es lo que define como tal el ser o no un "*gamer*". Rodríguez Barrientos (2023) también menciona este debate que existe entre considerarse un video jugador o bien preferir el término "*gamer*", ella comenta que los practicantes, los jugadores, prefieren no generalizar.

Algunos de nuestros entrevistados hacen mención incluso de que se necesita contar con cierto equipo tecnológico y por otro lado tenemos a quienes no se identifican con esta etiqueta, sino que se sienten pertenecientes a otra comunidad. "*No necesariamente, me considero más un geek que un gamer No soy tan competitivo al menos en el sentido de que pueda estar jugando ya hoy en día, horas y horas videojuegos…*" el jugador W argumenta que para él un punto clave para considerarse *gamer* es pasar la mayor parte del tiempo jugando videojuegos y por el otro lado menciona que en su lugar prefiere identificarse dentro de otra comunidad conocida como "*geek*" que de la traducción al inglés esta palabra significa "adicto" usualmente refiriéndose a una persona que se apasiona por temas relacionados a la tecnología.

El hecho de que jugar se vuelva una parte cotidiana para los jugadores no parece implicar que ellos se auto perciban como "*gamers*", reconocen que les gusta mucho los videojuegos y pasar momentos divertidos con sus amigos o compañeros, sin embargo, esto no parece ser un punto definitivo o crucial para que entre ellos mismos logren aceptar esta etiqueta. Hay quienes, con gusto, se auto perciben de esta manera. "(…) *sí me considero un gamer, no es como para alardear, es más un título que nos autoproclamarnos, más que nada para distinguirnos porque nos*

[18] Regularmente en videojuegos del tipo RPG (role play game) las clases son arquetipos prediseñados de personajes o modalidades en que un jugador decide como jugar, existiendo desde el clásico mago, hasta los más extraños como animales.

gustan los videojuegos" nuevamente el jugador Q menciona que este término es una manera de autopercepción, cada uno puede ser libre de decirse a sí mismo *gamer* o no, o al menos eso podría parecer en un principio, pero cabe recordar que el común denominador entre toda esta comunidad es jugar al menos un videojuego, no importa el formato o el medio.

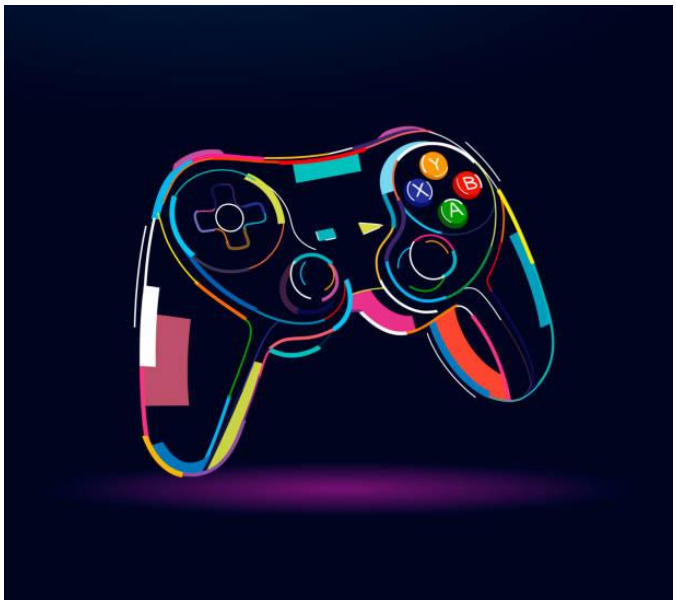

Ilustración 12 (Control de videojuegos)

Conclusiones

En el marco de esta tesis, puede afirmarse que se logró cumplir con el objetivo principal: analizar los procesos de comunicación digital en la experiencia y construcción de relaciones entre jugadores jóvenes de habla hispana en League of Legends (LoL), y cómo estos procesos están estrechamente vinculados con la convivencia que se desarrolla a partir de la práctica del juego.

A partir de esta dinámica, los jugadores evaluaron la posibilidad de convivir con otras personas según ciertas características actitudinales. En particular, se rechazó de manera categórica a quienes son considerados “tóxicos”. No obstante, también se identificó a otro grupo frecuentemente estigmatizado: los llamados “novatos” o “noobs”, quienes, al no comprender del todo la lógica del juego, suelen ser calificados de manera negativa, como jugadores que entorpecen el desempeño del equipo. Este tipo de comentarios fue recurrente en las entrevistas realizadas.

En relación con el objetivo secundario, se identificaron los tipos de relaciones que se generan dentro y fuera de las partidas. Algunas de ellas fueron percibidas de manera positiva, como aquellas en las que se construyen vínculos de amistad, compañerismo o competencia sana, caracterizadas por el respeto, la solidaridad y la amabilidad. Por otro lado, también se dieron interacciones negativas marcadas por la enemistad, el conflicto, las agresiones verbales e incluso, en los casos más graves, amenazas directas. Estas actitudes pueden explicarse a partir del carácter competitivo del juego, en el cual la frustración o la ira derivadas de la derrota suelen traducirse en conductas hostiles hacia otros jugadores. Frente a esto, las personas entrevistadas señalaron diversas estrategias personales para lidiar con tales situaciones, entre las que se destacan la reflexión, el desinterés por los insultos y el énfasis en los aspectos positivos del juego.

Un hallazgo que llamó particularmente la atención fue la división de opiniones en torno al sentido de pertenencia a la comunidad gamer. Aunque este no fue un eje central de la investigación, se reveló que algunos jugadores no se identificaban

como parte de dicha comunidad, argumentando que, aunque les gustaban los videojuegos, no los consideraban un elemento significativo de su vida cotidiana. Por el contrario, otros participantes sí se identificaron plenamente como gamers, expresando que el juego forma parte esencial de su día a día e incluso manifestando orgullo por ello.

Esta diferencia sugiere que el sentido de pertenencia a la comunidad no depende únicamente del gusto por los videojuegos, sino también de otras variables como el tiempo invertido, la implicación personal o la manera en que los sujetos se relacionan con el entorno digital. Mientras algunos consideraban que el compromiso era fundamental para reconocerse como parte de la comunidad, otros opinaban que con solo jugar ya se pertenecía a ella. Aunque este aspecto no se abordó como objetivo central de la tesis, abre la posibilidad de desarrollarse como una línea futura de investigación, con una muestra más amplia y enfoques metodológicos complementarios que permitan examinar con mayor profundidad los sentidos de identidad digital.

Durante el proceso investigativo también se pudo identificar qué aplicaciones se utilizan con mayor frecuencia para fomentar la interacción entre jugadores. Discord fue la más empleada por los entrevistados y una de las más destacadas a nivel global, al ser valorada por sus múltiples herramientas y su facilidad de uso, especialmente pensadas para el entorno de los videojuegos. WhatsApp, si bien no se asocia directamente con el espacio lúdico, resultó ser muy utilizada entre los jóvenes, aunque más bien para mantener comunicación con amistades ya consolidadas que para iniciar nuevas interacciones. Por último, la aplicación Messenger de Facebook fue mencionada con menor frecuencia y en un contexto de comunicación más íntimo, limitada al círculo cercano.

A partir de estos hallazgos, se concluye que las relaciones construidas entre jugadores no se forman de la misma manera, aunque puedan compartir ciertas herramientas de comunicación. Cada vínculo se desarrolla bajo condiciones específicas, mediadas por el contexto de origen de la interacción, el tipo de conexión previa o la familiaridad existente entre los involucrados. Algunos entrevistados

señalaron que comenzaron a jugar LoL por invitación de amigos o familiares, lo cual influyó directamente en su experiencia dentro del juego y en el nivel de confianza con otros jugadores.

En términos comunicativos, se confirmó que el texto escrito sigue siendo el principal canal de interacción dentro del juego. Sin embargo, existen recursos complementarios que permiten expandir las formas de expresión. Aunque el uso de recursos sonoros no fue recurrente en las partidas observadas, se identificó la utilización de comandos de acción que, al ser activados mediante una secuencia de teclas, provocan respuestas específicas del personaje seleccionado. Estos gestos o frases pueden ser interpretados según la intención del emisor, lo cual demuestra que, aun con herramientas limitadas, los jugadores encuentran modos creativos de significar sus acciones.

La posibilidad de interactuar con personas de diversos países refuerza la idea de que los videojuegos constituyen espacios idóneos para el análisis social, comunicativo y cultural. Los jugadores observados compartieron actitudes, emociones, prácticas y un lenguaje específico, lo que permite pensar que este entorno cumple con características propias de una comunidad. La manera en que se comunican, tanto dentro como fuera del juego, evidencia formas complejas de sociabilidad que pueden ser estudiadas desde múltiples enfoques disciplinares.

Un elemento relevante fue la existencia de los perfiles de invocador, secciones del cliente de LoL que funcionan como una especie de carta de presentación del jugador. En conjunto con los campeones —personajes jugables dentro del videojuego—, estos perfiles actúan como formas simbólicas de representación ante los demás jugadores. Este fenómeno puede vincularse con lo planteado por Erving Goffman (1956), quien sostenía que los individuos se presentan ante la sociedad mediante “máscaras sociales”. En este caso, el perfil de invocador opera como dicha máscara, mientras que el campeón actúa como el cuerpo que la porta. Aunque la personalización está condicionada por los recursos que el juego ofrece, esto no impide que los jugadores busquen formas únicas de representarse, lo que refuerza la noción de identidad digital como construcción simbólica y comunicativa.

LoL demuestra ser un videojuego capaz de fomentar comunidades digitales amplias y activas, en constante comunicación. Desde la perspectiva latinoamericana, se observó que numerosas relaciones surgieron a partir del juego y posteriormente se extendieron a otras plataformas como Discord, donde las interacciones no solo se mantienen, sino que se enriquecen mediante nuevos recursos expresivos.

Aunque esta investigación se centró en el estudio de los procesos comunicativos en entornos digitales vinculados a los videojuegos, se reconoce que representa un primer acercamiento al tema. Esto implica que existe la posibilidad de continuar y profundizar en futuras investigaciones, ya sea desde enfoques antropológicos, comunicativos, sociológicos o interdisciplinarios. A partir de esta base, podrían desarrollarse nuevas líneas de trabajo que exploren aspectos como las emociones en contextos de juego competitivo, las diferencias generacionales en la experiencia de juego, la representación de la diversidad de género en los videojuegos, estudios de caso más detallados, o incluso, el análisis de la dimensión psicológica de los jugadores.

En síntesis, este estudio permite abrir la discusión académica sobre los videojuegos como escenarios sociales significativos, en donde los jugadores no solo participan por entretenimiento, sino que también generan vínculos, construyen identidades, reproducen dinámicas culturales y ejercen prácticas comunicativas que merecen ser observadas, comprendidas y analizadas con rigurosidad.

Bibliografía

¿Qué es un gamer? Parte I - TXG Games. (2020, octubre 22). https://txg.com.mx/especiales/que-es-un-gamer/

¿Qué es una interfaz gráfica de usuario (GUI)? (2021, enero 28). IONOS Digital Guide. https://www.ionos.mx/digitalguide/paginas-web/desarrollo-web/que-es-una-gui/

Aarseth, E. (2007). Investigación sobre juegos: Aproximaciones metodológicas al análisis de juegos. Artnodes: revista de arte, ciencia y tecnología, 7, 4–15.

ABC Cultura. (2014, febrero 14). *El MoMA cree que estos videojuegos son arte*. abc. https://www.abc.es/cultura/arte/20140215/abci-videojuegos-arte-moma-201402121110_1.html

Adobe. (s/f). *Archivos GIF (Graphics interchange format): ¿qué es un GIF?* Recuperado el 21 de enero de 2025, de https://www.adobe.com/es/creativecloud/file-types/image/raster/gif-file.html

Alcántara, B. (2023, enero 24). *Cómo hacer stickers de WhatsApp con tus propias fotos*. Andro4all. https://www.lavanguardia.com/andro4all/whatsapp/como-hacer-stickers-whatsapp

Alfonso Acevedo, A., Chaux Lizarazo, J. A., & Rodríguez de Ávila, U. E. (2016). *Vista de Las relaciones de pareja en los videojuegos de rol multijugador masivos en línea (MMORPG)*. 131–165.

Apud Peláez, I. E. (2013). Repensar el método etnográfico. Hacia una etnografía multitécnica, reflexiva y abierta al diálogo interdisciplinario. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, *16*, 215–235. https://doi.org/10.7440/antipoda16.2013.10

ARS Electronica. (2020, julio 7). Winners. Prix Ars Electronica. https://ars.electronica.art/prix/en/winners/

ASALE, R.-, & RAE. (s/f). Comunidad | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado el 17 de marzo de 2025, de https://dle.rae.es/comunidad

Baer, R. H., Rusch, W. T., & Harrison, W. L. (1972). *Television Gaming Apparatus and Method* (Patent 3659285). https://www.freepatentsonline.com/3659285.html

Bell, C., & Newby, H. (2012). *Sociology of Community: A Collection of Readings* (1a ed.). Routledge. https://www.perlego.com/book/1624976/sociology-of-community-a-collection-of-readings-pdf

Beltran Flandoli, A. M., & Micaletto Belda, J. P. (2019). *(PDF) La llegada de un nuevo escenario y el nacimiento de un paradigma comunicativo*. https://www.researchgate.net/publication/355792458_La_llegada_de_un_nuevo_escenario_y_el_nacimiento_de_un_paradigma_comunicativo

Betania, V. (2023, febrero 9). ¿Qué es un servidor web y cómo funciona? *Tutoriales Hostinger*. https://www.hostinger.mx/tutoriales/que-es-un-servidor-web

Betto (director). (2024, marzo 31). *NO eres un GAMER de VERDAD* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=Cxfy60KsRFs

Bienestar. (s/f). Prevención de la Violencia. Recuperado el 6 de abril de 2025, de https://www.bienestar.gob.mx/sibien/index.php/proteccion/15-proteccion/13-prevencion-de-la-violencia

Boyd, Danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210–230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Bravo, Alvarado, A. C. (2018). Relación del uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una Institución Educativa de Trujillo. *Repositorio de la Universidad César Vallejo*. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31117

Brougere, Gilles. 2013. El niño y la cultura lúdica. En, Ludicamente Año 2 N°4, octubre 2013, Buenos Aires (ISSN 2250-723X) Primera versión recibida el 20 de

agosto; Versión final aceptada el 20 de septiembre de 2013. Traducción Carolina Duek y Noelia Enriz

Bueno, A., Santos Tapia, D., Apolo, D., Salinas González, J., Gómez Navas, J. S., Mazera, L., & Farinango C., L. E. (2018). *La investigación cualitativa en la comunicación y sociedad digital: Nuevos retos y oportunidades*. https://egregius.es/catalogo/la-investigacion-cualitativa-en-la-comunicacion-y-sociedad-digital-nuevos-retos-y-oportunidades/

Bush, Vannevar. (1945) As We May Think. En: The Atlantic Montly; Volume 176, No. 1; pp. 101-108

CALVO, D., & GIL, M. B. (2024, noviembre 1). *Worlds 2024: Cuánto dinero se lleva el campeón del Mundial de League of Legends*. MARCA. https://www.marca.com/videojuegos/esports/2024/11/01/67252bcde2704ea0698b45aa.html

Canales Cerón, M. (Ed.). (2014). *Metodologías de investigación social: Introducción a los oficios* (Cuarta reimpresión, 2014). LOM Ediciones.

Carrillo Vargas, M. C., Hamit Solano, A. R., Benjumea Galindo, D. C., Segura Otálora, M. C., Carrillo Vargas, M. C., Hamit Solano, A. R., Benjumea Galindo, D. C., & Segura Otálora, M. C. (2017). Conceptualización De La Interacción Comunicativa Y Su Caracterización. *Revista Med*, *25*(2), 105–116.

Castells, M. (2006). La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2013). "El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global", en C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, Madrid, BBVA. Recuperado el 16 de febrero de 2024 de: https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2024/07/BBVA-OpenMind-libro-Cambio-19-ensayos-fundamentales-sobre-como-internet.pdf.

Castells, M. (s/f). Lliçó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement. Recuperado el 07 de marzo de 2023 de: https://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html

Castillo, G., Cervera, G. J., Odarys, G., Pogliaghi, L., Mondragón, D., Parrini, R., Almendra, A., Alquisiras, L., Nocedal, E., Rivera, S., Rivera, M. X., Munguía, R., Sabido Ramos, O., Muñoz, B., Pérez, E., Faudoa, D., Lucas, C., & Aragón, O. (2021). *Universidad Nacional Autónoma De México*. 406.

Citron, J., & Vishnevskiv, S. (s/f). *За Discord | Нашата мисия и ценности*. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de https://discord.com/company

Clasificación de los sitios web más visitados—Sitios web más visitados en abril 2024. (s/f). Similarweb. Recuperado el 19 de mayo de 2024, de https://www.similarweb.com/es/top-websites/

Código de Ética – CEAS. (s/f). Recuperado el 25 de junio de 2024, de https://ceas.org.mx/codigo-de-etica/

Colegio de Antropólogos de Chile. (2007). *Propuesta para un código de ética Colegio de Antropólogos de Chile* (Versión 1) [Conjunto de datos]. https://www.ugr.es/~aalvarez/observadorcultural/Documentos/eticaChile.pdf

Cómo crear un hilo en X y cómo verlo. (s/f). Recuperado el 29 de abril de 2024, de https://help.twitter.com/es/using-x/create-a-thread

Cómo los algoritmos determinan nuestros intereses en Internet | Universitat Carlemany. (2022, septiembre 12). UCMA. https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/algoritmos-estructura-datos/

Comunidad: Qué es, características, tipos, ejemplos. (2022, diciembre 7). Lifeder. https://www.lifeder.com/comunidad/

D'Anastasio, C. (2019, julio 25). 74% Of Adults Have Been Harassed While Gaming Online, Study Says. Kotaku. https://kotaku.com/74-of-adults-have-been-harassed-while-gaming-online-s-1836678162

DANE - Indicadores básicos de TIC en Hogares. (s/f). Recuperado el 18 de abril de 2024, de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/indicadores-basicos-de-tic-en-hogares

Díaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: Elementos de comunicación digital. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, *6*, 53–91.

Díaz-Barriga-Arceo, F., & Vázquez-Negrete, V. I. (2020). Avatares y cajas de herramientas: Identidad digital y sentido del aprendizaje en adolescentes de secundaria. *Revista Electrónica Educare*, *24*(1), 1–23. https://doi.org/10.15359/ree.24-1.1

Digital 2021: Global Overview Report—DataReportal – Global Digital Insights. (2021). Recuperado el 22 de enero de 2025, de https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report

Digital 2022: Global Overview Report. (2022, enero 26). DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report

Digital 2024: Global Overview Report. (2024, enero 31). DataReportal – Global Digital Insights. https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report

DOF - Diario Oficial de la Federación. (2021). Recuperado el 19 de mayo de 2024, de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5616105&fecha=16/04/2021#gsc.tab=0

Editorial Etecé. (2023, noviembre 19). Página Web—Concepto, tipos y para qué sirve. *https://concepto.de/*. https://concepto.de/pagina-web/

El Universal. (2020, enero 10). 5 casos donde se culpó a los videojuegos por tiroteos. El Universal. https://www.eluniversal.com.mx/techbit/5-casos-donde-se-culpo-los-videojuegos-por-tiroteos/

Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2022—[Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI] | Plataforma Nacional de Datos Abiertos. (s/f). Recuperado el 22 de enero de 2025, de https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2022-instituto-nacional-de-estad%C3%ADstica-e-inform%C3%A1tica-%E2%80%93

Encuestas BIT. (2022). Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/Encuestas.xhtml

ENOVA. (2021, diciembre 15). Efectos negativos de los videojuegos en la salud mental de los jóvenes. Centro Médico ENOVA. https://centromedicoenova.com/salud-mental-jovenes/

Facultad de informática de Barcelona. (s/f). *Historia de los videojuegos*. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html

Ferdinand Tönnies (1855-1936). Álvaro, D., 2010, "Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tönnies", en Papeles del CEIC, vol. 2010/1, nº 52, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco

Fernández, E. C. (2021, mayo 5). *Descubre qué es un servidor dedicado en videojuegos*. Tokio School. https://www.tokioschool.com/noticias/que-es-servidor-dedicado-videojuegos/

Ferri, P. (1999). Comunità e comunità virtuale; due concetti a confronto. En P. Carbone & P. Ferri (Eds.), Le comunità virtual (pp. 79-105). Milano: Mimesis

Flores Vivar, J. M. (2005). *Internet en el proceso de globalización y consolidación de los medios de comunicación europeos*.

García J., L. (2020, julio 8). *Home office, una opción laboral antes y después del coronavirus*. Ciencia UNAM. https://ciencia.unam.mx/leer/1015/home-office-una-opcion-laboral-antes-y-despues-del-coronavirus

García, E. (2017). *30 Años de The Legend of Zelda* [Noticias]. Meristation. https://as.com/meristation/2016/02/21/reportajes/1456038300_098456.html

García, M. R. (2019). La comunicación como relación e interacción. Un mapa general de acepciones teórico-conceptuales y un apunte sobre sus posibilidades empíricas en los estudios sobre interculturalidad. Revista Iberoamericana de Comunicación, 36, Article 36.

Goffman, E. (1956). *The Presentation Of Self In Everyday Life* (monograph, Vol. 2) [PDF]. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre. https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf

Gómez, D. R., & Roquet, J. V. (s/f). *Metodología de la investigación*.

Herrera, P. (2024, mayo 7). ¿Cómo favorecen los videojuegos al cerebro? - UNAM Global. https://unamglobal.unam.mx/global_revista/como-favorecen-los-videojuegos-al-cerebro/

Hine, C. (2015). Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied, Everyday Internet [Digital]. En *Ethnography for the Internet*. Routledge. https://www.routledge.com/Ethnography-for-the-Internet-Embedded-Embodied-and-Everyday/Hine/p/book/9780857855701

Illouz, E. (2007). Intimidades congeladas. Las emociones del capitalismo (primera edición) [PDF]. Katz discusiones.

INEGI. (2021). Encuesta Nacional De Vivienda (ENVI) 2020. En *INEGI* (N.º 493/21). INFONAVIT.

INEGI. (2023). Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad Y Uso De Tecnologías De La Información En Los Hogares (ENDUTIH) 2022. En *INEGI* (N.º 367/23). IFT.

INEGI. (s/f). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los hogares 2020. ENDUTIH.* Recuperado el 29 de abril de 2024, de https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=889463901235

Informe del consumidor de eSports España 2022 | Deloitte España. (s/f). Recuperado el 22 de enero de 2025, de https://www.deloitte.com/es/es/Industries/tmt/analysis/informe-consumidor-esports.html

Ingold, T., (2017). ¡Suficiente con la etnografía! Revista Colombiana de Antropología, 53(2), 143-159.

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica. (2022). Inei. (s. f.). *Instituto Nacional de Estadistica e Informatica*. https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-724-de-la-poblacion-de-6-a-17-anos-de-edad-accedio-a-internet-13723/

Iyer, R. (2024, noviembre 2). *The 2024 League of Legends Worlds hit a new record of 6.94M Peak Viewers | Esports Charts*. https://escharts.com/news/2024-league-legends-worlds-record

Kahn, Robert L. y Charles F. Cannell (1977). "Entrevista. Investigación Social'; en David Sills (comp.), Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, t. 5, Madrid, Ed. Aguilar.

Kelly, R., & Watts, L. (2015, septiembre 20). *Characterising the inventive appropriation of emoji as relationally meaningful in mediated close personal relationships: Experiences of Technology Appropriation: Unanticipated Users, Usage, Circumstances, and Design*.

Kennedy, H., Moss, G., Birchall, C., & Moshonas, S. (2015). Balancing the potential and problems of digital methods through action research: Methodological reflections. *Information, Communication & Society*, *18*(2), 172–186. https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.946434

La Nacion, (2023, 26 septiembre). ¿Qué significa “F” en el chat? *La Nacion*. https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/que-significa-f-chat-nid2457898

Linares, J., Codina, L., Abadal, E., & Guallar, J. (2016). Periodismo en bases de datos y buscabilidad de la información: Protocolo de análisis y resultados de aplicación. http://repositori.upf.edu/handle/10230/27310

Marzal García-Quismondo, M. Á., & Cruz-Palacios, E. (2018). *Gaming como instrumento educativo para una educación en competencias digitales desde los Academic Skills Centres*. https://hdl.handle.net/10016/27855

Mata, G. M. (2012). *Estrategias Gerenciales Para Promover Y Fortalecer El Sentido De Pertenencia En Estudiantes De Educación Media. Un Estudio De Caso.* [Tesis,

Universidad Central De Venezuela]. https://saber.ucv.ve/bitstream/10872/6294/1/Completo.pdf

McLuhan, M. (1966). “The Emperor’s Old Clothes”. En: Kepes, G. (ed.) The Man-Made Object (pp. 90-95). Nueva York: George Brazillier Inc. Reeditado en: McLuhan, E. y Terrence Gordon, W. (2005). Marshall McLuhan Unbound. Corte Madera, CA: Ginko Press. Vol. 20.

McLuhan, M. M. (1996). *Comprender los medios de comunicación* (1ra Edición) [PDF]. Paidós Ibérica S.A. https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall__Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf

McMillan, B. & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: a definition and theory. Journal of Community Psychology, 14, 6-23.

Mercy Plays (Director). (2024, junio 10). *El Diccionario De League Of Legends 2024* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=ByCqOg-YsWo

Milenium. (s/f). *Definición de Software, Qué es, Significado y Concepto*. Recuperado el 7 de mayo de 2024, de https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-software.html

Miller, D. (2018). Digital Anthropology. The Cambridge Encyclopedia of Anthropology.

Nelson, T. (1965). A file structure for the complex, the changing and the indeterminate. *Complex Information Processing*. https://blogs.baruch.cuny.edu/art3057fall2010/files/2010/08/Nelson-AFileStructureForThe-ComplexTheChangingAndTheIndeterminate.pdf

NIC.br. (2021). *Portal de Dados do Cetic.br—DataCetic*. Portal de Dados do Cetic.br - DataCetic. https://data.cetic.br/explore/?pesquisa_id=13&unidade=Crian%C3%A7as%20e%20Adolescentes

Nuñez, V. (2018, diciembre 26). *Transformación digital: Significado de la digitalización para las empresas*. Vilma Núñez - Consultora Estratégica de Marketing. https://vilmanunez.com/transformacion-digital-definicion/

Países con mayor número de usuarios de internet en América Latina 2023. (2023). Statista. Recuperado el 16 de abril de 2024, de https://es.statista.com/estadisticas/1073677/usuarios-internet-pais-america-latina/

Paiva, V. L. M. de O. e, & Nascimento, M. do. (2009). Hipertexto e complexidade. *Linguagem em (Dis)curso*, *9*, 519–547. https://doi.org/10.1590/S1518-76322009000300005

Pérez García, É. A., & Rodríguez Sánchez, J. de J. (2022). Análisis del uso de espacios virtuales en educación superior. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, *14*(1), 66–79. https://doi.org/10.32870/ap.v14n1.2104

Pérez Porto, J. (2023, diciembre 5). *Comunicación digital—Definicion.de*. Definición.de. https://definicion.de/comunicacion-digital/

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2023, octubre 10). *Digital—Definicion.de*. Definición.de. https://definicion.de/digital/

Pinilla Gómez, R. (2020). El correo electrónico como género digital en estudiantes universitarios semipresenciales de Lengua española. *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, *3*, 77–108. https://doi.org/10.24197/redd.3.2020.77-108

Población con acceso a internet en Argentina, por edad. (s/f). Statista. Recuperado el 16 de abril de 2024, de https://es.statista.com/estadisticas/1220202/porcentaje-poblacion-acceso-internet-edades-argentina/

Preguntas frecuentes sobre el panel de sonidos. (2024, enero 11). Discord. https://support.discord.com/hc/es-419/articles/12612888127767-Preguntas-frecuentes-sobre-el-panel-de-sonidos

Quiroz, A. (2022, febrero 7). ¿Qué es y para qué sirve la mensajería instantánea? *B2Chat*. https://www.b2chat.io/blog/mensajeria-instantanea/mensajeria-instantanea-tipos-para-que-sirve/

Radcliffe Brown, A. (1986). *Estructura y función en la sociedad primitiva* (Á. Pérez, Trad.; 62.ª ed.) [PDF]. PLANETA AGOSTINI. https://teoriasantropologicasucr.files.wordpress.com/2011/04/radcliffe-brown-estructura-y-funcion-en-la-sociedad-primitiva1.pdf

RAE. (s/f). *Definición de URL - Diccionario panhispánico del español jurídico—RAE*. Diccionario panhispánico del español jurídico - Real Academia Española. Recuperado el 21 de enero de 2025, de https://dpej.rae.es/lema/url

Ramírez Aceves, M., & Morales Fajardo, M. E. (2015). *Manual para la elaboración de trabajos de investigación de licenciaturas en Ciencias Sociales y Humanidades*.

Ramos, M. (2020). Interacción sociodigital y emociones: el uso juvenil de los emojis. En *las emociones en la vida social: miradas sociológicas* (primera edición, p. 325). Universidad Nacional Autónoma de México.

Rand.org (2018). *Paul Baran and the Origins of the Internet*. Consultado el 3 de febrero de 2024, de https://www.rand.org/about/history/baran.html

Rheingold, H. R. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* [PDF]. Revised Edition. https://direct.mit.edu/books/book/2147/The-Virtual-CommunityHomesteading-on-the

Riot Games. (2022, noviembre 16). *Riot Games y Ubisoft afrontan la toxicidad en los juegos con un nuevo proyecto*. Riot Games. https://www.riotgames.com/es/noticias/riot-games-y-ubisoft-afrontan-la-toxicidad-en-los-juegos-con-un-nuevo-proyecto

Rizo García M. (2013) Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva. Imagonautas.

Rodríguez Barrientos, A. V. (2023). Ya casi vamos por los 30 y aquí sigo, ¿verdad? Apropiaciones identitarias de jóvenes que videojuegan [PDF]. En *Juventudes digitales en México prácticas y casos de investigación en entornos OnLife* (primera edición, pp. 41-65). Seminario de Investigación en Juventud. https://seminariojuventud.sdi.unam.mx/images/libro_juventudes_digitales.pdf

Rodríguez G., D. y Valldeoriola R., J. (2008), Metodología de la investigación, Universitat Oberta de Catalunya <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/77608/2/Metodología%20de%20la%20investigación_Módulo%201.pdf

Ruiz Salinas, J. I. (2022). *Comunidades digitales y videojuegos: Otra perspectiva de las comunidades de práctica*. https://tesiunam.dgb.unam.mx/F/DPTI9NL1Y91DVY3NEII8YIGFXDD2PYP2BMKAD913IVE74SN7US-02100?func=full-set-set&set_number=612004&set_entry=000012&format=999

Salaverría, D. R. (Ramón) (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*.

Salaverría D. R. (Ramón). (2014). *Multimedialidade: Informar para cinco sentidos*. Livros LabCom. https://dadun.unav.edu/handle/10171/37153

Sallán Gairín, J., & Pilar Muñoz, M. D. (2006). Análisis de la interacción en comunidades virtuales. *Educar*, 125–150.

Sánchez, M. G., & Serrano, M. J. H. (2008). Interpretación de la virtualidad. El conocimiento mediado por espacios de interacción social. *Apertura*, *8*(9), 8–20.

Silverman, David (1989)."The Practice of Qualitative Research'; en Qualitative Methodology & Sociology, Gran Bretaña, Gower.

sor4p (director). (2025, abril 2). La Psicología del Cazador en Monster Hunter [Mp4]. https://www.youtube.com/watch?v=1uI2Mfx-Kko

Stake, R. E. (2005). Qualitative Case Studies. En *The Sage handbook of qualitative research, 3rd ed* (pp. 443–466). Sage Publications Ltd.

Stromer-Galley, J. (2004). Interactivity-as-Product and Interactivity-as-Process. The Information Society, 20(5), 391–394. https://doi.org/10.1080/01972240490508081

Torres Vargas, G. A. (2008). El uso del término “redes sociales” y algunas confusiones. *Investigación bibliotecológica*, *22*(45), 07–09.

Valdés, S. (2024, febrero 28). *Mercado de los videojuegos: De los gráficos a ganancias en América Latina | Noticias*. https://noticias.perfil.com/noticias/empresas/de-los-graficos-a-ganancias-en-america-latina.phtml

Vela Peón, F. (2013). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En *Observar, escuchar y comprender* (primera, pp. 93-123). FLACSO-México. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mis/wp-content/uploads/sites/126/2020/11/texto-de-Sanchez-Serrano.pdf

Weber, M. W. (1981). *Economía y sociedad* (Primera edición en español) [PDF]. Flacso. https://postulacion.flacso.edu.mx/formatos/MCS/Examen/bibliografia/weber_economia_y_sociedad_cap3.pdf

Wikijuegos. (s/f). *Videojuego*. Wikijuegos. Recuperado el 22 de mayo de 2024, de https://videojuegos.fandom.com/es/wiki/Videojuego

Zhen Wang (Director). (2014, diciembre 5). *SAO Link Start* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=8t8jLB_kKoA

ANEXOS

Anexo 1. Guía de observación

Análisis de los procesos de comunicación digital en la construcción de relaciones de jugadores jóvenes de LoL de habla hispana.

Datos generales de la partida

Fecha	Hora de inicio	Hora de término	Jugadores	Tipo de partida	Folio o nombre identificatorio

Procesos durante la partida

Proceso durante la partida	Elemento de comunicación	Qué despliega	Incidencia en prácticas de interacción y actitudes	Vínculos / Relaciones
Previo	Búsqueda de la partida	Chat previo a la partida		
	Selección de campeón	Chat en sala de espera y reportar acciones		
	Observación de estadísticas o marco	Ver tiempo y experiencia del jugador		
Inicio	Indicativos de la partida	Conocimiento general de lo que sucederá en la partida		
	Chat de la partida	Oportunidad de hablar con el equipo aliado y enemigo		

	Uso de recursos visuales	Permite expresar un estado de ánimo o una emoción		
Medio	Indicativos de la partida	Notifica el avance y estado de la partida actual		
	Chat de la partida	Oportunidad de hablar con el equipo amigo y enemigo		
	Uso de recursos visuales	Permite comunicar un estado de ánimo o emoción		
Final	Uso de recursos visuales	Permite comunicar un estado de ánimo o emoción		
	Premiación o condecoraciones	Elegir a un jugador del equipo que a elección personal haya destacado		
	Chat de la partida	Oportunidad de hablar con el equipo amigo y enemigo		
	Chat de sala de espera	Permite hablar con todos los jugadores de la partida jugada		
	Visualizar estadísticas	Permite ver el desempeño de todos y a su vez da la opción de reportar acciones de un jugador		
	Indicativos de la partida	Notifica el avance y estado de la partida actual		

Observaciones adicionales:

Anexo 2. Guía de entrevista

Batería de preguntas, proyecto de tesis: Comunicación en LoL.

Guía de entrevista para Gamers / videojugadores

Fecha entrevista:	
"Nick name" o nombre de usuario:	
Identidad de género que asume	
Lugar de residencia (país o ciudad)	
A qué se dedica	
Tiempo de jugar	
Servidor al que pertenece	

Antes o al iniciar a jugar LoL

¿Cómo fue que empezaste a jugar League of Legends?

¿Hace cuánto tiempo que juegas?

¿Cómo ha sido tu experiencia en el juego?

¿Te consideras un/a gamer?, ¿por qué?

¿Cada cuándo juegas? y ¿qué tipo de gamer eres? (aficionado, profesional, casual), ¿para qué juegas?

Entre los personajes, ¿te identificas con alguno y por qué?

¿De qué manera prefieres jugar, solo o con amigos?

A partir de una partida, ¿te has interesado por mantener el contacto con alguien, por qué, ¿qué te motivó para buscarla?

Te ha pasado que después de la partida, ¿te busquen a ti? ¿Cómo fue?

A partir de jugar en LoL

¿Has tenido nuevas amistades? ¿Como se dio esta amistad?

¿Se mantiene la amistad? ¿De qué manera?

¿Cómo o a través de dónde te comunicas con esa amistad?

¿Cómo suelen ser las pláticas? ¿Hablan muy a menudo de LoL?

¿Te han buscado a ti para formar una amistad? ¿Cómo fue?

¿Has tenido curiosidad de conocer a algún amigo online de manera personal? ¿por qué?

¿Alguna vez te has sentido atraído sentimentalmente algunos de tus conocidos en línea?

¿Cómo es la dinámica de juego con tus amigos?

Cuando juegas solo, ¿con qué regularidad o fin usas el chat de la partida?

A partir de tu tiempo jugando LoL (Estas preguntas fueron realizadas bajo el consentimiento de la persona entrevistada)

¿Alguna vez te has sentido violentado/a? De qué manera, me puedes contar por favor

¿Has sido testigo/a de algún acto de violencia o les ha pasado a tus amigos? ¿De qué tipo, stalkeo, burlas, físico?

Según tu experiencia ¿crees que LoL sea un juego violento o que incite al odio?

¿Crees que los reportes en el juego sean suficientes para denunciar este tipo de actos?

¿Alguna vez dejaste de jugar LoL por un problema similar? *(en caso de afirmación)

*¿Por qué regresaste?

¿Te has sentido vulnerable jugando LoL? ¿Cómo fue?

Después de jugar LoL

¿Consideras que tus vínculos en LoL son los mismos que en la vida offline? Eres el mismo, que tu vida es la misma en LoL que en la vida cotidiana, fuera del juego.

¿Recomendarías a alguien jugar LoL? ¿Por qué? *(indagar si se siente parte de una comunidad)

*¿Cómo sientes que te haya recibido la comunidad?

Mientras juegas ¿cómo describirías tu experiencia?

Finalmente, ¿piensas seguir jugando? ¿Por qué?