

La convergencia de los videojuegos online y los mundos virtuales: situación actual y efectos sobre los usuarios

Online bideo-jokoan eta mundu birtualen bateratzea:
egungo egoera eta erabiltzaileengan eragina

Convergence of online videogames and virtual worlds:
current situation and their effects on users

Alfonso González Herrero¹

zer

Vol. 15 - Núm. 28
ISSN: 1137-1102
pp. 117-132
2010

Recibido el 18 de noviembre de 2008, aprobado el 8 de diciembre de 2009.

Resumen

El presente artículo analiza los distintos tipos de videojuegos existentes hoy en día, en función de sus posibilidades de conexión a Internet, así como las implicaciones que tiene para su desarrollo y evolución la convergencia con los denominados “mundos virtuales” (entornos digitales en los que los usuarios eligen –e incluso diseñan– sus propios personajes).

El trabajo también aborda algunos de los efectos negativos que han surgido en paralelo a la evolución de los videojuegos *online* y los mundos virtuales, como son su uso adictivo, la confusión entre realidad y ficción, el acoso *online*, o el desplazamiento de otras fórmulas de ocio. Frente a los aspectos anteriores, también se destacan algunos efectos positivos de estas formas de juego, fundamentalmente su carácter integrador como agentes de socialización.

Palabras clave: videojuego; juegos en red; Internet; mundos virtuales; *Second Life*; MMOGs; MMORPGs.

Laburpena

Artikulu honek gaur egungo bideo-jokoak Internetera konektatzeko duten gaitasunaren arabera aztertzen ditu, eta baita haien garapen eta eboluzioan “mundu birtualek” (erabiltzaileek euren pertsonaiak aukeratu edo diseinatu egin ditzaketen inguruneak) izan dezaketen eragina ere.

Lan honek *online* bideo-jokoan eta mundu birtualen eragin negatiboetako batzuk aztertzen ditu, hala nola erabileraren mendekotasuna, errealtaren eta fikzioaren arteko nahasmena, *online* jazarpena edo bestelako aisialdi aukeren bazterketa. Aurrekoen gain, eragin positibo batzuk nabarmentzen dira ere, sozializazio eragile bezala duten izaera integratzailea kasu.

Gako-hitzak: Bideo-joko, Interneteko joko, Internet, mundo birtualak, *Second Life*, MMOG, MMORPG.

¹ Universidad Rey Juan Carlos de Madrid e IBM España, alfonso.gonzalez.herrero@urjc.es

Abstract

This article analyzes the different types of games available today in terms of its ability to connect to the Internet. It also studies the convergence of online videogames with the so-called "virtual worlds" (digital environments in which users choose --and even design-- their own characters).

The article also addresses some of the negative effects that have emerged in parallel with the evolution of *online* games and virtual worlds, such as addiction to its use, the confusion between reality and fiction, *online* harassment, or displacement of other entertainment formulas. Finally, the article also highlights some positive effects of these types of games, primarily its role as agents of socialization.

Key words: videogames; online games; Internet; virtual worlds; *Second Life*; MMOGs; MMORPGs.

1. Introducción

El mundo de los videojuegos ha sufrido numerosas transformaciones desde que en 1952 se creara el primer juego de “Las 3 en Raya, y en 1972 se comercializaran los primeros videojuegos a través de primitivas videoconsolas caseras y máquinas recreativas. Sin embargo, no sería hasta los años 80, tras la invención del ordenador personal de IBM, cuando la industria de los videojuegos viviera su primer gran impulso.

La aparición y popularidad de Internet en los años 90 ya hacían prever que, tarde o temprano, se produciría una convergencia tecnológica entre el mundo de los videojuegos e Internet, si bien, las limitaciones de las tarjetas gráficas de los ordenadores y del ancho de banda de la red de Internet no lo han hecho posible hasta hace pocos años. Así, ha sido a principios de este siglo cuando los principales fabricantes de videoconsolas (Microsoft, Nintendo y Sony) han podido lanzar al mercado aparatos con capacidad de conexión a Internet —en paralelo a las mejoras en la infraestructura de conexión de la Red— y han surgido nuevas empresas especializadas en videojuegos *online*, a los que se puede acceder ahora sin necesidad de comprar una videoconsola.

El presente artículo analiza los distintos tipos de videojuegos existentes hoy en día en función de sus posibilidades de conexión a Internet, así como las implicaciones que tiene para su desarrollo y evolución la convergencia con los denominados “mundos virtuales”. En estos últimos, el comportamiento de todos los personajes de la pantalla, así como su entorno, es definido por personas reales en lugar de, exclusivamente, por algoritmos matemáticos previamente definidos en el correspondiente software.

Finalmente, el artículo aborda algunos de los efectos negativos que han surgido en paralelo a la evolución de los videojuegos *online* y los mundos virtuales, tales como la adicción a su uso, la confusión entre realidad y ficción, el acoso *online*, o el desplazamiento de otras fórmulas de ocio. Frente a los aspectos anteriores, también se destacan algunos efectos positivos de estas formas de juego, fundamentalmente su carácter integrador como agentes de socialización.

Se ha seguido una doble vía metodológica para la elaboración del artículo: por un lado, se ha procedido a una exhaustiva revisión bibliográfica de fuentes secundarias con el fin de determinar la información disponible sobre el objeto de estudio. Por otro, se ha acudido a métodos cualitativos exploratorios como son la observación directa y la observación participante (Aaker y Day, 1990), técnicas mediante las que se han evaluado los diversos videojuegos *online* y mundos virtuales mencionados a lo largo del texto.

2. Los videojuegos: dimensiones de la industria y tipología

Las dimensiones económicas y sociales que han alcanzado los videojuegos y la utilización de Internet en las sociedades modernas son impresionantes. Por ejemplo, la organización norteamericana *The Pew Internet & American Life Project* estima que 8 de cada 10 niños norteamericanos tienen una videoconsola en su casa, que más de la mitad tienen 2 o más, y que el 66% de los jóvenes juegan o se descargan juegos *online* (Lenhart et al., 2001). En España se estima que 3 de cada 4 niños entre 8 y 13 años tienen una videoconsola en casa, y que juegan un promedio de 25 minutos al día, o lo que es lo mismo, 152 horas al año (Del Castillo, 2007).

Por otro lado, los datos indican que el 93% de los norteamericanos entre 12 y 17 años utilizan Internet con regularidad, frente al 42% que lo hacía en el año 2000 (Lenhart y Madden,

2007). De ellos, un 55% ya utiliza las redes sociales de Internet como MySpace o FaceBook. En nuestro país el 90% de los jóvenes utilizan Internet para comunicarse con sus amigos, según un estudio de Nielsen, y navegan por la Red una media de una hora diaria (Lorenci, 2007).

Con esas cifras, no es de extrañar que compañías de investigación de mercados y medición de audiencias como Nielsen midan ya las audiencias de los videojuegos, al igual que hacen con los medios de comunicación tradicionales como la prensa, la radio o la televisión.

Se estima que el mercado del software supone, sólo en los Estados Unidos, más de 20.000 millones de dólares (NDP Group, 2009). Y todo ello cuando todavía es incipiente el desarrollo del mercado de videojuegos *online* para el teléfono móvil, tanto por las limitaciones técnicas todavía hoy existentes, como por las limitaciones que imponen los propios dispositivos; hay que navegar con teclas diminutas y un par de dedos, algo que podría cambiar en años venideros con el desarrollo de nuevos dispositivos móviles —como el iPad de Apple—, su eventual convergencia con las videoconsolas portátiles tipo PlayStation Portable (PSP) o Nintendo DS, y el avance de las tecnologías de voz.

2.1 *Onlinevs. Offline*

Pero los avances en el mundo de los videojuegos no han sido meramente técnicos o económicos, sino también conceptuales (Pérez Martínez, 2002), al tiempo que han ido atrayendo a todo tipo de jugadores: jóvenes y adultos; hombres y mujeres.

Así, desde el punto de vista conceptual, estamos asistiendo a algunos cambios revolucionarios en el modo de jugar, cambios propiciados por esa integración con el mundo de Internet a la que nos referíamos anteriormente. De este modo, a diferencia de lo que ocurría hace apenas una década, hoy podemos clasificar los videojuegos en función de la tecnología utilizada en:

- **Offline o tradicionales:** aquellos en los que se juega con un ordenador o una videoconsola —que puede estar conectada a la televisión—, pero sin acceso a Internet. Normalmente se juegan de forma individual o en grupos muy reducidos de personas.
- **Online o en Red:** aquellos en los que se juega mediante una conexión a la red de Internet, bien mediante un PC o bien mediante una videoconsola que permita dicho acceso. Aunque algunos se pueden jugar en solitario, su atractivo principal reside en la posibilidad de compartir escenario con un gran número de personas gracias a una conexión a Internet.

Estos últimos han provocado la aparición de toda un serie de términos y siglas, entre las que destacan los MMOGs (*Massive Multiplayer Online Games* o Videojuegos en Red Multijugador), y los MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Games*, o Videojuegos de Rol *Online*). Ambos términos se refieren a esa nueva categoría de juegos en red en los que participan decenas, cientos o miles de jugadores de forma simultánea y —en el caso de los MMORPGs— adquiriendo la personalidad de un personaje de ficción cuyas aventuras se desarrollan en un mundo virtual *online*.

Esta nueva forma de jugar online se produce de forma paralela o dentro del ámbito de lo que se ha dado en llamar la *Web 2.0*, un término que surgió alrededor del año 2004 (*Web 2.0*, 2010) que podemos definir como una segunda generación de servicios basados en la utilización de Internet, como las páginas de redes sociales y las herramientas de comunicación

interpersonal, que enfatizan la colaboración online entre los individuos. La *Web 2.0* es participativa, colaborativa, inclusiva, y gira en torno al creador-usuario de los contenidos. Es este, por tanto, el contexto en el que cabría incluir el fenómeno de los videojuegos online y, sobre todo, de los mundos virtuales *online*.

Por otro lado, estos cambios conceptuales de los juegos *online* han hecho posible que colectivos —como el de mujeres— que se sentían poco atraídos por los juegos tradicionales, vean ahora en los nuevos mundos virtuales y juegos *online* oportunidades de ocio realmente interesantes, frente a lo que ha ocurrido en décadas anteriores, en donde eran los hombres —jóvenes y adultos— los que constituían el núcleo fundamental de jugadores. Así, según algunos estudios (Jones, 2003) las mujeres juegan más a videojuegos *online* que los hombres (un 60% de mujeres frente a un 40% de hombres), aunque hay aproximadamente el mismo número de hombres y mujeres que juegan a otro tipo de videojuegos *offline*.

Finalmente, respecto al momento en que niños y jóvenes juegan por primera vez a videojuegos *online*, cabe indicar que la mayoría de los jugadores actuales en Estados Unidos lo hicieron por primera vez cuando estaban en bachillerato (43%), que un 22% lo hizo ya estando en la universidad, y que tan sólo un 6% comenzó a jugar cuando estaba en educación primaria (Jones, 2003). Datos que, sin duda, cambiarán radicalmente a medida que las nuevas generaciones comienzan a jugar a edades cada vez más tempranas.

3. Los mundos virtuales y los videojuegos de rol *online*

Como hemos comentado anteriormente, dentro del amplio panorama de juegos en Red que se han desarrollado en la última década —y particularmente en los últimos 5 años— destacan, sin duda, los que se han venido en denominar videojuegos de rol *online*. En este tipo de juegos se recrean sociedades imaginarias (pasadas, presentes o futuras), en las que los jugadores deben interactuar con otros jugadores o personajes, bien viajando y viviendo aventuras prediseñadas por los creadores del videojuego, o bien siendo los propios jugadores los que construyen y determinan sus vivencias en el propio videojuego (abriéndose, por tanto, una nueva dimensión en los videojuegos en Red, dado que el jugador es también, a su vez, el creador del entorno en el que se desenvuelve el juego).

Un punto común a todos estos entornos virtuales es el hecho de que son los jugadores los que eligen su “personaje” en el juego, los que lo diseñan “a medida” según sus propios gustos personales. Dichas representaciones gráficas se denominan “avatares”.

El crecimiento del número de personas que disponen de un avatar para jugar en alguno de los juegos de rol *online*, o mundos virtuales existentes hoy en día en Internet, está siendo exponencial, particularmente en algunos países. Por ejemplo, en Corea, el 40% de sus habitantes ya han creado al menos un avatar *online*, al igual que han hecho un 18% de norteamericanos (Homo sapiens, 2007).

Una de las razones de este crecimiento parece estar en el también cada vez mayor interés de las mujeres y las niñas hacia los videojuegos. Así, un estudio realizado por *Park Associates* en 2006 indicaba que el 21% de los jugadores de MMORPGs eran mujeres entre 18-34 años, muy similar al 26% de hombres de esas edades que también jugaban (Lawton, 2007).

Por otro lado, no hemos de olvidar lo atractivo que es para los niños de ambos sexos jugar usando su imaginación. Y ahora, pueden hacerlo a través de numerosas webs que les dejan recrear los avatares que ellos diseñen. Así, frente a los normalmente violentos videojuegos tradicionales, están surgiendo sitios web como *Stardoll*, *Doppelganger*, *Club Penguin* y *Gaia*

Online, en donde las actividades son más inocentes y crean interés entre niños y jóvenes de ambos sexos.

Quisiéramos en este punto resaltar que la frontera entre los videojuegos de rol *online* y los denominados “mundos virtuales” es cada vez más difusa. Fundamentalmente por dos razones. Por un lado porque muchos mundos virtuales comparten con los videojuegos de rol *online* la capacidad de que el usuario adopte una personalidad ajena a la suya propia, lo que hace que la experiencia resultante sea también en muchos casos de mero juego. Y por otro, porque los videojuegos de rol *online* cada vez incorporan más posibilidades de creación por parte de los propios usuarios, a pesar de que el peso de los escenarios y personajes predefinidos sigue siendo alta.

Es por esta razón por la que la diferenciación nítida entre uno y otro concepto no es sencilla. Hay plataformas que nacieron como videojuegos, que hoy en día son verdaderos mundos virtuales en los que el usuario puede coincidir y vivir experiencias en escenarios cada vez más reales junto a una comunidad de usuarios. Y lo contrario. También hay escenarios virtuales que surgieron como extensión de la vida real que han incorporado numerosas características de los videojuegos más tradicionales.

No obstante, a pesar de la dificultad para diferenciar los videojuegos de rol *online* de los mundos virtuales, hay todavía algunas características que los diferencian. Por ejemplo, la existencia de un mundo virtual (frente a un simple videojuego) requiere un mundo “persistente”, disponible las 24 horas del día, los 365 días al año (Virtual World, 2010). Ningún videojuego de multi-jugador funciona todo el día, todos los días de la semana (dado que no están disponibles en determinados momentos por mantenimiento) y, por tanto, el tiempo que no está operativo no es tiempo que cuente a efectos de haber vivido en dicho mundo. Por otro lado, en los mundos virtuales la participación se realiza en tiempo real, mientras que en los videojuegos suele haber saltos temporales, haciendo que el tiempo pase más rápido.

En cualquier caso, lo que sí comparten la mayoría de videojuegos de rol *online* y mundos virtuales son un alto grado de interactividad entre sus usuarios, posibilidad de elección (o diseño) del personaje por parte del usuario, así como la posibilidad de elegir el entorno —en mayor o menor medida— en el que se va a desarrollar el juego.

Se ofrece a continuación una relación de los principales videojuegos *online* de rol y mundos virtuales existentes hoy en día, con el fin de que los lectores no familiarizados con este entorno puedan conocer mejor sus características y peculiaridades.

3.1. Los principales videojuegos de rol *online* y “mundos virtuales” hoy

Se cuentan por decenas los mundos virtuales y videojuegos multi-jugador en Red accesibles a través de Internet. Además de *Second Life* (al que dedicaremos un apartado posteriormente), los más populares hoy en día son los siguientes, por orden alfabético:

City of Heroes: <http://www.cityofheroes.com/> Mundo virtual basado en los superhéroes del cómic que se desarrolla en la ciudad de *Paragon*. Este juego fue lanzado en 2004 y no ha estado exento de una cierta polémica, ya que permite recrear superhéroes similares a los creados por la editora *Marvel Comics*, como los 4 Fantásticos, Spiderman o el increíble Hulk.

Club Penguin: <http://www.clubpenguin.com/> Dirigido a niños, es una mezcla de mundo virtual y portal social (como pueden ser los dirigidos a adultos *Facebook* o *MySpace*), aunque sigue un modelo de suscripción y pago (unos 60

dólares anuales). Creado en 2005, cuenta en la actualidad con unos 700.000 suscriptores. Sus avatares tienen apariencia de pingüino y viven en un mundo polar.

Doppelganger: <http://www.doppelganger.com/index.html> Dirigido a jóvenes de 13-20 años, es un videojuego de rol online en el que se pueden organizar fiestas con amigos, bailar, ir de compras y asistir a conciertos en directo o grabaciones de programas de televisión. Los personajes se mueven dentro de un mundo virtual similar al de *Second Life*.

EverQuest: — <http://everquest.station.sony.com/> Juego de rol online ambientado en mundos fantásticos de estética similar a *El Señor de los Anillos*. Al igual que en otros juegos mencionados, los jugadores de *EverQuest* deben crear un personaje virtual, un “avatar”, entre una de las 14 razas diferentes que existen en su mundo (desde duendes a ogros, pasando por humanos o lagartos con forma humana) y una ocupación u oficio (guerrero, monje...). Con sus personajes, los jugadores pueden explorar el mundo de *Norrath*, pelear junto a otros jugadores contra monstruos y enemigos, etc.

Gaia Online: <http://www.gaiaonline.com/> Juego online también dirigido al público juvenil en el que se puede asistir con el avatar a la proyección de películas de cine, fiestas organizadas por sus habitantes o juegos con múltiples jugadores.

Habbo Hotel: <http://www.habbo.es/> Creado en el año 2000, y disponible ya en multitud de idiomas —entre ellos el castellano— tiene más de 7,5 millones de visitantes mensuales. Dirigido a adolescentes, este mundo virtual permite crear avatares en un hotel en el que pueden jugar, hacer fiestas o decorar sus habitaciones. En el momento de escribir este capítulo, empresas como *Garnier* o *BurgerKing* desarrollaban promociones dentro del Hotel, a punto de celebrar la fiesta de *Halloween*.

Lineage and Lineage II: <http://www.lineage.com/> y <http://www.lineage2.com/> Inspirado en entornos medievales, *Lineage* es particularmente famoso en Corea, China y Japón, aunque también tiene numerosos seguidores en los países anglosajones. Son dos de los mayores MMORPGs en la actualidad en número de jugadores, con cerca de 3 millones y 1 millón de jugadores respectivamente, la mayoría de ellos en el sudeste asiático.

MeetMe: <http://www.meet-me.jp/> versión japonesa de *Second Life*, que a diferencia de su hermana americana pretende ser un mundo virtual libre de pornografía, segura para el público infantil y regulada por leyes similares a las del mundo real (ej. en donde sólo se permite que sea la policía la que porte armas de fuego).

Stardoll: <http://www.stardoll.com/es/> Juego online dirigido a chicas de entre 7 y 17 años en el que pueden crear su propia identidad, llamada de forma genérica “MeDoll” (MiMuñeca), para la cual pueden elegir desde su fisonomía hasta la ropa de última moda con la que vestirla, pasando por el maquillaje. *Stardoll* está ya disponible en 15 idiomas —entre ellos el español, el chino, o el ruso— y cuenta con más de 7 millones de usuarias en todo el mundo.

The Sims: <http://thesims.ea.com/>. Creado en el año 2000 como juego para PCs y en 2002 como MMORPG, está disponible ya en 22 idiomas. El videojuego ha vendido ya más de 16 millones de licencias y básicamente consiste en organizar la vida de los personajes creados (los *sims*) y sus familias, habitantes de *Sim City*: dónde comer, cuándo hacer ejercicio, leer, ducharse, dormir... De alguna manera ofrece una dinámica *online* similar a la de los populares “*tamagotchi*”.

World of Warcraft: <http://www.wow-europe.com/es/index.xml>. Considerado por muchos como el videojuego masivo *online* más rentable del mundo. Cuenta ya con más de 8 millones de usuarios que no sólo han comprado el paquete original de software sino que pagan 15 dólares al mes por poder jugar. Al igual que en *EverQuest*, los jugadores de *World of Warcraft* deben elegir un personaje (gnomo, brujo, guerrero...) antes de poder adentrarse en la tierra de *Azeroth* y sus diversos reinos, peleando frente a monstruos, consiguiendo tesoros o simplemente hablando con otros jugadores.

No son muchos los jugadores que están suscritos a más de un MMORPG de pago, tanto por el coste que supondría como por el tiempo que tendría que dedicarse al juego. Por ello, el desarrollo de estas plataformas se basa en el efecto “red” de sus jugadores. Es decir, dado que a los jugadores les gusta jugar con sus amigos, es más fácil que los nuevos jugadores se suscriban a juegos que ya cuentan con un cierto desarrollo y aceptación por parte de su círculo de amistades y es difícil que migren a otras plataformas menos asentadas (Levine, 2007). Esto hace que sea complicado para una nueva plataforma hacerse un hueco en este mercado, aunque no imposible, especialmente a medida que los nuevos videojuegos incorporan nuevas experiencias y posibilidades técnicas.

3.2. El fenómeno de *Second Life*

Pero sin duda, el referente mediático y social de los últimos años de entre todos los mundos virtuales actualmente existentes es *Second Life* (SL): www.secondlife.com. *Second Life* es, de acuerdo a su propia definición, “un mundo virtual en 3 dimensiones, enteramente construido por --y propiedad de-- sus habitantes. (...) Un vasto continente digital, lleno de gente, ocio, experiencias y oportunidades”.

Second Life nació en 2003 de la mano de una empresa californiana llamada *Linden Labs*. En este mundo virtual, los jugadores —denominados “habitantes”²— deben descargarse previamente e instalar en su ordenador un software gratuito que les permite registrarse, elegir un nombre para su personaje (también denominado “*avatar*”) y diseñar su apariencia física. A partir de ahí, pueden interactuar con el resto de avatares y viajar por los distintos mundos (o “islas”) disponibles para los habitantes de *Second Life*. Cuenta con el apoyo de los fundadores de *eBay* y *Amazon*, entre otros. Los jugadores guían a sus avatares a través de los distintos escenarios existentes en los que pueden hablar —originalmente mediante texto y, más recientemente, también mediante voz— con otros habitantes de *Second Life*³.

Second Life —al igual que otros mundos virtuales— ofrece posibilidades que hasta ahora

² “Residents” en terminología anglosajona.

³ Aunque las cifras no son del todo precisas, diversas fuentes estiman que en estos momentos hay más de 9.6 millones de personas en el mundo que han creado su “*avatar*” personal (entre ellos el autor de este artículo), frente a los apenas 100.000 que había en enero de 2006. En España se calcula que hay unos 300.000 jugadores.

no estaban disponibles en Internet. Por ejemplo, en el Internet que conocíamos hasta hace poco no teníamos información sobre la “presencia” de otros internautas. Es decir, un usuario podía estar, por ejemplo, comprando un libro en *Amazon.com* al mismo tiempo que otros cientos de personas pero, sin embargo, ninguno de los compradores tenía información o era consciente de ese hecho. En *Second Life*, por el contrario, el usuario puede ver a las personas que están a su alrededor y ver la actividad que están realizando.

Según sus responsables, la principal diferencia entre un videojuego de rol *online* y *Second Life* es que, en primer lugar, el objetivo no es luchar contra un dragón o similar y, en segundo lugar, que el devenir de la historia no la marca la empresa propietaria o diseñadora del juego, sino sus propios habitantes (Rappeport, 2007). Este hecho constituye, sin duda, una de las peculiaridades de *Second Life*, dado que permite que sea el habitante-jugador el que determine no sólo sus pasos dentro de este mundo virtual, sino también el que diseñe parte del entorno en el que se desarrolla el juego. Algo totalmente novedoso si lo comparamos con los videojuegos *offline* tradicionales y también original frente a los videojuegos de rol *online* u otros mundos virtuales existentes.

Por tanto, los jugadores de *Second Life* pueden crear contenido –a diferencia de los juegos tradicionales, en donde los jugadores únicamente juegan con el contenido creado por otros. Y, en todo caso, los individuos retienen los derechos sobre las obras u objetos que crean en *Second Life*.

Algunas de las peculiaridades de *Second Life* son que la gente no envejece; tampoco existe la muerte (un avatar no desaparece ni siquiera si fallece la persona que le manejaba en el mundo real); no hay gordos; tiene su propia moneda oficial (el “Dólar Linden”), que fluctúa al igual que una moneda real, etc.

Aunque jugar o participar en *Second Life* es gratuito, hay determinadas tareas que requieren el pago de una tasa. Por ejemplo, si se quiere subir una imagen a *Second Life* se debe pagar una tasa de 10 dólares linden; si se forma un grupo, se deben pagar 100 dólares linden. Igualmente, si uno se quiere casar o divorciar en *Second Life* se debe pagar una tarifa a *Linden Labs*.

En términos demográficos, el 26% de los habitantes de *Second Life* son jóvenes entre 18-24 años; el 38% tienen entre 25 y 34 años; y un 22% entre 35 y 44 años; el resto, un 12%, tienen más de 45 años. Alrededor del 25% de los jugadores reales de *Second Life* son mujeres.

El jugador ‘típico’ de *Second Life* pasa entre 20 y 40 horas semanales en el juego. En un día habitual en *Second Life* uno puede comprar ropas virtuales, volar en un avión virtual, e incluso mantener relaciones sexuales con otros avatares virtuales. Hay prácticamente todo tipo de oficios (desde tatuadores, hasta detectives privados, o fabricantes de animales de compañía virtuales) con los que ganarse la vida, hasta el punto en que hay personas que han encontrado en *Second Life* una segunda profesión “real” y que ganan cifras de dinero realmente importantes (Last, 2007; Rosedale, 2007).

Mundos virtuales como *Second Life* permiten hacer cosas que hasta ahora no era posible, como visualizar conceptos abstractos, de ahí que sean numerosas las organizaciones que estén empezando a utilizar este tipo de entornos con fines educativos. Por ejemplo, el *Imperial College* de Londres ha recreado un hospital virtual que permite a los estudiantes de medicina londinenses actuar dentro de un entorno hospitalario sin salir del aula (Kelly, 2007).

En el mismo sentido, en la actualidad hay más de 50 universidades norteamericanas que tienen campus virtuales en *Second Life*, además de algunas otras como *Syracuse University* o la propia *Universidad Rey Juan Carlos* de Madrid, que sin poseer un campus virtual sí

imparten clases y celebran otra serie de encuentros y actividades en instalaciones de *Second Life*.

No obstante, todavía no es un sistema que esté generalizado en la práctica educativa, entre otras razones porque todavía es frecuente que haya alumnos que tengan problemas informáticos para acceder correctamente, y porque la docencia en estos entornos depende muy directamente del nivel de confortabilidad de los profesores hacia las nuevas tecnologías.

Second Life tiene muchos amantes y, de hecho, diversos autores creen que ésta será la forma predominante de relacionarse *online* (González y Blanco, 2008), pero también muchos detractores y no está del todo claro que vaya a ser el mundo virtual que triunfe en un futuro próximo. En cualquier caso, sí parece que es la primera manifestación de éxito de lo que los futuristas han venido denominando “metaversos”, es decir, mundos virtuales habitados por gente real.

4. Efectos negativos de los mundos virtuales y de los videojuegos de rol online

Al igual que ocurre con sus hermanos *offline*, el debate sobre los efectos positivos y negativos de los videojuegos online y de los mundos virtuales sigue abierto (máxime cuando en estos últimos la posibilidad de que el usuario adopte una personalidad distinta a la suya propia puede agravar algunos de los efectos atribuidos a los videojuegos tradicionales).

En el lado de los efectos positivos, son numerosas las voces que han surgido en los últimos años —en línea con la influyente industria de los videojuegos— para defender las bondades de este tipo de ocio y explorar nuevas aplicaciones, particularmente en el mundo de la educación. Así, por ejemplo, la Fundación McArthur, de los Estados Unidos, está invirtiendo 50 millones de dólares en el desarrollo de videojuegos educativos.

Otros investigadores también sugieren que los videojuegos *online* requieren poner en práctica y desarrollan toda una serie de aptitudes intelectuales positivas, a saber: la resolución de problemas en equipo, los hábitos de lectura y escritura, hábitos mentales científicos como el testeo y la revisión de hipótesis, y, por supuesto, la utilización y práctica con tecnologías de la información (Steinkuehler, 2007).

Siguen siendo mayoría, sin embargo, las voces que alertan sobre las consecuencias negativas de una dedicación excesiva a los videojuegos y aconsejan moderación en el acceso a este tipo de ocio.

Dado que este artículo se centra específicamente en el mundo de los videojuegos de rol *online*, no vamos a incidir en este apartado sobre los tantas veces referidos efectos violentos de los videojuegos. Preferimos referirnos a otra serie de efectos de los videojuegos en Red, que se ven acentuados por sus peculiaridades y características.

Así, como sus hermanos *offline*, los videojuegos en Red presentan una serie de efectos negativos que vamos a tratar de exponer en este apartado y que podríamos resumir en:

1. Pueden provocar adicción u obsesión por el juego.
2. Pueden provocar una confusión —e incluso sustitución— de la realidad por la ficción virtual.
3. Pueden constituir el origen de contactos no deseados.
4. Reemplazan a otras actividades de ocio más saludables.

4.1. La adicción u obsesión por el juego online

Sin duda, una de las principales críticas que reciben los videojuegos masivos *online* y los mundos virtuales es su capacidad para ‘engancharse’ a determinados individuos, de modo que se obsesionan por seguir jugando, hasta el punto de crearles problemas personales, bien porque abandonan otra serie de tareas u obligaciones de su vida real, bien porque el tiempo que dedican a jugar en Internet es, a todas luces, excesivo e influye en su comportamiento habitual.

En este sentido, en los Estados Unidos han surgido organizaciones como el *Center for Internet Adiction Recovery* (Centro de Recuperación de la Adicción a Internet) en el que no sólo tratan problemas relacionados con los mundos virtuales, sino también con otros problemas psicológicos derivados de la utilización de Internet, como la “navegación compulsiva” o la adicción al cybersexo. Los lectores interesados en conocer si tienen alguno de estos problemas, o si sus hijos pueden tenerlos, tienen la posibilidad, incluso, de hacer un test *online* en: <http://www.netaddiction.com/>

Asimismo, existe también una organización denominada “*Online Gamers Anonymous*” (Jugadores *Online* Anónimos) que acoge a todos aquellos adictos a los videojuegos *online* que quieran “rehabilitarse”. En el momento de escribir este capítulo, la organización contaba con más de 3.000 miembros. <http://www.olganonboard.org/>

Y existe igualmente un foro en Yahoo en el que se reúnen los “compañeros, familiares o amigos de personas que juegan a *EverQuest* de forma compulsiva”, es decir, de forma obsesiva. El foro, llamado “*EverQuest Widows*” [Viudas de *EverQuest*], fue creado en el año 2000 y cuenta ya con más de 7.000 miembros. <http://health.groups.yahoo.com/group/EverQuest-Widows/>

También recientemente, la Asociación Americana de Medicina hizo un llamamiento para impulsar la investigación psiquiátrica acerca del juego *online* compulsivo, si bien finalmente no clasificó formalmente la adicción a los videojuegos como un desorden psiquiátrico (American Medical Association, 2007).

Todo lo anterior es una muestra de los problemas que el juego obsesivo en Internet puede provocar, tanto en jóvenes como adultos. A pesar de todo esto, los jugadores menos compulsivos suelen decir que se exageran los efectos negativos y que la mayoría de ellos le dedica menos tiempo a los videojuegos que lo que una persona media dedica a ver la televisión, aspecto este último también avalado empíricamente (Marta, 2007). Y a diferencia de la televisión —suelen decir— los videojuegos de rol *online* fomentan la interactividad y la sociabilidad, a diferencia de la televisión que se ve de modo pasivo y, en ocasiones, en solitario.

4.2. Confusión —y sustitución— de la realidad por la ficción virtual

Estudios recientes sugieren que las fronteras entre los mundos virtuales y la realidad son mucho más porosas de lo que los expertos habían llegado a imaginar. Por ejemplo, alrededor del 40% de los hombres y el 53% de las mujeres que participan en mundos virtuales afirman que sus amigos virtuales son iguales o mejores que los amigos que tienen en el mundo real, de acuerdo a una encuesta realizada recientemente por la Universidad de Stanford. Y más del 25% de los encuestados reconocen que el mayor impacto emocional de la semana anterior les había ocurrido durante su interacción en el mundo virtual (Yee, 2006).

Otros estudios sugieren que, a nivel neurológico, los jugadores de este tipo de juegos pueden no distinguir entre las relaciones que se establecen en el mundo real y en el virtual. Y, aunque no hay datos precisos, en los Estados Unidos los consejeros matrimoniales y abogados alertan ya sobre el creciente número de separaciones y divorcios derivados tanto de las “infidelidades virtuales” (Alter, 2007), como de la obsesión de muchos jugadores por su vida en la Red, lo que les lleva a prácticamente a abandonar su vida real.

4.3. Los videojuegos onliney los mundos virtuales como origen de contactos no deseados

Aunque existen pocos datos cuantitativos al respecto, si tenemos suficientes elementos cualitativos —y experiencias y datos de fenómenos cercanos como el de las redes sociales— como para poder indicar que los videojuegos de rol *online* y los mundos virtuales pueden ser el origen de contactos no deseados por el jugador.

De hecho, es hasta cierto punto lógico que así sea, puesto que una de las principales características que ofrecen estas plataformas *online* es su capacidad para poner en contacto a personas que no se conocen ni mantienen relación previa entre sí. Luego es lógico que un porcentaje de los contactos que se produzcan puedan no resultar del agrado —y puedan resultar incluso amenazadores— de las personas que juegan en esos entornos. Por esta razón, las empresas propietarias de las principales redes sociales *online*, así como de los videojuegos y mundos virtuales están aumentando cada vez más el control sobre los datos de sus jugadores, de forma que estos tengan que registrarse en sus plataformas con datos reales que puedan verificarse (como el DNI en España o el número de la Seguridad Social en los Estados Unidos), y que se puedan denunciar y evitar los casos de acoso que se puedan sufrir en ellas.

Los datos existentes respecto a este tipo de contactos no deseados en las redes sociales (como *MySpace* y *Facebook*) apuntan la gravedad del problema, particularmente entre niños y adolescentes. Así, un estudio reciente (Smith, 2007) indica que el 32% de los jóvenes que utilizan este tipo de redes sociales *online* ha sido contactado por personas sin relación alguna ni con él/ella ni con su círculo de amistades. Un 7% de dichos contactos les habría hecho sentirse incómodos o atemorizados. Este último porcentaje es mayor entre las chicas (11% de contactos incómodos) que en los chicos (4%) y entre aquellos que además muestran públicamente su foto (10% de contactos incómodos) o han creado su perfil personal (9%) en estas plataformas sociales.

No obstante, los mismos estudios indican que la probabilidad de sufrir dichos contactos incómodos están también relacionados con el uso que se hace de las plataformas, en el sentido de que aquellos jóvenes que utilizan estas redes sociales para “flirtear” son objeto de un mayor número de contactos no deseados e incómodos que aquellos otros que las utilizan simplemente para hacer nuevos amigos o relacionarse con los ya existentes.

El riesgo de sufrir contactos molestos por parte de desconocidos, junto al hecho de que los menores pueden acceder a contenidos no apropiados para su edad, explica el por qué padres y educadores expresan sus reticencias a que los más pequeños accedan a Internet sin supervisión de su navegación y/o filtro de sus contenidos.

En concreto, en los Estados Unidos, un 53% de los padres afirman que tienen instalado en los ordenadores de sus hijos software que filtra los contenidos, y un 45% tiene instalado software de seguimiento, que deja constancia de los sitios web que visitan. Un 65% reconocen que miran qué sitios han visitados los menores (Lenhart y Madden, 2007).

Por otro lado, cabe destacar que Internet es el dispositivo que cuenta con mayor número de reglas de utilización en los hogares norteamericanos, por encima de las que tienen la televisión, los teléfonos móviles, o los videojuegos tradicionales: un 85% de los padres de jóvenes con acceso a Internet les ha puesto reglas sobre los sitios que pueden o no visitar (frente al 75% que ha impuesto normas sobre los programas de televisión que pueden ver, o el 65% que ha puesto sobre el uso de los videojuegos offline a los que pueden jugar); un 69% ha puesto normas respecto al tiempo máximo que pueden pasar en Internet (frente al 57% que restringe el tiempo de ver televisión, o el 58% que limita el tiempo dedicado a los videojuegos tradicionales). (Lenhart y Madden, 2007). Un 85% de los progenitores tiene normas sobre el tipo de información personal que sus hijos deben compartir con otros individuos cuando hablan a través de Internet.

4.4. Los videojuegos como sustitutos de otras actividades de ocio más saludables

Parece evidente que con días de duración limitada a 24 horas, una alternativa de ocio como los videojuegos bien desplaza a otras prácticas de ocio o a otro tipo de actividades (estudios, trabajo, dormir...). Y este es, precisamente, uno de los riesgos del juego excesivo, en tanto en cuanto los videojuegos *online* no sólo están desplazando a otros hábitos hasta ahora asentados en el ocio de nuestras sociedades (como ver la televisión o ir al cine), sino que también están restando tiempo a otras actividades como la práctica de deportes o, simplemente, a la interacción social en la vida real —que es sustituida por esa misma interacción, pero virtual—.

Algunos estudios (Jones, 2003) minimizan estos problemas e indican que la distribución del tiempo de ocio de los jóvenes de hoy en día no sigue los parámetros de generaciones anteriores. Según esta teoría, el tiempo de los jóvenes hoy no se distribuiría mediante espacios sucesivos de tiempo a lo largo de los cuales se realizan tareas únicas de forma concatenada, sino que funcionaría mediante espacios de tiempo “multitarea”, en los cuales un joven, por ejemplo, podría estar estudiando, al tiempo que escucha música en un mp3 y realiza un breve descanso para jugar a un videojuego durante unos minutos.

No obstante, los mismos estudios indican que los videojuegos —especialmente aquellos que se juegan *online*— constituyen un sustituto de entretenimiento (cuando los amigos de la vida real no están disponibles) o de alguna otra actividad. Así, cerca de la mitad (48%) de los jóvenes encuestados admiten que los videojuegos les restan tiempo de estudiar “algo” o “mucho” y un 9% afirman incluso que la principal motivación para jugar a videojuegos es evitar el estudio. De igual forma, un 28% confiesan que jugar a videojuegos les quita “algo” o “mucho” tiempo de dedicación a otras actividades de ocio (Jones, 2003).

5. Los efectos positivos: los videojuegos online y los mundos virtuales como agentes de socialización

Frente a los efectos de aislamiento social que se atribuía a los primeros videojuegos *offline*, los videojuegos de rol online —y, especialmente, los mundos virtuales— se suelen presentar como facilitadores de dicha socialización.

Para los que tenemos más de 35 años, los videojuegos son una pérdida de tiempo. Para los menores de esa edad, sin embargo, constituyen una de las mejores formas de entretenimiento, una fuente de creatividad e innovación y —frente a lo que se tiende a pensar— una nueva forma de socializar y hacer amigos (Steinkuehler, 2007). Es decir, aunque las críticas en torno a los videojuegos online normalmente se centran en la “adicción” que provocan en

algunos jugadores, en muchas ocasiones se olvida el factor principal por el que muchas personas le dedican tanto tiempo: su componente social. En los videojuegos virtuales, los internautas suelen interactuar con otros jugadores y, por tanto, proporcionan un entorno apropiado para la interacción social y la relación de las personas al margen de su vida laboral, los estudios, etc.,

En una sociedad como la actual en donde muchos individuos pasan la vida yendo y viniendo de casa al trabajo o a la universidad, y así uno y otro día, estos “terceros lugares” juegan un papel de descompresión para combatir la monotonía y el aburrimiento, en línea con lo defendido por diversos sociólogos (Oldenburg, 2000; Steinkuehler, 2007) que creen que los videojuegos *online* desempeñan de modo virtual un papel similar al que los bares, las cafeterías, los parques, o las discotecas desempeñan en la vida real.

Es más, estos espacios virtuales impulsan las relaciones sociales entre personas de orígenes y características muy distintas; más de lo que cabría encontrar en la mayoría de escenarios reales. Gente de raza, edad, formación, creencias religiosas, ideología política, valores y gustos diferentes a los nuestros pero con los que, sin embargo, nos encontramos jugando o interactuando *online*.

Por otro lado, estos mundos virtuales comparten hoy su espacio en Internet con las denominadas “redes sociales” o *Social Networking Sites*, como *MySpace* (<http://www.myspace.com/>) o *Facebook* (<http://www.facebook.com/>), en donde cada persona puede crear su red de “amigos” y colgar datos personales acerca de sus gustos, aficiones, etc. Lo habitual es que sean de naturaleza ‘social’, como en el caso de *Facebook* y *MySpace*, pero también hay otros de naturaleza laboral, como *LinkedIn*, que se centra en el *networking* profesional.

MySpace tuvo unos 70 millones de visitantes únicos al mes en 2007, por lo que algunos expertos esperan que muchos de estos usuarios de redes sociales migren a las futuras versiones que surjan de las mismas en los mundos virtuales (Last, 2007), lo que haría que las actuales redes sociales quedaran obsoletas —tal como existen hoy— al albur de los nuevos mundos virtuales como *Second Life*. Así, se estima que en el año 2011 haya más de 250 millones de usuarios de mundos virtuales (Hemingway, 2007).

6. Conclusiones

La creciente popularidad de Internet y el continuo desarrollo tecnológico han hecho posible la convergencia entre la navegación en la Red y los videojuegos, dando lugar a nuevas formas de ocio como son los videojuegos *online* (de rol o no) y los llamados mundos virtuales.

Hoy por hoy, parece claro que las diferencias ligeras existentes entre ambos fenómenos están llamadas a desaparecer, y que la fusión entre lo virtual y lo real está cada vez más próxima. El primer paso hacia esa fusión la encontramos ya en el hecho de que sean los propios usuarios los que diseñen sus propios personajes en la Red, sus “avatares”; en la posibilidad de que los videojuegos *online* y los mundos virtuales sean habitados por seres con conductas cercanas a las reales, dado que son personas reales las que determinan no sólo su apariencia sino también sus actos.

El hecho de que se asuman conductas reales y se interactúe con personajes con comportamientos que podrían ser reales, es lo que determina que algunos de los efectos negativos que se han atribuido tradicionalmente a los videojuegos se vean exacerbados en su modalidad *online*: entre ellos, el juego obsesivo o el desplazamiento de otras formas de ocio en favor de los videojuegos en Red. Y es también la causa de otros efectos negativos específicos de los

juegos *online*, como son la confusión entre la realidad y la ficción o la posibilidad de que los usuarios sufran contactos no deseados en esos entornos virtuales.

Sin embargo, frente a los aspectos anteriores, hemos visto cómo los mundos virtuales y los juegos de rol *online* también aportan elementos positivos, fundamentalmente por su carácter integrador como agentes de socialización.

Habrà que esperar unos años para ver qué avances tecnológicos y usos sociales terminan imponiéndose, pero todo apunta a la acentuación de un fenómeno que ya comienza a darse, como es la posibilidad de que los videojuegos *online* se desarrollen de forma generalizada en escenarios virtuales basados en escenarios reales, gracias al acceso a imágenes reales como las que pueden observarse ya en aplicaciones como *Google Earth* o *Google Maps*. Lo cual contribuiría a acentuar más los efectos –tanto positivos como negativos– que se atribuyen a los videojuegos *online* y a los mundos virtuales y, sin duda, a que estos entornos virtuales entren a formar parte de la vida cotidiana de una gran parte de la población, lejos de círculos más reducidos de usuarios, siguiendo un modelo de desarrollo similar al que ha tenido Internet desde la década de los 90.

Referencias bibliográficas

- AAKER, David y DAY, George (1990). *Marketing research*. John Wiley & Sons; Nueva York.
- ALTER, Alexandra (2007, 10 de agosto). Is this man cheating on his wife. *The Wall Street Journal*. p. W1.
- American Medical Association (2007, junio). Report of the Council on Science and Public Health; Emotional and Behavioral Effects, Including Addictive Potential, of VideoGames. Descargado de: <http://www.ama-assn.org/ama1/pub/upload/mm/467/csaph12a07.doc>
- DEL CASTILLO, Alicia (2007, 2 de mayo). Se organiza una charla sobre ‘Familia, televisión y otras pantallas’. *El Diario Vasco*.
- GONZÁLEZ, Carina. y BLANCO, Francisco. (Noviembre, 2008). Emociones con videojuegos: incrementando la motivación para el aprendizaje. *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en La Sociedad de la Información*. Vol. 9. nº 3. pp. 69-92.
- HEMINGWAY, Ernest. (2007, 10 de septiembre). Virtual worlds, real worlds strides; Warner Bros., HBO add cachet and hope to cash in on fast-growing industry. *Broadcasting and cable*. Vol. 137 (36), p. 4.
- JEFFREYS, Daniel (2007, 25 de agosto). Homo sapiens have had it. Homo digitus is the future. *JoongAng Daily*. Descargado el 6 de enero de 2010 de: http://joongangdaily.joins.com/_data/pdf/2007/08/25/2007082507.pdf
- JONES, Steve (2003). Let the games begin: Gaming technology and entertainment among college students. *The Pew Internet & American Life Project*. Descargado de: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_College_Gaming_Reporta.pdf
- KELLY, Neon (2007, 6 de septiembre). Virtual hospital opens doors. *Computing*. p. 6.
- LAST, Jonathan (2007, 1 de octubre). Get a (Second) Life! *The Weekly Standard*. Vol. 13.
- LAWTON, Ch. (September 7, 2007). Gaming PCs for the masses. Cheaper models seek to feed growing craze outside avid users. *The Wall Street Journal Europe*. p. 25.
- LENHART, Amanda y MADDEN, Mary (2007). Teens, privacy & online social networks: how teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace. *The Pew Internet & American Life Project*. Disponible en:

- http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf
- Lenhart, Amanda, Rainie, Lee y LEVIS, Oliver (2001). Teenage life online. The Pew Internet & American Life Project. Disponible en: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf
- LEVINE, Robert (2007, 19 de marzo). Spoils of Warcraft. *Fortune*. Vol. 155 (5), p. 151.
- LORENCI, M. (2007, 23 de agosto). El 90% de los adolescentes usan el Messenger para comunicarse. *La Voz de Galicia*.
- MARTA LAZO, Carmen (2007). La educación para el consumo de pantallas, como praxis holística. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 9 de septiembre de 2008 de: http://www.uil.es/publicaciones/latina/200720_Carmen_Marta_Lazo.htm
- NDP Group. (2009). 2009 U.S. video game industry and pc game software retail sales reach \$20.2 billion: Software Sales Experienced 11 Percent Decline When Compared to 2008. Descargado el 8 de febrero de 2009: http://www.npd.com/press/releases/press_100114.html
- OLDENBURG, Ray (2000). Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the “Great Good Places” at the Heart of Our Communities. Marlowe & Company.
- RAPPEPORT, Alan (2007, 1 de octubre). Second Life’s John Zdanowski. *CFO Magazine*.
- ROSEDALE, Philip (2007, 7 de mayo). Alter egos: Second Life is a hot place to try out new business ideas. *Forbes*. Vol. 179 (10), p. 76.
- SMITH, Aaron (2007, 14 de septiembre). Teens and online stranger contact. The Pew Internet & American Life Project. Descargado de http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Stranger_Contact_Data_Memo.pdf
- STEINKUEHLER, Constance (2007, 3 de septiembre). The game of life: Online gaming is far from the anti-intellectual, anti-social time waster it is commonly thought to be. *Otawa Citizen*, p. A9.
- Virtual world. (2010, 16 de febrero). En *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Consultado el 16 de febrero en: http://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_world
- Web 2.0. (2010, 8 de febrero). En *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Consultado el 8 de febrero 9 en: http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_2.0&oldid=33782255.
- YEE, Nick (2006). The Demographics, Motivations and Derived Experiences of Users of Massively-Multiuser Online Graphical Environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 15, 309-329.