

Estudi etnogràfic d'un grup híbrid on-line/off-line

Ethnographic study of a hybrid group on-line/off-line

Santiago Tomàs i Justribó
Universitat Oberta de Catalunya
Av. Tibidabo, 39-43
08035 Barcelona
Spain
jtomasj@uoc.edu

Resum

L'estudi se centra en l'anàlisi dels patrons d'interacció social d'un grup concret de nois que juguen a jocs en línia en un cibercafé de Barcelona. Es tracta d'un grup que es podria qualificar com a híbrid *-on-line/off-line-* ja que, en ell, el contacte presencial alterna i se superposa amb la interacció virtual. Això fa que, només de forma molt limitada, s'hi doni la deslocalització que acompanya altres usos de les Noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació (NTIC). El que sí que es produeix és una reinterpretació de les formes d'interacció social pròpies de qualsevol altre grup de joves, alhora que també una interpretació de les NTIC, adaptant-les a formes tradicionals de socialització. En el grup, en definitiva, es pot observar com s'uneixen i entrellacen de diverses maneres el lloc físic i el ciberlloc, l'experiència presencial i la ciberexperiència.

Paraules clau: Internet, comunitats virtuals, jocs en línia.

Abstract

This research analyses the patterns of social interaction of a specific group of young people who play on-line games in a cybercafe in Barcelona. This group can be classified as a hybrid -on-line/off-line- since their face-to-face interaction alternates with, and is frequently superimposed on, their virtual interaction. This means that the delocalization that accompanies other uses of the Information and Communication Technologies (ICTs) occurs only in a limited way. What does take place is a reinterpretation of the forms of social interaction of whatever group of young people; at the same time, there is also an interpretation of new information technologies, adapting them to traditional forms of socialization. It is possible to observe how physical place and cyberplace are united and intermingled in various ways, as are face-to-face life and cyber-experience.

Keywords: Internet, virtual communities, on-line games.

1. INTRODUCCIÓ

Són freqüents les posicions crítiques en relació a la ciència i la tecnologia que tendeixen a mostrar-les com a entitats que tenen una lògica pròpia de desenvolupament, independent de la realitat social en la qual es produeixen. Altres vegades, en canvi, se senten o es llegeixen postures entusiàsticament optimistes pel que fa al desenvolupament tecnocientífic que, igualment, només conceben la relació entre la tecnociència i la societat en termes d'impacte de la primera sobre la darrera. Tant en un cas com en l'altre ens trobem davant d'allò que Langdon Winner (1987) va anomenar «sonambulisme tecnològic»: la tendència a caminar voluntàriament adormits a través del procés de construcció de les condicions de l'existència humana, acceptant, ja sigui amb resignació pessimista o amb fervor optimista, que una innovació científica o l'aparició d'una nova tecnologia és un fet inexorable que només té una única forma possible de ser interpretat socialment.

El desenvolupament d'Internet i de les tecnologies de la Comunicació Mitjançant Ordinador (CMO), des de finals dels anys vuitanta, ha estat l'ocasió per a l'expansió d'una forma concreta d'aquest sonambulisme tecnològic. Es tracta de les posicions que vaticinen, com explica Pierre Lévy (1998; 171), la substitució de la «realitat» per la «virtualitat». Paul Virilio (1998) i Nicolas Negroponte (1997) són, per exemple, dos dels més populars àugurs d'aquesta substitució, encara que des d'actituds oposades: pessimista la de Virilio i optimista la de Negroponte. Tanmateix, aquesta perspectiva de la simple substitució ignora gairebé totes les anàlisis empíriques disponibles i, fins i tot, no té en compte allò que mostra qualsevol simple observació del que ens envolta. Sembla ben clar que l'augment de la CMO no porta pas camí de substituir el contacte humà directe. Les persones que es comuniquen utilitzant el correu electrònic no abandonen el tracte directe o el telèfon, les que dediquen algunes estones a xatejar no deixen les altres coneixences i, en general, els afeccionats a MUDs o MOOs no es desentenien pas de la seva identitat *off-line*.

Hi ha molts estudis empírics que mostren que no està justificada la utilització de la idea de «substitució» per intentar pensar les transformacions en les formes de socialització vinculades a l'ús de tecnologies de CMO o que no té sentit parlar d'Internet com si es tractés d'una cosa separada de la vida de la gent, que, en tot cas, interferiria o suplantaria les activitats de la «vida real». Alguns dels més recents es reuneixen a *The Internet in Everyday Life*, obra editada per Wellman i Haythornwaite (2002); allí es mostra com la perspectiva que vol estudiar la CMO com un fet separat dels altres aspectes de la vida quotidiana, que hi entraria en competència o els substituiria, és tan estèril com la que volgués presentar l'ús del telèfon com una alternativa a parlar amb la família. Més concretament, l'estudi sobre «La societat xarxa a Catalunya», desenvolupat en el marc del *Projecte Internet Catalunya* (Castells i Tubella, 2002), mostra que l'ús d'Internet no fa disminuir pas la sociabilitat, sinó que, ben contràriament, la xarxa de relacions socials dels usuaris d'Internet és més densa i més àmplia que la dels que no en són usuaris.

Les anàlisis empíriques tampoc no justificarien sense més matisos l'afirmació que, en tot cas, el món virtual podria venir a substituir, en ocasions, allò que Howard Rheingold (1996), seguint Ray Oldenburg (1991), anomena «tercers llocs». Si el «primer lloc» seria allí on vivim i el «segon lloc» allí on treballem, el «tercer lloc» seria allí on ens reunim per gaudir o per distreure'ns. Oldenburg sosté que, tot i que la conversa de bars, cafès, gimnasos, perruqueries o places del pobles és tinguda sovint com a trivial o insignificant, és en aquests llocs i a través d'aquestes xerrameques casuals que les comunitats neixen i es mantenen cohesionades. Les formes de vida urbana actuals, centrades en

l'automòbil o el transport públic, els menjars ràpids i els grans centres comercials perifèrics vindrien a afeblir el paper d'aquests tercers llocs i, en conseqüència, estarien esmicolant la xarxa social de les comunitats existents. La idea de Rheingold, aleshores, és que la descripció que fa Oldenburg dels tercers llocs encaixa bastant bé amb el que succeeix a certs espais cibernètics, com el de la xarxa WELL, que ell va estudiar. En conseqüència, potser els llocs virtuals podrien venir a recrear els aspectes de la comunitat que es van perdre quan la plaça del poble o la taverna van deixar el seu lloc al centre comercial. Altres autors, en canvi, entenen que l'espai cibernètic és un lloc equivocat per buscar la conservació de la comunitat, ja que en realitat ofereix només un simulacre de la «vida real», incapaç de sostenir els afectes, les passions i els compromisos que es desenvolupen en les comunitats no virtuals. Sigui com sigui, els uns i els altres estarien concebant Internet i la CMO com una experiència diferent i separada de les altres experiències quotidianes, com un món completament distint del món presencial, on sovint, tal com ho explica Sherry Turkle (1997), es despleguen identitats diferenciades de les no virtuals.

De fet la qüestió de la relació entre la virtualitat i la presencialitat està en l'eix del llarg debat sobre si és o no pertinent de parlar de «comunitats virtuals» i, en tot cas, sobre què és allò que les caracteritza. Per a alguns, la CMO pot ser simplement un nou vehicle, una nova eina, per cohesionar les comunitats ja existents. Per d'altres, com dèiem, la CMO competeix amb les formes de pertinença a comunitats *off-line* i les acabarà substituint. Una altra opció és la dels que entenen que la CMO està destruint, i no simplement substituint, qualsevol forma de pertinença a una comunitat. En tot cas, també pel que fa a la qüestió de la comunitat, molt sovint la relació entre la CMO i altres formes d'interacció social es planteja en termes de substitució o de destrucció.

En aquest context es pot situar el present estudi. Es pretén descriure i entendre precisament allò que succeeix al voltant d'un d'aquests «tercers llocs» dels quals parla Oldenburg. S'han volgut estudiar els patrons d'interacció social vigents en un grup molt concret: els adolescents i joves que es reuneixen en un cibercafé d'un barri de classe mitjana-alta de Barcelona per tal de jugar a jocs *on-line*. En realitat, es tractaria de descriure no només les relacions que s'estableixen entre els diversos joves, sinó també les que estableixen amb els artefactes tecnològics i amb la realitat virtual. La voluntat de comprendre aquestes formes de conducta cal emmarcar-la en l'interès per mirar d'establir fins a quin punt aquests models de sociabilitat difereixen radicalment d'altres formes pròpies de l'adolescència i la joventut en l'actualitat i el passat. Les activitats que realitzen aquests adolescents i joves al cibercafé tenen aparentment molta relació amb les que es realitzaven en una sala de billar, de futbolins, de màquines de *pinball* o, simplement, amb les que practica qualsevol grup o colla de joves, reunits al voltant d'alguna activitat específica o sense cap objectiu clarament definit. Tanmateix, també hi ha diferències evidents: d'una banda, els membres d'aquest grup continuen jugant des dels seus domicilis i, en alguns casos, hi dediquen, des de casa, moltes hores; d'altra banda, alguns d'aquests jocs comporten, en més o menys mesura, un cert grau d'experimentació amb la pròpia identitat i de relació amb allò virtual, formant el que alguns autors han anomenat «xarxes sociotècniques» (Tirado i Gàlvez, 2002).

L'elecció del grup és conseqüència de la constatació del fet que, en ell –com en d'altres grups similars– es produeixen fenòmens diferents als que es descriuen habitualment quan s'estudien les noves formes de sociabilitat que apareixen associades a l'extensió de les Noves Tecnologies de la Informació i de la Comunicació (NTIC) i, més concretament, a Internet. Hi ha força estudis que se centren en la dissociació entre localitat i sociabilitat que es produeix en les comunitats virtuals que neixen associades a l'ús d'Internet. Aquestes investigacions atenen preferentment a l'ús del correu

electrònic, dels xats i dels MUDs, MOOs, etc. Tanmateix, en grups com el que es pretén estudiar, el contacte *off-line* alterna i se superposa amb el joc *on-line*: al grup observat, gairebé tots els membres posseeixen als seus domicilis equips que els permeten jugar des d'allí però, tanmateix, es reuneixen al cibercafé per discutir aspectes del joc o jugar simultàniament. El cibercafé és també la font principal de coneixement de nous jocs i allí se centra en ocasions un comerç real d'elements vinculats amb el joc: des de discs per instal·lar jocs nous fins a poders o objectes virtuals, que s'usen en el joc. Però, a més, el cibercafé té un paper més tradicional, de punt d'encontre o centre de reunió des del qual s'inicien activitats socials desvinculades d'Internet: anar al cinema, a una discoteca, jugar a bàsquet o a futbol, o, simplement, passejar i xerrar.

Es tracta, en fi, d'observar un cas en el qual no sembla pas produir-se en absolut cap dissociació entre vida a Internet i experiència presencial. No hi ha aïllament social ni s'abandona la interacció cara a cara. L'anonimat, d'altra banda, es relativitza, ja que en ocasions, efectivament, s'interacciona amb d'altres jugadors més o menys allunyats, als quals no es coneix, i s'usen sobrenoms. Però, sovint, es juga amb persones que es troben a la mateixa sala o a les quals es veurà l'endemà.

2. METODOLOGIA

La investigació que es va dur a terme va ser un estudi de cas que es plantejava des d'una perspectiva etnogràfica. Es tractava d'observar un grup concret i, en ell, mirar de comprendre els patrons de conducta vigents i les formes com es conceptuen les relacions amb els altres jugadors, amb les màquines i amb la realitat virtual en el context de la transformació dels models de sociabilitat que es produeix a la nostra societat. Es volia, per exemple, observar els mecanismes d'integració o marginació del grup, la intensitat de les relacions que s'hi construeixen, les relacions amb el món fora del grup, l'existència de jerarquies, les relacions entre les identitats *on-line* i *off-line*, el grau i les formes d'hibridació entre allò presencial i allò virtual, l'existència o no d'una consciència de formar part d'una tribu urbana, el grau en què la participació en aquests jocs distorsiona altres àmbits de la seva vida, etc. Es volia també observar fins a quin punt les seves característiques són molt diferents de les d'altres grups juvenils cohesionats al voltant de qualsevol altre centre d'interès.

Les tècniques fonamentals utilitzades han estat l'observació participant i l'entrevista en profunditat. L'observació participant ha tingut lloc en dos àmbits: d'una banda al cibercafé, on s'han estudiat les maneres com interactuen entre si i amb la realitat virtual els membres del grup, i, d'altra banda, al domicili d'un dels membres, on s'ha observat com, sol o, en ocasions, acompanyat d'algun altre membre del grup, juga a jocs per Internet i, per tant, es relaciona amb la realitat virtual, amb altres afeccionats al joc, sovint desconeguts i, també a vegades, amb jugadors als quals coneix físicament i que, en ocasions, són membres del que anomena el seu «clan». Aquest individu, un noi de disset anys al qual des d'ara anomenarem Morpheus, ha estat l'informador principal i el membre més col·laborador del grup. De fet, va ser ell qui va facilitar el contacte amb el grup i va introduir les converses amb els seus membres.

Com és habitual, l'observació participant ha donat lloc a múltiples entrevistes informals: converses més o menys fortuïtes amb diverses persones que han servit per anar donant pistes per tal d'entendre allò que feien o per apropar-se a la manera com ells mateixos ho interpretaven. Aquestes converses fortuïtes no van ser enregistrades. Les entrevistes en profunditat han estat obertes i escassament dirigides. S'han realitzat amb Morpheus, l'informant principal –o, com s'acostuma a dir, «porter»– amb

el propietari o encarregat del cibercafé, i amb uns altres tres membres del grup. A diferència de les anteriors, aquestes entrevistes van ser gravades. Malgrat que ja hi havia hagut contactes amb Morpheus anteriorment, l'observació va tenir lloc fonamentalment en un període de dos mesos, a la primavera de l'any 2003.

En un principi es va contemplar la possibilitat de dur a terme, també, entrevistes grupals, amb l'objectiu de mirar d'aconseguir algun consens sobre qüestions que fossin apreciades de forma diversa pels diferents participants. Tanmateix, això no va ser possible, a conseqüència de l'escàs interès mostrat per la major part d'ells. Cal dir que l'actitud del grup en relació a l'investigador es pot qualificar més aviat com d'indiferència. Malgrat ser un grup més o menys petit, de 18 o 20 persones, en què tots es coneixien entre ells, no semblaven mostrar cap sorpresa pel fet que hi hagués una persona observant què era el que feien, però tampoc no semblava haver-hi cap especial interès.

Al començament, l'observació es va centrar en un joc anomenat *Diablo II*, de l'empresa Blizzard Entertainment. Es tracta d'un joc de *dracs i masmorres* que, en part, podria entendre's com de rol. Tanmateix, es diferencia notablement dels MUDs o dels jocs de rol no virtuals i s'assembla més a alguns jocs en els quals es comerciava amb cartes que donaven poders i que van tenir molt d'èxit durant els anys noranta, com el popular *Magic*. En la mesura que el joc s'emparenta, poc o molt, amb els de rol, comporta l'experimentació amb la pròpia identitat, característica, especialment, de l'adolescència i la primera joventut. Però ben aviat es va fer evident que els membres del grup observat alternaven sovint diversos jocs, ja que afirmaven que s'obsessionen massa o s'avorreixen si es dediquen a un de sol. De fet, gairebé tots declaren que són bons en dos jocs. Alguns d'aquests altres jocs no es diferencien gaire, tot i que siguin més sofisticats, dels que ofereixen algunes consoles, encara que s'hi participi en línia. En tot cas, aquesta va ser la raó que feia absurd fixar-se d'una forma aïllada en el *Diablo II*, tot i que les interaccions que es produeixen al voltant d'aquest joc van ser el principal centre d'atenció.

3. EIXOS D'ATENCIÓ: VIRTUAL/PRESENCIAL, TECNOLÒGIC/SOCIAL I LUDOPATIA

El grup que s'estudia és, evidentment, un grup juvenil que mostra elements propis de qualsevol altre grup de joves o adolescents i del que es podria anomenar la subcultura juvenil. Tanmateix, el que ens interessa és precisament la seva especificitat en relació a d'altres grups. I la seva especificitat se centra en el fet que el grup es cohesiona al voltant del fet de jugar en jocs en línia, ja sigui per Internet o en xarxa local. Els membres del grup es troben presencialment, en un lloc concret i de forma simultània per tal de jugar a jocs virtuals. És aquest aspecte de grup presencial que juga a jocs virtuals que interessava particularment. A aquests jocs hi poden jugar entre ells o bé poden jugar-hi amb altres persones que són a qualsevol altre lloc. Cal advertir que la major part dels jocs als quals juguen no exigeixen la presència dels diversos jugadors al mateix lloc –encara que aquesta sovint es produeixi–, però, almenys en un cert sentit, sí que exigeixen que els jugadors juguin de forma simultània. En tot cas un dels eixos que centraran la nostra atenció és la tensió entre allò virtual (que és, també, global) i allò presencial (que és local). Es tracta, com hem dit, d'un grup híbrid *on-line/off line*.

L'altre eix en el qual pretenem centrar la nostra atenció és el de la tensió entre allò tecnològic i allò social. Els nois (són molt estranyes les noies) que juguen a aquesta mena de jocs interactuen alhora

físicament (en l'àmbit local) i a través dels ordinadors (en l'àmbit virtual). La mateixa estructura de la xarxa és un dels elements que organitza la seva comunicació però, a diferència del que passa, per exemple, amb els xats, en el cas de les persones que juguen a jocs comercials en línia l'estructura del joc i les normes que estableix la casa que el comercialitza són elements fonamentals per definir com serà la interacció entre els jugadors dins de l'àmbit virtual. Això no vol dir pas que allò tecnològic sigui independent d'allò social: Internet, que és el vehicle d'aquests jocs en línia quan no es juguen en una xarxa local, es configura a través dels usos que li són donats. D'altra banda, els jocs comercials es dissenyen en funció de la pressió del mercat. Però és que, a més, és obvi que, en alguns casos més que en d'altres, els jugadors modifiquen els jocs i els reinterpreten, creen codis, estils de joc i, fins i tot, dissenyen programes no autoritzats que modifiquen les regles creades per la casa comercial. En tot cas, es podria dir que la barreja de jugadors, el hardware i el software, elements econòmics, culturals, artístics, etc. són un bon exemple d'allò que alguns autors han pensat a través de la imatge de «xarxa sociotècnica» (Domènech i Tirado, 1998), és a dir, una realitat híbrida que ni és completament social ni completament tècnica.

D'altra banda, també cal dir que com a mínim alguns del seus membres es consideren a ells mateixos en la frontera de la ludopatia: de fet l'expressió que fan servir sovint, força ambigua, és «estar viciat». Aquest serà un tercer eix d'atenció. La major part dels estudis empírics existents semblen apuntar que la CMO no té efectes negatius sobre la sociabilitat (Castells, 2001; 140-146), però algun d'ells, com el de Nie i Erdring (2000) sí que detecta una pèrdua de sociabilitat entre els usuaris més freqüents d'Internet. Castells entén que aquest fet podria indicar l'existència d'un llinar en l'ús d'Internet, a partir del qual la interacció *on-line* afectaria negativament la sociabilitat *off-line*. Alguns dels nois que juguen al cibercafé estudiat semblen haver traspassat àmpliament qualsevol llinar; tanmateix, el fet que juguin sovint *on-line* precisament en un lloc on també interactuen presencialment sembla introduir alguns aspectes diferents.

La tensió entre allò presencial i allò virtual, la relació entre allò tecnològic i allò social i la frontera de la ludopatia són, doncs, els tres eixos al voltant dels quals s'organitza l'observació realitzada. D'altra banda, Nancy Baym (1998) i altres autors suggereixen que els patrons que configuren qualsevol CMO emergeixen de les complexes interaccions entre cinc factors que, al seu torn, comprenen un bon nombre de variables: context extern, estructura temporal, infraestructura del sistema informàtic, propòsits per als quals s'usa la CMO i característiques del grup i dels seus membres. El cert és que en aquesta investigació no s'ha volgut estudiar estrictament com emergeix una comunitat virtual – precisament perquè no sembla que es pugui parlar de cap comunitat virtual– sinó observar els patrons d'interacció social i de relació presencial-virtual vigents en un grup concret, definit per la seva presència en un lloc concret –el cibercafé que anomenarem Matrix– on juguen amb jocs comercials per Internet o en xarxa local. Tanmateix s'ha pensat que es podien adaptar a aquest cas concret, alhora virtual i presencial, els cinc factors que assenyala Nancy Baym. No els seguirem, però, de forma estricta: parlarem primer de les característiques del grup, després dels seus objectius, així com de les normes que es generen en el joc *on-line*, més tard del context i de la manera com conceptualitzen la seva pertinença al grup i, ja centrant-nos en aspectes que afecten més aviat estrictament la comunicació en l'àmbit virtual, de l'estructura temporal i de la infraestructura del sistema informàtic.

4. OBSERVACIÓ DEL GRUP

a) Característiques del grup

A qualsevol hora que un es connecti a la xarxa pot trobar uns centenars o bé uns milers de persones jugant a qualsevol dels més coneguts jocs comercials per Internet. L'estudi d'aquests grups absolutament efímers, que es formen i es desfan contínuament, requeriria un tipus d'investigació completament diferent. El grup que estem estudiant, el que es troba al cibercafé, n'és un de presencial, relativament estable i cohesionat. Però els seus membres, individualment o no, formen part, durant algunes estones, dels grups virtuals. De tota manera cal advertir que, com ja explicarem, en moltes ocasions els habituals del cibercafé Matrix juguen entre ells en xarxa local i no per Internet: formen un grup alhora presencial i virtual.

Són, tots ells, nois entre els dotze i els vint anys. Al cibercafé hi entra en alguna ocasió alguna altra persona per enviar o rebre correu electrònic o per consultar alguna plana Web. Tanmateix és evident que no és un cibercafé on s'hi vagi a gestionar el correu o a navegar per Internet: es tracta d'un lloc fosc, calorós i més aviat desendreçat, sense cap mena de disseny, on no hi ha res més que les taules amb els ordinadors i una petita barra des d'on el propietari del local controla tot el que succeeix. Darrera de la barra hi ha també una nevera amb begudes i expositors amb algunes coses per menjar (patates, cacauets, etc.). Allí hi ha un públic bastant fix, de divuit o vint nois que es coneixen tots entre ells ja que hi acuden gairebé diàriament, especialment si és dia festiu o període de vacances. Els jugadors són gairebé exclusivament nois. Només en alguna ocasió hi va a jugar una noia. La presència de la noia no sembla despertar cap mena de rebuig ni sorpresa especial, però, òbviament, els sembla un fet insòlit, al qual els jugadors busquen una explicació diferent de la que donen a la pròpia presència. Un d'ells comenta:

Aquesta noia va començar a venir només per lligar amb un dels que venia i al final es va aficionar al *Counter-Strike*, aquest joc de matar. I al final és bona, o sigui, juga bé, no juga del tot malament. No té instint assassí però ja ho intenta.

Aquest estudi no pot establir si, a Internet, els jugadors de jocs comercials en línia responen a característiques similars als del cibercafé que anomenem Matrix. Els jugadors del cibercafé afirmen que hi ha gent molt més gran que hi juga, però evidentment ho conceben com a excepcions. Al cibercafé el propietari i encarregat, que té vint-i-vuit anys, és la persona de més edat. Sembla ser apreciat i respectat per tots els habituals: s'hi dirigeixen amb confiança, però amb respecte i educació. Ell, al seu torn, contínuament atén les seves sol·licituds perquè els solucioni algun problema, els serveixi algun refresc, els connecti en xarxa o, fins i tot, que jugui amb ells. És clar que no forma, pròpiament, part del grup dels jugadors, però, de tota manera, hi és proper.

Els nois del cibercafé semblen ser, en general, de classe mitjana alta, com correspon al barri. D'altra banda, alguns d'ells expliquen que cal tenir diners, ja que, tot i que els preus del cibercafé no són cars, se'n van gastant: la major part són socis i es connecten per 12 € cada deu hores.

No es tracta d'un grup tancat, al qual consti d'accedir-hi. Així explica Morpheus com hi va començar a anar:

La meva germana no em deixava l'ordinador, m'havien comprat un joc nou, m'havien dit que hi havia un ciber aquí al costat i vaig anar a provar a veure què tal, quin ambient hi havia i

com era la gent. Vaig anar-hi, vaig veure que hi havia el mateix joc que m'havien regalat i vaig començar a jugar la primera partida. La primera partida va ser a l'*Starkraft*. Sense conèixer a ningú. Però com el tio que estava allà, el que tenia el ciber, era molt simpàtic, doncs vam fer una partida i em va agradar l'ambient, i a més hi havia begudes i s'estava bé. Al començament no hi anava gaire: hi anava a fer una partida o dues, però després sí que em vaig aficionar als jocs. Allà no costa gaire de fer amics. Jo vaig anar-hi i no en tenia ni idea. Perquè és molt diferent jugar sol, a casa, o jugar en un ciber. En un ciber hi ha nivell, a casa no. A casa tens com a nivell màxim l'ordinador, que l'ordinador és una mica tonto. I clar, quan vas allà, cadascú té una manera de jugar diferent. I pot ser que hi hagi gent que juga molt millor que tu. Si tu vas allà de prepotent, dient, oh, és que sóc el millor, et trobaràs que qualsevol et pot rebentar. Però si vas tranquil i no vas dient, oh, és que jo sóc el millor, trobes amics de seguida.

No hi ha, de forma evident, jerarquies clares entre els jugadores del cibercafè, probablement perquè en realitat no és un grup molt cohesionat. En canvi, sí que es creen grups més jerarquizats per jugar a jocs concrets, com el *Diablo II*. Són grups d'ajuda mútua, en els quals hi ha un capità i unes normes relativament estrictes, i als quals anomenen «clans». Alguns dels membres d'un d'aquests clans poden coincidir en el mateix cibercafè, però altres poden haver entrat en contacte en situacions diverses. Morpheus és el capità d'un clan:

Per passar-te objectes has de crear un clan per Internet i assegurar-te que no et traïran ni et faran la pua. Jo conec físicament a tots els membres del meu clan. Només n'hi ha un que no l'he vist mai. Un altre membre del clan el va conèixer per Internet, i aquest pavo li va donar objectes, sense preguntar-li res. Això ja dóna bon rotllo: una persona que sense coneixes't et dóna coses, dius, òstia, aquest tio és collonut. Encara que hi hagi una persona que no coneguis absolutament de res, si et dóna el seu *e-mail* i et fiques al *Messenger*, al cap del temps t'acabes coneixent i ja saps si pots confiar-hi o no.

La primera regla del clan és no fer-se la punyeta. Dos: jo sóc el capità del clan, per tant jo sóc el que té més objectes, per tant, quan algú es crea un personatge o quan arriba algú nou que es vulgui apuntar, jo sóc l'encarregat de donar-los objectes i que tinguin un bon equip. No és que li doni, els objectes, és que són del clan. I el que s'intenta, sobretot, en els clans, és que, si hi ha algú que està buscant una cosa durant molt de temps i no la troba, i algú altre la troba, doncs se li dóna. Però, si és una cosa molt cara, aleshores, ja, depèn.

Altres regles són que sempre has de donar ajuda per canviar objectes d'un personatge a un altre, si t'ho demanen; no pots agafar cap objecte que no et deixin...

També hi ha clans de *newbies*, de gent que comença. Pots crear un clan d'aquest que, bàsicament, és un clan momentani per ajudar-se a passar el joc ràpid. Però després d'això ja el clan perd molt l'interès: el que es necessita és un líder, una persona que sigui la millor del grup, que els altres estiguin per sota, i sigui el que diu això ho fem, això no ho fem; que controlï una mica l'entrada i sortida d'objectes, que és el que es mira.

Al cibercafè es juga poc de forma individual, interactuant només amb altres jugadors de la xarxa. Gairebé sempre es juga amb col·laboració o contra altres jugadors que hi són presents. Com s'explica a l'apartat dedicat al «Context», especialment als jocs bèl·lics s'estimen més jugar-hi en xarxa local que no pas a Internet, és a dir, prefereixen jugar-hi amb persones que coneixen, presents al mateix espai físic, a fer-ho amb desconeguts que no saben on es troben. Lògicament això té a veure amb el fet que part de la gràcia del joc sembla venir del fet d'anar-lo comentant en veu alta. Però, es clar, no tots els jugadors del cibercafè juguen alhora al mateix joc o a la mateixa partida. De fet és fàcil que en qualsevol moment hi hagi obertes tres o quatre partides diferents, de jocs diferents. Tampoc es dóna el cas que aquells que estan més propers siguin els que estan jugant la mateixa partida. Això provoca

que contínuament s'estiguin sentint comentaris que l'observador, desconcertat, no sap a qui van dirigits, però que els jugadors semblen interpretar correctament.

D'altra banda, en la major part de jocs és fàcil d'afegir-se a qualsevol partida que s'estigui jugant. Aquest és probablement un poderós mecanisme d'integració al cibercafè. De la mateixa manera que, quan es juga a través d'Internet, qualsevol s'enrola automàticament a una partida, sense que els altres jugadors discuteixin la seva presència, també al cibercafè qualsevol pot afegir-se a una partida a punt d'iniciar-se, si no estan coberts tots els llocs que el joc preveu. D'aquesta manera, qualsevol arribat de nou pot començar a interactuar amb els altres presents, pràcticament sense presentació prèvia. Es podria dir que els mecanismes, més o menys anònims, pel quals un s'incorpora al joc quan es juga per Internet es reproduïxen quan es juga en xarxa local o d'una forma presencial: un s'asseu a la seva cadira, davant de la pantalla, i comença a jugar. Després poden venir els consells o comentaris. El cas és que aquest mecanisme simplifiquen molt els processos d'integració en relació al que pot succeir a sales de billar o futbolín, on per començar a jugar cal que hi hagi, prèviament, la invitació o el repte.

També es podria creure que la relació amb el que succeeix quan es juga aïlladament, per Internet, és el que explica que, habitualment, se celebren poc les victòries o es lamentin les derrotes. De fet l'observador molt sovint no comprèn ni tan sols quan una partida ha acabat, ja que els jugadors tornen a començar sense fer massa més comentaris que els que van fent contínuament. Com veurem més endavant, ells afirmen que la presència del contrincant o del membre del propi equip fa molt més interessant el joc; tanmateix, no hi ha escarafalls per la victòria o la derrota.

Com en altres llocs similars d'encontre de joves, els jugadors coincideixen que les virtuts més admirades són la destresa en el joc i la simpatia. Un dels jugadors diu:

El que valorem més és l'habilitat i si ets catxondo. Si ets catxondo mental. Per exemple, quan jugues i et maten, en compte de ficar-te, òstia m'han matat, et poses a riure o fots un crit o el que sigui. I hi ha gent que té molta gràcia a fer aquests crits o a riure. I et poden valorar no pel bo que ets, sinó pel bon rotllo que portes al lloc on estàs.

S'intenta ser el millor, com en qualsevol joc. Es valora si ets bo. Però tampoc ho fardes. Només ho fardes si et ve algú a punxar-te, si et diu que ets una merda, que no sé que... Si en aquell moment el guanyes, en aquell moment sí que fardes.

De tota manera, en haver-hi força jocs diferents, molts es consideren bons en un o dos jocs determinats, encara que no siguin molt destres en els altres. I, sigui com sigui, la impressió és que es dona menys transcendència a la victòria o la derrota que en altres sales de reunió juvenils.

En definitiva, sembla que la interacció que es produeix en el cibercafè descrit té moltes similituds amb la que es produeix en altres llocs juvenils de reunió similars, però el fet que la major part dels jugadors puguin jugar des del seus domicilis i les característiques dels jocs configuren algunes diferències importants. La possibilitat de jugar vuit o deu persones alhora, per exemple, sembla ajudar a la cohesió del grup. La facilitat per entrar o sortir del joc, com se surt o entra en qualsevol joc per Internet, fa que els mecanismes d'enrolament siguin simples, i el fet que molt sovint els jugadors juguin aïlladament fa que es desdibuïxi la importància de la celebració de les victòries o derrotes.

b) Objectius, límits i normes

Un tema del qual es va parlar repetidament amb diversos dels nois habituals del clan va ser què és el que busquen en aquesta mena de jocs en línia i al cibercafé. La resposta va ser sempre simple: sobretot parlen d'entretenir-se i, també, de conèixer altres persones amb les mateixes aficions. Sembla evident que, per a aquest segon propòsit, la presència física al cibercafé és indispensable. Aquest són, en tot cas, els propòsits declarats del grup.

Però en parlar d'objectius es poden contemplar, d'una forma més concreta, les finalitats explícites de cada joc, que tindran alguna influència en la forma com s'organitzarà el grup. En principi els objectius de cada joc vénen determinades per les regles dissenyades pel fabricant. Així els jocs bèl·lics tenen habitualment com a finalitat acabar amb l'equip contrari, mentre que hi ha jocs d'estratègia dirigits a controlar un territori o a impedir el pas, amb col·laboració amb els altres participants, d'uns monstres enemics. Aquests jocs provoquen la formació efímera, ja sigui per Internet o en xarxa local, d'equips de jugadors que col·laboren entre ells i juguen contra el programa o contra un altre grup.

Els jocs que més s'aproximen als de rol, com el *Diablo II*, tenen com a objectius guanyar experiència i objectes i pujar de nivell, tot lluitant contra personatges del programa i, en ocasions, contra d'altres participants. En el *Diablo*, el jugador condueix un personatge i el va enriquint en punts d'experiència, alhora que va construint les seves capacitats mitjançant els objectes que va aconseguint. Blizzard, fabricant del joc, explica així com es planteja:

Since the beginning of time, the forces of Order and Chaos have been engaged in an eternal struggle to decide the fate of all Creation. That struggle has now come to the Mortal Realm...and neither Man, Demon, nor Angel will be left unscathed...

After possessing the body of the hero who defeated him, Diablo resumes his nefarious scheme to shackle humanity into unholy slavery by joining forces with the other Prime Evils, Mephisto and Baal. Only you will be able to determine the outcome of this final encounter...

In *Diablo II*, return to a world of dark fantasy. As one of five distinct character types, explore the world of *Diablo II*, journey across distant lands, fight new villains, discover new treasures, and uncover ancient mysteries, all in the quest to stop the Lord of Terror, once and for all...

Tanmateix, al *Diablo II* només hi ha set tipus de personatges diferents (originàriament, com diu el text, eren cinc), amb unes característiques ja definides i uns objectius ja determinats. El jugador pot anar enriquint el personatge, però ha de comptar amb les característiques que li assigna el disseny del joc. Aquestes limitacions no agraden a algun dels jugadors:

Un joc bo ha de ser un personatge que el moguis tu, que puguis decidir el que vols fer. El *Diablo*, vale, pots decidir, però és molt lineal, molt recte. T'ho van dient: primer fes això, després fes allò... Has de buscar tal cosa, la poses aquí i passes al següent nivell. T'ho van indicant. El millor és un joc en què puguis dir: ho vull fer, no ho vull fer, ja ho veuré, ja m'hi passaré més tard... Perquè et dona més llibertat, et pots identificar més amb el teu personatge. Amb el *Diablo* no t'identifiques amb el teu personatge.

Ara bé, aquest jocs donen lloc a l'experimentació amb formes de jugar no previstes. A cops s'inventen objectius més o menys particulars. Així, al *Diablo II* hi ha jugadors als quals els altres coneixen com a PK, és a dir «player killer»: jugadors assassins que, sovint, mitjançant estratègies no concebudes per la casa comercial, juguen només a matar altres participants. Explica Morpheus:

Els PK tenen molts trucs quan es juga en incondicional. Perquè en incondicional si et maten, s'ha acabat, per tant és una putada impressionant. El que fan és dir-te: va, que t'ajudo a passar-te el joc. Tu entres al portal que t'obre i, quan entres, et tiren una poció, cliquen

«instal·lar programa», l'ordinador se't penja i tu no pots moure't. Ell va a la ciutat, et fica hostilitat, torna i et mata. Això passa sovint. I per aquell qui ho fa només li serveix per diversió. I hi ha més gent que juga en aquest plan que gent que no vol saber res de matar els altres.

Sembla ser que hi ha moltes altres estratègies similars. Totes elles consisteixen a modificar els objectius o regles originals del joc, actuant de formes imprevistes, no coherents amb els propòsits del joc, tal que com els imagina el fabricant:

Quan jugues en la modalitat «normal», si et mors el teu cos queda a terra i tornes a sortir, però sense el teu cos. Aleshores has d'anar caminant i tornar a agafar el teu cos. I se't tornen a ficar els objectes. «Rebentar el cos» vol dir que, quan la persona s'ha mort, en el temps que triga de la ciutat a tornar a agafar el seu cos, li poses tot d'objectes que no serveixen per res a sobre del seu cos, i, quan l'agafa, el seu cos rebenta i tots els objectes cauen.

Fins i tot es creen programes que permeten transformar les regles originals:

Hi ha un programa que et diuen, sí, és per crear armes, i són les millors del joc. I tu dius, ah vale, passeu-me'l. Te'l passen i, quan l'instal·les, t'entra en una partida, l'ordinador se't cala, et comencen a tirar tots els objectes per terra i se't reinicia l'ordinador. Això és per fotre i aleshores et roben.

Hi ha altres programes –o modificacions del programa– que permeten que el personatge jugui sense el control del jugador, fent repetidament una sèrie de maniobres que li permeten anar augmentant l'experiència. També poden fer que, en el moment de comerciar amb objectes, pugui enganyar oferint-ne de falsos o bé que es pugui atacar en zones del joc on se suposa que és impossible. Jugar de maneres no previstes aprofitant possibilitats que proporciona el programa original o usar modificacions del programa que proporcionen capacitats noves o que permeten enganyar els altres jugadors són comportaments que marquen els límits d'allò que és vist com a una transgressió. Cal advertir, doncs, que la transgressió consisteix en una reinterpretació, produïda socialment, de les regles del joc.

Aquestes transgressions són objecte de confusos judicis morals per part dels jugadors habituals de Matrix. Un d'ells diu:

No conec a ningú del ciber que ho faci, però si algú ho fes, no ho veuria malament. A mi no m'ho farien. En part ho veig malament perquè, és clar, és una putada que et matin. Però si maten gent que fa això, que els busquin i diguin, aquest és PK, doncs anem a matar-lo, per mi perfecte. Com menys, millor.

Sembla que hi hagi, doncs, dins del joc, sistemes de càstig per als transgressors, administrats per altres jugadors. També afirmen que, en ocasions, si Blizzard, la companyia que comercialitza i controla el joc, detecta algú utilitzant aquesta mena d'eines il·lícites, pot esborrar-li el compte i, per tant, impedir que continuï jugant. Tanmateix, ningú no pot concretar algun cas en què això hagi succeït.

I és interessant d'observar que els jugadors sovint es refereixen als personatges del joc com a «persones» o com «gent», malgrat que neguin que s'identifiquin amb ells. D'altra banda, la voluntat de castigar aquells que han enganyat algú no es queda dins del límit del joc. El joc dona lloc a disputes molt reals: un jugador, que havia estat enganyat per un altre en el joc, prenent-li tots els objectes que posseïa, pretenia localitzar-lo físicament (era, pel que sabia, d'un altre barri de

Barcelona) i apallissar-lo. Altres habituals de Matrix s'oferien a ajudar-lo. Es tractava, probablement, de bravates d'adolescents però, tanmateix, revelen les maneres com el món virtual i el presencial es barregen en la seva experiència.

c) Context i pertinença

Com indica Nancy Baym, qualsevol interacció, incloent la que es produeix a través d'ordinadors, està situada simultàniament en múltiples contextos externs que no desapareixen pas quan hom es connecta, sinó que proporcionen les pràctiques i els significats a través dels quals –o contra els quals– s'interacciona en la CMO o en qualsevol altre nou context comunicatiu. Així podem intentar descriure i establir els contextos de la interacció virtual entre els jugadors de jocs comercials que juguen en el cibercafè que estudiem, alhora que també podem parlar dels contextos en el qual es produeix la interacció presencial al cibercafè. Cal advertir, a més, que la comunicació virtual funciona com a context de la presencial –i això fa que aquesta última usi en ocasions la referència a la comunicació virtual per descriure o qualificar situacions presencials–, alhora que, naturalment, la comunicació presencial és context de la virtual.

Així doncs, el context més ampli en què s'ha de situar la interacció entre els jugadors d'aquesta mena de jocs comercials en línia és el de la subcultura juvenil en general. Els codis comunicatius que s'usen al cibercafè són els usuals entre adolescents barcelonins de classe social mitjana. Aquests mateixos codis es fan servir oralment en alguns programes en què es pot parlar, a través de micròfon, amb els altres jugadors. D'altra banda, molts programes permeten donar breus indicacions per escrit als altres jugadors, o a alguns d'ells. En aquest s'utilitzen, en castellà o en anglès, els codis que s'han generalitzat en els missatges de text a través del telèfon mòbil, incloent-hi els emoticons. Malgrat que bastants dels jugadors del cibercafè tenen com a primera llengua el català, aquest és un idioma completament exclòs del joc. Cal advertir, a més, que molt sovint, quan es juga amb jugadors coneguts, es recorre a enviar també missatges de text a través del MSN Messenger.

El context de la cultura juvenil té a veure amb uns altres elements contextuals més concrets: el codis culturals que usen els jocs. Fer-ne una descripció mínimament exhaustiva hauria de ser producte d'una investigació prou complexa, però, d'una forma superficial, es poden distingir clarament quatre o cinc àmbits de referència. Hi ha, en primer lloc, els jocs que remetent al món màgic que habitualment es coneix com de «dracs i masmorres»; aquest món, que deu molt a l'obra de Tolkien i d'altres autors similars, barreja d'una manera sorprenent elements del cicle artúric amb d'altres de bíblics o provinents de mitologies greco-romanes, cèltiques, fenícies, etc., en el context vagament atemporal del mites. Més o menys emparentades amb aquest món és el de les criatures fantàstiques provinents, especialment, de l'àmbit de certs dibuixos animats. Hi ha, d'altra banda, els jocs fonamentats sobre elements de ciència ficció, amb presència o no de criatures monstruoses. També són freqüents les referències bèl·liques –sovint centrades en la Segona Guerra Mundial– o de lluita entre terroristes i antiterroristes, freqüentment ambientades, d'una forma curiosa, en un paisatge que evoca l'Orient Mitjà. Es podrien identificar, per fi, les referències a les arts marcial i a les cultures asiàtiques. No cal dir que, molt sovint, totes aquests elements es barregen. El seu coneixement proporciona als jugadors alguns elements bàsics per la seva interpretació dels jocs: els permet de reconèixer ràpidament els personatges i imaginar quines són les seves característiques, comprendre les històries i determinar els objectius que es proposen. D'altra banda, és també sovint d'aquests àmbits d'on provenen els noms que els jugadors usen en línia, tot i que en d'altres ocasions les referències són a

elements d'un context juvenil molt més ampli: el cinema, la música, programes televisius, etc. Tanmateix, al cibercafé el pseudònim no dóna cap anonimat, perquè tothom sap qui és qui.

Així doncs, les referències a elements que, d'una manera àmplia, podem remetre a la cultura juvenil contemporània són imprescindibles per interpretar els jocs. En canvi, no sembla existir clarament un grup o tribu urbana, amb signes identificatius i consciència clara, que pugui identificar-se com a «jugadors de jocs comercials en línia». No hi ha una forma de vestir comuna diferenciada, ni una música que els agradi a tots ni cap altre signe aparent que pugui identificar-los com a grup diferenciat. Els informadors coincideixen a negar l'existència de cap sensació de pertànyer a un grup especial i indiquen que, entre els seus amics, n'hi ha d'aficionats a aquesta mena de jocs i d'altres que no hi han jugat mai. No obstant això, també parlen de l'existència d'un argot propi més o menys identificatiu dels jugadors habituals i expliquen que és freqüent que, quan coneixen algú que juga en línia, intercanviïn informació sobre les seves destreses.

Un d'ells diu:

Sí, sents que saps jugar amb ordinadors, però a part d'això no et sents de cap grup. Els skaters són un grup que van amb els seus patins i van vestits d'una manera i s'identifiquen més entre ells. Això nostre és un vici.

Aquesta conceptualització de la relació amb els jocs en línia com a vici, més que no pas com a pertinença a un grup, és habitual entre els informadors: Morpheus, per exemple, afirma que els que juguen a aquesta mena de jocs no formen pas un grup o comunitat, però que es reconeix la persona que es «vicia» per la manera com tracta l'ordinador, com fa servir el *mouse*, com toca les tecles... Igualment, si algun dia han estat jugant moltes hores seguides diuen que «s'han viciat molt». També coincideixen en la sensació que es tracta d'un hàbit addictiu. Els seus judicis sobre aquestes qüestions són, però, vacil·lants:

Addictiu sí que ho és. Perquè hi ha èpoques que m'he estat nits senceres, empalmant un dia amb l'altre, que no he parat de jugar. Sí que estava enganxat. A més vaig començar a jugar jovenet, que tenia que estudiar, i en comptes d'estudiar et poses a jugar. Però, bueno, no trobo que sigui un perill per ningú. L'altre dia vaig veure per la tele un programa que deixava a la gent que jugava amb els ordinadors com si fossin una merda, com si fossin drogaddictes. Em vaig quedar mirant com dient, però, sou idiotes, o què passa? Ma germana es passa deu hores seguides estudiant i és superbona. Jo em puc estar sis hores jugant amb una màquina i diuen, oh és que ets un viciat i un drogat d'aquest joc i no pots deixar-ho. No: m'agrada. Igual que a ma germana li agrada estudiar, doncs a mi m'agrada jugar.

Un altre element contextual que Baym assenyala com un factor important que configura la interacció virtual és la situació immediata en què té lloc l'accés a la xarxa. En el cas dels jugadors estudiats hi ha dues situacions clarament diferenciades, que donen lloc a dues formes d'interactuar molt diferents. Com hem dit, la major part dels jugadors es poden connectar des dels seus domicilis; tanmateix, sovint ho fan des del cibercafé. Quan juguen des dels seus domicilis juguen sempre per Internet. Si juguen a jocs bèl·lics, com ara l'anomenat *Counter Strike* o *Day of Defeat*, els és assignat un grup de companys i un d'enemics i només la casualitat pot fer que entre ells hi hagi persones conegudes o amb les quals hagin coincidit anteriorment. En canvi, si juguen al cibercafé a aquests mateixos jocs, ho acostumen a fer en xarxa local i, per tant, tenen els seus companys i enemics als ordinadors veïns. Hi ha també alguns jocs d'estratègia en els quals s'ha de col·laborar en grup contra el programa i, aquests, es juguen preferentment en xarxa al cibercafé. A d'altres jocs, com al *Diablo II*, quan es juga des del domicili es pot quedar per trobar-se virtualment amb alguna persona i col·laborar o comerciar.

Tanmateix, per fer diverses maniobres, si no formen part d'un clan, els calen dos o més ordinadors alhora, cosa que poden trobar al cibercafé. En general afirmen que prefereixen jugar al cibercafé: allà, segons diuen, poden fer broma amb els contrincants, aprendre de gent que té altres maneres de jugar, introduir-se en altres jocs i, en general, iniciar activitats alienes als jocs. Un jugador, per exemple, diu:

És molt més divertit saber a qui t'has carregat, que el tens davant, que et pots aixecar i riure't una mica d'ell; en canvi, si estàs per Internet, el mates i dius, vale, t'he matat, però no et puc dir res. Encara que li escriguis no és el mateix que aixecar-te i veure el tio davant, que està nerviós perquè l'acabes de rebentar

I un altre:

S'aprèn a base de perdre. Com en tot. I què passa? Jugant sol, no pots perdre. L'ordinador és totalment estúpid; és allò més estúpid que hi ha. En canvi, quan jugues contra un humà, l'humà és l'ésser més putès que hi ha jugant. O sigui, una màquina, què et farà? Com a molt, cada tant de temps t'ataca amb tantes unitats, més o menys calculant el que tu deus tenir. En canvi, un humà et va fent putades. I aprèn a base que et facin putades.

Sembla, doncs, clar, que la forma i la intensitat de la interacció amb els altres jugadors i amb els programes és molt diferent si es juga en un context o en l'altre.

d) Estructura temporal

Molts investigadors fan una primera distinció bàsica, quant a l'estructura temporal en què es produeix la CMO, entre comunicació sincrònica, és a dir, aquella que es produeix quan tots els participants estan connectats simultàniament, interactuant de forma immediata, i comunicació asincrònica, en la qual als participants no els cal ser *on-line* simultàniament (Baym, 1998; 4). En la major part de jocs comercials *on-line* s'interactua d'una forma estrictament sincrònica, de forma que és necessari que tots els participants juguin alhora i, a més, que ho facin amb gran concentració. Tanmateix, en jocs com el *Diablo II*, en què es va creant un personatge i se'l va enriquint amb més experiència i amb més objectes, es dona un cert grau d'asincronia, en el sentit que, tot i que els jugadors poden trobar-se al mateix temps, cadascun es connecta i es desconnecta quan vol, sense que això afecti massa el joc dels altres. D'altra banda, cada personatge té una història, separada de la dels altres, a través de la qual s'ha anat configurant tal com és en l'actualitat.

D'altra banda, Baym (1998; 4) cita a Hollingshead i McGrath per proposar una altra forma de classificar la forma com s'estructura la interacció temporal entre els participants en la CMO. Hi hauria grups que es troben només una vegada, durant un temps limitat, interactuant de forma sincrònica o asincrònica. Altres grups es troben diverses vegades, ja sigui, també, de forma sincrònica o asincrònica. Finalment, hi hauria grups que mantenen una comunicació asincrònica continuada durant un període més o menys llarg de temps. La major part dels jocs comercials en xarxa –especialment els bèl·lics– estan pensats per tal que els participants només es trobin una vegada, però, precisament el fet de jugar-hi als cibercafès, en xarxa local, fa que la trobada, amb més o menys els mateixos participants, es repeteixi indefinidament. En altres jocs, com ara el *Diablo II*, els participants poden trobar-se més cops si ho concerten –i molt sovint això sembla acordar-se presencialment–, però, d'altra banda, formen en ocasions, com s'ha explicat, clans d'ajuda mútua que poden trobar-se sovint.

El cas és que, pel que fa als jocs comercials en línia, sembla clar que el fet que els grups que es constitueixen tendeixin a ser d'una sola trobada és un element decisiu per impedir formar cap mena

de sentit de comunitat. En canvi, el fet de retrobar-se sovint al cibercafé fa que allí es constitueixi un grup al qual, amb més o menys intensitat, s'hi pertany.

e) Infraestructura del sistema de CMO

La infraestructura de la xarxa d'ordinadors configura la interacció que es produeix en la CMO de moltes maneres diferents. Seibold i d'altres, segons Nancy Baym (1998; 5), localitzen tres tipus de variables: configuració física, adaptabilitat del sistema i grau d'amistositat amb l'usuari. S'hi podria afegir la manera com el sistema determina que tingui lloc la interacció.

La configuració física inclouria variables com ara quants ordinadors hi ha, quina és la seva dispersió espacial i la velocitat del sistema. Aquest darrer aspecte, la velocitat del sistema, és en l'actualitat una característica tècnica més o menys comuna a tota la xarxa d'Internet. Cal dir, en tot cas, que els ordinadors requerits per jugar a aquests jocs han d'estar entre els que tenen millors prestacions multimèdia del mercat; de fet això és el que fa que els jugadors distingeixin entre aquells cibercafès pensats bàsicament per consultar el correu electrònic i per buscar informació per Internet, amb ordinadors molt menys potents, dels cibercafès concebuts per jugar en línia. D'altra banda la qualitat dels ordinadors que s'usen és, naturalment, una cosa molt apreciada pels jugadors. El propietari del cibercafé explica que recentment va preguntar als jugadors habituals si preferien que instal·lés aire condicionat al local o que comprés equips nous. Malgrat la intensa calor que fa al local –a l'estiu la temperatura arriba al voltant dels trenta-cinc graus– el grup no va tenir dubtes a preferir els ordinadors nous. Quant al nombre d'ordinadors i a la seva dispersió espacial, són dades que ens remet un cop més a la tensió entre allò local i allò global, és a dir, entre l'àmbit del cibercafé i la xarxa d'Internet completa. Si es juga en xarxa local hi ha, a Matrix, un màxim de vint-i-dos ordinadors, a tocar els uns dels altres. Quan es juga a través d'Internet hi pot haver milers d'ordinadors, disseminats en un àmbit territorial molt més ampli, tot i que en la major part dels jocs actuals interactuen un màxim de vuit o deus jugadors alhora. Ara bé, aquest àmbit territorial no acostuma a ser tot el món: depenent del joc, el servidor de la casa comercial posa en contacte ordinadors espanyols, d'una part d'Europa o de tota Europa però, si més no en els casos observats, l'àmbit no és mai mundial.

L'adaptabilitat del sistema fa referència a la capacitat que té qualsevol persona anònima de modificar els programes del sistema o les seves regles bàsiques de funcionament. Aquest aspecte ens remet també al joc entre la virtualitat i la presencialitat. En el cas dels jocs comercials per ordinador aquestes regles estan molt fixades pel programa comercial. Tanmateix, com hem vist, els jugadors construeixen, a partir de les regles de joc, estils i estratègies particulars que, sovint, són comentades a Matrix. A més, en alguns jocs concrets les regles i convencions es desenvolupen i reinterpreten, donant lloc en ocasions a sorprenents vincles entre el món virtual i el presencial. Així, per exemple, el comerç virtual d'objectes previst al *Diablo II* dona lloc a una altra mena de comerç en què els objectes virtuals es paguen amb diners reals. Morpheus, per exemple, afirma que ell ja només juga a la modalitat normal d'aquest joc per tal de comerciar amb diners.

El grau d'amistositat amb l'usuari es refereix, per exemple, a la facilitat amb què es pot aprendre a fer funcionar el sistema. Pel que fa als jocs en línia aquesta és un element molt important a tenir en compte, ja que és certament difícil, per al no iniciat, d'incorporar-se a qualsevol d'aquests jocs. Això implica que, si no se'n sap, no es pot entrar a formar part del grup que hi juga en qualsevol moment, sinó que cal un camí important d'aprenentatge. Com altres grups en els quals es valora la possessió d'una destresa, un no pot incorporar-se al grup dels que juguen jocs d'aquesta mena sense un esforç

previ. D'altra banda, també implica que és important mantenir-se al dia: no es pot deixar de jugar per molt temps. Tot això comporta diferències importants amb altres aficions que semblarien, aparentment, properes, ja que es duen a terme en llocs que semblen similars als cibercafès: em torno a referir a sales de billars, de futbolins, etc. Aquests jocs varien poc amb el temps, de manera que un adult que hagués jugat molt a billar en la seva joventut, pot continuar-hi jugant de tant en tant. Els jocs en línia, en canvi, com gairebé tots els jocs d'ordinador, evolucionen molt ràpidament, expulsant, d'aquesta manera, a tots aquells que no s'hi dediquen assíduament. Aquest és probablement un dels motius que hi hagi tan poca dispersió d'edats entre els jugadors a aquesta mena de jocs. Mentre que els estudis sobre MUDs o jocs de rol no virtuals, per exemple, revelen que, malgrat que la major part de participants es troben entre l'adolescència i la joventut, també n'hi ha de molt més madurs, sembla clar que són escassíssims els jugadors que han superat la primera joventut entre els que participen en jocs en línia.

Finalment es pot parlar de la manera com el sistema determina que tingui lloc la interacció. La clau d'aquesta mena de jocs és el control d'un personatge, a través del qual s'hi participa. Aquest personatge pot ser creat de nou cada cop que s'entra al joc – com succeeix en la major part de jocs bèl·lics– o pot anar essent construït a través de successives intervencions. És en aquests darrers casos quan els jocs s'assemblen més als jocs de rol, tot i que l'existència d'un número determinat de personatges, que, això sí, poden anar adquirint objectes i poders diferents, els diferencia del joc de rol i faci difícil, segons explica Morpheus, la identificació amb els personatges virtuals. Però la interacció no es limita al control del personatge: ja hem vist que els jugadors interactuen també, en alguns casos, donant-se instruccions a través del micròfon de l'ordinador, escrivint-se missatges o usant altres programes, com el Messenger, per relacionar-se.

5. CONCLUSIONS

Com assenyala Manuel Castells (2001; 139), la proliferació d'estudis sobre els jocs de rol a través d'Internet ha arribat a fer que es percepés la xarxa com un territori, separat dels altres àmbits de l'experiència, on es produïrien tota mena d'estrany experiments sobre la pròpia identitat. Però el cert és que la major part dels estudis actuals apunten, més aviat, a entendre que aquests experiments són escassos, i que la gent adapta Internet a les seves vides: és un enfocament erroni el de creure que l'«impacte» de les NTIC és l'origen d'una transformació de tots els patrons d'interacció social. Internet, com qualsevol tecnologia, es construeix i s'interpreta a partir de les tendències i processos que s'estan produint a la societat, sense que això vulgui dir que no sigui també un suport que contribueixi a aquestes tendències i processos.

Per descomptat, un grup, com el descrit, de nois que centren bona part dels seus interessos socials en les activitats que es construeixen en i al voltant de els jocs comercials en línia no pot ser entès com la norma, sinó com l'excepció, pel que fa a les noves formes de sociabilitat que es desenvolupen en l'època d'Internet. En ell tenen llocs fenòmens que, de cap de les maneres, es produeixen en altres àmbits socials: sembla haver-hi, certament, certa tendència a conductes addictives, tot i que caldria preguntar-se si la relació addictiva que alguns joves s'atribueixen és d'un tipus molt diferent a altres hàbits que no són pas entesos com addicions. Però, en tot cas, sembla clar que aquest grup reinterpretava, d'una banda, les formes d'interacció social pròpies de qualsevol altre grup de joves mentre que, d'altra banda, fa també una interpretació de les possibilitats de les NTIC, adaptant-les a les formes tradicionals de socialització. Es poden reconèixer, al cibercafè, unes normes i uns usos

socials que tenen molta relació amb les d'altres llocs d'encontre d'adolescents i joves. Tanmateix, el jocs *on-line* donen alguns elements nous als patrons d'interacció social *off-line*, alhora que, d'altra banda, es creen formes d'interacció *on-line* que, per descomptat, s'apropien de les preexistents.

D'una forma més concreta, es pot observar que en aquest grup, només de forma parcial es produeix la deslocalització que acompanya altres usos de les noves tecnologies. Interactuen amb altres jugadors als quals no troben més que a l'espai virtual global però, en realitat, prefereixen jugar amb els coneguts al cibercafé, l'espai presencial local. Si fem servir la ja clàssica definició de Rheingold (1996; 20) de les comunitats virtuals com a conjunts socials que sorgeixen de la xarxa quan una quantitat suficient de gent porta a terme discussions públiques durant un temps suficient, amb prou sentiments humans per a formar xarxes de relacions a l'espai cibernètic, haurem de concloure que els nois observats no constitueixen pas comunitats virtuals amb els altres jugadors en xarxa. La poca identificació amb el personatge que controlen i el fet que les trobades siguin molt efímeres són factors suficients per impedir-ho. Els lligams, en tot cas, s'estableixen amb els altres jugadors als quals es troba presencialment al cibercafé.

D'altra banda es pot observar com la interacció entre els jugadors és sovint, alhora, virtual i presencial. Igualment es produeix una certa barreja o superposició entre les experiències virtuals i les reals: els objectes virtuals del joc són objectes dels quals se senten posseïdors reals, i poden ser elements de comerç –intercanviant-los per altres objectes virtuals o per diners reals– o de robatori. Igualment, els enganys o transgressions del joc demanen ser castigades, en l'àmbit virtual o en el presencial.

En definitiva, es podria dir que ens trobem davant d'un cas en què, de forma molt evident, s'uneixen i entrellacen de diverses maneres el lloc físic i el ciberlloc, l'experiència presencial i la ciberexperiència. Tanmateix, els adolescents i joves observats semblen continuar tenint necessitat del grup o colla tradicional, amb el qual es relacionen físicament, com a suport per a la construcció de la pròpia identitat en el moment de pas a l'edat adulta.

Referències

- Baym, N.K. (1998). The Emergence of On-Line Community. A S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pp. 35-68). Thousand Oaks: Sage.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Plaza & Janés.
- Castells, M. i Tubella, I. (Dirs.) (2002), La societat xarxa a Catalunya: anàlisi empírica. Dins *Projecte Internet Catalunya*. Barcelona: FUOC. Consulta 10-6-03, a <http://www.uoc.edu/in3/pic>.
- Domènech, M. i Tirado, F.J. (Comps.) (1998). *Sociología simétrica*. Barcelona: Gedisa.
- Lévy, P. (1998). *La cibercultura, el segon diluvi?* Barcelona: Proa.
- Negroponte, N. (1997). *Viure en digital*. Palma: Universitat de les Illes Balears-Editorial Moll.
- Nie, J. i Erbring, L. (2000). *Internet and Society*. Stanford: Stanford Institute for the Quantitative Study of Society (SIQSS). Consulta 20-6-03, a <http://www.stanford.edu/group/siqss>.

Oldenburg, R. (1991). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day*. Nova York: Paragon House.

Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.

Tirado, F.J. i Gálvez, A. (2002). Comunitats virtuals, ciborgs i xarxes sociotècniques: noves formes per a la interacció social. Barcelona: UOC. Consulta 10-6-03 a <http://www.uoc.edu/humfil/articulos/cat/tiradogalvez0302/tiradogalvez0302.html>.

Turkle, S. (1997). *La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.

Virilio, P. (1998). *La bombe informatique*. París: Galilee.

Wellman, B. i Haythorntwaite, C. (Eds.) (2002). *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell.

Winner, L. (1987). *La ballena y el reactor*. Barcelona: Gedisa.

Historia editorial

Recibido 12/02/04

1ª revisión 29/03/04

Aceptación definitiva 14/04/04

Formato de citación

Tomàs, S.. (2004). Estudi etnogràfic d'un grup híbrid on-line/off-line. *Athenea Digital*, 5, 79-96. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num5/tomas.pdf>