

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

SEDE ECUADOR

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2010-2012

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**GAMERS: IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN EN LAS CULTURAS
LÚDICAS ECUATORIANAS**

RICARDO RAMIRO ROSALES PERALTA

MAYO 2013

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

SEDE ECUADOR

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2010-2012

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**GAMERS: IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN EN LAS CULTURAS
LÚDICAS ECUATORIANAS**

RICARDO RAMIRO ROSALES PERALTA

ASESOR DE TESIS: DR. BELÉN ALBORNOZ

LECTORES: DR. JOSÉ ALBERTO SÁNCHEZ - DR. MARIANO FRESSOLI

MAYO 2013

DEDICATORIA

"Los antropólogos ingleses tienen un principio de método que resumen con el siguiente eslogan: 'To learn how to transform ressources into topics', que podría traducirse: aprender a transformar lo que habitualmente sirve de explicación en lo que, por el contrario, debe explicarse".

(Latour, 2012: 22)

Este trabajo es un pequeño ejemplo, tal vez para muchos no muy importante, de que el camino se lo hace al andar y que no importa las barreras que debamos superar, siempre existirá algún camino, por más escabroso que sea, de alcanzar lo que nos proponemos. Dedico esta investigación a todas y todos aquellos que no miran barreras, sino buscan pequeños rayos de luz para cumplir sus anhelos. Parafraseando a Eduardo Galeano: en 1948, a la Declaración Universal de Derechos Humanos se le olvidó un fundamental derecho, del que se alimentan todos los otros y del cual la dicha declaración no podría existir: *el derecho a soñar* (1998).

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto se convirtió en realidad gracias a quienes marcaron su camino y lo hicieron visible. En primer lugar, deseo agradecer a mi madre, Aída Peralta, quien impulsó mi vida hasta llegar a la este momento de profunda satisfacción personal y profesional, a mis hermanos, quienes confiaron en mí y me dieron todo su apoyo. Agradezco a los amigos que prestaron su hombro y su tiempo para que esta investigación finalmente salga a la luz. Además, deseo agradecer a las comunidades ANIM-E-MOTION y ECUAGAMER por su tiempo y predisposición para colaborar afirmativamente en este trabajo. Extiendo este agradecimiento a Belén Albornoz, profesora investigadora de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO sede Ecuador, quien brindó su apoyo y guía con profunda responsabilidad y compromiso académico.

Gracias a todos por demostrarme que la producción de conocimiento es posible con pasión, perseverancia y compromiso. A todos ustedes ¡muchas gracias!

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE	5
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
ESTADO DEL ARTE	10
PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	15
MODELO CONCEPTUAL	16
ESTRATEGIA METODOLÓGICA	18
CAPÍTULO I	30
1.- EL ÁMBITO TECNOLÓGICO Y LAS CULTURAS LÚDICAS	30
1.1.- SOBRE EL ENFOQUE DE CIENCIA, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD	30
1.1.1.- CONSTRUCTIVISMO SOCIAL DE LA TECNOLOGÍA	33
1.2.- TEORÍAS SUSTANTIVAS	36
1.2.1.- SUPERAR LA DISTINCIÓN MODERNA ENTRE NATURALEZA Y CULTURA	36
1.2.2.- SIMETRÍA Y LOS HÍBRIDOS	38
1.2.3.- GRUPOS SOCIALES RELEVANTES	39
1.2.4.- FLEXIBILIDAD INTERPRETATIVA	41
1.2.5.- CLAUSURA Y ESTABILIZACIÓN	43
1.2.6.- FUNCIONAMIENTO	44
1.2.7.- TECHNOLOGICAL FRAME	45
1.2.8.- CO-CONSTRUCCIÓN	47
1.2.9.- TECNOLOGÍA COMO SISTEMA CULTURAL	48
1.3.- ASPECTOS CONCEPTUALES DE LAS CULTURAS LÚDICAS VIRTUALES	51
1.3.1.- HOMO LUDENS	51
1.3.2.- CULTURA, IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN	53
1.3.3.- CIBERCULTURAS	58

1.3.4.- CONVERGENCIA CULTURAL	60
CAPÍTULO II	63
2.- ESPACIOS DE IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN DE LA CULTURA GAMER	63
2.1.- LA VÍA DE ACCESO	63
2.2.- PREÁMBULO: LA CONVERGENCIA DE LO ACTUAL Y LO VIRTUAL	65
2.3.- VIDEOJUEGOS: LA CONDICIÓN NECESARIA DEL GAMER	64
2.4.- SENTIDOS Y DISCURSOS: PERTINENCIA DEL ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO	76
2.5.- ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO DE LOS VIDEOJUEGOS	77
2.5.1.- STARCRAFT 2: WINGS OF LIBERTY	78
2.5.2.- GOD OF WAR III	82
2.5.3.-HALO REACH	86
2.6.- ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO DE LA REVISTA PYX ART	90
2.7.- ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO DEL PROGRAMA JUEGA CONMIGO	93
2.8.- ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO DEL PORTAL ECUAGAMERS	96
2.9.- ANÁLISIS SOCIO-SEMÍÓTICO DEL PORTAL ANIM-E-MOTION	99
2.10.- RED DISCURSIVA LEGITIMADORA	102
2.11.- OPACIDAD DISCURSIVA	104
CAPÍTULO III	106
3.- GRUPOS SOCIALES RELEVANTES DE LA CULTURA GAMER ECUATORIANA	106
3.1.- FOLLOW THE ACTORS	106
3.2.- LOS GAMERS: PRIMEROS CONFIGURADORES	107
3.3.- LOS ORGANIZADORES DE EVENTOS	114
3.4.- LOS AUSPICIANTES Y/O PATROCINADORES	118
3.5.- LAS TIENDAS DE VIDEOJUEGOS Y SERVICIO TÉCNICO	121
3.6.- LOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES	124
3.7.- ACTORES ALIADOS: ANIM-E-MOTION	126
3.8.- SALAS DE VIDEOJUEGOS: DESAPARICIÓN DE UN ACTOR	128
3.9.- ATRIBUCIONES DE SIGNIFICADO EN LOS GSR	129

CAPÍTULO IV	133
4.- DINÁMICAS SOCIO-TÉCNICAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN GAMER	133
4.1.- LÍNEAS PARALERAS: ETNOGRAFÍA Y NETNOGRAFÍA	133
4.2.- LA FUNCIÓN DE LO HUMANO EN LA CULTURA GAMER	135
4.3.- LA FUNCIÓN DE LO NO-HUMANO EN LA CULTURA GAMER	142
4.3.1.- DISPOSITIVO: PC U ORDENADOR PERSONAL	146
4.3.2.- DISPOSITIVO: NINTENDO WII	149
4.3.3.- DISPOSITIVOS DE APRENDIZAJE Y SOCIALIZACIÓN	150
4.4.- LA CO-CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN GAMER	154
4.4.1.- COMUNIDADES ONLINE	156
4.4.2.- COMUNIDADES OFFLINE	161
4.5.- YO, GAMER	163
CONCLUSIONES: EL MARCO TECNOLÓGICO DEL GAMER	165
RECOMENDACIONES	172
BIBLIOGRAFÍA	174
ANEXOS	181

RESUMEN

Esta investigación se ubica dentro de las dinámicas de construcción identitaria y las formas de representación en la comunidad gamer ecuatoriana. Existen grupos sociales relevantes, espacios reales-virtuales, industrias de entretenimiento, marcas auspiciantes, técnicos, administradores web, entre otros; en suma, todo un conjunto de actores (humanos y no-humanos, culturales y artificiales) que configuran el entorno del gamer ecuatoriano, y que a su vez estructuran tanto su identidad como sus formas de representarse. El objetivo de esta investigación es estudiar los procesos de co-construcción identitaria que se llevan a cabo dentro las comunidades de videojugadores, para conocer sus dinámicas de pertenecía y diferenciación.

Este trabajo considera que la identidad de los gamers ecuatorianos está construida por una tensión de códigos derivados de los entornos virtuales y sociales, cuyas características principales son: la adquisición de destrezas, la diferenciación entre sus miembros, su habilidad para construir una representación virtual (o avatar) original y su capacidad de construir un sentido de comunidad que les permita habitar espacios de encuentro y socialización. Para comprobar este presupuesto, se desplegará un trabajo investigativo en tres niveles: análisis de los espacios en donde se visibilizan las identidades de los gamers, identificar y analizar los grupos sociales relevantes, y analizar las dinámicas socio-técnicas de co-construcción de la identidad y representación de los gamers.

INTRODUCCIÓN

Cuestionamos la afirmación implícita de que alguna propiedad característica inherente de la tecnología pueda dar cuenta de su impacto en nuestras vidas. Proponemos, más bien, que hay incontables aspectos de nuestra relación con la tecnología, que deben ser tomados en cuenta si queremos lograr una comprensión en torno a sus consecuencias.

Entre estos aspectos se incluyen: nuestras actitudes hacia la tecnología, nuestras concepciones de lo que ella puede y no puede hacer, nuestras expectativas y asunciones sobre las posibilidades de cambio tecnológico, y el resto de formas en las que se representa la tecnología (...) Desde esta perspectiva se requerirá comprender diversos modos de pensar y representar la tecnología; al menos tan diversos como tecnologías haya. De hecho, lo que haremos será argumentar la necesidad de tratar la idea misma de "tecnología por sí misma" con considerable cautela.

(Grint y Woolgar, 1997; en Hine, 2004: 9)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tics) han conllevado el surgimiento de nuevos espacios de apropiación cultural de múltiples colectivos sociales. Procesos como la interconectividad de los ordenadores en la red, la realidad virtual - como el desarrollo cada vez más sofisticado de entornos tridimensionales-, el fortalecimiento de las industrias del entretenimiento en Internet, y el involucramiento activo de usuarios y consumidores de las Tics han reconfigurado la cotidianidad de los seres humanos (Mendizábal, 2004). Espacios como las redes sociales o las comunidades virtuales no son sólo un nuevo punto de encuentro de los sujetos sino, además, un lugar de apropiación, construcción y expresión cultural. De ahí que, las comunidades *Online* estén cada vez más inmersas en el diario vivir. Como se verá en este trabajo, Ecuador no está lejos de estos procesos de configuración cultural dados por las tics.

La concepción tradicional de cultura considerada como: un dominio de los seres humanos, formador de los individuos, o resultados (productos) tangibles de lo humano (Echeverría, 2001) debe ser revisada, ya que el rol performativo de la cultura no puede

ser olvidada. Las tecnologías no pueden ser vistas productos, son actores no-humanos que poseen un rol activo en el ordenamiento de la cultura (Latour, 2001). Ante nuevos hallazgos conceptuales, esta investigación busca adentrarse en clanes de videojugadores ecuatorianos para ejemplificar cómo se construye identidad y representación en las comunidades lúdicas cuyo hábitat se ubica en el ciberespacio.

Estado del arte

Los clanes de videojuegos *Online* han tenido una visibilización mediática y virtual importante en los últimos años. Los elementos empíricos que permiten justificar esta afirmación son la construcción de espacios virtuales propiamente dichos (portales de Internet creados por gamers ecuatorianos), productos comunicaciones (como revistas y programa televisivo) y torneos de videojuegos.

Un recorrido por la Web muestra a varias páginas creadas en el Ecuador por gamers. El primer resultado que produjo Google al digitar el criterio de búsqueda “gamers en Ecuador”¹ es el sitio web de la comunidad que estudiaremos: ecuagamers.com. En este portal se pueden encontrar foros de la comunidad en donde los gamers pueden contactarse entre sí, generar grupos de discusión y, además, se encuentra un plan de asesoramiento en videojuegos. El segundo portal que aparece es gamers.anime-e-motion.org, que es un blog en donde se encuentran clanes de juegos, información y noticias sobre videojuegos y una amplia información para los seguidores del anime en el país. El tercer resultado de la búsqueda es el portal juegaconmigo.tv que es una plataforma creada por el medio de comunicación Televisión Satelital. En este sitio se encuentra información detallada sobre los videojuegos en línea, información tutorial sobre juegos, torneos de gamers en el país y links para vincularse a clanes de juegos.

Al digitar el criterio de búsqueda “clanes de videojuego en Ecuador” el resultado lleva a la página callofduty4ecuador.es.tl. Este es un portal creado por gamers

¹ Criterio de búsqueda digitado el 15 de diciembre de 2010 desde un IP localizado en Quito, Ecuador.

ecuatorianos para vincularse y participar en el videojuego *Call of Duty 4: Modern Warfare*.

En productos comunicacionales, existe el programa de Televisión Satelital: *Juega Conmigo*, que se transmite de lunes a viernes de 16:30 a 18:00. El contenido de este programa abarca desde información sobre videojuegos hasta concursos de gamers que se transmiten en vivo. Un segundo producto comunicacional es la revista *PYXart*. Este producto impreso otorga información sobre videojuegos, consolas y accesorios para los gamers, perfiles de gamers, trucos de diferentes videojuegos. Además, la revista abarca temas sobre el género anime y los cómics.

Para determinar el estado del arte en el ámbito de esta investigación, se formuló la siguiente interrogante guía: ¿cuál es la correspondencia entre la emergencia de ciberculturas en el Ecuador en relación con las investigaciones en torno a este terreno? Los estudios sobre comunidades virtuales (más allá de los gamers) son al menos marginales en los principales centros universitarios de Quito. Del total de investigaciones realizadas por las universidades: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) sede Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar, Universidad Central del Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad San Francisco de Quito, existen ocho estudios que tienen relación directa con comunidades virtuales².

En el caso específico de las identidades que se construyen en torno a los videojuegos, se tuvo acceso a cuatro investigaciones. La primera fue la tesis: *Una antropología de los mundos virtuales: el traslape entre el mundo virtual y el mundo físico*, de Carla Estrella. En este trabajo realiza una antropología de las comunidades virtuales *Second Life* y *World of Warcraft*. El primer paso de Estrella es dar cuenta de las relaciones entre el mundo virtual y el mundo actual (real), para lo cual busca caracterizar lo *Online* versus lo *Offline*. Una vez que ubica estas diferencias, realiza un análisis historiográfico de la construcción de estos juegos: cómo fueron en su etapa de

² La revisión del estado del arte de esta investigación, se realizó entre marzo y junio de 2011 *in situ*; es decir, en los centros universitarios de Quito contrastando los catálogos virtuales y su correspondiente soporte físico.

desarrollo, cómo se consolidaron, la influencia de la piratería para la disseminación del juego y, finalmente, cómo estas comunidades virtuales llegaron al país.

La segunda investigación a la que se accedió fue: *Maquinas de pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*, de Iván Rodrigo Mendizábal. Esta investigación describe las prácticas de poder que se llevan a cabo en los videojuegos. Específicamente, el autor se enfocó en “... cómo los videojuegos crean un espacio, definen y estetizan un tipo de práctica de poder, y llevan al jugador a hacer mundos posibles bajo la premisa de que con el jugar con los videojuegos se hipotetiza el mundo actual” (Mendizábal, 2004: 14). Como se puede apreciar, esta investigación no trata concretamente sobre comunidades virtuales; sin embargo, proporciona valiosos recursos sobre las prácticas y relaciones sociales que promueven los videojuegos.

El tercer trabajo encontrado fue: *Videojuegos como herramientas de producción de subjetividades: el caso de “Unreal Tournament” y la creación de nuevos escenarios e identidades sociales*, de María José Peñaherrera. Sin duda, este trabajo posee varios aportes importantes, ya que su autora buscó describir las identidades y las subjetividades que se producen dentro de un videojuego en línea. Concretamente, la investigación analiza el rol de los videojuegos en la construcción de las identidades sociales mediante la observación de la experiencia de un grupo de jóvenes en el videojuego en línea *Unreal Tournament*. La concepción de videojuego como híbrido es el elemento articulador de la investigación. Lo híbrido implica la convivencia simultánea de varias características cómo: realidad virtual, tecnologías y corporalidad metafórica (Peñaherrera, 2003).

Un último trabajo que se identificó fue *Videojuegos violentos: prevención y tratamiento en la sociedad y legislación ecuatoriana*, realizado por Álex Valle Franco. En esta investigación, el autor analiza en tres niveles a los videojuegos violentos: los contenidos en sí mismos, el tratamiento a partir de su tipología al interior de las familias ecuatorianas, y las políticas públicas sobre videojuegos propuestas desde el Estado. En el primer nivel analítico, Valle Franco se ocupa de videojuegos como: *Mortal Combat*, *Resident Evil*, *Metal Gear Solid*, y *Vampire Origins*, juegos cuya estrategia es utilizar la violencia física. El autor hace uso del análisis de discurso para describir las representaciones que estos videojuegos implantan en sus usuarios. En el nivel de las

familias, el trabajo muestra que el control por parte de los padres va por la línea del tiempo de exposición al videojuego y no hacia el contenido del mismo (Valle Franco, 2002). En el último nivel, el autor identifica un vacío legal en torno a la normalización de los videojuegos en el país.

Además de estos trabajos, existen investigaciones sobre comunidades virtuales cuyo tratamiento da cuenta de identidades configuradas a partir de la Web. Entre estos estudios, se identificó la tesis titulada *Masculinidades no dominantes: una etnografía de Gaydar*, de Francisca Luengo Baeza. Esta propuesta problematiza sobre las representaciones de la masculinidad que se generan en la red social para hombres homosexuales *Gaydar*. Para Luengo, las identidades en este espacio se construyen a partir de la tensión entre lo real y lo virtual, en cuyo centro se ubica la noción de masculinidad (Luengo, 2010). Este trabajo propone que la “Masculinidad Hegemónica” es la práctica socialmente aceptada de ser hombre, que rechaza expresiones homosexuales o de debilidad. Ante esta realidad, *Gaydar* fue pensada como un lugar privilegiado para vivir la homosexualidad de forma más libre, y escapar de esta forma de la masculinidad dominante, según la voz de los creadores de la red social. Sin embargo, en *Gaydar* impera la hetero-normatividad entre sus usuarios.

Otra investigación sobre comunidades virtuales es *Migrantes ecuatorianos y sus redes sociales virtuales*, de María de los Ángeles Andrade, en donde se encontró un trabajo que busca dar cuenta del fortalecimiento de las redes sociales virtuales de ecuatorianos a partir de los procesos migratorios intensificados en las dos últimas décadas. Andrade describe en un primer momento el crecimiento y fortalecimiento de las redes sociales de migrantes, y el consecuente protagonismo de la Secretaría Nacional del Migrante como un lugar de articulación de estos espacios. En este trabajo, si bien no pretende retratar las identidades de los migrantes en las redes, sí se puede apreciar las implicaciones políticas que provocan de las redes sociales virtuales. Teóricamente, Andrade trabaja con el enfoque del constructivismo social de la tecnología que le permite comprender la proliferación de las redes virtuales bajo las dinámicas sociales en las que surgieron.

Existen dos investigaciones que, si bien no tratan ni de comunidades virtuales o videojuegos, aportan a la reflexión sobre las dinámicas y prácticas que posibilita

Internet. La primera es *El emoticón y la creación de subjetividades en el género chat*, de Sylvia Eras. En este trabajo, la autora describe cómo el emoticón fue una codificación simbólica creada por la ausencia de la interacción cara a cara. Además, el emoticón hizo explícito los estados de ánimo que la interactividad mediada por un artefacto tecnológico impedía. Una categoría clave en este trabajo es la de *apropiación tecnológica*, bajo la cual los usos que hacen las personas de un artefacto modifican su estructura (Eras, 2009).

La segunda investigación es *La representación simbólica de la red*, de Belén Albornoz, que explora los procesos de representación que se realizan en entornos de Internet como: Websites, chats y comunidades virtuales. Este es un trabajo interdisciplinar en donde convergen la semiótica, la semiología de la web, el psicoanálisis y los estudios culturales. Con los aportes de estas disciplinas, este estudio visibiliza las apropiaciones y las transformaciones en el imaginario que hacen los usuarios de Internet. La investigadora comprende a Internet como una nueva máquina de representar que tiene la cualidad de convertir incluso lo virtual en referente de lo real. De esta concepción se desprende la siguiente hipótesis: “*La web es un lugar de tránsito, un no lugar a través del cual es posible acceder a lugares antropológicos y políticos*” (Albornoz, 2004: 1).

De forma general, se puede considerar que existen al menos cuatro puntos de interés en las investigaciones que se detallaron anteriormente: primero, confrontar la realidad *Online* versus lo *Offline* ya que de esta diferenciación se logra caracterizar lo virtual; segundo, resaltar las prácticas de poder que se llevan a cabo en las comunidades virtuales, y sobre todo en comunidades lúdicas; tercero, de las prácticas de poder que imponen los videojuegos se desprende una producción de subjetividades y procesos de diferenciación; y cuarto, focalizar en los procesos identitarios que se construyen en la red.

En primer lugar, es necesario estudiar los procesos de representación y construcción identitaria que se llevan a cabo en las comunidades virtuales, específicamente los clanes de videojuego, más allá de los límites de Internet; es decir, apartarse de algunos vestigios de determinismo tecnológico, ya que la identidad de las comunidades virtuales no se da exclusivamente gracias a Internet, y ese es un elemento

que no se ha abordado con rigurosidad. Por consiguiente, es preciso preguntarse cuál es nivel de participación de lo social -no virtual- en la cultura gamer. Segundo, Francisca Luengo desarrolla una investigación muy detallada sobre las identidades en una comunidad virtual. Sin embargo, Luengo se centra en los mecanismos de construcción identitario que otorga la red y las contrapone con los discursos normativos socialmente aceptados.

La investigación que se propone aquí busca comprender los mecanismos identitarios que se activan paralelamente con la red, lo que implica un trabajo de campo y virtual paralelos que permita describir este punto. Por ejemplo, los gamers necesitan adquirir ciertas destrezas lúdicas para ingresar a un clan, no las adquieren dentro del clan: se necesita de un entorno social, y hasta económico, para adquirirlas. Es necesario dar cuenta de los recursos *Offline* y los recursos *Online* que conforman una identidad virtual en igualdad de condiciones. Y finalmente, es necesario resaltar lo lúdico como un aspecto performativo de la cultura. Los clanes de videojuego son un claro ejemplo de la presencia significativa del juego dentro de las culturas contemporáneas.

Preguntas, objetivos e hipótesis de investigación

Ante los hallazgos encontrados en el estado del arte de esta investigación, surgen múltiples preguntas en dos sentidos: en dirección de los mecanismos de configuración cultural y comunicacional de las comunidades gamers de país; y en dirección a las estrategias teórico-metodológicas al momento de abordar a dichas comunidades. En este punto, y a forma de síntesis, las preguntas que se presentan son: ¿cómo se estructuran los clanes de videojuegos en línea, y cuáles son los mecanismos de interacción que tienen al alcance los gamers?, ¿cuáles son los recursos necesarios para pertenecer a los clanes de videojugadores en el país?, ¿cuáles son los actores (humanos y no-humanos) que configuran el entorno y la estructura de los clanes de videojuego?, ¿en qué medida existe un proceso de co-construcción de la identidad y representación del gamer?

Frente a las interrogantes formuladas, esta investigación tiene como objetivo general: estudiar los procesos de co-construcción identitaria y de representación que se llevan a cabo dentro de los clanes de videojugadores ecuatorianos, para conocer las

dinámicas de pertenencia y diferenciación que se llevan a cabo en esta cultura gamer. A partir de este objetivo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Analizar cómo los clanes de videojuego habitan y significan unos espacios concretos como: los videojuegos, la revista PIXART, el programa de televisión Juega Conmigo y las páginas de internet.
- Llegar a los grupos sociales relevantes que actúan en la configuración de los clanes de videojuego, para asimilar cómo dichos grupos construyen un espacio identitario y de representación.
- Estudiar cómo la identidad del gamer se construye en relación con actores humanos y no-humanos, y en una dinámica de agenciamiento de los videojuegos, de incorporación de códigos virtuales, y de explicitación de entornos sociales-reales.

La hipótesis con la que trabaja esta investigación es que la identidad de los gamers ecuatorianos está construida por una tensión de códigos derivados del entorno virtual y por recursos de su entorno social, cuyas características principales son: la adquisición de destrezas, la diferenciación jerárquica entre sus miembros y su habilidad para construir una representación virtual (o avatar) original.

Modelo conceptual

Este trabajo desarrolla dos momentos conceptuales: el primero busca posicionarse en torno a la noción de tecnología, y el segundo trabaja los lineamientos sobre cultura, identidad y representación. El primer enfoque conceptual de esta investigación es el Constructivismo Social de la Tecnología (CST) desarrollado por Wiebe Bijker, Trevor Pinch y Thomas Hughes. Su énfasis se centra en cómo los diferentes grupos sociales otorgan, discuten e imponen significados sobre los artefactos y, además, participan de complejos procesos de co-construcción con las tecnologías (Vercelli y Thomas, 2006; 1).

El CST proporciona un programa investigativo que se funda en tres etapas: flexibilidad interpretativa (cómo los grupos sociales relevantes debaten y se implican en

torno a un artefacto, en este caso los clanes de videojuego), cierre de controversias (por ejemplo, este es un requisito necesario para que un clan funcione agencia), y estabilización (la estructura de un clan es emulado por otros clanes de forma que su estructura se fija). Con este enfoque se presta atención a la historia de los artefactos y los grupos sociales relevantes.

El segundo momento conceptual responde a la pregunta ¿por qué es importante estudiar a una comunidad de videojuego? Johan Huizinga vislumbra una solución al considerar que el ser humano es ante todo un *Homo Ludens*, lo que significa que uno de los configuradores de la cultura humana es el juego. Este autor define al juego como una acción libre ejecutada -como sí- y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que emula el funcionamiento de lo social (Huizinga, 2001: 51). Con esta postura es inevitable ver a los gamers como la expresión tácita del *Homo Ludens* y que, a pesar de ser considerado como el símbolo más renovado de lo lúdico, nos regresa al agente de socialización más primitivo de los seres humanos: el juego.

El siguiente paso de este momento conceptual permite abordar la problemática central de esta investigación: la identidad y la representación. Stuart Hall propone abordar a la identidad atravesada por dos elementos: el primero como cultura compartida que significa la adhesión de un sujeto a una determinada colectividad, en donde existen marcos inmutables y continuos de referencia y significado; el segundo elemento es la diferencia, lo que se es realmente, que implica la existencia de rupturas y discontinuidades que construyen la singularidad del sujeto (Hall, 1998: 222). Además, Hall alerta en considerar a la identidad como algo nunca completo, siempre en proceso de fabricación e inseparable de los procesos de representación.

Para complementar la visión de la “identidad en construcción”, se adhiere una postura teórica que pone de manifiesto el carácter activo y participativo de los sujetos en la creación de la identidad. “La Cultura de la Participación”, pensada por Henry Jenkins, pone de manifiesto que las comunidades (específicamente virtuales) están estructuradas por miembros que poseen un rol activo, críticamente comprometidos y creativos sobre el elemento que los une; ya sea un videojuego, un comic, una película, un blog o un anime (Jenkins, 2009: 34). El concepto principal es el de “audiencia

activa”, que implica que los colectivos sociales son tan importantes para la configuración de la cultura popular contemporánea como lo son los creadores.

Un enfoque conceptual latente en esta propuesta es el de Cibercultura. Pierre Levý postula que la cultura no se reduce a los componentes de carácter simbólico (como representaciones, ideas, interpretaciones, valores, entre otros) sino que integra como factor fundamental: la técnica, los artefactos y los entornos materiales (Levý, 2007: VII). Por consiguiente, la cibercultura es un conjunto de sistemas culturales surgidos en conjunción con las Tics que; además, integra lo simbólico, las producciones materiales y los entornos. En esta misma línea, Internet es visto como un artefacto cultural (Winocur, 2006). Rosalía Winocur plantea que es importante reconstruir el sentido que tienen las tecnologías para los usuarios, así como la apropiación que realizan los sujetos a dicha tecnología en contextos y realidades socioculturales diferenciadas.

Estrategia metodológica

Para dar cuenta de los procesos de creación identitaria de los gamers, el trabajo metodológico de esta investigación se fundamentó en herramientas interdisciplinarias que permitan una comprensión de la cultura gamer ecuatoriana a profundidad. Las herramientas metodológicas provinieron del CST (Teoría del Actor-Red y el Análisis Socio-técnico), de la Semiótica (el Análisis Socio-semiótico) y de la Antropología (Etnografía y Etnografía Virtual).

La **Teoría del Actor – Red** (o TAR), proveniente de la corriente de la sociología de la ciencia y la tecnología, tiene como referentes a Bruno Latour, John Law y Michel Callon. Estos autores se mostraron insatisfechos con la “sociología de lo social” que parecía impulsar el constructivismo social y argumentaron que el contexto social no tiene una fuerza explicativa real; porque, al contrario de lo que se defendía, lo natural y lo social se co-producen mutuamente (Echeverría y González, 2009: 705). El afán de estos autores era encontrar una teoría que permita ver la multiplicidad de elementos, que constituyen a un artefacto dado, y de forma simétrica. Esto significaba quitarle el poder explicativo que tenía lo social sobre otros aspectos.

Michel Callon definió a una red como:

... un conjunto coordinado de actores heterogéneos –por ejemplo: laboratorios públicos, centros de investigación tecnológica, empresas, organismos de financiación, usuarios y gobierno- que participan activamente en la concepción, desarrollo, producción y distribución o difusión de procedimientos para producir bienes y servicios, algunos de los cuales dan origen a transacciones de mercado (en Thomas, 2008: 176).

Las redes poseen una estructura conformada tanto por actores humanos y no-humanos, inscripciones o huellas de todo tipo y dinero en todas sus formas (Thomas, 2008: 176). Para que exista dicha red se debe identificar cuatro elementos constitutivos (tomado de Thomas: 2008: 177 - 178):

1.- *Los intermediarios*: son cualquier elemento que permite el paso de un actor a otro, y que constituye la forma y la sustancia de la relación construida entre ellos. Los intermediarios pueden ser: textos (reportes, libros, artículos, patentes, notas), artefactos tecnológicos (instrumentos científicos, máquinas, robots, bienes de consumo), seres humanos y sus habilidades (conocimientos o *know-how*), y dinero en todas sus diferentes formas.

2.- *Los actores*: pueden ser cualquier entidad capaz de asociar los elementos anteriores, los definen y construyen (con mayor o menor suceso), les otorgan una historia y una identidad, calificando sus relaciones. Un actor puede ser diferenciado de un intermediario porque tiene la capacidad de poner en circulación a otros intermediarios, es decir que tiene una agencia sobre ellos.

3.- *La traducción*: es la operación de dotar de significado a una entidad B por parte de una entidad A, en donde A y B pueden ser actores o intermediarios, humanos o no-humanos. El postulado A traduce B significa que A provee a B de una definición, puede imputar a B ciertos intereses, proyectos, deseos, estrategias, reflexiones o ideas *a posteriori*.

4.- *La convergencia*: opera en dos momentos. Primero, el "alineamiento", cuando una red comienza a constituirse tan pronto se alinean por lo menos tres actores A, B y C; segundo, "la coordinación", proceso regulatorio de restricción

del universo de actores posibles mediante la organización de las atribuciones y la limitación del número de traducciones.

Con estos cuatro elementos básicos, la TAR posee tres características básicas: primero, la TAR no se trata de una teoría explicativa, sino que es profundamente descriptiva; segundo, el mundo natural y el mundo social son el producto de redes de relaciones entre actores; y tercero, estos actores son tanto humanos como no-humanos.

Como estructura teórico-metodológica, esta teoría posee variadas herramientas semiótico-materiales y métodos de análisis que tratan los elementos de los mundos naturales y sociales como un efecto, generado permanentemente por las relaciones dentro de las que están ubicadas (John Law, 2003; Echeverría y González, 2009). Latour llama a esta teoría como la “sociología de las asociaciones” (Latour, 2005: 26), que se centra en contar historias sobre cómo se originan, evolucionan y terminan las relaciones entre actores.

El **Análisis Socio-Técnico** también se desprende del constructivismo social de la ciencia y la tecnología. El enfoque socio-técnico es un instrumento que permite encontrar el significado de un artefacto en la tensión entre lo técnico y lo social. La categoría de “lo socio-técnico” busca borrar la tensión existente entre el determinismo tecnológico y el determinismo social, puesto que no se podría considerar a la tecnología y a la sociedad como dos esferas de existencia independientes (Thomas, 2008: 170). Así, el constructivismo social deja de ser visto como el predominio social en la construcción de los artefactos, para prestar atención a que: *“es imposible -e inconveniente- realizar distinciones a priori entre ‘lo tecnológico’, ‘lo social’, ‘lo económico’ y ‘lo científico’. Estas características del desarrollo tecnológico ha sido descritas con la metáfora del ‘tejido sin costuras’ (Thomas, 2008: 170)”*.

La metáfora de “tejido sin costuras”, categoría conceptual desarrollada también por la visión sistémica de la tecnología de Thomas Hughes, considera que: *“... el tejido de una sociedad moderna no está hecho de distintas piezas científicas, económicas, tecnológicas o sociales; estos ‘dobletes’ pueden ser vistos como hechos por los actores o por los analistas”* (Thomas, 2008: 170). De esta forma, el análisis socio-técnico plantea que ni lo social puede verse simplemente como el fondo que subyace o

condiciona a lo tecnológico, ni tampoco puede verse lo tecnológico como aquello que subyace y determina a lo social (Aibar, 1996: 160).

El análisis socio-técnico, como herramienta de investigación, plantea que un artefacto no es autoexplicativo, no tiene razones internas, inmanentes o intrínsecas que lo expliquen por sí mismo más allá de sus diversas interrelaciones sociales, técnicas, económicas y políticas que lo constituyen históricamente (Vercelli, 2009:16). La línea de acción de análisis socio-técnico se encamina a reconstruir tanto el momento dónde los artefactos tecnológicos son partes inseparables de las relaciones sociales, políticas, económicas; como a su vez recompone el momento en que estas diversas relaciones se materializan en artefactos tecnológicos (Vercelli, 2009:16).

Este enfoque resulta fundamental para esta investigación, ya que permite recomponer la identidad que construyen los gamers dentro de sus clanes y comunidades, como un artefacto socio-técnico³. De manera que, significado, estructura y función de la identidad de los gamers no están dadas por sus cualidades materiales sino por un proceso de construcción entre los artefactos (plataformas virtuales, productos comunicacionales, videojuegos, entre otros) y los grupos sociales relevantes que los utilizan (Siri, 2008: 3).

Los puntos de trabajo del análisis socio-técnico permiten observar como los diferentes artefactos son construidos por los distintos grupos sociales relevantes que se implican con ellos. Estos grupos son aquellos actores que atribuyen significados sobre los artefactos. El análisis del proceso de imposición y negociación de estos significados permite comprender el desarrollo histórico, el cambio, o bien, el éxito o fracaso de los artefactos, etapa también conocida como “flexibilidad interpretativa” (Vercelli, 2009: 17). Además, se consideran los mecanismos de clausura y estabilización que construyen la noción de función de los artefactos.

Para dar paso a la exploración de los entornos materiales y virtuales se identificó una herramienta metodológica que profundiza su análisis en los sentidos y los discursos de entornos comunicacionales y tecnológicos: el **Análisis Socio-Semiótico**. Esta es una

³ La categoría de “artefacto socio-técnico” ejemplifica claramente la metáfora del tejido sin costuras. Laura Siri explica que la palabra artefacto hace referencia a las tecnologías en tanto su carácter construido, situado y contingente (2008: 2)

herramienta de análisis de los fenómenos sociales que orienta la reflexión sobre las operaciones de producción de sentidos (Bitonte, 2008: 59). Este análisis propone formas de lecturas, de reconstrucción de la realidad simbólica a partir de la identificación de los discursos que operan en la construcción de lo social (Dittus, 2004: 2). Por ello, el análisis socio-semiótico permite, no solamente describir los signos que se encuentran en los discursos, sino anclarlos en el orden de lo social para dar cuenta sobre las condiciones de su producción, los imaginarios sociales que se imprimen en los discursos, y las formas de reconocimiento que permiten los signos. Para que esto ocurra, se deben tomar en cuenta tres premisas claves: primero, nada de lo social puede ser transformado si no son consideradas las condiciones de producción; segundo, es necesario trabajar sobre la materialidad de los discursos sociales desmontando los procedimientos que los configuran; y tercero, las conclusiones que se desprendan de las dos premisas anteriores son de orden político (Bitonte, 2008).

El análisis socio-semiótico trabaja con cuatro conceptos básicos que están latentes en su desarrollo metodológico:

- *Discursos*: Eliseo Verón establece que el discurso designa toda manifestación espacio-temporal de sentido y no se limita a la materia significativa del lenguaje propiamente dicha (1978: 85). De forma que un discurso no es solamente verbal sino que se amplía su comprensión a un rango de lo lingüístico y lo no-lingüístico simultáneamente.
- *Sentido*: El sentido sólo existe en sus manifestaciones fácticas, en las materias significantes que contienen las marcas que permiten localizarlo (Verón, 1993: 15). Por consiguiente, sólo es observable en textos discursivos.
- *Texto*: Es cualquier cosa capaz de generar lecturas e interpretaciones como los escritos, las imágenes, o cualquier artículo de consumo (Dittus, 2004: 5). No existen únicamente textos orales y escritos como: un diálogo en el chat, una película, un anuncio publicitario. También son textos cualquier cosa susceptible de ser leída o interpretada.
- *Semiosis*: Este término apela a la producción de sentidos que emergen de lo social y es el objetivo último del análisis socio-semiótico. Verón propone que la *semiosis* es un sistema productivo que aglomera un conjunto de compulsiones

cuya descripción especifica las condiciones bajo las cuales algo es producido, circula y es consumido (1993, 55).

Para describir a profundidad cada uno de los elementos antes mencionados, utilizando el análisis socio-semiótico, Eliseo Verón propone una ruta de trabajo necesaria que describe a profundidad la estructura social del sentido en los discursos. La propuesta de Verón ha sido trabajada a fondo por semiólogos (Dittus, 2004; Bitonte, 2008; Pereira, 2002) que consolidaron al análisis socio-semiótico como una herramienta de trabajo útil. A continuación se sintetizaron, los aportes de Verón y sus lectores, en momentos investigativos que fuesen aplicables para este trabajo:

1. *Materialidad del sentido.*- Los discursos sociales se materializan a través de indicios, de improntas que se localizan en su superficie (Bitonte, 2008: 62). Eliseo Verón establece que parte del texto que es objeto de lectura semiótica es la huella. El sentido es material gracias al proceso de producción en donde el ambiente material dejó su huella: "... *describir el trabajo social de investidura de sentido en las materias significantes consiste en analizar ciertas operaciones discursivas de investidura del sentido*" (Verón, 1993: 44). Las operaciones que construyen los discursos dejan su huella en superficies materiales; por ello Verón considera que lo socio-semiótico no aspira a lograr un sentido abstracto -o profundo- porque se trabaja a partir de materialidades discursivas. Metodológicamente, este momento se traduce en la identificación de aquellos textos que tengan una corporeidad indiscutible, y que demuestren que el discurso se cosifica en múltiples expresiones (Dittus, 2004: 10).
2. *Configuración espacio-temporal del sentido.*- Miquel Rodrigo Alsina considera que no es posible entender la construcción de los discursos de los *mass media* sin tener en cuenta la sociedad en los que se producen (1995: 87). Al describir la configuración espacio-temporal de los discursos no solo se establecen las taxonomías de los lenguajes sociales, sino que se da cuenta de las características políticas, económicas y culturales que inciden en producción de los sentidos. La estrategia en este momento analítico es escoger enunciados y el marco situacional que los hacen posibles, considerando que: todo enunciado es social,

está dirigido a alguien, el locutor es un ser social, todo enunciado es integrante de un diálogo, todo enunciado se crea a partir de algo (Dittus, 2004: 10).

3. *Espacios mentales o mundos posibles.*- Este es uno de los primeros momentos en los que identificarán las representaciones que habitan la cultura gamer ecuatoriana. Preliminarmente, se puede considerar que la representación siempre será una denotación, es decir, es la capacidad de producir una experiencia que se refiere a una cosa distinta de ese objeto, un híbrido, una ausencia. La representación es un objeto re-elaborado, que va a producir sentidos en los que se sustentan el dialogismo de los discursos. Los espacios mentales que muestran los discursos no solo abarcan representaciones, sino también a los discursos y las operaciones que ellos convocan. Para llegar a describir a los espacios mentales se analizan los procedimientos técnicos que condicionan el discurso, las representaciones (o marcas ideológicas), y aquellas marcas que tienen capacidad de mimesis (Bitonte, 2008; Dittus, 2004).
4. *Red discursiva legitimadora.*- Bitonte establece que las operaciones discursivas de producción y reconocimiento se organizan como gramáticas intertextuales; es decir, se sustentan en tanto existe una red textual que afirma su sentido. Verón establece que los textos no expresan propiedades en sí, sino que intentan representar relaciones intertextuales con un sistema productivo social que lo sustenta (1993). Para Rubén Dittus, la red discursiva legitimadora hace posible la existencia del discurso, puesto que son todos aquellos discursos que le dan sustento (2004). Este semiólogo ejemplifica este punto con el discurso del consumo: ¿qué sustenta el consumismo? el derecho a la propiedad privada, la aspiración a tener bienes materiales, la cultura del ahorro, el éxito económico. Este discurso implica todo un campo legitimador que da sustento al consumo.
5. *Opacidad discursiva.*- La única herramienta que dispone un discurso para aspirar que sus sentidos sean universales es que opaque a otros discursos, que se muestre como un discurso absoluto, como el único posible (Dittus, 2004; Verón 1993). Este momento mostrará los sentidos que poseen poder, que se legitiman dentro de la cultura gamer, y con los que es posible mostrar las construcciones ideológicas que se dan en los espacios de identidad y representación de los gamers.

En el trabajo metodológico de esta investigación se utilizaron estas herramientas de forma individual -a cada espacio gamer- y transversal -se aplicaron las herramientas de forma general a todos los espacios-. Materialidad del sentido, configuración espacio-temporal y mundos posibles fueron aplicados individualmente a cada espacio de identidad y representación de los gamers. Se utilizó esta estrategia puesto que son los momentos de exploración y hallazgos de sentidos al interior de la cultura gamer. Mientras que en los pasos de: red discursiva legitimador y opacidad discursiva, se operacionalizaron a partir del conjunto de materiales simbólicos encontrados en todos los espacios de los gamers. Por ello se aplicaron al conjunto de materiales y no de forma individual.

Para la indagación de los grupos sociales relevantes, se trabajó tanto con la **Etnografía** como con la **Etnografía Virtual** como estrategias metodológicas complementarias para estudiar tanto los contextos sociales como los contextos virtuales.

La **Etnografía** se refiere a una metodología de investigación que se muestra como el trabajo de campo que permite registrar los comportamientos culturalmente significativos de una comunidad (Giner et. al. 2006). Esta metodología permite introducirse y caracterizar a los grupos sociales relevantes, así como crear puentes de conexión entre el investigador y lo investigado. El trabajo de campo etnográfico involucra la observación y estudio de cómo se configuran y actúan los grupos y personas en la cotidianidad.

El tipo de observación que se puso en marcha en esta investigación fue de corte participante, que consiste en un proceso caracterizado como una forma "*consciente y sistemática de compartir, en todo lo que le permitan las circunstancias, las actividades de la vida, y, en ocasiones, los intereses de un grupo de personas*" (Anguera, 1997: 128). Esta práctica permitió obtener datos de los grupos sociales relevantes mediante un contacto directo y sin intermediarios para captar su realidad de una forma más integral.

La observación participante contiene dos aspectos diferentes: a) el etnógrafo se adentra en el ambiente social con la intención de interpretar las actividades de los grupos sociales relevantes; sin embargo, b) el ambiente en su totalidad nunca se llega a

conocer de manera íntima como se deseara (Anguera, 1997), y este es un limitante constante: nunca se podrá caracterizar en su totalidad a los grupos sociales relevantes.

El proceso recomendado de la etnografía de campo, que va de la mano a la observación participante, a criterio de María Teresa Anguera (1997) es:

- *Inmersión*: El primer paso es sumergirse en el nicho que se pretende estudiar y se convive con los informadores-colaboradores, experimentando a su lado sus actividades. La forma ideal de comprender la significación de los comportamientos que se producen en un determinado contexto es la de participando en ese entorno, desempeñando roles semejantes para conocer cercanamente la cultura de la que participan los sujetos de estudio.
- *Problematización*: En esta etapa el observador busca los problemas y conceptos que prometan un mayor entendimiento de los grupos sociales relevantes. Después se seleccionan los datos para que posibiliten: el análisis del estudio sobre los grupos sociales, desarrollar procedimientos de recopilación de datos de esas fuentes (como historias de vida o entrevistas), analizar los datos obtenidos según su relevancia para el estudio. Es en este momento del trabajo de campo en donde se pueden identificar a los actores para determinar el universo de los grupos sociales relevantes que existen en torno a un artefacto.
- *Hallazgos*: Posterior al análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo, se plasman los hallazgos mediante registros que permitan explicarlos de una manera sencilla. El punto focal es encontrar aquellos elementos que permitan explicar la hipótesis de la investigación a partir de los grupos sociales relevantes. Para esta investigación se utilizaron dos registros: historias de vida y entrevistas a profundidad. Las primeras fueron una herramienta de producción de sentido relativo a la vida de una persona considerada en su temporalidad (Espejo y Le Grand, 2009); mientras que las segundas fueron encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, con un modelo de conversación entre iguales (Taylor y Bogdan, 1987).

Para el estudio de los entornos virtuales se trabajó con la **Etnografía Virtual** en los foros y videojuegos *Online*. Algunos autores denominan a esta herramienta como

Netnografía (Turpo, 2011; Del Fresno, 2008) y la caracterizan como una técnica de estudio para la indagación de la red de redes:

Se inicia cuando desde la perspectiva del procedimiento interpretativo, ideado para investigar el comportamiento del consumidor en el contexto de las comunidades virtuales y ciberculturas. Esta metodología Online de análisis cualitativo deviene, al igual que la etnografía, en su ejercicio, de la participación continuada del investigador en los escenarios virtuales donde se desarrollan las prácticas que son objeto de análisis. A partir de estas producciones, realizaciones o creaciones en forma de discursos, dinámicas, negociaciones, etc. trata de obtener conclusiones sobre la esencialidad del funcionamiento de dichos colectivos (Turpo, 2011: 2).

Una de las características que resalta este instrumento de investigación es el nivel de espontaneidad de las interacciones sociales en las comunidades virtuales, puesto que éstas se construyen con la voluntaria participación de sus miembros: "*... en un sentido están encaminadas por una motivación y convicción personal del enriquecimiento de su actividad, por lo que se animan a desarrollar una comunidad*" (Turpo, 2011: 8).

La aplicación de esta herramienta implicó considerar algunos parámetros que propone Christine Hine (2004), entre ellos están:

1. La etnografía virtual funciona como un módulo que problematiza el uso de Internet como un medio de comunicación que pervive a través de los usos que hacen de él.
2. El ciberespacio no es un lugar apartado de la vida real o de la interacción cara a cara. Internet se conecta de forma compleja con los entornos físicos que facilitan su acceso, a la vez que depende del uso particular que hace el cibernauta.
3. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones entre lo virtual y lo real, o hasta donde llegan ambos.
4. La etnografía virtual es irremediamente parcial. Una descripción holística de cualquier informante es imposible de lograr.
5. La etnografía virtual no solo tiene el sentido de carecer de cuerpo, sino que tiene la connotación de "casi", de llegar a una descripción no del todo completa.

El trabajo conjunto de una etnografía y una etnografía virtual no tiene como propósito lograr con análisis completo y basto de las culturas lúdicas ecuatorianas, como se pensaría; sino tiene el objetivo de recopilar mayor información y recursos. Esta investigación llega al "casi" que establece Hine, pero con la interacción cara a cara se obtuvieron más variables que las que otorgarían una etnografía virtual.

Con este conjunto de herramientas, el trabajo metodológico tuvo al menos tres momentos:

1. Análisis de los espacios en donde se visibilizan las identidades de los gamers: mediante el enfoque socio-técnico, fundamentado en registros escritos e historias orales, se pudo reconstruir la historia y la configuración de los espacios creados por los gamers. Posteriormente, se realizó un análisis socio-semiótico de los videojuegos más utilizados por las gamers ecuatorianas, y de los productos comunicacionales como: la revista PYXart, los sitios web: ecuagamers.com y anim-e-motion.org, y el programa de televisión Juega Conmigo.
2. Identificación y análisis de los grupos sociales relevantes: mediante documentos personales, entrevistas a profundidad y la observación participante se alcanzó a llegar a los grupos sociales relevantes. Así, de la propia voz de los actores reconstruir los significados del clan y sus procesos identitarios y de representación.
3. Análisis de las dinámicas socio-técnicas de la co-construcción de la identidad y representación de los gamers: gracias a entrevistas etnográficas, etnografía virtual y la observación participante se estudió las formas de construcción de la identidad mediada por los sistemas culturales (reales y virtuales) cercanos al gamer.

Con esta metodología aplicada se pueden apreciar que esta investigación estuvo guiada por la perspectiva cualitativa, en la medida que buscó ser un proceso de indagación sobre una realidad que puede ser interpretada con la ayuda de instrumentos teóricos y metodológicos; y que además, permitieron involucrarse con dicha realidad para interpretarla (Orozco, 2000). Dos elementos son importantes en el enfoque cualitativo que se aplicó en este trabajo: interpretación y proceso.

Primero, la perspectiva cualitativa reúne un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones. El eje de la interpretación son los modelos culturales, ya que son entidades flexibles y maleables que construyen marcos de referencia para el actor social, y están contruidos por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia personal (Hernández, 2006). Además, las significaciones que fundan el orden social no son observables a primera vista, y de forma externa, por lo que los medios para aprehenderlas deben ser otros. Y si el orden simbólico varía modificando los sentidos de las prácticas, el trabajo investigativo debe proceder a reconocerlos en su propia lógica mediante los sistemas de significación que se elaboran al interior de los colectivos sociales (Guber, 2004).

Segundo, la perspectiva cualitativa pone en marcha un proceso de indagación y exploración de una realidad que constantemente está siendo construida, y a la cual se está accediendo mediante interpretaciones sucesivas (Orozco, 2000). Esto implica que no se accede y se conoce de una vez y por todas a un objeto de investigación, sino que siempre se está conociendo más a un objeto en constante modificación.

Finalmente, este trabajo se dividido en cuatro capítulos guiado por el diseño metodológico antes planteado. El primer capítulo explora los diferentes enfoques teóricos que cimentaron todo el proceso investigativo. Se inicia con el enfoque base de esta investigación, el Constructivismo Social de la Tecnología, para avanzar hacia la comprensión de cultura, cibercultura, identidad y representación, y cultura de la participación. El segundo capítulo aborda los espacios de identidad y representación de los gamers, en donde se logra esbozar un análisis socio-técnico del artefacto llamado videojuegos. El tercer capítulo, mediante la etnografía, crea una red de actores para llegar a los grupos sociales relevantes, se realiza una descripción y se identifica su función dentro de la comunidad gamer ecuatoriana. El cuarto capítulo utiliza la etnografía virtual, o netnografía, para ingresar a los espacios virtuales de los gamers y dar cuenta de las dinámicas socio-técnicas que generan la identidad y formas de representación de los gamers.

CAPÍTULO I

EL ÁMBITO TECNOLÓGICO Y LAS CULTURAS LÚDICAS: REFLEXIONES CONCEPTUALES Y TEORÍAS SUSTANTIVAS

1.1.- Sobre el enfoque de Ciencia, Tecnología y Sociedad y sus teorías generales

La ruta de teórica de investigación se sustenta desde un enfoque que busca interrelacionar la ciencia, la técnica y la diversidad de las formas de vida socioculturales. Este enfoque ha venido a llamarse: estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS), y permite un análisis de los actores, procesos y relaciones que construyen la identidad y los mecanismos de representación de la cultura gamer en Ecuador (Mitcham, 1994, en Andoni ed. 1996). Este trabajo, entre sus propósitos, busca analizar la convergencia de elementos, artefactuales y sociales, que se manifiestan en las culturas lúdicas virtuales. De esta forma, se procura un alejamiento de los presupuestos clásicos que comprenden a la cultura como un constructo eminentemente social (Williams, 1981), para mirar una variedad de actores (humanos y no-humanos) que se entrecruzan para formar la cultura gamer.

El enfoque más generalizado en los estudios sobre la tecnología ha sido el que centra su atención en los impactos sociales que producen los artefactos tecnológicos. Comúnmente conocido como “determinismo tecnológico”, éste se fortaleció a partir de la Segunda Guerra Mundial cuando se asumió que si la tecnología sirvió para satisfacer las necesidades de la defensa nacional, sobre todo para Estados Unidos y las tropas aliadas triunfadoras, también serviría para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos (Luján y Moreno, 1996: 128). Este enfoque defendió una visión de la tecnología como autónoma de la realidad, y que estructuró una relación unidireccional entre artefactos técnicos y sociedad; bajo la lógica que la tecnología impacta directamente en el orden de lo social: “... *se considera que los desarrollos tecnológicos influyen significativamente en el orden social, mientras que la tecnología se muestra, por el contrario, impermeable a la influencia de factores sociales*” (Aibar: 1996: 144).

Otro aspecto fundamental del determinismo es su visión de que el cambio social está condicionado por el cambio tecnológico, así:

... por un lado, se considera que la base técnica de una sociedad es la condición fundamental que afecta a todos los modos de existencia social y, por otro, se piensa que los cambios tecnológicos son la fuente más importante de los cambios sociales” (Aibar: 1996: 144).

El determinismo se extendió por alrededor de cinco siglos en los que ha comportado una visión triunfalista de la tecnología (Ronderos y Valderrama, 2001: 3). Enfoques críticos como el Materialismo Histórico, que propuso Karl Marx, también estuvieron alimentados con esta visión. Marx apoyó la idea de la tecnología como motor de las fuerzas productivas y, en consecuencia, como gestor de los cambios sociales. Él sostuvo que: “... *el molino manual lleva a una sociedad con el señor feudal, la fábrica de vapor, a una sociedad con el capitalista industrial*” (Marx, 1987; en Edgerton, 2000: 11). Esto significaba que la tecnología determina a la sociedad y a su devenir histórico. Con este razonamiento es lógico asegurar que la implementación de una tecnología causa transformaciones sociales, moldea y condiciona las conductas, las costumbres y el funcionamiento general de la sociedad que la acoge (Ronderos y Valderrama, 2001: 7).

El enfoque de la sociología de la tecnología en el que se basó esta investigación es el constructivismo social, que es el origen de los estudios CTS. El aporte fundamental del constructivismo es que agrega los factores sociales en la conformación de las tecnologías. José Luján y Luis Moreno plantean que este enfoque describe un proceso co-evolutivo entre tecnología y sociedad, para lograr vincular lo social y lo técnico en igualdad de condiciones (2000: 145). Los estudios constructivistas nacen a partir de los aportes realizados por Robert Merton en el campo de la sociología de la ciencia (Pinch y Bijker, 1989; Giner et al, 2006; Mitcham, 1996; Nowotay y Taschwer, 1996). Entre las décadas de los treinta y cuarenta del siglo XX, Merton se preocupó en buscar nuevos campos de reflexión sobre la ciencia, la filosofía y la historia de la ciencia (Nowotay y Taschwer, 1996). Su trabajo se enfocó en problematizar la ciencia como una institución social para adentrarse en el quehacer científico de los laboratorios (Giner et al, 2006: 807).

De manera general, los aportes de Merton a la sociología de la ciencia poseen dos momentos: en los años cuarenta, buscó una explicación de la institución social CIENCIA desde los valores y normas morales que construyen el *ethos* científico⁴; y en los años cincuenta, propuso que la ciencia se define en la tensión entre los procesos de intercambio dentro de los laboratorios y los mecanismos para la apropiación de información original (Giner, 2006: 808). Esta tensión implicaba que las conductas científicas se verían condicionadas por las estructuras de intercambio de información y por los esfuerzos de poseer datos de primera mano. Por ejemplo, uno de los resultantes de esta tensión sería el plagio o el fraude como práctica dentro del campo científico.

Wiebe Bijker y Trevor Pinch consideraron que la sociología de la ciencia, desde la década de los setenta, realizó un giro importante en los presupuestos heredados de Merton. La nueva sociología de la ciencia tomó el contenido de las ideas científicas, las teorías y los experimentos como temas de análisis (Pinch y Bijker, 1989: 10). Así, las nuevas perspectivas de investigación en este campo ya no se ocuparon de la ciencia como una institución, sino que se enfocaron en trabajar bajo la premisa:

... todo conocimiento científico y toda afirmación cognitiva han de ser tratados como siendo socialmente construidos; es decir, que las explicaciones acerca de la génesis, la aceptación y el rechazo de las afirmaciones cognitivas se deben buscar en el dominio del mundo social más que en el mundo natural (Pinch y Bijker, 1989: 11).

Esta frase describe el momento en que la sociología del conocimiento científico se acercó al Constructivismo Social de la Ciencia. Este acercamiento fue conocido como el Programa Empírico del Relativismo (PER). El programa fue desarrollado desde finales de los setentas e inicios de los ochentas con la Escuela de Bath y los trabajos de Harry Collins (Boczkowski, 1996: 2). El PER se adentró en las ciencias duras para demostrar que sus conocimientos son socialmente construidos, más que objetivamente creados. El PER utilizó cuatro lineamientos propuestos por David Bloor (1991: 7):

⁴ El *ethos* científico se puede interpretar como una garantía de uso objetivo y correcto del método científico. Para Merton, este *ethos* se ve condicionado por prácticas, valores, normas, y por las tensiones que se producen al interior de los laboratorios científicos y no por la neutralidad de la ciencia (Purna, 1996: 213).

1. *Causalidad*: significa preocuparse por las condiciones que dan lugar a las creencias o estados del conocimiento científico. Habrá múltiples causas, a parte de las sociales, que colaboran en la legitimación de un conocimiento.
2. *Imparcialidad*: recomienda que la indagación sociológica sobre el conocimiento científico sea imparcial respecto de la verdad y falsedad, racionalidad o irracionalidad, éxito o fracaso.
3. *Simetría*: implica que las mismas causas explicarán tanto creencias falsas como verdaderas.
4. *Reflexividad*: los patrones de explicación tendrían que ser aplicables a la sociología misma. Este es un requisito obvio porque de lo contrario se estaría refutando a las propias teorías de la sociología.

Sobre la base de estos presupuestos del PER, se creó una secuencia de trabajo investigativo de tres etapas: primero, considerar la “flexibilidad interpretativa” debido a que hay más de una forma posible de interpretar los datos obtenidos en cualquier hallazgo científico; segundo, plantearse los “mecanismos de clausura” de las interpretaciones que limitan la flexibilidad interpretativa, y permiten que las controversias concluyan; y tercero, llevar los mecanismos de clausura hacia el “contexto social” en el que tiene lugar la flexibilidad interpretativa y los mecanismos de clausura (Boczkowski, 1996; Pinch y Bijker, 1989).

A partir de la sociología de la ciencia y del programa empírico se desprendió el Constructivismo Social de la Tecnología (SCOT por sus siglas en inglés) y posteriormente el enfoque CTS. No es el propósito de este trabajo detallar cada uno de los componentes de estas teorías, lo que se presentará a continuación son algunos de sus elementos más significativos.

1.1.1.- Constructivismo Social de la Tecnología

A partir de la década de 1980's se realizó el giro del enfoque constructivista de la ciencia hacia la tecnología (Pinch y Bijker, 1989; Giner, 2006; Boczkowski, 1996). El programa SCOT no se produjo como un momento de superación del PER y de la sociología de la ciencia, sino que existió un giro desde la ciencia hacia la tecnología.

Boczkowski describe el momento de creación del constructivismo como un punto de apertura a nuevos campos de investigación que, a su vez, generó una dinámica de mutuo beneficio entre ambos programas (1996: 1). Las obras que iniciaron esta nueva sociología de la tecnología fueron: el libro editado por Donald Mackenzie y Judy Wajcman titulado *The social shaping of technology* (1985)⁵ y, sobre todo, el editado por Wiebe Bijker, Thomas Hughes y Trevor Pinch llamado *The social construction of technological systems: New Directions in the Sociology and History of Technology* (1985)⁶.

La propuesta de central de estas obras apelaba a que los diseños tecnológicos exitosos se debían más a los grupos de interés que rodean a los artefactos, que a los elementos técnicos en sí mismos. Estas obras consideraron que la tecnología forma parte de un “tejido sin costuras” entre la sociedad, la política y la economía. Hernán Thomas propone que el enfoque constructivista permite mirar que el desarrollo de un artefacto tecnológico no es simplemente un logro técnico, más bien en él se encuentran consideraciones políticas, sociales y económicas (2008: 71). Trevor Pinch y Wiebe Bijker plantearán que el proceso de desarrollo tecnológico de un artefacto es representado como una alternancia entre variación y selección (1989: 24), que tienen como consecuencia un esquema multidireccional para explicar la forma en que un artefacto se construye. A la vez, estos autores romperán con los esquemas unidireccionales deterministas con los que generalmente se explicaban el advenimiento de nuevas tecnologías.

Si para el determinismo tecnológico la secuencia lógica de la evolución tecnología es que X (una tecnología) impacta en Y (lo social), y en donde el proceso de creación de X carece de importancia ya que es un espectro autónomo al que Y no puede ingresar. Para el constructivismo social, nunca existe una única Y, si no existe múltiples Y (o grupos sociales relevantes) que otorgan significado a X y que condiciona su existencia y forma-función definitiva. Así, un esquema multidireccional describe el proceso de significación y negociación de los grupos sociales relevantes en torno a un artefacto tecnológico.

⁵ Traducción al español: "La configuración social de la tecnología".

⁶ Traducción al español: "La construcción social de los sistemas tecnológicos: Nuevas direcciones en la sociología y la historia de la tecnología".

La posición del constructivismo social, sobre negar la existencia *a priori* de una tecnología y aplicar el esquema multidireccional para comprender su estructura e ingresar al centro mismo, ha sido llamado: “la apertura de la caja negra”. Este esquema permite comprender cómo un artefacto tecnológico es el resultado de un proceso de negociación de interpretaciones entre grupos sociales relevantes, y que su posterior estabilización se debe a los significados dados a dicho artefacto. El proceso metodológico del constructivismo social, para abrir la caja negra de un artefacto, se basa en identificar cuatro elementos: los grupos sociales relevantes, la flexibilidad interpretativa, los mecanismos de clausura y la estabilización.

Gracias al constructivismo social se pueden identificar las formas en que los grupos e individuos participan en la creación de la realidad social que perciben (Fernández, 2009: 689). El foco principal de atención se centra en la manera en que las tecnologías se crean, se institucionalizan y se convierten en realidades dadas. De esta forma, se pueden comprender que las comunidades virtuales de los gamers son construidas socialmente en un proceso dinámico en el que intervienen múltiples elementos, y que son naturalizadas al interpretarlas y actuarlas. Pero a su vez, estas comunidades son tecnológicamente construídas ya que sin los artefactos tecnológicos necesarios sus mecanismos de identidad y representación no tendrían asidero. El gamer se construye a partir de una red que integran elementos sociales (grupos sociales relevantes) y tecnologías (videojuegos, consolas, plataformas web y productos comunicacionales).

Antes de iniciar con el desarrollo de las teorías, es oportuno puntualizar el aporte de corte más general que contribuye a este trabajo el CTS. Este enfoque permite apartarse del naturalismo y del culturalismo, heredados de la modernidad para explicar la realidad. Además, señala la necesidad de reconsiderar la perspectiva moderna sobre el papel de la ciencia y la tecnología en la sociedad, así como reevaluar varios de sus presupuestos.

El CTS hace esta crítica desde dos posturas (Mitcham, 1991). Primero, como *movimiento intelectual*, el CTS pone en duda que la noción moderna de que existen dos esferas separadas e irreconciliables: la naturaleza y la cultura. Esta separación moderna a significado que el desarrollo tecno-científico sea visto como beneficioso para la

sociedad. Como *programa académico*, critica la idea de la autonomía sociocultural al cuestionar la liberación de la tecno-ciencia de toda barrera sociocultural. Además, el CTS supone también un esfuerzo para infundir un conocimiento más profundo de la ciencia y la tecnología sin deslindarla de las estructuras sociales y culturales en las que se apoyan.

1.2.- Teorías sustantivas

1.2.1.- Superar la distinción moderna entre naturaleza y cultura

En el siglo XIX, el francés Charles Baudelaire introdujo el término “*modernité*” - modernidad- con la que designaba a la forma de experimentar lo nuevo. A partir de entonces su uso se extendió en todo el mundo para indicar dos aspectos fundamentales: la supremacía de la razón como forma única de superación, y los modos de producción que existían en Europa como cualidades y fines a alcanzar (Giddens, 1991: 45). La modernidad produjo el ascenso de las ciencias experimentales como mecanismos para explicar la realidad. Estas ciencias, basadas en mecanismos de experimentación-demonstración-comprobación, señalaban su objetividad marcando distancia de cualquier forma de subjetividad en la producción de conocimiento. La naturaleza y la cultura se constituyen en dos dimensiones completamente opuestas e incommensurables⁷.

En este contexto, nace la sociología clásica sin buscar una autonomía teórica o una metodología de investigación propia. Esta ciencia de lo social fue producto de los esfuerzos de pensadores como Henri de Saint-Simon, Auguste Comte o Émile Durkheim, quienes buscaron crear explicaciones objetivas de los fenómenos sociales, emulando las prácticas de las ciencias duras y su método científico (Giddens, 1991: 56). La lógica de estos autores era que si el método científico era la herramienta suprema de la ciencia, éste debía ayudar a explicar los fenómenos sociales de forma imparcial.

Un primer momento de crítica a la modernidad surge en la primera mitad del siglo XX con la Escuela de Frankfurt, mediante los textos publicados por Theodor

⁷ Bruno Latour plantea que la modernidad transformó a la naturaleza y la cultura en *incommensurables*; es decir, incapaces de reconciliarse y de tener conexiones mutuas (2007: 87).

Adorno y Max Horkheimer⁸. Sus reflexiones se centraron en mostrar la cara oculta de la Ilustración, y de sus consecuentes errores históricos. Para estos pensadores la Ilustración no hizo más que perpetuar un sistema social excluyente y deshumanizado. Según Adorno y Horkheimer, el saber no ha producido más que un nuevo orden de barbarie en las sociedades contemporáneas: se ha reificado al ser humano (cosificado), ha perpetuado formas de dominio sobre los sujetos; además, su promesa de liberar al hombre a través de la razón jamás se cumplió (1987: 38).

La escuela crítica de Frankfurt ha otorgado herramientas para reflexionar la modernidad, ya no a partir de sus éxitos, sino también a partir de sus fracasos. Este enfoque comporta una visión apocalíptica de la modernidad que no otorga argumentos claros para salir de ella. Por este motivo, en este trabajo se comprende a la modernidad desde otro lugar, desde los aportes que ha realizado Bruno Latour a la sociología de la ciencia y la tecnología. Sus reflexiones han girado en torno a la constitución de la modernidad y su incapacidad de superar la dicotomía entre naturaleza y cultura.

Para Latour, la modernidad indica una aceleración, un momento de ruptura entre lo arcaico y lo estable, un nuevo régimen; es decir, un punto de transición entre un pasado que debe ser superado por el futuro. Por consiguiente, la modernidad es doblemente asimétrica: “... *designa un quiebre en el pasaje regular del tiempo, y un combate en el que hay vencedores y vencidos*” (Latour, 2007: 27). Al ser el hombre centro de atención de la modernidad, se produce otro hábito asimétrico, ya que se olvida el nacimiento de lo no-humano, de las cosas, objetos o animales.

Existe una necesidad de alejarse de la separación moderna entre el mundo natural y el mundo social para mirarlos simétricamente. Para ello, Latour toma la categoría conceptual de los “cuasi-objetos”, desarrollada principalmente por Michel Serres y Lévi-Strauss, para borrar la división entre naturaleza y cultura. Los cuasi-objetos no tienen el estatus de objetos como tal, ni llegan a tener las características de los sujetos, y lo más radical es que tampoco pueden ubicarse en el centro. Latour plantearía que los seres se enfrentan como sujetos y como objetos a la vez, no poseen un

⁸ Entre las principales obras de la Escuela de Frankfurt se encuentra: *El eclipse de la razón* de Max Horkheimer (1947), y *Dialéctica de la Ilustración*, del mismo autor en colaboración con Theodor Adorno (1947). En ambas obras los autores presentan los peligros de la Ilustración y del proceso de distorsión ideológica que ha devenido, por lo que llamaron a la clausura del proyecto ilustrado moderno.

espacio concreto ni en la cultura ni en la naturaleza exclusivamente; lo que conduce a concebirlos como sujetos y como objetos al mismo tiempo, es decir como híbridos.

1.2.2.- Simetría y los híbridos

La división constante entre lo humano y no-humano ha tenido como consecuencia que se constituyan en dos cuerpos ajenos. Latour, con mucha elocuencia, recoge el sentir cotidiano que devela esta división:

Por fortuna –dicen–, las ciencias (pertenecientes al campo de la naturaleza y de lo no-humano) permanecen absolutamente ajenas a las preocupaciones políticas, las disputas, la ideología, la religión (al campo de la cultura, de lo humano). Su autoridad escapa a toda otra instancia que no sean ellas mismas. Y esta es su principal virtud: son verídicas (en el caso de las ciencias) y eficaces (...) porque son autónomas (Latour, 2012: 19).

Para superar ese extrañamiento entre la naturaleza y la cultura se debe reconstruir la forma en que se estructuran lo humano y lo no-humano. Para ello Latour utiliza dos conceptos claves: simetría radical y los híbridos. Si bien ambas categorías conceptuales no se constituyen en programas investigativos, sí son características fundamentales en los estudios de CTS, y sobre todo de la Teoría del Actor-Red. La simetría nace a partir de la sociología del conocimiento científico de Bloor, cuya premisa fundamental es superar la dicotomía entre naturaleza/cultura, al ponerlos en el mismo nivel.

El paso de la simetría a la simetría radical lo realiza Bruno Latour para superar las reflexiones del PER (simetría entre actores humanos y valores), y también para evitar explicaciones que refuercen el carácter naturalista de lo social. Así, la simetría radical se interpone en el camino del determinismo tecnológico y el determinismo social para lograr superarlos (Latour, 2001: 211). El determinismo tecnológico, también conocido como materialismo, plantea que todo artefacto posee su propio guión y tiene la capacidad de obligar a los seres humanos a desempeñar algunos papeles de su libreto. El determinismo social considera que un artefacto es un transmisor neutral de la voluntad de los sujetos que lo utiliza y desempeña un papel pasivo en la acción que vehiculiza (Latour, 2001: 212).

Cuando se utiliza el concepto de simetría radical, un actor humano se convierte un sujeto diferente por el hecho de utilizar un artefacto; y el artefacto se convierte en un actor no-humano diferente por el hecho de entrar en relación con un sujeto (Latour, 2001: 215). Así, la simetría radical conduce a reconocer a una tecnología como un *híbrido*: una estructura conformada por actores humanos y no-humanos, que si salen de la estructura que los enlaza (o red) se transforman en entidades completamente diferentes. Esta es la manera en que se logra superar las dicotomías entre: naturaleza/sociedad, sujeto/objeto, humano/no-humano, y permite construir una red cuyos nodos están formados tanto por actores humanos como por actores no-humanos (Echeverría y González, 2009: 706).

En consecuencia, la simetría radical conduce necesariamente a la noción de *híbrido* como su resultante. Latour establece que el ser humano es un híbrido, en tanto no se lo puede separar de la naturaleza, ya que es parte de ella tanto como es parte de la sociedad. De la misma manera, un artículo cualquiera también es un híbrido porque se dibuja en relación a la ciencia, la política, la economía, el derecho, la técnica, etc. (Latour, 2007: 16-17).

Si se aplica esta lógica de la simetría al caso de la identidad y las formas de representación de los gamers, se obtendrá como resultado que son híbridos configurados por elementos humanos y no-humanos que son insolubles entre sí. Los videojuegos, las consolas, los sitios web, las revistas especializadas intervienen en la conformación de la identidad de los Gamer de la misma manera en que lo hacen los grupos sociales relevantes como: los videojugadores, los técnicos o los web máster. De ahí la relevancia de considerar conceptos como el de “simetría”, “híbrido” y “tejido sin costuras” que posibilitan una explicación más amplia de identidad y la representación de la gamers.

1.2.3.- Grupos sociales relevantes

Dentro del constructivismo social de la tecnología desarrollado por Pinch y Bijker, uno de los componentes principales que ellos analizan son los grupos sociales relevantes que se encuentran implicados con los artefactos tecnológicos. El abordaje constructivista inicia al identificar el momento en que, a través de sus acciones, los

diferentes grupos sociales van construyendo problemas y soluciones en función de sus intereses (Vercelli, 2009: 17). De forma que “... *un problema es definido como tal sólo cuando hay un grupo social para el cual el mismo constituye un problema*” (Pinch y Bijker, 1989: 27). Los grupos sociales relevantes son definidos como:

... instituciones y organizaciones (como los militares o alguna compañía industrial específica), así como los grupos de individuos organizados y desorganizados. El requerimiento clave es que todos los miembros de un determinado grupo social comparten el mismo conjunto de significados, vinculados a un artefacto específico. (Pinch y Bijker, 1989: 27).

Para identificar y describir a los grupos sociales relevantes, Bijker recomienda seguir dos reglas: “*roll a snowball*” y “*follow the actors*”. El método de *snowball* (bola de nieve) es utilizado por la investigación sociológica contemporánea y consiste en identificar a los actores a partir de los nombres mencionados por las entrevistas preliminares en una investigación. Bijker ilustra este método con una controversia científica:

Normalmente se parte de una entrevista para obtener una imagen completa de nuestro ámbito de investigación. Al hacer esto, con cada persona entrevistada, el número de nuevos actores aumenta rápidamente como cuando se rueda una bola de nieve. Pero después, de algún modo, se dejan de mencionar nuevos nombres. Es ahí cuando se tiene el conjunto completo de actores involucrados en la controversia (1995: 46).

En este ejemplo también se acota la problemática sobre los grupos sociales que deben analizarse: si se dejan de mencionar nuevos nombres, se han identificado a todos los grupos sociales relevantes. Bijker considera que este método puede identificar a los actores relevantes, en relación a un artefacto específico, al ser mencionados en los documentos históricos; cuando después de algún tiempo, el investigador no encuentra referencia a nuevos grupos, es evidente que todos los grupos sociales relevantes han sido identificados (1995: 46).

Luego de identificar a los grupos sociales relevantes, se debe aplicar el método *follow the actors* (seguir a los actores). Bijker caracteriza a esta momento como sencillo: “... *porque los grupos sociales relevantes han sido autoreferenciados, descrito*

y delineado por la voz de los mismos actores” (1995: 47). Así, la trayectoria para identificar y describir a los grupos sociales relevantes consiste en: primer, identificar al grupo social vinculado con el artefacto tecnológico; segundo, describir a los grupos sociales en detalle; y tercero, delinear a otros grupos sociales que han sido referenciados por el primer grupo.

Un momento de esta investigación fue detectar y seguir a los grupos sociales relevantes que están implicados dentro identidad del gamer mediante los métodos de *roll a snowball* y *follow the actors*. Bijker considera que el primer momento de racionalidad en una investigación con un enfoque socio-técnico se produce sólo cuando un grupo social es explicitado en algún lugar del mapa del trabajo investigativo (1995: 48). Si los grupos sociales relevantes constituyen a los artefactos, el análisis constructivista debe deconstruir esos artefactos de acuerdo a las diferentes perspectivas de los distintos grupos sociales relevantes (Thomas, 2008: 182).

1.2.4.- Flexibilidad interpretativa

Un vez que se han identificado a los grupos sociales relevantes, el siguiente momento es visibilizar los problemas que cada grupo va generando alrededor un artefacto tecnológico. Pinch y Bijker establecen que las problemáticas que se crean en torno a un artefacto obedecen a las diversas interpretaciones que tienen los diversos actores (1989: 40). La flexibilidad interpretativa se caracteriza por ser un proceso continuo de luchas, discusiones, negociaciones y redefiniciones por parte de los diferentes grupos sociales en torno a un artefacto (Vercelli, 2009:17). Boczkowski delimita aún más la definición de flexibilidad interpretativa al considerar que no sólo se centra en mostrar los diferentes significados atribuidos a los artefactos, sino también las diversas interpretaciones acerca de su diseño y funcionalidad (1996: 8).

Dentro del constructivismo social existe una interdependencia entre los grupos sociales relevantes y la flexibilidad interpretativa, de forma que: “... *los sentidos otorgados por un grupo social relevante ‘construyen’ al artefacto. Hay tantos artefactos cuanto diferentes grupos sociales relevantes, no hay artefactos no contruidos por grupos sociales relevantes”* (Bijker, 1995:77). Para Thomas, con la

aplicación de la flexibilidad interpretativa es posible mostrar que una cosa aparentemente no ambigua (un proceso técnico, una condición material, etc.) se convierte en controversial cuando se la mira como diferentes artefactos para cada grupo social relevante (2008: 182). Cuando se describe la flexibilidad interpretativa de un artefacto, se puede mostrar sus controversias:

... la conflictividad de los requerimientos técnicos de cada grupo social (...); los conflictos entre las distintas soluciones al mismo problema (...); y los conflictos morales (...). Dentro de este esquema son posibles diversas soluciones a estos conflictos y problemas, no sólo soluciones tecnológicas sino también judiciales o incluso morales (Pinch y Bijker, 1987: 32).

La etapa de demostración de flexibilidad interpretativa⁹ es un primer momento del análisis socio-técnico de un artefacto tecnológico. La deconstrucción sociológica de un artefacto, mediante la explicitación de la flexibilidad interpretativa, proporciona una gran variedad de piezas que deben ser reconstruidas (Bijker, 1995: 77).

Este trabajo de investigación permitió relacionar múltiples aspectos de la realidad de los gamers, que incluyen: aspectos sociales, económicos, políticos e inclusive ideológicos, que están en pugna en la construcción de su identidad y representación y de los artefactos tecnológicos que habitan.

Mediante la aplicación de este momento en el análisis socio-técnico, se determinó la forma en que las culturas lúdicas virtuales en el Ecuador se configuran a partir de las interpretaciones de los grupos sociales relevantes. Además, se estudió en qué medida las significaciones de los grupos sociales configuran las identidades y las formas de representación que tiene los gamers para escenificarse dentro de sus comunidades virtuales.

⁹ Pinch y Bijker plantean la necesidad de “demostrar” la existencia de flexibilidad interpretativa de los hechos científicos y tecnológicos: debe mostrarse que los científicos y los grupos sociales relevantes disponen de interpretaciones diferentes de la naturaleza y por ello la naturaleza por sí misma no resuelve de manera determinante los debates científicos (1987: 37)

1.2.5.- Clausura y estabilización

El siguiente momento del programa desarrollado por el constructivismo social es la clausura y/o estabilización. Mientras que el PER analiza los mecanismos que permite la clausura del debate, para el CST es el proceso de estabilización de un artefacto (Pinch y Bijker, 1989: 41). Particularmente, Bijker considera que la construcción social de un artefacto se produce por un proceso combinado de *clausura y estabilización* (en Thomas, 2008: 183).

El proceso de *clausura* implica que la flexibilidad interpretativa de un artefacto disminuye. Surge el consenso entre los diferentes grupos sociales acerca del sentido dominante de un artefacto, y la diversidad de sentidos que originalmente se encontraron decrece (Thomas, 2008: 183). Para Boczkowski, el concepto de clausura “... *resulta apropiado para describir las dinámicas microsociales presentes en las negociaciones interpersonales que tienen lugar en la toma de decisiones acerca del diseño y desarrollo de artefactos*” (1996: 12).

Pinch y Bijker se refieren a la existencia de dos mecanismos de clausuras particulares (1998: 42 - 43):

1. *Clausura retórica*: la clausura en la tecnología involucra la estabilización de un artefacto y la desaparición de problemas. Para cerrar una controversia tecnológica no se requiere resolver los problemas que se encuentran en el artefacto. El punto importante es que los grupos sociales vean resuelto el problema. Así, la publicidad juega un papel importante en la formación del significado que un grupo social la otorga a un artefacto.
2. *Clausura por redefinición del problema*: otro mecanismo de clausura puede implicar que el significado de un artefacto, y su problema, sea traducido o redefinido para solucionar otro problema distinto al original. El caso de la bicicleta *Ordinary* que analizaron Pinch y Bijker ilustra claramente esta forma de clausura. Estos autores muestran cómo el problema de utilizar neumáticos en las ruedas metálicas de las bicicletas tuvo varias significaciones. Principalmente ocurrieron dos controversias: para los usuarios era un accesorio antiestético, mientras que para los ingenieros solucionaban el problema de vibración que

tenían las ruedas metálicas. En este caso, el problema se redefinió y clausuró a favor de la rueda con neumático ya que mostró dar más velocidad que la rueda metálica. El problema se redefinió y clausuró hacia el problema de la velocidad, y no la estética o seguridad.

En los dos mecanismos de clausura que proponen Pinch y Bijker, ocurre simultáneamente el proceso de *estabilización* del artefacto. La estabilización es la manera en que el significado de un artefacto se legitima, o es asimilado por los grupos sociales relevantes como válido. Para Thomas, el grado de estabilización es una medida de la aceptación de un artefacto por parte de un grupo social relevante; ya que cuanto más homogéneos sean los sentidos atribuidos a un artefacto, mayor será el grado de estabilización (2008: 183). Wiebe Bijker y John Law asumen que una tecnología se estabiliza si, y sólo, si las relaciones heterogéneas en el que está implicada, y de las que forma una parte, se encuentran también estabilizadas (1992: 10). De forma que, si al interior de un grupo social relevante no existe una homogeneidad en la significación de un artefacto este no podrá estabilizarse de ninguna manera.

Tanto la clausura como la estabilización son dos perspectivas que muestran diferentes aspectos en la construcción de tecnologías ya que: primero, la clausura lleva a una disminución de la flexibilidad interpretativa lo que permite que un artefacto devenga en dominante y otros desaparezcan; y segundo, como parte del mismo movimiento, el artefacto dominante desarrolla una estabilización en uno o más grupos sociales relevantes (Bijker, 1995; en Thomas, 2008: 183).

1.2.6.- Funcionamiento

Para Bijker, la función de un artefacto es una construcción social que se produce como resultado de la clausura y la estabilización, y no pueden ser consideradas como una derivación de las propiedades internas del artefacto: “*El funcionamiento de una máquina no debe ser considerada como la causa de su éxito sino como el resultado de haber sido aceptada por los grupos sociales relevantes*” (1995: 119). La noción de función para un artefacto es socialmente construida por lo que no existe un criterio universal -espacial, temporal o sociocultural- que determine su funcionamiento.

Para Hernán Thomas, en la construcción social del funcionamiento intervienen elementos diversos que se revelan en los momentos de concepción hasta se construcción en un paradigma universal. Esto supone que:

El “funcionamiento” o “no-funcionamiento” de un artefacto es el resultado de un proceso de construcción socio-técnica en el que intervienen, normalmente de forma auto-organizada, elementos heterogéneos: condiciones materiales, sistemas, conocimientos, regulaciones, financiamiento, prestaciones, etc. Supone complejos procesos de adecuación de respuestas/ soluciones tecnológicas a concretas y particulares articulaciones socio-técnicas históricamente situadas (Thomas, 2008: 201).

Así, la función de un artefacto es un proceso de construcción continua que se despliega desde su concepción, y se continúa durante la flexibilidad interpretativa que lo acompaña hasta su clausura. Cuando la función se ha establecido, se constituye en un paradigma universal (Ronderos y Valderrama, 2001: 1). Para Latour, un artefacto funciona cuando se inserta en lo social y se le asigna un valor de verdad (Latour, 1992:23). Un artefacto se convierte en verdad en la medida que se le asigne una función y ésta deja de ser debatida. Latour explica que la estabilización de una función, o su “cierre de las controversias”, se produce por la “*modalidad positiva*” de los enunciados, que es separar una afirmación de sus condiciones de producción (Latour, 1992:23). Esto implica que la función de un artefacto tecnológico se asegura en la medida que la retórica logra clausurar las controversias. No se trata de que un artefacto funcione por unas determinadas causas, se trata simplemente de que “funcione” para los grupos sociales relevantes.

1.2.7.- Technological frame

El *technological frame*, o marco tecnológico, es una herramienta para conocer la forma en que los grupos sociales que están dialogando, condicionando y transformando la existencia de un artefacto tecnológico: “... *un technological frame estructura las interacciones entre los miembros de un grupo social relevante, y da forma a sus pensamientos y a sus actos*” (Bijker, 2005: 24). Este concepto es plenamente útil para identificar las prácticas de poder que instauran las tecnologías, ya que un marco

tecnológico resulta en el disciplinamiento de los miembros de los grupos sociales relevantes porque restringe la libertad de elección para el diseño de nuevas tecnologías y delimita la posibilidad de interacción de los actores (Thomas, 2008: 186). Por consiguiente, los marcos tecnológicos son estructuras de significación que, una vez instauradas, configuran las relaciones entre un artefacto y sus grupos sociales. Bijker describe el movimiento cíclico de un marco tecnológico así:



Fuente: Wiebe Bijker (2005)

Este movimiento permite comprender el devenir de un artefacto y de los actores de una manera dialéctica: si se realizan cortes históricos en el desarrollo de un artefacto tecnológico jamás se podrán encontrar el mismo artefacto y a los grupos sociales implicados a él.

Como herramienta metodológica, los marcos tecnológicos permiten: en primer lugar, conocer cómo se construyen las tecnologías a partir de interacciones interpretativas; y en segundo lugar, identificar cuál es el papel de la atribución de significados por parte de los grupos sociales relevantes hacia el artefacto (Vercelli, 2009: 18). Hernán Thomas caracteriza a los marcos tecnológicos (2008: 184) como:

1. *Heterogéneos*, ya que no se refieren exclusivamente a un dominio cognitivo o social. Entre los componentes de un marco tecnológico se encuentran tanto artefactos, valores culturales, objetivos, teorías científicas, protocolos de testeo o conocimiento tácito, entre otros.

2. *Entidades móviles*, ya que son desarrollados como parte de los procesos de estabilización de un artefacto. Su carácter interactivo los hace conceptos intrínsecamente dinámicos. Un marco tecnológico no reside internamente en individuos o externamente en la naturaleza: es externo al individuo, pero interno al conjunto de interacciones individuales en los grupos sociales relevantes.
3. Los marcos tecnológicos *proveen los objetivos, los pensamientos, las herramientas de acción*. Un marco tecnológico ofrece tanto los problemas centrales como las estrategias orientadas a resolverlos. Al desarrollarse un marco tecnológico se restringe interacciones siguientes de los grupos sociales.

1.2.8.- *Co-construcción*

La categoría conceptual que ayudará a comprender la forma en que se configura de identidad y los mecanismos de representación de los gamers es la *co-construcción*. En la reflexión realizada sobre el dilema moderno de dividir la naturaleza y la cultura como dos dimensiones separadas se recompone esta separación al utilizar este concepto: tanto la naturaleza y la cultura se co-construyen recíprocamente durante las interacciones que establecen. Por consiguiente, la identidad y las formas de representarse de las comunidades virtuales lúdicas obedecen a un proceso de co-construcción en donde intervienen actores humanos y no-humanos; así como factores ideológicos, políticos y económicos.

Hernán Thomas y Ariel Vercelli establecen que la co-construcción es un proceso de negociación, tensión y determinación recíproca donde se diseña un entorno socio-técnico común y, en el mismo acto, se regulan espacios y conductas (2008: 7). Además, la co-construcción implica un proceso análisis de la imposición y la negociación de los significados atribuidos a los artefactos tecnológicos. Al comprender a una tecnología en tanto es o-construida se focaliza en su desarrollo histórico, su cambio, o bien, el éxito o fracaso a partir de interacciones y relaciones que conforman con diferentes actores (Vercelli, 2009: 18).

Bijker asume plenamente la idea de co-construcción, o como él lo llama la mutua conformación de los grupos sociales y las tecnologías, como un punto focal del

constructivismo social de la tecnología; sin embargo, no logra dilucidar cómo los usuarios de las tecnologías participan activamente en la transformación de las tecnologías estables (Bijker, 1995b; en Oudshoorn y Pinch, 2005: 3). Los estudios históricos de Pinch y Bijker muestran la forma en que los GSR transforman las tecnologías mediante los procesos de flexibilidad interpretativa, clausura y estabilización; más no especifican la forma en que los grupos sociales relevantes son co-construidos por las tecnologías. Nelly Oudshoorn y Trevor Pinch muestran la forma en que los usuarios y los no usuarios son co-construidos junto con las tecnologías:

El acto mismo de la identificación de individuos o grupos como usuarios puede facilitar o limitar las funciones reales de grupos específicos de usuarios en la configuración, desarrollo y uso de las tecnologías. Los diferentes grupos que participan en el diseño de las tecnologías pueden tener diferentes puntos de vista en lo que el usuario podría o debería ser, y estos grupos pueden movilizar recursos diferentes para inscribir sus puntos de vista en el diseño de los objetos técnicos (Oudshoorn y Pinch, 2005: 6).

El momento de la flexibilidad interpretativa no sólo significa establecer el rol y la función de la tecnología, sino además establecer el papel del propio usuario en relación con dicha tecnología. En definitiva, durante el desarrollo del artefacto tecnológico también se construyen a los actores y a los grupos sociales relevantes.

1.2.9.- Tecnología como sistema cultural

Bijker realiza un rastreo de la palabra “tecnología” y encuentra al menos tres significaciones: como *artefactos*, como *actividades humanas* y como *conocimientos* (2005:21). El nivel más básico de apelación a la palabra tecnología se refiere a su materialidad en objetos físicos o *artefactos* como computadoras, autos, máquinas, etc. Un segundo nivel de significación incluye actividades humanas como el voto electrónico, el gobierno electrónico, la banca electrónica, etc.; donde también se implica el diseño, la fabricación y el manejo de estas tecnologías. Y en un tercer nivel, se refiere a la tecnología como *conocimientos*: se trata de los saberes que la gente posee y la forma en que los aplica en relación a las máquinas y los procesos de producción.

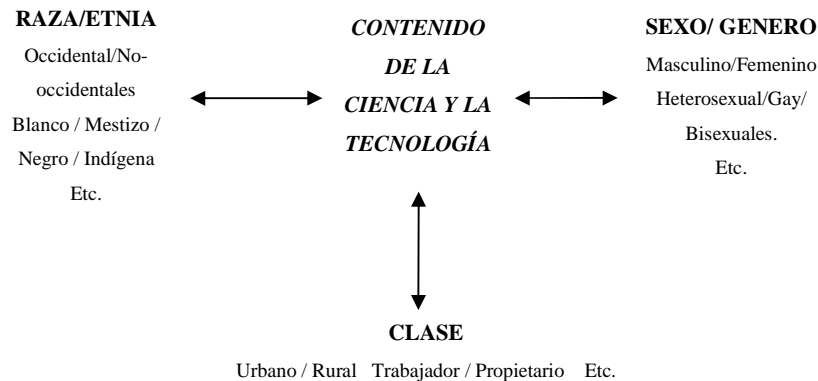
Estas tres significaciones plantean un problema: siempre se los relaciona a partir de la racionalidad y la neutralidad tanto de los artefactos como de los conocimientos científicos, es decir a partir de una visión determinista de la tecnología. El aporte del enfoque constructivista es que comprende a los artefactos a partir de factores sociales que los envuelven (Bijker, 2005: 23). El planteamiento de esta investigación es que las tres formas de comprensión abarcan el espectro de significación sobre “tecnologías” siempre y cuando se las relacione a los factores sociales en las que están inversas. Esto implica que una tecnología siempre es co-construida por actores humanos y no-humanos.

Comprender la tecnología como un sistema cultural parte por vincular precisamente los factores sociales en la conformación de las tecnologías y, a la inversa, analizar además los factores tecnológicos en las estructuras sociales. Desafortunadamente, existe una tendencia a mirar sólo los impactos sociales de las tecnologías, y esto ha dado como consecuencia que se crea que ahora hay más ciencia y tecnología. Javier Bustamante da la vuelta a esta tendencia y explica: “*Se da entre la tecnología y la sociedad una relación causal de doble sentido: la tecnología es consecuencia del cambio social, y en los objetos técnicos podemos leer como en un libro abierto cómo somos y cuáles son nuestros anhelos*” (en Winner, 2008: 12). En consecuencia, las estructuras sociales se han modificado pero las formas de explicar la ciencia y la tecnología no se han modificado, por ello se cree que habitamos la era de la alta tecnología.

La tecnología no sólo se introduce en la cultura en forma de instrumentos, actividades humanas y conocimientos, sino también en forma de metáforas que redefinen las tres formas de tecnologías, además de las formas de divertirse, las formas de interrelacionarse, las formas de trabajar, etc. (Winner, 2008: 13). Por ello es inevitable no relacionar tecnología y cultura. Pinch y Bijker, en su análisis sobre la construcción social de la bicicleta *Ordinary*, describen cómo este artefacto fue apropiado el grupo de mujer sufragistas y se convirtió en una herramienta política para ellas. Este artefacto fue culturalmente apropiado y su función se definió en términos políticos.

Analizar en términos culturales la tecnología y en términos tecnológicos la cultura implica profundizar los marcos de comprensión dados por el constructivismo social de la tecnología. Pensar culturalmente implica iniciar por la cuestión del significado local de la tecnología: ¿qué significado tiene X para Y en un lugar determinado? Para responder a esta pregunta David Hess desarrolla un esquema de categorías técnicas y de distinciones (1995: 18). Hess plantea que, en un momento dado, los distintos grupos dentro de un campo de investigación están produciendo diferentes teorías, observaciones, máquinas, métodos, experiencias, y así sucesivamente (1995: 18). En algunos casos esas múltiples interpretaciones o diferencias son meramente el resultado de construir diferentes preguntas de investigación, y que representan una complementariedad de interpretaciones en lugar de contradicciones. Por consiguiente, las múltiples interpretaciones que se identifican alrededor de los artefactos tecnológicos también están construidas por el investigador, así como por las teorías y las técnicas que utiliza.

**CONSTRUCTIVISMO CULTURAL:
Mapa de categorías de significación / David Hess**



Un vez que se ha comprendido que la forma de investigar mediará culturalmente entre el investigador y su objeto, el siguiente momento es describir las múltiples interpretaciones que co-construyen a los artefactos. En otras palabras, el objeto X de la interpretación Y es dividido en múltiples variables de la cultura. Esto conducirá a la

forma en que las divisiones en el seno Y se traducen en otras categorías culturales más destacadas.

Al utilizar el constructivismo cultural como marco de análisis, las variables de significación se incrementan; pero, a la vez, se posee una estructura que permite comprender de manera más específica los contenidos y apropiaciones culturales de la tecnología. Esta herramienta será de gran utilidad para explicar: la especificidad de las culturas lúdicas virtuales en el Ecuador, a qué corresponde las formas de representarse en el ciberespacio y las cualidades de la identidad de los gamers.

1.3.- Aspectos conceptuales de las culturas lúdicas

Al comprender la construcción de una tecnología en términos culturales se corre el riesgo de homogeneizar y generalizar la realidad que se está analizando, ya que suele apelarse al término “cultura” a toda construcción material o inmaterial que se produce en la sociedad. Esto provoca que los límites de la definición de la cultura se dilaten y se pierda especificidad en el campo de estudio. Por ello, en este numeral se buscará hallar límites a la comprensión de la cultura para dar cuenta de la especificidad del campo de investigación llamado: culturas lúdicas virtuales.

1.3.1.- Homo Ludens

Johan Huizinga propone que el ser humano es ante todo un individuo atravesado por cualidades profundamente lúdicas; es decir es un *Homo Ludens*, en la medida que lo lúdico moldea su habilidad de conocer y reconocer el mundo (2001: 24). Esta característica lúdica no es única y exclusiva de los seres humanos. Los animales también juegan y lo hacen sin haber esperado a que el hombre les hayan enseñado a jugar (Huizinga, 2001: 31), lo que implica que el juego es un elemento compartido, o común, que posee el ser humano con los animales. Visto desde esta perspectiva el juego es anterior a la cultura (Huizinga, 2001: 31), y solo después fue apropiado y significado como exclusivo de los seres humanos.

Si el juego es un fenómeno cultural cargado de profunda significación, es necesario reflexionar sobre la complejidad de los rituales lúdicos. El juego, en sus formas más sencillas, supera los límites de las explicaciones fisiológicas y psicológicas, ya que es una función llena de sentidos (Huizinga, 2001: 32). Por un lado, es muy simplista considerar que el juego posee una función instintiva inmediata de liberación de energía, porque existen aspectos ceremoniales, o de culto, que operan por fuera de esta comprensión naturalista. Por otro lado, el juego pone en marcha una serie de instintos de imitación, necesidades de relajamiento y actividades que le permiten estar al ser humano en el mundo social. También se pone en funcionamiento elementos materiales que superan la comprensión de la psique humana.

Si se observa a un niño pequeño jugar con burbujas de saliva que salen de su boca, o un niño de 4 años que toma una caja de fósforos y cree que es un automóvil ¿son estas acciones lógicas? Huizinga considera que no. Estas acciones son irracionales por que operan bajo dos características fundamentales del juego que no pueden ser descifrables: la imaginación que recrea todo un mundo que opera por fuera de las lógicas racionales; y por otro lado, el placer o el goce de simplemente jugar.

El juego está presente en varias ocupaciones primordiales de la convivencia humana. Por ejemplo, el lenguaje como instrumento primordial de la comunicación humana se construye bajo un juego creador que va de lo pensado a lo material. Huizinga establece que: *“Tras cada expresión de algo abstracto hay una metáfora y tras ella un juego de palabras. Así, la humanidad se crea constantemente su expresión de la existencia, un segundo mundo inventado, junto al mundo de la naturaleza”* (2001: 37). Por consiguiente, la gramática, la sintaxis o la fraseología están destinadas a racionalizar un lenguaje que es en primer término netamente imaginativo y creativo. De la misma manera se puede hablar de los rituales, los cultos o los mitos que poseen una configuración que atraviesan en el terreno de la actividad lúdica.

Existen algunas asociaciones que suelen generarse a partir del concepto de juego como: diversión, broma, cómico y necio. Sin embargo, son atributos no necesariamente derivables. Huizinga plantea que el juego está por fuera de la disyunción sensatez / irracionalidad, verdad / falsedad, bondad / maldad (2001: 40). Todo juego es ante todo una actividad libre que significa o celebra algo. Se encuentra dentro de la esfera de la

fiesta, del culto, de la esfera de lo místico, que como se ha planteado hasta este punto, se encuentra más allá de la comprensión de la racionalidad.

En forma general, se puede establecer que el juego es una acción libre ejecutada “como sí” y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador, sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual (Huizinga, 2001: 51).

1.3.2.- Cultura, identidad y representación

Si el juego es una práctica humana cargada de sentidos, entonces no puede ser vista por fuera de la cultura. Al buscar conceptualizar a la cultura, se pueden encontrar propuestas que se conectan con la descripción que hasta este punto se ha realizado sobre el juego. Actualmente, existe un consenso generalizado en concebir a la cultura como: “... *el conjunto de costumbres, actitudes, sentimientos, ideales, creencias, valores y comportamientos que determinan la conducta de los individuos en su vida cotidiana*” (Echeverría, 2001: 31).

Para Vitorino Zecchetto, la cultura es todo lo que el ser humano, a lo largo de su historia, ha creado y sigue creando, desde las primitivas herramientas de trabajo, hasta la moderna tecnología de punta: “*son cultura los mitos, las artes, las ciencias, las formas religiosas, y también los modos de cocinar, de construir casas, las modas y las vestimentas, la manera de divertirse y de hacer fiesta, de jugar, de escribir, de investigar, etc.*” (2002: 26).

La conceptualización de la cultura que realiza Raymond Williams desde la sociología otorga elementos que conectan el juego con la cultura desde las prácticas y significaciones de los grupos sociales. Para Williams la expresión “cultura” designa tres significaciones diferentes: primero, como el estado desarrollado de la mente, es decir, como la cualidad intelectual de una persona; segundo, como los procesos de este

desarrollo, como es el caso de los intereses culturales y las actividades culturales; y por último, como los medios de estos procesos, como las artes y las obras intelectuales en la cultura (2000: 11). En esta propuesta es interesante ver la significación de cultura como procesos y como medios, que se enlazan con las prácticas y significaciones que ocurren en el juego. La cultura como estado elevado de la mente la dejaremos a un lado, ya que como se ha señalado anteriormente, el juego posee elementos emocionales y creativos que escapan a la racionalidad.

Existe una conexión latente entre los procesos culturales y las prácticas lúdicas que se puede visibilizar en el aprendizaje y la significación. Zecchetto considera que la cultura implica algún aprendizaje, porque es manipulación de la naturaleza que exige repetir lo aprendido o crear modos nuevos de hacer frente a las necesidades que emergen día a día, de amoldarse a formas naturales y culturales ya existentes (Zecchetto, 2002: 26). Raymond Williams describe sintéticamente los procesos de significación que conlleva la cultura como “... *el sistema significante a través del cual necesariamente (aunque entre otros modos) un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga*” (Williams, 2000: 13). Es decir, la cultura así como el juego son un conjunto de prácticas significantes, como el lenguaje, las artes, la filosofía, la moda, etc., que permiten el diálogo entre los miembros de una comunidad.

Una problemática central de esta investigación es la identidad que produce en la cultura gamer. Stuart Hall propone abordar a la identidad atravesada por dos elementos: el primero como cultura compartida que significa la adhesión de un sujeto a una determinada colectividad, en donde existen marcos inmutables y continuos de referencia y significado; el segundo elemento es la diferencia, “lo que somos realmente”, que implica la existencia de rupturas y discontinuidades que construyen la singularidad del sujeto (Hall, 1998: 214). Además, Hall establece que las identidades culturales son formas de reconocimiento que están atravesadas por los discursos de historia y cultura, es decir, que pertenece al pasado y que están en un continuo proceso de creación. Por consiguiente, la identidad es algo que nunca está completo, siempre en proceso de fabricación e inseparable de los procesos de representación (Hall, 1998: 222).

El planteamiento de Hall apela a la existencia de identidades culturales, más que a la existencia de una identidad unívoca permite delimitar el campo de investigación.

Sin embargo, existen planteamientos que se oponen a la idea de la existencia de identidades culturales puesto que “... *nada escapa a la cultura, ni siquiera la noción errónea de raza (...), ni al factor geográfico, por ello hablar de identidad es remitirnos a las especificidades propias de la cultura*” (Adoum, 2000: 22). El planteamiento propuesto por Jorge Enrique Adoum señala la frecuente confusión en el uso de este término. Al hablar de identidades culturales, no se hace referencia a una concepción que esté fuera de la esfera cultural, más bien, se señala una categoría que se inscribe y se interrelaciona con lo cultural y con especificidades en la producción técnica.

La identidad debería ser entendida como: “... *el relato que nos hacemos de nosotros mismos (...), un tejido discontinuo que zurcimos a fuerza de voluntad y de memoria*” (Montero, 2002: 34). En esta misma línea, Miguel Donoso Pareja plantea que la identidad es:

... voluntad y memoria, entonces, son los motores que alientan ese “relato que nos hacemos de nosotros mismos”, relato nuestro, no de otros, en el que vamos conformándonos, pero también relato múltiple, plural (diría Lucien Goldmann), en el que interviene una extensa gama de elementos constitutivos, unos cohesionantes y sólidos, otros tergiversadores y desarticuladores, esa es la identidad (2004: 241).

Bajo esta perspectiva, se puede encontrar un aspecto fundamental de la identidad: es individual y colectiva a la vez. Es decir, la identidad es un proceso de auto-reconocimiento individual, pero también implica la manifestación de un “yo colectivo”, plural que implica el reconocimiento con un algo social:

¿No son acaso, formas de expresarse de una misma consciencia, la consciencia de ser parte de un “nosotros”; símbolos por los cuales el individuo sabe que se integra a un rito, el de su identidad, se reconoce y participa junto con otros en ese autorreconocimiento? (Donoso Pareja, 2004: 241).

Para Juan Valdano existen dos modalidades en que se expresa la identidad: *la identidad en sí y la identidad para sí*. La identidad en *sí* es una acepción objetiva del término: se refiere al conocimiento racional y descriptivo de los distintos elementos que componen el ser identitario de un sujeto; como los factores históricos, geográficos, ambientales y culturales tales como las tradiciones, lengua, religión, ideales o valores, etc. que han

estado presentes en el devenir de una comunidad humana (Valdano, 2006: 17). La identidad *para sí* es la identidad del yo colectivo, que se afirma frente a la diferencia que ostenta el otro. Esta es la identidad actuante y tangible en los hechos concretos y, a la vez, abstracta y difusa en sus significados (Valdano, 2006: 18). La identidad para sí nace de la vivencia que cada individuo tiene sobre lo que le pertenece, de lo que le es propio y, a la vez, común con los demás.

La identidad cultural es poseer un “yo colectivo”, para sí, que permite al individuo reconocerse con un colectivo, y encontrar su individualidad mediante la diferencia que ostenta el otro. Para Bolívar Echeverría:

... la identidad (...) solo puede concebirse como un acontecer, como un proceso de metamorfosis, de migración de una forma que sólo puede afirmarse si lo hace cada vez en una sustancia diferente, siendo ella cada vez otra sin dejar de ser la misma. La identidad sólo puede ser tal si en ella se da una dinámica que; al llevarla de una de-substancialización a una re-substancialización, la obliga a atravesar por el riesgo de perderse a sí misma, enfrentándola con la novedad de la situación y llevándola a competir con otras identidades recurrentes (2001: 170).

Si preliminarmente se estableció el carácter móvil de la cultura es lógico que la identidad posea la misma dialéctica. Miguel Donoso Pareja sintetiza la postura de Bolívar Echeverría de la siguiente manera: “... *somos cada día otros y los mismos, unos y otros a la vez, única posibilidad de vivir y trascender, movilidad por la que somos y permanecemos*” (2004: 243).

De la mano de la concepción de identidad se encuentra la *representación*. Dadas las dinámicas de la cultura gamer, se requiere de un debate de este concepto en dos líneas: como psicología social y como concepto visual. Bajo su primera acepción, Serge Moscovici considera que la representación social es una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de conocimiento y la comunicación entre los individuos (1979):

La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los seres humanos hacen inteligible la realidad física y

social, se integra en un grupo o en una relación de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (Moscovici, 1979: 17-18).

En síntesis, para la psicología social la representación es el conocimiento de sentido común que tiene como objetivos comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social, y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social. Es una forma de conocimiento a través de la cual quien conoce se coloca dentro de los que conoce. Al tener una representación social dos caras, la figurativa y la simbólica, es posible atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura. De allí que, los clanes de videojuegos o los foros son formas en que la representación de los gamers se hace palpable y visible.

Desde su vertiente iconográfica, *representar* es:

... o bien hacer presente, o bien reemplazar, o bien presentificar, o bien ausentar, y de hecho –siempre- un poco de ambas cosas, puesto que la representación, en su definición más general, es la paradoja misma de la presencia ausente, de una presencia realizada gracias a una ausencia –la del objeto representado- y a costa de la instauración de un sustituto. (Aumont, 2008:114)

Francesco Casetti y Federico Di Chio consideran que en la naturaleza misma de la representación reside un doble y contradictorio recorrido: por un lado, hacia la representación fiel y la reconstrucción del mundo, y por el otro, hacia la construcción de un mundo en sí mismo, situado a cierta distancia de su referente (1991: 129). Bajo este lineamiento, se puede establecer que el hecho de representar procede, por lo tanto, en dirección de la presencia de la cosa (artefacto), sobre la base de la evidencia o semejanza; como en la dirección de su ausencia, sobre la base de la ilusoriedad y del espejismo de la imagen. Casetti y Di Chio plantean que, en el primer caso, el resultado sería el garantizar la recuperabilidad de lo ausente, hasta el punto de hacerlo parecer presente: semejanza; mientras que en el segundo caso, sería el de subrayar la distancia que separa al sustituyente de lo sustituido, creando una presencia que es más válida por sí misma que por aquello que debe reemplazar: espejismo (1991: 130).

La representación a la que esta investigación desea llegar está co-construida actores humanos y no-humanos. Pero esta construcción siempre será una denotación, es

decir, que utiliza un actor para producir una experiencia que se refiere a una cosa distinta de ese objeto, un híbrido, una ausencia. Casetti y di Chio aseguran que es un error entender a la representación como significado o como el sentido producido de algo. La representación es un objeto re-elaborado, un híbrido, que va a producir sentidos (1991: 134). Los gamers se representan tanto para construir un espacio común en el cual habitar, y además se representan para escenificarse en dichos espacios.

1.3.3.- Ciberculturas

Un elemento importante en la configuración del gamer, de su identidad y representación, es Internet. El rol activo de los consumidores ha encontrado su condición de posibilidad en parte gracias a la interactividad que produce la Web. En este espacio se producen prácticas, apropiaciones y significaciones culturales que definirán lo que se ha caracterizado como “identidad” (Winocur, 2006). Rosalía Winocur trabaja en la línea de las apropiaciones y significaciones que llevan a cabo los consumidores de Internet. Para esta autora es importante reconstruir el sentido que tienen las tecnologías para los usuarios, así como la apropiación que realizan los sujetos a dicha tecnología en contextos y realidades socioculturales diferenciadas.

Cuando se habla de apropiación cultural se hace referencia al conjunto de procesos socioculturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías por los grupos sociales (Winocur, 2006: 509). Los procesos de significación que se producen en el artefacto cultural llamado Internet están mediados por entramados de fenómenos locales como de la propia red global. De esta forma, las significaciones que produce un determinado grupo social están condicionadas por los elementos y códigos que proporciona la red global, y por los referentes que los usuarios toman de su propia cotidianidad por fuera de la red (Hine, 2004: 43).

Dentro de esta relación entre red global y cotidianidad existen acuerdos sociales mínimos que permiten la significación y hacen posible a interrelación entre ciberespacio y mundo real (Picciuolo, 1999: 16). Estos acuerdos pueden ser al menos tres: primero, acuerdos de entrada, que implica tener un conocimiento sobre el manejo de la red para ingresar a la misma (dominio del teclado, el software, los vínculos que proporciona el

escritorio de un computador, etc.); acuerdos en el ciberespacio, dados por la capacidad de navegar en la web (interactuar en los portales electrónicos, descargar o subir archivos, leer o enviar un correo electrónico, etc.); y tercero, acuerdos de salida, que generalmente están dados por un motivo externo generado por el mundo externo (Picciuolo, 1999: 19).

Si el campo de investigación son las culturas lúdicas virtuales, en tanto comunidades que lleva a cabo prácticas culturales mediadas por tecnologías como Internet; es necesario ver el papel de las nuevas tecnologías en el convivir diario de las personas que está dando forma a una cibercultura que se manifiesta en la creación de usos, prácticas y códigos (Picciuolo, 1999: 7). De forma que, el juego debe ser visto de forma dialéctica, por los nuevos espacios y prácticas que constantemente se están generando gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Pierre Levý desarrolla una teoría de cibercultura que pone énfasis en la relación de los sujetos con los artefactos culturales que los rodean. Levý postula que la cultura no se reduce a los componentes de carácter simbólico (como representaciones, ideas, interpretaciones, valores...) sino que integra como factor fundamental, la técnica, los artefactos y los entornos materiales (Lévy, 2007: VII). La cibercultura es un conjunto de sistemas socio-técnico-culturales, surgidos en conjunción con las nuevas tecnologías de la comunicación, que integra lo simbólico, las producciones materiales y los entornos. Los gamers son un ejemplo de cibercultura, ya que son los artefactos tecnológicos y virtuales los que permiten diferenciarlos del jugador tradicional. La cibercultura se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio el cual viene dado por las infraestructuras materiales como el hardware y software de los ordenadores (Lévy, 2007: VII).

El postular que las Tics dieron paso a la conformación de ciberculturas no implica determinismo tecnológico, sino que este tipo de tecnologías representan la condición de posibilidad de los sistemas culturales correspondientes (Levý, 2007: VIII). Por este motivo, no es correcto delegar la existencia de ciberculturas a las TIC; más bien, esta modalidad cultural surge gracias a condiciones materiales y simbólicas como cualquier desarrollo cultural. Levy plantea que el desarrollo de la cultura digital como

híbrido implica la existencia inseparable de entornos materiales electrónicos y entornos simbólicos digitales (Levý, 2007: X).

En la cibercultura se producen al menos tres tipos de relaciones: primero, interactividad, que es la relación entre la persona y el entorno digital definido por el hardware que los conecta a los dos; segundo, hipertextualidad, que es el acceso interactivo a cualquier cosa desde cualquier parte, y es una nueva condición de almacenamiento y entrega de contenidos; y tercero, conectividad, que es lo potenciado por la tecnología, por ejemplo internet (Quiñones, 2009: 176).

Si la identidad cultural se ubicada en tanto un *yo* se encuentra atravesado por lo individual y lo colectivo, agregar la categoría de cibercultura complejiza el panorama. Sherry Turkle establece que la identidad que configura el ciberespacio generó una cultura de la simulación en donde se borran los límites entre lo real y lo virtual (Turkle, 1997: 16). Si en las concepciones tradicionales de cultura las fronteras entre lo material y lo simbólico eran claras, las identidades del ciberespacio no poseen esta demarcación. Lo virtual en ningún sentido es lo simbólico.

Lo virtual se convierte en una nueva materialidad que también simboliza. Turkle utiliza la metáfora del *morphing* para explicar que la identidad en las ciberculturas se construye por la convergencia de la mente, el cuerpo, el *yo*, la máquina y los entornos virtuales (Turkle, 1997: 16), y no solo por la disposición de lo material y lo simbólico.

1.3.4.- Convergencia cultural

El concepto de convergencia cultural es relevante para este estudio por dos motivos: primero, porque permite comprender a la cultura como un sistema complejo en donde convergen múltiples producciones materiales y simbólicas, metáforas, formas de conocer, etc.; y segundo, porque le otorga nuevos roles a grupos sociales involucrados con las tecnologías.

Henry Jenkins desarrolla la categoría de “convergencia” como una fuerza de cambio dentro de la industria de los medios:

Un proceso que se llama "convergencia" está borrando los límites entre las comunicaciones de punto a punto, como las comunicaciones del correo, teléfono y el telégrafo, y los media, como la prensa, la radio y la televisión. Un medio físico único - ya sea hilos, cables o las ondas de radio - puede llevar a los servicios que en el pasado fueron proporcionados en forma separada (Jenkins, 2006: 10).

La convergencia cultural significa que la multiplicidad de elementos que convergen en los medios de comunicación -además de los sistemas económicos en los que se insertan, los circuitos de producción, las regulaciones etc.- está conformada también por actores humanos que se apropian de las tecnologías a partir de sus propios sistemas de significación (Jenkins, 2006: 17). Esta forma de comprender los medios de comunicación, y su lógica con los grupos implicados, se relaciona con el modelo multidireccional desarrollado por el SCOT, y con la categoría deconstrucción cultural de la tecnología, que se desarrollaron anteriormente.

Dentro de este marco de comprensión, ¿cómo deben ser vistos los sujetos sociales involucrados con las tecnologías?, más concretamente para esta investigación ¿cuál es el rol del gamer en la configuración de su propia cultura? Propondremos que el gamer tiene un rol activo en la formación de la cibercultura y de las tecnologías que la acompañan. Henry Jenkins denominará a este nuevo movimiento como cultura de la participación, en donde los fans de las historietas, los blogueros y los gamers tienen un rol activo en la formación y configuración de la llamada cultura popular contemporánea.

Para Jenkins, estos colectivos sociales frecuentemente eran ridiculizados, estigmatizados y empujados a la clandestinidad por que realizaban prácticas "*poco productivas socialmente*" (Jenkins, 2009: 9). A través de la cultura de la participación, se reconstruye una imagen alternativa de las culturas de los fans, que veía en los consumidores mediáticos unos sujetos activos, críticamente comprometidos y creativos. El concepto más importante en este punto es el de audiencia activa, ya que las nuevas tecnologías permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse de los contenidos mediáticos y volverlos a poner en circulación (Jenkins, 2009: 10), dinámica que antes de las TIC no era tan visible.

Las audiencias activas constantemente están redefiniendo no sólo las interacciones virtuales, sino también instituciones y prácticas como la religión, la política, la educación o la publicidad (Jenkins, 2009: 17). En nuestro caso de estudio, por ejemplo, las empresas de videojuegos facilitan el acceso al público a sus herramientas de diseño, promocionan los mejores resultados y contratan a los mejores programadores aficionados. Esta perspectiva de sujetos activos permite analizar la relación entre industrias mediáticas, empresas productoras de tecnologías, sponsors y consumidores de una forma compleja e interactiva.

CAPÍTULO II

ESPACIOS DE IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN DE LA CULTURA GAMER: UN ANÁLISIS SOCIO-SEMIÓTICO

2.1.- La vía de acceso

Si la tecnología se construye a partir de una multiplicidad de estructuras materiales, de entornos simbólicos y de grupos sociales; es necesario explicitar cada uno de esos componentes para describir la configuración de la cultura gamer. La identidad y formas de representación de los gamers se muestran en una amplia gama de espacios: en los propios videojuegos, en productos comunicacionales, en comunidades virtuales, en torneos, y en espacios emergentes como las redes sociales. En estos lugares se visibilizan interacciones, juegos simbólicos, lenguajes, metáforas y representaciones que estructuran a esta cultura.

“¿Dónde podemos comenzar un estudio de sobre la ciencia y la tecnología?” (Latour, 1992: 2). La pregunta es fundamental, ya que permite encontrar la vía de acceso para una investigación. Cada uno de los espacios que se detallaron en el párrafo anterior constituye la vía de acceso de esta investigación, porque fueron el primer contacto con la cultura gamer ecuatoriana. Los videojuegos, como lo propone Iván Rodrigo Mendizábal, no son un fenómeno aislado sino que constituyen parte de un nuevo lenguaje cultural que se relaciona con el ámbito tecnológico (2004: 12). Por ello, se vuelve necesario el análisis de los videojuegos más populares en el país, para determinar los simbolismos y discursos que están circulando en la relación entre la máquina¹⁰ y el gamer ecuatoriano.

En el recorrido para encontrar expresiones culturales de los gamer en Ecuador, se identificó a la revista PYXart como un importante lugar de identidad y representación. La revista es un producto comunicacional editado en el país por

¹⁰ Las maquinas, o consolas de videojuegos, más usadas en el país son: PlayStation 2 y 3, PC (u ordenador personal), PSP (PlayStation Portable), Nintendo Wii y Xbox 360. Datos obtenidos del portal [ecuagamers.com](http://www.ecuagamers.com). Los datos provienen de una encuesta nacional realizada por Ecuagamers y está disponible en: <http://www.ecuagamers.com/encuesta-gamers-del-ecuador/>

Esparrago Esquetch Cia. Ltda., una empresa dedicada exclusivamente al ámbito de los videojuegos. En PYXart existe información detallada sobre videojuegos, consolas y accesorios para los gamers, perfiles de gamers, trucos para diferentes videojuegos, temas sobre el género anime, novedades sobre cómics, entre otros contenidos.

A partir de este espacio de los gamers, se planteó la interrogante sobre la existencia o no de otros productos comunicacionales. Un zapping por la programación de televisión ecuatoriana develó otro espacio: "Juega Conmigo". Este programa se transmite de lunes a viernes, de 16:30 a 18:00 por el canal de UHF Televisión Satelital. El contenido de esta emisión televisiva abarca mayoritariamente información, tutoriales y consultas sobre videojuegos. Además, este programa de televisión posee una página Web desde donde se amplían muchos de los contenidos de su programación.

Un recorrido por la Web mostró varias páginas creadas en el país por gamers. El primer resultado que produce Google al digitar el criterio de búsqueda "gamers en Ecuador" es el sitio web de la comunidad: ecuagamers.com. En este portal se pueden encontrar foros de la comunidad en donde los gamers de Ecuador logran contactarse entre sí, generan grupos de discusión y, además, se encuentra un plan de asesoramiento en videojuegos. El segundo portal que aparece es gamersanime-e-motion.org, que es una plataforma en donde se encuentran clanes de juegos, información y noticias sobre videojuegos y una amplia información para los seguidores del anime en el país. Al digitar el criterio de búsqueda "clanes de videojuego en Ecuador" el resultado produce la página callofduty4ecuador.es.tl. Este es un portal creado por gamers ecuatorianos para vincularse y participar en el videojuego *Call of Duty 4: Modern Warfare*.

Al realizar el primer acercamiento a la comunidad Ecuagamers se abrieron dos elementos en donde también habitan la cultura gamer: el perfil creado por la comunidad en Facebook, que les permite interactuar entre ellos de una forma más cotidiana y dentro de una dinámica de "amigos"; y TwitchTV, que es una página en donde además de ver campeonatos entre videojugadores, juegos de peleas y tutoriales para algunos videojuegos, también se lo utiliza como un canal en donde la gente mira tutoriales.

TwitchTV es un portal derivado de Justin tv¹¹, pero con la diferencia de que es un canal exclusivo de videojuegos. El trabajo etnográfico de campo y virtual disgregó entre lugares de identidad y representación de los gamers y "actores" que contribuyen a configurar las culturas lúdicas virtuales en Ecuador. Tanto callofduty4ecuador.es.tl, como TwitchTV se convirtieron en actores que configuran dinámicas de interacción entre los gamers más que espacios culturales; por esta razón, estos dos portales de internet se los trabajará en el capítulo de "actores".

En este punto se describirán a un conjunto de espacios materiales y virtuales en donde se muestra la identidad y formas de representación de los gamers ecuatorianos. El punto focal son los discursos, o las representaciones e imaginarios, que estos espacios muestran y que se convierten tanto en insumos para los gamers como sus expresiones más actuales. Al final se procurará construir una red legitimadora de los discursos de los gamers que, a su vez, permitirá mostrar las dinámicas de identidad y representación de los gamers ecuatorianos.

2.2.- Preámbulo: la convergencia de lo actual y lo virtual

Los espacios de identidad y representación de los gamers ecuatorianos conforman una red compleja y heterogénea. Productos comunicacionales, espacios de interacción presencial, comunidades virtuales y videojuegos son componentes que transitan entre lo *Online* y lo *Offline*. La perspectiva del constructivismo social de la tecnología –o su variante: el constructivismo cultural de la tecnología– permite desentrañar el dilema de trabajar desde la materialidad de la cultura o desde su virtualización. La reflexión realizada en el capítulo anterior sobre el concepto de “híbrido” proporciona recursos para comprender que una cultura se construye por múltiples secciones, sean estas materiales o inmateriales, presenciales o virtuales, humanas o no-humanas. La vía de acceso que se eligió muestra precisamente esta heterogeneidad.

¹¹ Portal Web que permite crear videos en tiempo real y compartirlos en Internet. Justin.tv fue creado por: Justin Kan, Michael Seibel, KyleVogt y EmmettShear, quienes plantearon a inicios del 2008 la idea de transmitir video en vivo a través de la WEB 2.0. La idea básica fue utilizar una cámara conectada a modems y baterías que cargaban en una maleta, cuya grabación se transmitía en vivo por Internet. Kan y sus compañeros desarrollaron el concepto de ‘lifecasting’, o transmisión en vivo de la vida de una persona por la web.

Lo real y lo virtual no son dos cualidades irreconciliables como comúnmente se cree. “Lo virtual no es, en modo alguno, lo opuesto a lo real, sino una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata” (Lévy, 1999: 14). Mientras lo real implica la experiencia inmediata y material con el mundo físico, lo virtual es un nuevo desplazamiento de la experiencia en tanto es un espacio cargado de simbolismos, códigos e intercambios que transforma la forma de experimentar el mundo. La palabra virtual procede del latín medieval *virtualis*, que a su vez deriva del *virtus*: fuerza o potencia. De ahí que Pierre Lévy comprenda que lo real está en el orden del “yo lo tengo”, en tanto que lo virtual estaría dentro del orden del “tú lo tendrás”, de la ilusión o potencia (1999: 17).

La existencia de espacios de identidad y representación de los gamer que oscilan entre lo real y lo virtual muestran la potencialidad simbólica que poseen la cultura gamer. En el mismo orden de oposición entre lo real y lo virtual, la virtualización es comprendida comúnmente como un proceso de traspaso de lo real a lo virtual, que implica su muta negación. Desde la posición de Lévy:

...la virtualización no es una desrealización (la transformación de una realidad en un conjunto de posibles), sino una mutación de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológico del objeto considerado: en lugar de definirse principalmente por su actualidad, la entidad se encuentra así su consistencia en un campo problemático (1999: 18).

El proceso llamado “virtualizar” significa desplazar una entidad a un interrogante, a un lugar con múltiples posibilidades de simbolización. Además, la virtualización produce una redefinición de lo que se considera actual como respuesta inmediata a lo real, porque conduce a espacios multidimensionales que no necesariamente son reales-materiales.

Para que se produzca el proceso de virtualización -o el desplazamiento de lo real a lo virtual- debe existir el principio de *interacción*. Tres entidades son necesarias para que se produzca la interacción: la máquina, que desempeña el papel del medio de representación (instrumento de movilización a un interrogante); un entorno, ficticio,

cuyas propiedades se pueden definir con presión y que debe ser evocado por esa representación (el interrogante propiamente dicho); y el ser humano, en interacción con la máquina y con el entorno evocado (Cadoz, 1995: 73). Son estos tres elementos los que posibilitan el tránsito de lo material a lo simbólico-virtual.

La reflexión tomada de Claude Cadoz vuelve borrosa la frontera entre lo virtual y la representación. En el capítulo anterior se estableció que la representación conlleva dos lógicas: va en dirección de la presencia de un mundo, sobre la base de la evidencia o semejanza; y también va en la dirección de su ausencia, sobre la base de la ilusoriedad y del espejismo de la imagen. El proceso de virtualización ocasiona un tipo de representación en donde van de la mano estos dos procesos: la ilusoriedad, en tanto "sentirse en", y la semejanza de un mundo que se puede habitar. En el mundo de los videojuegos se habita una realidad que suele ser híper-simbolizada, porque escapa completamente al mundo actual. Sin embargo, su eficacia radica en la capacidad de sumergir al ser humano en un mundo representado con el que puede interactuar. Por ello: *"Queremos que la máquina sea para nosotros un entorno natural. En otros términos, queremos que lo represente de tal manera que podamos interactuar con él"* (Cadoz, 1995: 73).

La categoría de "realidad virtual" plantea este "sentirse en" pero en tiempo real. La interactividad es un proceso espacio-temporal que contribuye al sentimiento de inmersión que experimenta el usuario al ingresar al mundo virtualizado. De forma que, la realidad virtual es una interfaz que implica simulación en tiempo real e interacciones mediante múltiples canales sensoriales (Burdea y Coiffel, 1996: 24).

2.3.- Videojuegos: condición necesaria del gamer

La relación indisoluble entre los gamers y los videojuegos no está en duda. Las páginas de internet especializadas en videojuegos, la bibliografía existente y los gestores de esta cultura audiovisual¹² concuerdan en establecer que el gamer es un videojugador que tiene gran pasión e interés por los videojuegos, y su principal interés es terminarlos con

¹² Sitios como Gamer Evolution, Detribusurbanas y Ecuagamer concuerdan en su definición sobre los elementos que caracterizan a un gamer.

altos records y aprovecharlos al máximo (Jenkins, 2009: 54). Por ello, no puede ser considerado un gamer a una persona que solo juega un videojuego por jugar o para pasar un momento de diversión.

Entre las características que describen a un gamer están: interés en los videojuegos complejos cuyo manejo y dominio son complicados; invierte varias horas al día para practicar, conocer y explotar todos los aspectos ocultos del videojuego; se preocupa por términos y temas específicos como las gráficas, sistemas operativos, consolas, entre otros; se asegura de estar informado por las novedades que produzca la industria de los videojuegos; le interesan los videojuegos multi-jugador o videojuegos en línea, y participa en clanes y torneos para demostrar sus habilidades. Como se demostrará en esta investigación, ser un gamer es un estilo de vida (Gamer Evolution: 2009). Henry Jenkins, en su propuesta de la *cultura de la participación*, ha denunciado que estas características han contribuido para que el gamer frecuentemente se estigmatizado como un tipo de "fiki"-ente extraño que vive exclusivamente para los videojuegos- (2009: 87).

Entre la comunidad de gamers -identificadas en páginas Web, foros y chats de gamers¹³- se han creado algunos grupos distintivos acorde a su nivel de vinculación con los videojuegos:

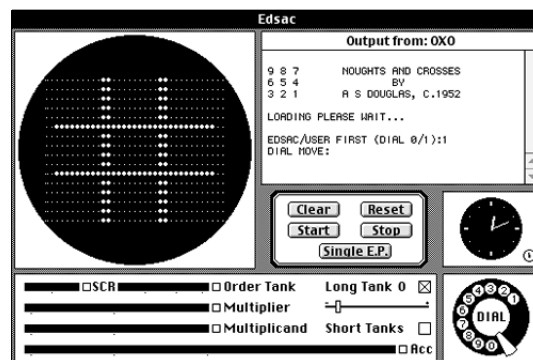
- **El Gosu:** Se caracteriza por ser un gamer con habilidades extraordinarias para jugar, y por ello, es considerado un jugador experto.
- **El Cheater:** Tipo de videojugador que utiliza trucos o "cheats" ocultos para conseguir llegar a los objetivos del videojuego.
- **PCeros:** Son los gamers que juegan o se especializan en videojuegos de computadora, sea PC o Mac.
- **Consoleros:** Son los gamers que juegan o se especializan en videojuegos de videoconsolas (Play Station, XBox, WII, Nintendo, etc.).
- **Arcaderos:** Son los gamers que juegan o se especializan en los videojuegos de máquinas arcades.

¹³ Portales como: ecuagamers.com, gamers.vg, gamers-on.com, latinogamers.com, arcadiagamers.com, urbandictionary.com, frikipedia.es, republicadegamers.com, se encuentran múltiples denominaciones de los gamers a partir de prácticas, consolas y habilidades en los juegos (Acceso junio 2012).

- **Movileros:** Aquellos que juegan en teléfonos móviles o tabletas.

Toda esta gama de características, que definen y diferencian a los gamers, permiten sostener por qué el punto de inicio obligatorio para hablar de la cultura gamer ecuatoriana son los videojuegos. Estas tecnologías, como es el caso de muchas otras, son el resultado de un proceso de constante de negociación entre un conglomerado de actores humanos y no-humanos.

El punto de inicio de la flexibilidad interpretativa de los videojuegos puede ubicarse en 1952 cuando Alexander Duglas, estudiante de la Universidad de Cambridge, en Estados Unidos, creó un juego llamado OXO que utilizaba un soporte digital operado por el ordenador *Electronic Delay Storage Automatic Calculator*, EDSAC (en español Computadora Automática de Almacenamiento de Retraso Electrónico), uno de los primeros computadores creados hasta ese entonces. El objetivo del juego era completar una fila, ya sea en horizontal, diagonal o vertical, con ceros o unos (juego comúnmente conocido como "tres en raya"). El jugador debía enfrentarse a la computadora y el resultado era visualizado en una pantalla de 35x16 píxeles:



Fuente: pixfans.com (imagen que visualizaba el ordenador EDSAC)

El videojuego OXO fue una forma de materializar la tesis doctoral de Duglas, en donde mostraba cómo se podría ejecutar una interacción entre el ser humano y una computadora. La computadora respondía acorde a los datos y elecciones que ingresaba el operador, por ello resultaba muy difícil que el ser humano pueda vencerla. El soporte fundamental para la creación de juego fue la EDSAC. En 1949 fue presentado este ordenador como el primer programa de almacenamiento electrónico del mundo. Para algunos autores este ordenador fue la primera calculadora electrónica (Gill, 1959;

Jenkins, 2009). Se acredita a Maurice Wilkes y sus colegas en el Laboratorio de Matemáticas de la Universidad de Cambridge el desarrollo de este ordenador.

Seis años más tarde, en 1958, William Higinbotham presentó un proyecto, durante una feria científica, que ofrecía una versión electrónica de un juego similar al tenis, al que llamó *Tennis For Two*¹⁴. Higinbotham es considerado el primer programador de videojuegos y a él se debe que las consolas¹⁵ existan, puesto que desarrolló un dispositivo exclusivo para un juego digital (Castillo y López, 2009: 101).

En 1961, Steve Russell, diseñó un juego interactivo que le llevó cerca de seis meses terminar en su primera versión: un juego simple en donde dos jugadores controlaban la velocidad y dirección de dos naves que disparaban torpedos tratando de destruirse entre sí, mientras evitaban la gravedad solar (Diez Gutiérrez, 2004: 17). Russell llamó a este juego *Space War*. En 1966, Ralph Baer diseñó el prototipo de la primera consola de juego concebida para ser utilizada con un televisor doméstico. Su prototipo centró la atención de una compañía llamada Magnavox que compró, en 1971, la tecnología del proyecto de Baer y comercializó el primer sistema de videojuego casero conocido con el nombre de *Odyssey*. El 27 de enero de 1972, Magnavox comenzó la cadena de producción de la máquina, que fue lanzada al mercado oficialmente en mayo de ese año.



Fuente: ciudadpc.com (consola Magnavox Odyssey de 1972)

¹⁴ Algunos historiadores de los videojuegos aseguran que Nighinbotham tardó media hora en crear el juego y una semana en la construcción de la máquina.

¹⁵ La "consola" se popularizó como el nombre del sistema electrónico de entretenimiento portable para el hogar (Diez Gutiérrez, 2004: 17).

En su lanzamiento se vendieron 100.000 unidades con un costo de 100 dólares por unidad. Una estrategia de Magnavox fue vender la *Odyssey* exclusivamente en sus propios almacenes con la excusa de que esta consola trabajaba únicamente en televisores de su marca (Donovan, 2010: 87).

A comienzos de los años 70, Nolan Bushnell y Ted Dabney fundaron la compañía Atari con la misión de desarrollar el naciente mercado de los juegos electrónicos. En 1972, Bushnell y Dabney prueban el juego *Ping Pong* de Higinbotham y deciden aplicar este videojuego en la consola *Odyssey*. Posteriormente, se desarrolló el primer juego de *Arcade*¹⁶ basado en la idea de Higinbotham: el *Pong*. Este fue el primer juego de monedas que tuvo éxito y convirtió a Atari en la compañía de videojuegos de más rápido crecimiento en Estados Unidos (Diez Gutiérrez, 2004: 18). El videojuego *Pong* supuso una auténtica revolución entre los juegos de las salas recreativas, ya que consistía en una surrealista simulación de una partida de tenis jugado sobre una pantalla de televisión. La representación gráfica de este videojuego era simple: dos rectángulos cumplían las funciones de jugadores y un pequeño cuadrado oscilaba de lado a lado de la pantalla, según fuese la pericia del jugador. Los controles de *Pong* eran dos ruedas que regulaban la posición del rectángulo-jugador en función de la deflexión vertical de la pantalla.

En 1973, Atari lanzó el primer juego arcade de laberintos: *Gotcha*; y en 1974, el primer videojuego de conducción: *Gran Trak 10*. Para 1976, Nolan Bushnell lanzó los primeros videojuegos de carreras con perspectiva en primera persona: *Night Driver* y *Breakout*. Ambos videojuegos fueron programados por los empleados de Atari: Steve Jobs y Steve Wozniak, quienes un año después fundaron Apple Computers. Estos videojuegos son un punto nodal en el desarrollo futuro de las tecnologías audiovisuales y de realidad virtual, puesto que sumergían al ser humano al interior de juego al ponerlo en primera persona de frente a la pantalla.

En esta evolución de los videojuegos, se pueden identificar tres momentos en el desarrollo de las consolas de juegos electrónicos: un momento de *flexibilidad interpretativa* se produce a partir de 1954 con el primer artefacto de interacción

¹⁶*Arcade* es un tipo de máquina recreativa de videojuegos que son disponibles en lugares públicos como: centros comerciales, restaurantes, bares, o salones recreativos especializados.

hombre-máquina de Alexander Duglas, hasta 1966 cuando se crea el primer modelo casero de consolas desarrollado por Ralph H. Baer. En este período fueron fundamentales las interpretaciones de William Higinbotham y Steve Russell para el desarrollo de estas tecnologías.

El inicio de la *estabilización* de las tecnologías de videojuegos se produce a inicios de los años 1970's con la fundación de la compañía Atari, por parte de Nolan Bushnell y Ted Dabney. En este momento se tenía un bosquejo de un "artefacto doméstico" que podía insertarse en los hogares; además, se habían desarrollados videojuegos como *Tennis for Two* o *Space War* que despertaron el interés de los jóvenes universitarios: "... se tenía el campo preparado para invertir en un mercado que tenía muchas posibilidades de expansión" (Kent, 2009: 24).

El momento de *clausura* se produce a mediados de los años de 1970's, cuando las consolas y los videojuegos demuestran su "*función*" por tres aspectos concretos:

1. Para 1972, las ventas de arcades fabricadas por Atari superaban las 8.500 máquinas, con un costo de producción de 500 dólares y un precio de venta al público de 1.500 dólares, la empresa crecía a pasos agigantados. Un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts estimó que, para 1974, alrededor del 90% de bares en los Estados Unidos tenían al menos un arcade en sus salas. El paso fundamental para la masificación de las consolas y arcades de Atari fue cuando Bushnell vendió esta compañía a Warner Communications en 1976, por un valor estimado de 32 millones de dólares. En 1979, Atari consiguió sus mayores éxitos, vendiendo millones de consolas Atari VCS 2600¹⁷. En los setentas, Atari producía un tercio de los ingresos de la empresa Warner, y pasó a ser la empresa de crecimiento más rápido en los Estados Unidos (Ferzzola, 2012).

¹⁷ La Atari VCS 2600 fue una videoconsola lanzada al mercado en octubre de 1977, convirtiéndose en la primera en tener éxito desde la adquisición de Warner Communications. Su modelo estaba influenciado en Odyssey, ya que también utilizaba cartuchos intercambiables.



Fuente: videogamesmuseum.com (Atari 2600 VCS de 1977)

2. La estructura básica de las consolas domésticas se clausura. Primero, la *Odyssey* de Magnavox (1972), y segundo la Atari VCS 2600 (1977), demuestran ser prácticos artefactos de entretenimiento para el hogar. A partir de este momento, los componentes básicos de los videojuegos domésticos empiezan a estabilizarse, manteniéndose muchos de sus elementos inalterados hasta la actualidad: primero, existe una **consola principal**, que es la unidad central de la máquina; segundo, **el controlador** (palanca de mando o *joystick*) que es la herramienta que permite controlar un personaje dentro del videojuego; tercero, **la tarjeta de memoria** que permite guardar el estado del juego; y cuarto, **los videojuegos** que son los insumos esenciales que administra la consola principal, cuyas gráficas e interacciones se muestran en la pantalla de televisión.
3. Las dinámicas de interrelación entre el ser humano y la máquina de videojuegos se bosqueja con claridad. Se constituyen al menos dos formas de esta relación (Kent, 2009: 35). Primero, **videojuegos en primera persona**, *Night Driver* fue el pionero en lograr una inmersión del ser humano en la pantalla. En este videojuego se debe conducir un vehículo a toda velocidad en plena noche, teniendo que evitar salirse de los límites de la carretera, y tratando de conseguir el mayor número de puntos antes de que se consuma el tiempo. Toda esta travesía el conductor está ausente por que es el videojugador quien tiene el rol principal en el juego. Segundo, **videojuegos de roles**¹⁸, *Dungeons & Dragons*¹⁹

¹⁸ También conocidos como CRPG por sus siglas en inglés: Computer Role-Playing Game.

fue el primer videojuego, desarrollado en 1974, de éste género. El juego consistía en representar papeles ficticios, dados por el juego en particular, situados en ambientes góticos o míticos, en lugares con seres mitológicos capaces de emplear la magia y otros atributos sobrenaturales.

Tanto el desarrollo de las consolas de videojuegos, así como las tecnologías de representación visual de ellos, han evolucionado de una forma acelerada y constante. El historiador de videojuegos, Tristan Donovan (2010), define siete generaciones bien definidas en la evolución de las videoconsolas:

- **Primera generación (1972-1977):** Dominada por las consolas *Odyssey* de Magnavox y *Pong* de Atari.
- **Segunda generación (1978-1984):** Se impone las consolas de Atari y aparece la industria japonesa con el modelo *Nintendo*.
- **Tercera generación (1985-1992):** Cae la industria de videojuegos en Estados Unidos y se impone el monopolio japonés de consolas con la NES (Nintendo Entertainment System).
- **Cuarta generación (1993-1995):** Esta etapa se caracteriza por la focalización en el desarrollo de las gráficas. Aparece la PC Engine que dio el salto de la resolución básica de 8 bits, de las primeras videoconsolas, a gráficas con 16 bits. También NES saca al mercado la consola "Supernintendo".
- **Quinta generación (1996-2000):** Ocurre el paso de los juegos 2D a consolas 3D, acompañadas con resoluciones gráficas que van desde los 32 bits a los 64 bits. En Europa, se impone la consola Sega Saturn, mientras que en Estados Unidos y en Japón triunfa el Nintendo 64 y el Nintendo Game Boy. Además, Sony ingresa al mercado con la videoconsola PlayStation.
- **Sexta generación (2001-2004):** A inicios del siglo XXI, Sony saca al mercado el modelo PlayStation 2, NES a su vez busca retomar el mercado con la consola Nintendo Game Cube, y Microsoft se inserta en el mercado con la videoconsola Xbox. Al respecto de las gráficas, se configura el cambio de bits a píxeles. Los

¹⁹*Dungeons & Dragons* fue un videojuego creado por Gary Gygax y Dave Arneson y publicado por la compañía de Gygax, Tactical Studies Rules (TSR). Originalmente se derivó de los juegos de tablero que usaban lápiz, papel y dados.

dispositivos gráficos de las consolas se codifican en píxeles que admiten hasta 256 variaciones de color (28 posibilidades binarias), que el trabajo en bits no permitía.

- **Séptima generación (2005- 2012):** La conexión a Internet a través de banda ancha y WiFi consolidan los videojuegos de Rol Multijugador Masivos en Línea o MMORPG (siglas del inglés de Massively Multiplayer Online Role-Playing Game). Las tecnologías Blue-ray codifican las gráficas con mayor complejidad y permiten combinar múltiples accesos de los videojuegos. Sony introduce al mercado el PlayStation 3 y el PSP (PlayStation Portable), NES saca a la luz el Nintendo Wii y Microsoft inserta en el mercado el Xbox 360.

Por otra parte, el desarrollo de los videojuegos -como contenidos- ha estado emparentado a la evolución de las videoconsolas. Steven Kent bosqueja una línea evolutiva de las gráficas de los juegos, y en donde ubica algunos hitos importantes (2009: 78):

- *Pong*, fue el primer videojuego de la historia con gráficas básicas y *Pac-man*, introducido por Atari, que operaba con su consola 2600, introdujo los primeros gráficos en color;
- *Súper Mario Bros 3*, fue la cima máxima de la época NES y el mejor juego, hablando visualmente, de su generación;
- *Wolfenstein 3D*, es oficialmente el primer juego tridimensional y marcó una revolución puesto que añadió profundidad en el mundo de los videojuegos;
- *Half Life*, marcó otra revolución -a finales de los 90's- ya que no buscaba las tres dimensiones, las dominaba totalmente y trabajó a detalle las texturas, los rostros de los personajes y los efectos de iluminación;
- Finalmente, a inicios del 2011 se lanzó *Rage HD* que es el primer videojuego que trabaja el concepto de fotorrealismo puro, gracias a su motor *id Software*. La tecnología HD (High Definition) mejora la calidad de audio y video respecto a la que ofrecían los aparatos analógicos. La era analógica tenía un formato de pantalla de 4:3, con una resolución de 625 líneas. En cambio, la tecnología HD la relación pasa a 16:9, dándole un formato cinematográfico. La frecuencia de cuadros se duplica y alcanza resoluciones de 1920 x 1080 píxeles.



Fuente: consolas.com (videojuego Wolfenstein 3D, 1992)



Fuente: consolas.com (videojuego Rage HD, 2012)

2.4.- Sentidos y discursos: pertinencia del análisis socio-semiótico

Para dar paso al análisis de los entornos materiales y virtuales que se constituyeron en la vía de acceso para esta investigación, se requirió de una herramienta investigativa que permita dar cuenta la forma en que los elementos simbólicos, que transitan en las culturas lúdicas, se construyen. Como se planteó en el capítulo anterior, un insumo fundamental del Constructivismo Social de la Tecnología son los sentidos que circulan en los grupos sociales relevantes, puesto que ellos construyen al artefacto. Además, para el enfoque culturalista del constructivismo, los significados de la tecnología estarán mediados por el espacio y el tiempo en que éstas se ubiquen. Para cumplir con estos cometidos, se identificó una herramienta metodológica que profundiza en los sentidos y los discursos de entornos comunicacionales y tecnológicos: el *análisis socio-semiótico*.

Con esta herramienta metodológica se procedió a analizar: la materialidad del sentido, configuración espacio-temporal del sentido y espacios mentales y mundos posibles, estas herramientas se aplicaron individualmente a cada espacio de identidad y representación de las culturas lúdicas ecuatorianas, puesto que se buscó describir en detalle cada elemento del discurso cultural de los gamers. Los dos momentos subsiguientes fueron la descripción de la red discursiva legitimadora y de la opacidad discursiva, puesto que buscan encontrar la interrelación textual y las dinámicas de poder que operan en el discurso gamer. Estos dos últimos momentos se aplicaron al conjunto de espacios de los gamers del Ecuador, y no de forma individual como en los anteriores.

2.5.- Análisis socio-semiótico de los videojuegos

La producción anual de videojuegos se cuenta por centenas²⁰. Por ejemplo, en el 2005 las compañías de entretenimiento lanzaron, en conjunto, 238 títulos diferentes. El pico más alto de producción se registró en el 2007, cuando se promocionaron 268 videojuegos. En el 2011, el nivel de desarrollo de esta industria descendió a 150 títulos en el año. Con esta vorágine de producción se enfrentó un problema al momento de seleccionar los videojuegos que son parte de las dinámicas de juego de los gamers. Para realizar esta selección, se utilizó una encuesta realizada por Ecuagamers, en diciembre de 2010²¹. Este insumo fue fundamental para el análisis socio-técnico de esta tecnología, porque esta encuesta examinó tres variables diferentes: videojuegos, consolas y gamers. Es decir, que no solo mostró el favoritismo de los videojugadores por un juego determinado, sino que dio cuenta de los factores técnicos que median dicha predilección. Los resultados de la encuesta expuso que: para los gamers que prefieren PC, el mejor videojuego es *Starcraft 2: wings of liberty* con un 75 por ciento de

²⁰ Entre las principales compañías desarrolladoras de videojuegos se encuentra: Capcom (quien ha lanzado Street Fighter, Resident Evil, Final Fight, entre otros), Rockstar (responsable de los videojuegos Max Payne y State of Emergency), Sega (que tiene títulos como Altered Beast, Daytona USA, Golden Axe), Konami (que lanzó Castlevania, Pro Evolution Soccer, Silent Hill, Metal Gear, etc.) y EA Games (que convirtió las franquicias como FIFA, Tiger Woods PGA, Madden NFL, Need For Speed en videojuegos) (Donovan, 2010).

²¹ La encuesta fue publicada por el portal ecuagamers.com y tomó en cuenta la opinión de 354 gamer. En este sondeo se indagó por los videojuegos favoritos de los gamers ecuatorianos a partir de las consolas que utilizan como: PC, PlayStation, Xbox y Nintendo Wii. Esta variable fue incluida debido a que generalmente los videojuegos están diseñados para un tipo determinado de videoconsolas.

favoritismo; para los gamers que usa PlayStation 3, el mejor videojuego es *God of War III* con una votación del 51,2 por ciento; y en el caso de XBox, el videojuego favorito es *Halo Reach* con 41.7 por ciento de votos. Con estos elementos que dan cuenta de actores humanos y no-humanos en la representatividad que tiene un determinado videojuego, se disponen de los insumos necesarios para iniciar el análisis socio-semiótico de estos espacios de identidad y representación de la cultura gamer ecuatoriana.

2.5.1.- *Starcraft 2: Wings of liberty*

StarCraft II: Wings of Liberty es parte de la secuela de *StarCraft*, un videojuego que fue lanzado por primera vez el 31 de marzo de 1998 para Microsoft Windows. El videojuego de ciencia ficción, creado por Blizzard Entertainment, tiene más de 11 millones de copias vendidas en todo el mundo a partir de febrero de 2009, fecha de lanzamiento de esta última zaga, y es uno de los juegos más vendidos para la computadora personal. Este videojuego pertenece al género de *estrategia en tiempo real*, en donde los jugadores crean ejércitos y luchan por el control del campo de batalla. Dichos ejércitos pueden ser del tamaño de un escuadrón de marines, o de una fuerza de invasión planetaria a gran escala. El jugador se ubica desde una vista aérea del campo de batalla y comanda a sus unidades en tiempo real.



Fuente: videojuego Starcraft II: Wings of Liberty (2011)

La dinámica del *Starcraft II: Wing of Liberty* consiste en pensar de manera estratégica obteniendo información acerca de los adversarios, anticipar sus movimientos, flanquear sus avances y formular una estrategia vencedora. Dentro del videojuego existen tres elementos que poseen una *corporeidad discursiva* -o materialidad del sentido- que son fácilmente identificables:

Personajes:

En *StarCraft II* habitan tres razas distintas, cuyos ejércitos constan de unidades y estructuras únicas. Los "Terran" son humanos exiliados de la Tierra que llegaron a Koprulu. Su personal está constituido por disidentes y gente descontenta que fueron exiliados de la Tierra. Los expulsados fundaron colonias que se convirtieron en los cimientos de los bloques de poder en el espacio Terran. El comandante principal de los batallones es Jim Raynor, quien tiene en sus manos la supervivencia de su raza.



Fuente: Videojuego *Starcraft II: Wings of Liberty* (Jim Raynor)

Los "Protoss" son seres humanoides con tecnología avanzada que usan sus poderes para mantener el orden y la paz en su lado de la galaxia. Con sus facultades, los Protoss auto-consideran como la especie más poderosa de la galaxia, hasta la llegada de los Terran. Finalmente, los "Zerg" son seres insectoides que buscan desencadenar el caos por toda la galaxia y amenazan con consumir a todo aquél que se atraviese en su camino.

La dinámica de batalla entre las diferentes razas que coexisten en este mundo de ciencia ficción se encuentran varios signos que marcan pautas de representación como la supremacía de lo humano sobre las otras razas. Los Terran, comandados por Jim

Raynor, son los encargados de liberar el sector Koprulu de sus enemigos. El aliado indispensable del hombre es la tecnología, simbolizada en el videojuego por los Protoss, mientras que el adversario a ser dominado es el otro, el no humano que está personificado por los Zerg. En este aspecto, el videojuego transmite una representación de lo heroico simbolizado por Raynor, un hombre caucásico, musculoso, valiente y temerario. Los enemigos -la raza Zerg- es lo anti-humano, que tienen poderes sobrenaturales, como la capacidad de controlar la mente de los enemigos. La clave del videojuego es la dominación de los otros -Protoss y Zerg- para usar sus poderes para el bien propio.

Fuerza militar:

Cada raza en *Starcraft II: Wings of Liberty* posee una capacidad armamentística diferente. Los Protoss tienen acceso a poderosas unidades, maquinarias y a tecnologías avanzadas, tales como escudos de energía y capacidades lumínicas. Sus fuerzas tienen procesos de fabricación largos y costosos. Los Zerg tienen unidades y estructuras insectoides totalmente orgánicas, que pueden ser producidas de forma rápida y con un costo mucho más barato de recursos, pero son a su vez más débiles. Los Terran proporcionan un punto intermedio entre las otras dos razas, proporcionando unidades que son versátiles y flexibles. Ellos tienen acceso a una amplia gama de tecnologías militares y maquinaria balística, tales como tanques y armas nucleares. Por consiguiente, el poder está simbolizado a través de las armas que tiene a disposición el gamer, y sobre el uso que de ellas se hace. El dominio de una raza sobre la otra está mediado por la fuerza militar que el jugador tenga a su alcance y por su habilidad de poderla controlar.

Economía de la base:

Al inicio de la partida en el videojuego, se dispone de una base sencilla y un número limitado de trabajadores. Los miembros de la base son utilizados para recolectar recursos, los que son necesarios para expandir la base y entrenar a las unidades de combate. El desarrollo de una economía sólida es fundamental para solventar las necesidades del creciente ejército. Las tres razas cuenta con dos recursos para mantener sus economías del juego y la construcción de sus fuerzas: minerales y gas vespeno. Los

minerales son necesarios para todas las unidades y estructuras. Los jugadores requieren gas vespeno para construir unidades avanzadas y edificios. La obtención de suministro funciona exactamente de la misma forma para cada raza, lo que permite a los jugadores crear nuevas unidades cuando hay recursos suficientes para mantenerlos. Esto implica que el juego visibiliza la necesidad de un manejo "inteligente" de la economía de la base, ya no solo la capacidad de pelear en el campo de batalla.

Configuración espacio-temporal:

Los códigos del videojuego apelan permanentemente al campo de batalla y a la guerra. Este ambiente se ubica en el futuro -en el siglo XXVI- en donde impera la violencia y las estrategias militares.



Fuente: Videojuego *Starcraft II: Wings of Liberty* (batalla en el sector Koprulu)

La dinámica del videojuego plantea un escenario de destrucción permanente en donde la raza Terran está llamada a salir victoriosa. Este escenario adverso, gris y holocaustico ubica al gamer en un lugar de combate permanente. El futuro se vende como un tiempo altamente tecnologizado en donde la victoria está determinada por el control del ámbito militar.

Espacios mentales:

Finalmente, el videojuego muestra un *mundo posible* militarmente tecnologizado, en constante guerra, caótico, cuya única esperanza es el ejército de Terran, liderado por Jim Raynor. *Starcraft II* se ubica en una narrativa del heroísmo de la raza humana frente a

lo anti-humano. Las estrategias para derrotar a los oponentes es la adquisición de múltiples trabajadores, que recolectan los recursos que necesita la base, la destrucción de las edificaciones de los adversarios y el dominio de las otras razas. Ideológicamente, este videojuego construye un mundo en donde la conquista y la destrucción son las claves necesarias para triunfar.

La cantidad de elementos dinámicos mostrados en pantalla resulta en momentos apabullante durante el videojuego. Explosiones, florescencias permanentes, persecuciones y demás juegos de luces, consolidan un discurso efervescente de elementos que hipnotizan la mirada. La dinámica del *Starcraft II* implica la supervivencia, el dominio de las otras razas y la consecuente victoria. El ejército que comanda el gamer debe combatir por la gestión de recursos, y por el manejo de la mayor parte de armamentos disponibles. El control del videojuego no está enfocado plenamente al combate, sino a la administración. Tener dotes organizativas que permitan desarrollar una civilización próspera es la clave para conseguir la superioridad racial de los Terran. Como lo propone Iván Rodrigo Mendizábal, este tipo de videojuego genera constantemente "simulaciones de poder" que supera lo meramente lúdico para desarrollar en el gamer una visión económica-administrativa de los recursos en su equipo.

2.5.2.- *God of War III*

God of War III pertenece a la saga de videojuegos *God of War* creada por SCE Studios Santa Mónica, y fue lanzado para PlayStation 3, el 16 de marzo de 2010. El juego soporta una resolución de 1080i, que significa el máximo de resolución que tolera la consola de Sony y los televisores de plasma o LCD. El juego se encasilla en el género de aventura y da continuidad a la historia de *God of War II: la venganza de Kratos*.

Después de la derrota de Ares, Kratos -personaje principal de la historia- se convierte en el nuevo dios de la guerra; posteriormente es traicionado por su padre, Zeus, quien le da muerte. En el Inframundo gobernado por Hades es rescatado por Gaia -diosa de la Tierra en la mitología griega- que le brinda la oportunidad de la venganza.

El juego inicia con las palabras de Kratos: "*Zeus tu hijo ha vuelto, y trae consigo la destrucción del Olimpo*" (God of War III, 2010).

Un ave asciende desde el Inframundo para mirar las ciudades entre el Olimpo y el Inframundo y poco después se ven a los titanes luchando. En la cima del Monte Olimpo, los dioses Helios (en su carruaje), Hermes y Hades se lanzan a pelear. Es en este momento en donde da inicio el videojuego y el gamer debe ejecutar la venganza de Kratos y asesinar a Zeus.



Fuente: Videojuego *God of War III* (personaje Kratos)

Al interior de videojuego se pueden identificar fuertes marcas discursivas que conducen a revelar los sentidos que transmite este discurso:

Kratos:

Es el protagonista principal del videojuego. Hijo de Zeus y una mujer mortal, este personaje nació en Esparta y comandó el ejército de esa ciudad. El videojuego describe a Kratos como un personaje que ganó muchas batallas y trajo muchos tesoros a su familia. Sin embargo, se convirtió en un guerrero brutal que ganaba sus batallas a través de tácticas poco ortodoxas. Las características físicas de este personaje simbolizan la fuerza y la resistencia que son necesarias para ejecutar su venganza. Siempre mantiene el torso desnudo lo que permite mostrar su condición física para la batalla. Su rostro constantemente muestra furia en los momentos de combate, lo que implica dos elementos que resultan indisolubles: ira y lucha. Otro elemento invariable es la

presencia de armas en sus manos -generalmente son espadas- que se convierten en los instrumentos de su venganza.

Bestias míticas:

Las batallas que mantiene Kratos en el Inframundo y en el Olimpo son con personajes mitológicos como el Centauro. Este ser tiene una corporalidad humanoide pero su cabeza es de toro, su estatura duplica a la de Kratos y posee una fuerza desbordante. La mezcla física de este personaje denota maldad y una fuerte carga simbólica sobre lo demoníaco. Otro personaje fuertemente metafórico en el videojuego es Epimeteo -según la mitología griega es hermano de Prometeo- quien posee una fuerza física incomparable pero de mermado conocimiento. Epimeteo es la antítesis de Kratos puesto que no tiene punto de comparación con las habilidades e inteligencia del protagonista del videojuego. Esta manera de construir personajes a partir de extrapolaciones es muy eficaz, ya que permite que el centro de atención del discurso de *God of War III* -Kratos- resalte ante los demás actantes del videojuego. Epimeteo posee una corporalidad grande pero sin las características corporales de Kratos.



Fuente: Videojuego *God of War III* (Kratos enfrenta al Centauro)

Fuego:

Desde el Inframundo hasta sus batallas en el Olimpo, el fuego es un elemento persistente en el videojuego porque resalta el hecho de habitar un lugar en constante destrucción. En la mitología griega, el fuego era considerándolo sagrado en sí mismo y representante de alguna divinidad. Este elemento es aprovechado en el videojuego en

todo momento, no solo en escenarios exteriores de combate. También en los tres dioses del fuego que existen en *God of War*: Prometeo (el principal dios del fuego), Hestia (en la mitología romana, Vesta diosa del hogar) y Hefestos (Vulcano, dios herrero). Además, las espadas que tiene en las manos Kratos se encienden con fuego al momento de atacar a sus rivales.

Configuración espacio-temporal:

El videojuego se ubica en una época de dioses, héroes y seres idílicos. En *God of War* el gamer tiene la posibilidad de vivir el mito, en una época pasada sin fecha exacta. El inframundo y el Olimpo son los escenarios que tiene el gamer para cumplir con su cometido: derrotar a Zeus por su traición. El jugador tiene la posibilidad de construir la historia épica de Kratos a partir de las circunstancias que recrea este videojuego. Dioses, titanes y criaturas mitológicas confluyen en los escenarios que suministrar al gamer la posibilidad de vivir la mitología griega. Los combates contra Hércules, Poseidón, Ares, Cronos, Céfiros o Perses se ubican en lugares mitológicos y grises. El Olimpo está recreado con arquitecturas que trasladan al gamer a la Antigua Grecia.



Fuente: Videojuego *God of War III* (Kratos en el Olimpo)

Mundos posibles:

Kratos, el guerrero espartano hijo de Zeus, es la representación de la venganza en contra de su propio padre por traicionarlo. Un análisis vago podría determinar vestigios de un complejo edípico en la historia; sin embargo, la muerte del padre a manos del hijo no

corresponde a la lucha por el amor de la madre. La venganza se genera por la traición y no por una mujer. Más que un mundo posible, el videojuego brinda la posibilidad de vivir y combatir en la mitología griega. *God of War III* representa la batalla a través de dos elementos claves: primero, las habilidades extra humanas -divinas- (fuego en las armas o la capacidad de volar); y segundo, el uso de armas clásicas de las epopeyas griegas (espadas, lanzas, escudos, etc.) La celeridad con la que transcurre las imágenes y el hiperrealismo de los personajes, los escenarios y los sonidos, configuran un mundo utópico pero al alcance de las manos del videojugador.

La odisea del legendario espartano llega a su fin cuando escribe su nombre a fuego en las puertas del Olimpo. Esto demuestra la posibilidad que tiene el gamer para escribir una historia idílica entre guerras, titanes y dioses. El discurso del videojuego descentra la batalla del bien contra el mal que ha sido clásica en muchos de los videojuegos de aventura. El mensaje es el triunfo de Kratos -el dios de la guerra- sobre Zeus, el Dios de los dioses y de los hombres.

2.5.3.- *Halo Reach*

Halo Reach es un videojuego de estrategia de guerra en el género de primera persona, que fue creado por la empresa de videojuegos Bungie y posteriormente publicado por Microsoft Game Studios, exclusivamente para la consola Xbox 360. El videojuego se estrenó oficialmente el 14 de septiembre de 2010.



Fuente: *Videojuego Halo Reach* (Carter en el campo de batalla)

Halo Reach genera la posibilidad de individualizar al personaje jugador, como cascos, armaduras, accesorios armamentistas, entre otros, que se desbloquean al ganar dinero o los puntos que se adquieren al pasar las misiones de la campaña, al jugar partidas multijugador, etc. El videojuego transcurre en el año 2.552 D.C., donde la humanidad mantiene una guerra contra seres alienígenos. El gamer debe controlar a Noble 6, un soldado miembro del Equipo "Noble" durante la batalla en la colonia humana de Reach. Este equipo es una unidad de operaciones especiales integrado por súper-soldados de élite conocidos como "Spartans". El jugador solo tiene la posibilidad de asumir el papel de un nuevo miembro que entra al equipo.

El entorno en donde se desarrolla el videojuego es el planeta Reach, un mundo rico en entornos y escenarios naturales que mantiene similitudes con los filmes sobre la guerra de Vietnam de los setentas.

De la multiplicidad de elementos simbólicos que posee este videojuego, las marcas -o huellas- discursivas que resaltan son:

Carter (Noble 1):

Este súper soldado es líder del Equipo "Noble", durante la batalla en la colonia humana de Reach contra un grupo de razas alienígenas conocida como el Covenant. Un elemento característico de este personaje es el traje que lleva puesto: una armadura de tecnología avanzada que apenas deja ver su rostro. Si bien Carter es un ser humano, la supremacía de la presencia del traje borra la frontera entre el soldado y la tecnología. En general, la investidura que lleva puesto el equipo Noble tiene una visible similitud con personajes creados ya entre las décadas de los ochentas y noventas del siglo pasado, como el personaje principal de la película *Robocop*²². La idea de lo humano tecnologizado se reafirma en todos los personajes del Equipo Noble.

Como complemento a este simbolismo que oscila entre lo humano y lo no-humano, se muestran marcas de experiencias de guerra. El rostro de Carter tiene una

²²RoboCop es un filme de producción estadounidense que fue estrenado en 1987 bajo la dirección de Paul Verhoeven. El personaje principal es el policía Alexander James Murphy, un cyborg en cuya estructura se entremezclan lo tecnológico y lo humano.

fisonomía caucásica y posee cicatrices de enfrentamientos pasados. Esto reafirma la idea que la experiencia deja marcas, en este caso, en los cuerpos de los combatientes.



Fuente: Videojuego *Halo Reach* (personaje Carter)

Armamento:

Las armas poseen un protagonismo principal en *Halo Reach* ya que, al ser un videojuego en primera persona, siempre están en las manos del gamer. Revólveres, ametralladoras y rifles de alto rendimiento se tiene a disposición para eliminar al enemigo. El desarrollo tecnológico de estas armas las hace letales a la hora de usarlas en el campo de batalla. La velocidad que se producen los disparos -si bien en ocasiones llegan a desubicar al jugador- magnifica la dinámica del combate y la mortalidad del equipo Noble.



Fuente: Videojuego *Halo Reach* (perspectiva del jugador)

Covenant:

Estos personajes son la representación del enemigo. Son seres alienígenos que tienen controlado el planeta Reach. Su estructura física posee rasgos sobrenaturales combinados con elementos de alta tecnología que muestran resistencia a los ataques del equipo Noble. Su construcción simboliza a seres del futuro cuya tecnologización los hace letales a la hora de atacar a los seres humanos. Los Covenant, como la simbolización del enemigo, son seres anti-humanos que manejan una comunicación poco audible y claramente diferenciable del lenguaje humano del equipo Noble. La dinámica de oposición humano/anti-humano resulta exitosa en la estructura del videojuego porque construye arquetipos del bien y del mal claramente distinguibles.

Configuración espacio-temporal:

El videojuego se lleva a cabo en el año 2552, en un planeta llamado Reach. En este planeta los seres humanos, bajo el mando de UNSC, han librado una guerra contra los Covenant. El ambiente en el que se desenvuelve la batalla es la selva con concentraciones, o bases militares, de las tropas enemigas. En esta configuración vuelve a operar un sistema de oposición: naturaleza / tecnología. Sin embargo, esta dicotomía no busca crear parcialidades hacia lo bueno o lo malo, más bien se configura un ambiente rico en recursos visuales que anclan combates futuristas en lugares reconocibles por el jugador. Los escenarios no son catastróficos sino cercanos para el gamer como: selva, ríos y bases militares.

Mundos posibles:

Halo Reach es un lugar en donde se trabaja para recuperar la paz mediante la guerra. Para conseguir este objetivo, se debe construir una estrategia económico-militar fuerte: es necesario conseguir el dinero suficiente -mediante las misiones exitosas- y así consolidar la fuerza militar para alcanzar el triunfo sobre los Covenant. La representación de combate, el trabajo en equipo y la dicotomía humano/anti-humano construyen un espacio en el que confluyen valores poco relacionables como la fraternidad, la violencia, o la estrategia de batalla, que a su vez construyen un mundo utópico a partir de elementos mundanos.

2.6.- Análisis socio-semiótico de la revista PYXart

La revista PYXart se constituye en la primera construcción comunicacional-mediática de la cultura gamer ecuatoriana. Antes de la existencia de esta revista, la información del mundo de los videojuegos provenía de otros países, mismos que proporcionaban una información descontextualizada a la realidad del Ecuador. Esparrago Esquetch Cia. Ltda. es la empresa que se encarga de editar esta revista de videojuegos, y su objetivo es: "... dar a conocer ampliamente la propuesta de géneros, lanzamientos, consolas, guías, trucos y actualidad dentro del mundo de la diversión digital"²³.



Fuente: Revista PYX ART, edición 36 octubre-noviembre de 2010 (imagen de su portada)

²³ Gavilanes, Christian. Entrevista realizada el 11 de mayo de 2012 en la ciudad de Quito. Entrevistador: Ricardo Rosales.

PYXart es una revista de publicación bimensual, cuya primera edición circuló bajo el nombre del Pixel Art, en diciembre del 2004. Esta revista se dirige tanto a videojugadores ocasionales como a gamers profesionales, puesto que su contenido es de utilidad para cualquier persona que siente interés por los videojuegos. De todas las revistas PYXart que han sido publicadas, 47 ediciones en 8 años de vida, se seleccionó la edición número 36, ya que fue el primer producto comunicacional de videojuegos que llegó a las manos del investigador. En este producto existe una multiplicidad de representaciones, imágenes, códigos que en su conjunto constituyen un discurso que grafica de alguna forma la identidad del gamer:

Huellas de identidad: El primer elemento que sale a relucir de la revista PYXart es el uso de códigos visuales como: personajes provenientes de zagas (manga) asiáticas, personajes rubios y estéticamente “esbeltos”, personajes en una batalla constante y letras de los títulos en itálica. Sobre todo los personajes que se encuentran la portada son blancos, europeos, estéticamente “bellos”, valientes, etc.; es decir, existe un discurso eurocéntrico legitimado en este tipo de revistas. La palabra PYXart es una marca social referida en primer lugar a PIXEL, como cualidad mínima de imágenes digitales, y ART como léxico anglosajón que significa arte. En su conjunto, el titular apela a los nuevos significantes y formas de construir lo artístico en las culturas llamadas digitales. El eslogan “¿Y tú... que juegas?” demarca socialmente al grupo al que se dirige: sujetos que están inmerso en las culturas audiovisuales.

Si se centra la atención en aviso central compuesto por el titular *Dragon Ball 2 Raging Blast*, el subtítulo *Más de 90 luchadores en acción*, la imagen central de la revista con cuatro personajes del videojuego, se encontrarán múltiples marcas sociales. La fotografía central de la revista posee mucho simbolismo ideológico eurocéntrico. Los dos personajes ubicados en la parte derecha de la revista son hombres blancos, con perfiles caucásicos, con ojos verdes, fuertes y valientes. Los personajes ubicados en la parte izquierda son los villanos que no son blancos o humanos. La oposición entre el bien y el mal opera entre europeo y lo no europeo.



Fuente: Revista PYX ART, edición 36 octubre-noviembre de 2010 (imagen de la sección Chicas N.I.C.E., página 21)

La sección CHICAS N.I.C.E de la revista es un punto focal de esta investigación, ya que muestra a gamers que generalmente no son visibilizadas: las mujeres. Según la encuesta realizada por el portal Ecuagamers, en diciembre de 2012, tan sólo el 6 por ciento de gamers pertenecen al género femenino. De esta sección de la revista se pueden encontrar dos significaciones: la primera es mostrar a una minoría del conjunto de gamers tienen presencia en las culturas lúdicas, sin embargo, el efecto colateral es exotizar a las mujeres ya que se les otorga un espacio diferente al que poseen el resto de gamers.

Configuración espacio-temporal:

En el conjunto de la construcción gráfica de la revista evoca a la cultura digital como el nuevo devenir de lo social. Lo digital y virtual se convierte en la nueva realidad de las culturas contemporáneas. Sin embargo, en la nota lateral izquierda de la portada de la revista se observa la imagen del jugador ecuatoriano Antonio Valencia, junto con la leyenda “PES 2011 PROEVOLUTION SOCCER VS. FIFA 11 la batalla por ser el mejor también en Play 2”. En la imagen de este futbolista se apela a lo ecuatoriano ya que este deportista se ha convertido en un emblema nacional. A pesar de que

constantemente la revista muestra estéticas eurocéntricas, la imagen de este futbolista va a anclar lo particular con lo global.

Mundos posibles:

Tanto las huellas como la configuración espacio-temporal de la revista PYXart presentan estéticas, como la forma de construir sus cabezotes y la organización de sus códigos, que simbolizan una cultura global profundamente eurocéntrica. Sin embargo, cuando se realiza un acercamiento detallado a la revista PYXART se encuentran elementos locales que sitúan al gamer en un contexto y no en otro, así lo revela la gráfica del jugador de fútbol Antonio Valencia y la sección CHICAS N.I.C.E. Las imágenes de los productos comunicacionales no son gratuitas, éstas buscan una finalidad, están cargadas de discursos que legitiman una determinada estética.

Las representaciones que construyen los medios de comunicación son un fuerte recurso para alimentar la identidad individual (el yo interno) que vive en cada sujeto. Víctor Sampedro establece que los medios de comunicación facilitan ciertas rutinas de interacción que conectan a los individuos con su comunidad imaginada (Sampedro, 2003: 32). De esta forma, los medios de comunicación son un lazo entre un individuo y la colectividad a la que pertenece. En esa colectividad, a la que un individuo pertenece, también se encuentra el medio de comunicación. Una comunidad depende de conexiones y funciones vinculantes (Sampedro, 2003: 33), y los medios de comunicación ayudarán precisamente a tender puentes entre los individuos de una comunidad imaginada.

2.7.- Análisis socio-semiótico del programa de televisión Juega Conmigo

El programa de Televisión Satelital *Juega Conmigo* se transmite de lunes a viernes, de 16:30 a 17:30. Este espacio comunicacional se transmite desde Guayaquil a través del canal de aire 36 UHF en esa ciudad, y 25 UHF Quito. El contenido de este programa se centra en tutoriales sobre videojuegos que la audiencia solicita a través de su página de internet, también difunde información sobre lanzamientos de videojuegos y consolas, y

concursos de gamers que se realizan en el país. El programa escogido para realizar el presente análisis fue el emitido el día viernes 25 de mayo de 2012²⁴.



Fuente: Programa Juega Conmigo (emisión 25 de mayo de 2012)

Materialidad del sentido:

En el programa de televisión Juega Conmigo existen componentes importantes que remiten a la cultura gamer como la interacción entre el ser humano y la tecnología. El presentador, Roberto Méndez, es el componente humano en el programa televisivo. De aspecto juvenil -en su estructura física- interactúa con "Christian" quien es la voz en *off* que da soporte a la dirección del programa, y con los televidentes que consultan en vivo sobre aspectos relacionados con los videojuegos o con consolas. La voz de Christian y de los televidentes se constituyen en presencias- ausencias, que se representan a través de su habla: físicamente no se muestran pero denotan una interacción virtual, en tiempo real, con el presentador del programa.

El otro componente es el tecnológico. La cámara enfoca a Rafael desde un plano medio desde donde se aprecia una constante interactividad tanto con el componente humano ausente como con los entornos virtuales. El presentador tiene al frente una laptop que le permite interactuar con la red. La computadora portátil se constituye en la puerta de acceso al mundo virtual que habita el programa de televisión, desde allí se

²⁴ La selección del programa Juega Conmigo fue al azar, considerando que los días viernes los productores afirmaron que los fines de semana se tiene una amplia interacción con su audiencia.

comunica con la audiencia que postea mensajes en la página Web, menciona los comentarios o preguntas en el perfil que tiene Juega Connmigo en Facebook, también controla la cuenta del programa en Twitter.



Fuente: Página Web del programa *Juega Connmigo*

Configuración espacio-temporal:

El programa de televisión conduce al televidente a un espacio altamente tecnologizado. La propuesta visual de Juega Connmigo, el presentador navegando constantemente en Internet, muestra un mundo en donde se borran las fronteras entre lo actual y lo virtual, y se habita un espacio "híbrido" que transita constantemente entre mundos físicos y simbólicos. Rafael, gracias a su dialecto, expresiones y forma de vestir, traslada al televidente a un lugar conocido: lo ecuatoriano. Por consiguiente, la configuración espacio-temporal del programa de televisión se sintetiza en un lugar tecnologizado y a la vez ecuatoriano.

Mundos posibles:

Más que a un lugar utópico, el programa de televisión crea una forma de representación en el mundo de los videojuegos muy clara. Primero, utilización de un argot que solo es comprensible para quien le interesa la cultura gamer. En el programa de televisión analizado, el presentador utilizó dos terminologías que son poco conocidas: "GAMEPLAY", que es básicamente un vídeo donde se muestra el juego en plena

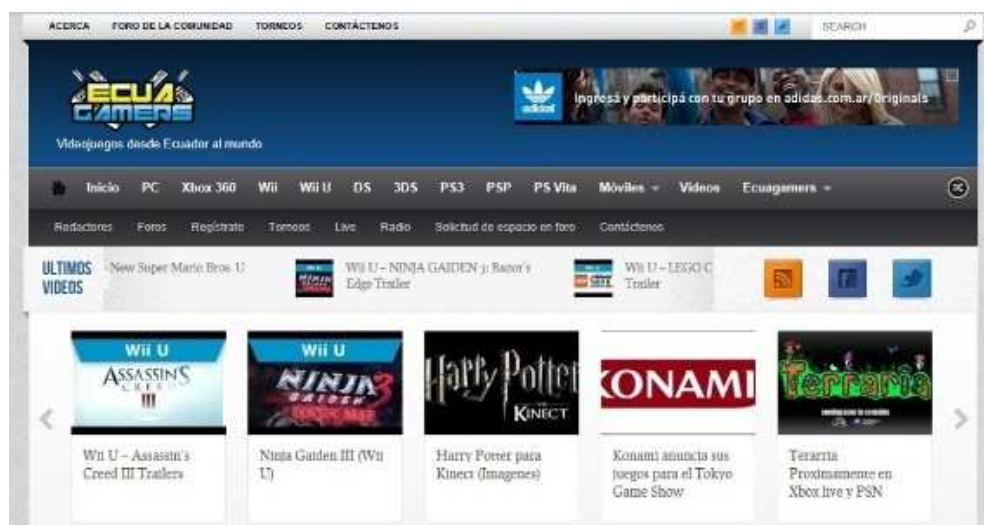
acción, es decir, un vídeo de alguien jugando el juego; "GAMETRAILER", en cambio es un video de un determinado juego que ayuda a su difusión o promoción pero que no muestra a alguien jugándolo. Estas dos terminologías resultan de fácil confusión para quién no está inserto en el mundo de los videojuegos.

Segundo, al igual de la revista PYXart, el programa Juega Conmigo difunde imágenes de los videojuegos que son los más descargados o comprados por la gente. En la apertura del programa se aprecia una cortina audiovisual que conglera imágenes de consolas de videojuegos y personajes emblemáticos como: el personaje principal del juego *Assassin's Creed* y a Kratos de *God of War*. La combinación de la representación de las consolas, junto con las imágenes de los héroes de los videojuegos, construye un imaginario híper-simbolizado por la tecnología y el eurocentrismo.

2.8.- Análisis socio-semiótico del portal de Ecuagamers

Ecuagamers es una página de internet con contenidos relacionados al mundo de los videojuegos. La administradora del portal es Andrea Rodríguez Ortiz, conocida en la comunidad gamer como "Yunie", quien lo dirige desde la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Ecuagamers es un lugar desde donde se visibiliza la tecnología y la innovación de los videojuegos. Los contenidos se clasifican a partir de la variable tecnológica-artefactual, así los gamer siguen la información de la página a partir de su consola de videojuegos.

En la primera barra navegadora se encuentra una clasificación con los siguientes hipervínculos: PC, Xbox 360, Wii, Wii U, DS, 3 DS, PS3, PSP, PS Vista, Móviles y Videos. Estos componentes demuestran el imperativo de la innovación tecnológica en la cultura gamer. Las tres barras navegadores principales de la página muestran videos o galerías de fotos sobre videojuegos como: *Assassin's Creed III*, *Ninja Gaiden 3* y *Harry Potter Kinect*, videojuegos considerados de última generación.



Fuente: Página principal o *Homepage* de ecuagamers.com

Materialidad del sentido:

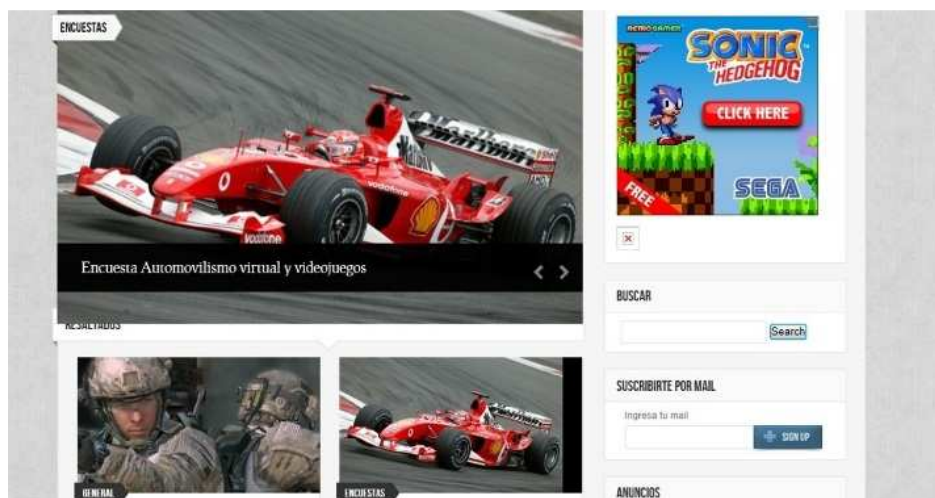
El punto focal de atención de la página, por ocupar un espacio mayor que los otros elementos, es la tercera franja de difusión de videos en donde se promocionan los destacados. Al momento de la investigación se promocionaba la encuesta de automovilismo virtual y videojuegos, así como el Campus Party Quito 2012 que se realizaría en octubre del año en 2012 y reseñas de los videojuegos *Assassin's Creed III* y *Ninja Gaiden III*. El fuerte componente visual simboliza un predominio de la mirada sobre otras sensorialidades.

La clasificación de los contenidos a partir de las consolas de videojuegos de última generación difunde sentidos desde la concepción de lo nuevo. Los administradores de la página determinan el material que se mostrará en el portal a partir de dos recursos: las encuestas y la innovación en el mundo de los videojuegos. Esta forma de trabajar los contenidos se enmarca desde la concepción "neoschumpeteriana" de la innovación, que se enfoca en mirar los procesos de cambio tecnológico mediante las etapas de desarrollo económico, en este caso medible a través del consumo de un videojuego o consola, y por las innovaciones tecnológicas que modifican la producción de bienes o servicios -en este caso la forma y los contenidos de la página- (Bramuglia, 2000: 10). Específicamente, Ecuagamers trabaja sobre la base de una innovación de tipo incremental: "... comprendida como mejoras continuas y sucesivas en la tecnología de

procesos y productos que ocurren continuamente y espontáneamente en las actividades industriales y de servicios" (Schumpeter, 1939; en Bramuglia, 2000: 160).

Configuración espacio-temporal:

La superposición de los códigos visuales y la configuración de los contenidos a partir de la innovación remite a los gamers a un lugar común: la cultura visual. Este nuevo lugar que los gamers han contribuido a configurar, no posee códigos que remitan a un sitio o a una cultura desde una concepción tradicional: la adscripción a un territorio o un lugar físico. El nuevo espacio, o lugar de la cultura gamer, está creado a partir de lo visual y la innovación. El espacio-tiempo de los gamers está vinculado a la virtualidad más allá de internet, y se configuró a partir de entornos simbólicos e iconográficos que llenaron su hábitat. Se puede apreciar una fuerte influencia de la industria televisiva, de deportes y de las marcas, a la hora de configurar un espacio y un tiempo determinado. En el gráfico que se presenta a continuación se advierte la confluencia de al menos dos grandes industrias: la deportiva y las marcas. La encuesta que se publicita en el banner principal se refiere a automovilismo y videojuegos, pero se muestra un solo tipo de deporte automovilístico: la Fórmula Uno. Y dentro de este deporte se publicita a un solo equipo automovilístico: Ferrari. Por ello, la configuración espacio-temporal conlleva el recorte de un espacio y un tiempo ligado a prácticas y marcas, en este caso.



Fuente: Página ecuagamers.com (banner principal)

Además, el gráfico muestra una práctica común en los videojuegos: El *advergaming*, que implica publicitar una marca, producto, organización o idea en los videojuegos.

Mundos posibles:

En este lugar de identidad y representación de los gamers se encuentra un fuerte vínculo entre la configuración espacio-temporal y el mundo posible de las culturas lúdicas, ya que la fortaleza de la cultura visual apegada a la innovación tecnológica rodea al cibernauta que ingresa a Ecuagamers. Esta página ejemplifica el desplazamiento mental-espacial desde los lugares reales hacia un lugar irreal-utópico, que muestra nuevos escenarios o mapas cognitivos que pretenden impugnar a los ya construidos en lo real (Mendizábal, 2004: 53). Al pulsar "play" en los videos del portal Ecuagamers ocurre este traslado al mundo de las culturas lúdicas en entornos virtuales, en donde se ingresa a las dinámicas iconográficas que plantean los videojuegos.

2.9.- Análisis socio-semiótico del portal anim-e-motion.org

La página anim-e-motion.org es un lugar que trabaja en la difusión de contenidos anime, manga, videojuegos, música y expresiones audiovisuales orientales. Esta página se administra desde la ciudad de Guayaquil – Ecuador. La información de anim-e-motion gira en torno a la cultura visual nipones conocida como *anime*²⁵, de manera que este es su componente principal. La marca identitaria de esta organización se encuentra en la parte superior, en donde se ubica un banner con la imagen de la organización que está construida a partir de múltiples personajes anime. En la siguiente línea se ubica una barra navegadora que permite acceder a los contenido: anime, manga²⁶, cosplay²⁷ y videojuegos; además de noticias, reportajes y videos. El foco principal de atención de la página se centra en la tercera línea navegadora, con una dimensión mayor, que

²⁵ Término utilizado para identificar a los dibujos animados de procedencia japonesa. El anime es considerado al mismo tiempo un producto de entretenimiento comercial y cultural, lo que ha ocasionado un fenómeno cultural masivo y una forma de arte tecnológico (Goldenstein y Meo, 2010: 12).

²⁶ Expresión japonesa para designar a las historietas animadas. Fuera de Japón, se utiliza exclusivamente para referirse a las historietas niponas (Goldenstein y Meo, 2010: 12).

²⁷ Término de la cultura japonesa para indicar la representación de personajes de ficción mediante la utilización de disfraces que asemejan la indumentaria característica del personaje.

promociona contenidos específicos como: concursos cosplay, el evento Tomodachi y reportajes específicos de la temática anime.



Fuente: anim-e-motion.org (portada principal de la página)

Huellas de identidad:

El contenido mayoritario de este espacio se dedica a la cultura audiovisual japonesa, lugar que no es el ámbito de esta investigación. Por ello, se pondrá atención al espacio "videojuegos" que dedica esta página. En este vínculo se encuentra una noticia sobre el portal dolldivine.com, que es un lugar en la web sobre juegos, con un enfoque para el género femenino, que permite crear imágenes propias del videojugador. Uno de estos juegos se llama "*Sailor Senshi Maker*" con se pueden crear avatares con una similitud a los personajes de la historieta *Sailor Moon*²⁸. Sin duda, el contenido del videojuego vuelve a retomar la iconografía del anime como estética y discurso. Esta cultura audiovisual está dirigida a todos los públicos, sin ningún tipo de restricción.

El anime, como símbolo, construye una narrativa similar a los videojuegos creados en Estados Unidos: personajes heroicos, estéticamente "bellos", físicamente fuertes, valientes y con destrezas súper naturales para la batalla. La estética del anime es bastante característica: piernas largas, cintura estrecha -sean de hombres o mujeres-, mentón delgado, y ojos grandes. Esta forma de dibujar, o representar, es única de la cultura nipona y le diferencia a otras estéticas visuales del mundo.

²⁸*Pretty Guardian Sailor Moon* es un manga creada por NaokoTakeuchi en 1992. La serie se hizo particularmente famosa por popularizar al género de las "MagicalGirls", o mujeres con poderes sobrenaturales.



Fuente: dolldivine.org (portada principal de la página)

Configuración espacio-temporal:

El portal de anim-e-motion remite a un espacio de cultura visual japonesa apropiada desde Ecuador, los eventos que se promocionan indican el arraigamiento que tiene la cultura anime en el país. Si bien no existe una iconografía propia, ya que los códigos visuales provenientes de Japón se mantienen intactos, la confluencia de fans a los eventos del género Anime muestra la fortaleza que tiene el anime en las culturas visuales ecuatorianas. En el caso del juego *Sailor Senshi Maker* insiste la representación de las estéticas niponas visuales contemporáneas. Las dinámicas del juego permiten construir una representación a partir de los códigos visuales nipones. Esto implica que el imaginario se auto-contiene, ya que las herramientas del videojuego no permiten desfogarse por otros simbolismos que no sean los de la cultura japonesa.

Mundos posibles:

Bajo la estética que se detalló en el punto anterior, tanto anim-e-motion, como en *Sailor Senshi Maker*, no a pelan a los mundos que se detallaron en otros videojuegos; ya que la dinámica consiste en construir un avatar, que se auto-identifique con el "yo". El mundo posible se queda coartado en la construcción de una estética sin llegar a la interacción de ese avatar con un lugar.

2.10.- Red discursiva legitimadora

El punto central de este análisis socio-semiótico es el de llegar a los insumos que tienen a disposición los gamers para moldear su identidad. Como se planteó en el capítulo anterior la identidad parte, en un primer lugar, de un yo verdadero, de una garantía de autenticidad que nos aleja de los otros, del resto del mundo; pero, en segundo lugar, también es el sentido de pertenencia del yo interno a un afuera, a lo social con el cual interactuamos cotidianamente (Hall, 2010: 316). Además, la identidad siempre será algo nunca completo, siempre en proceso de fabricación e inseparable de los procesos de representación (Hall, 1998: 222). Por ello, los espacios de identidad y representación que se analizaron en este lugar se constituyen en signos, insumos, que se identificaron en el momento de la investigación, con la premisa de que algunas formas de acceder a las culturas lúdicas ecuatorianas y no todas los mecanismos de identidad y representación de los gamers.

Los discursos de identidad, o repertorios de representación sobre la diferencia y la otredad, que imperan en los espacios analizados muestran una constante: blancos, estéticamente esbeltos y valientes. ¿Por qué no existen personajes más cercanos a la identidad de “ecuatoriana”? Preliminarmente, esta investigación propone una respuesta: se produce gracias al estereotipo que fija una sola forma legítima de construir la identidad del gamer, por ello lo ecuatoriano entendido de forma tradicional, tanto folclor, se ve tensionado y opacado. La identidad ecuatoriana opera de una forma menos impositiva y se la encontró en al menos tres espacios en donde emergía: encuesta, revista PIXart y en Juega Conmigo.

La encuesta fue dirigida y respondidas por ecuatorianos, a pesar de que estaba disponible en la Web. Las respuestas y los datos de esta herramienta hizo visible lo que los gamers ecuatorianos hacían con los videojuegos. La imagen del futbolista ecuatoriano Antonio Valencia, y la sección de las CHICAS N.I.C.E mostraron a gente ecuatoriana, sobre todo la segunda. Los jóvenes ecuatorianos se apropian de este espacio tanto como símbolos para el reconocimiento y la representación como usuarios. Juega Conmigo, a través de sus presentadores y diálogos, mostró dinámicas de los gamers ecuatorianos. El dialecto del presentador en Off y en On, su forma de vestir y su forma de mostrarse en el espacio remite a un actante de Ecuador.

Al encontrar un discurso eurocéntrico en los espacios de identidad y representación de los gamers, al manifestarse construcciones estéticas similares en estos productos comunicacionales, se identifica un mecanismo de legitimación del eurocentrismo: el "estereotipo". Homi Bhabha plantea que el estereotipo “... *es una forma de conocimiento e identificación que vacila entre lo que siempre está en su lugar, ya conocido, y algo que debe ser repetido ansiosamente*” (2002: 91). Un estereotipo asegura la repetitividad del modelo que posiciona, conforma estrategias de individuación, produce un efecto de verdad probabilística y predictibilidad (Homi Bhabha, 2002). De forma que, no es gratuito que los espacios de los gamers posean este tipo de estéticas.

Ronald Barthes denomina estilo de reproducción a la forma en reproducir lo real las artes imitativas como el cine, la fotografía artística, el teatro y la danza. El estilo de reproducción significa que la imagen posee dos sentidos: uno primario o denotado que es la analogía o imitación en sí, y otro secundario o connotado que es la manera como lee una sociedad el mensaje (Barthes, 1970). Aquí es importante el sentido secundario de la imagen ya que su significado, sea estético o ideológico, remite a una cierta cultura del público que lo recibe. El estilo de reproducción genera una polisemia que implica el surgimiento de una cadena flotante de significados entre los cuales el público puede elegir unos e ignorar otros.

La estética de la valentía simbolizada en los héroes de los videojuegos, así como las narrativas de guerra, estrategia y administración de recursos, se suman al discurso de la tecnologización que implantan espacios como Ecuagamers, Juega Conmigo o la revista PYX ART. Esta conjunción de discursos conducen a la implantación de sentidos sobre la fuerza, la guerra y la tecnología que se constituyen en el hábitat de los gamers. Los mundos posibles de competencia, guerras y estrategias son los mundos que habitan los gamers. Su identidad y representación está mediada por estos discursos que asume al momento de ingresar al videojuego. Las simulaciones de poder y triunfo son las máximas a alcanzar por los gamers, por ello será imposible comprender sus formas de mostrarse sin antes sumergirse en las dinámicas discursivas que le trascienden.

2.11.- Opacidad discursiva

La performatividad imperante de los espacios de identidad y representación de los gamers pautan la forma de interactuar en este colectivo social. Los discursos ejercen un criterio de verdad sobre lo que se debe escenificar. Existen representaciones, imágenes, códigos que en su conjunto constituyen un discurso que modela la identidad y representación del gamer. Lo netamente lúdico pasa a segundo plano y se impone la innovación tecnológica como su punto de paso obligatorio. La constante difusión de noticias y reportajes sobre los últimos videojuegos o nuevos modelos de consolas se imponen sobre las destrezas lúdicas que deben adquirir los gamers para superar, o triunfar, sobre un determinado videojuego. La tecnología, en tanto discurso del éxito, se superpone a otros discursos que parecerían importantes. Pero esta tecnología es de lo nuevo, de la innovación, de lo último.

La encuesta de Ecuagamers mostró cuáles eran los juegos favoritos de los gamers, que coincidían con los últimos lanzamientos de las empresas de entretenimiento. Por ello, lo que le gusta al gamer es el juego en tanto es nuevo, es decir, que trae algo diferente. En los diferentes espacios analizados se corrobora esto: noticias sobre lanzamientos, innovación, trucos nuevos, etc. En consecuencia, lo anterior pierde legitimidad, se opaca, deja de funcionar.

La cultura visual de los gamers, profundamente eurocéntrica, deja de lado los atisbos de identidad nacional pero sin llegar a eliminarlos, como se consideró anteriormente. Si bien existen rastros de identidad en espacios como la revista PYXart y en el portal Ecuagamers, lo que se impone es una cultura global mediada por la evolución tecnológica más que por el protagonismo de los propios gamers. En todos los espacios analizados, el protagonismo de los actores humanos estuvo subordinado a la relevancia de la tecnología. La noción de cultura, abarcada desde la tradición material, se opaca y emerge la cultura posibilitada por las Tics o cibercultura.

Lo lúdico también resulta opacado ya que lo tecnológico se superpone a él. Si bien los tutoriales o trucos para pasar el nivel de un juego X son partes de los contenidos de los espacios analizados, no son lo dominante. Lo que impera es la innovación. Parecería irónico pero los focos de atención de la cultura gamer se centran

en los soportes tecnológicos y en las innovaciones visuales por sobre las habilidades lúdicas de los propios gamers.

Los espacios analizados posibilitaron acceder a los lugares de los gamers, en tanto zonas para la representación o para asirse de ella. La constante difusión de noticias sobre innovación muestra que para los gamers las páginas Web o los productos comunicacionales son un lugar para el aprendizaje sobre el mundo de los videojuegos por sobre otros aspectos. Desde una valoración cuantitativa, se puede establecer como baja la exposición de los gamer en estos espacios. Pocos gamers se muestran como contenidos en los espacios analizados. En el centro discursivo de la cultura gamer no está el gamer como tal, sino la innovación.

Finalmente, los espacios analizados demostraron que la tensión entre lo *Online* y lo *Offline* no tiene lugar. Ambos juegan una suerte de complementariedad en el gamer y se transforman en unos espacios más para el aprendizaje sobre su cultura. Lo actual y lo virtual resultan ser un *continuum* para el gamer. El área entre estos dos extremos se mezclan y construyen una realidad mixta, híbrida, que borra las fronteras contrapuestas de lo *Online* y lo *Offline*.

CAPÍTULO III

GRUPOS SOCIALES RELEVANTES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA GAMER ECUATORIANA

3.1.- "Follow the Actors" (seguir a los actores)

En el primer capítulo de esta investigación se estableció que un problema es definido como tal sólo cuando hay un grupo social que lo construye como tal. Pinch y Bijker precisaron a los grupos sociales relevantes (GRS) como: instituciones y organizaciones, individuos organizados y desorganizados cuyo requerimiento clave es que todos los miembros de un determinado grupo social comparten el mismo conjunto de significados, vinculados a un artefacto específico (1989: 27). En este capítulo se desarrollará una descripción de aquellos grupos sociales relevantes que intervienen en la construcción de la identidad y representación de los gamers en Ecuador.

Para identificar y describir a los GSR se utilizó a la Teoría Actor-Red (TAR) como instrumento metodológico. La TAR consiste en identificar a los actores, a partir de su propia voz, para construir una red de vinculación que los une. En esta investigación, se identificaron a los actores a partir de los nombres mencionados por las entrevistas realizadas en el trabajo etnográfico de campo. Luego de identificar a los GSR, se aplicó el método *follow the actors* (seguir a los actores). Bijker caracteriza a este momento como sencillo: “... porque los grupos sociales relevantes han sido autoreferenciados, descrito y delineado por la voz de los mismos actores” (1995: 47).

Así, la trayectoria para identificar y describir a los GSR consistió en: primero, identificar al grupo social vinculado con el artefacto tecnológico, que en este caso es la comunidad gamer de ecuatoriana; segundo, describir al GSR en detalle que implicó trabajar con aquellos actores humanos que están visibilizados en los espacios de identidad y representación; y tercero, delinear a otros GSR que han sido referenciados por el primer grupo, es decir a los actores "no pensados" que se encontraron en el trabajo de campo. Para Bruno Latour (2005), la TAR implica seguir a los actores en su movimiento, rastreando el modo en que se crean redes (relaciones) y se vinculan

elementos heterogéneos. A modo de síntesis, esta es la ruta metodológica que se trazó para estructurar esa red de actores, o GSR, que conforman la cultura gamer ecuatoriana.

Las herramientas para tejer esa red de actores fueron: entrevistas a profundidad y la observación participante. Las entrevistas a profundidad se aplicaron con el objetivo de documentar el papel de los diferentes actores en la construcción de la identidad y los mecanismos de representación que tienen la cultura gamer. Se construyeron historias de vida para describir el propio proceso de exposición de los gamers en los videojuegos. El trabajo de campo logró crear vínculos de amistad con los GSR, situación que llevó a preguntar si se debería marcar una distancia entre el investigador y lo investigado para lograr "rigurosidad" a la hora de describir. Frente a esta situación, se optó por redactar las historias de vida y las entrevistas con estricto apego a cada palabra pronunciada por los miembros de los GSR. Si bien una de las desventajas que tiene la metodología cualitativa es la desviación al momento de plasmar un relato neutro, debido a la posición (empatía o antipatía) entre el investigador y los GSR, la posibilidad de poseer información proveniente de la voz de los propios actores es innegable.

3.2.- Los gamers: primeros configuradores

Para acceder a los diferentes GSR que confluyen en la cultura gamer de Ecuador se procedió a googlear²⁹ categorías como: gamers+Ecuador. El resultado que arrojó la búsqueda fue la comunidad de gamers llamada Ecuagamers, de la cual se realizó un análisis socio-semiótico de su página web en el capítulo anterior. Este sitio en internet es administrado por Andrea Rodríguez, conocida en el mundo gamer como "Yunie", quien es licenciada en redes y sistemas operativos, programadora, diseñadora y webmaster. Rodríguez, que vive en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, tuvo la idea de construir por su parte una comunidad virtual de gamers. Esta decisión se debió a problemas presentados en foros que existían en el país entre los años 2004 y 2008, época en la que ella buscó pertenecer a clanes de videojuegos en Internet. Para Andrea esta debilidad de las comunidades gamers se produjo debido a su falta de actualización

²⁹ Goglear o Googlear es un neologismo común entre los usuarios de internet que utilizan el buscador Google. Su significado se puede traducir por: buscar en la web utilizando expresamente el motor de búsqueda Google.

de información en los foros y clanes. La consecuencia de esto fue que sus participantes migraran a otros foros, estos a su vez morían y se trasladaban a nuevos foros que se creaban: "*ninguno ofrecía la posibilidad de conectarnos y ser constante al mismo tiempo, además algunos de ellos tenían videojuegos poco atractivos lo que ocasionaba que muchos salieran de esos lugares*" (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Uno de los foros que tenía fuerza en el período mencionado era *videojuegos.com*. Si bien este espacio no era ecuatoriano como tal, puesto que tenía un espectro de corte hispano³⁰, sí congregaba a varios gamers y videojugadores ocasionales del país. La plataforma se dividía a partir de secciones como: acción, aventura, deporte, disparos, habilidad, inteligencia, lucha y motor. Estas categorías albergaban videojuegos en línea que los usuarios podían participar. Los foros se creaban a partir de cada juego que tenía esta página, lo cual permitía una diversidad amplia de foros. Entre los foros más comentados estaban: *Castel Doom*, juego de inteligencia que consistía en salir de un castillo que tenía varias trampas; *Solitario*, juego de naipes muy popular de hasta la actualidad; y *Euro Headers 2004*, juego de la Eurocopa de ese año.

Entre las causas que identificó Andrea Rodríguez para la paulatina salida de gamer de este espacio, fueron el escaso trabajo en gráficas de los videojuegos y la poca renovación que tenían los mismos. Para participar en el foro de *videojuegos.com* no era necesario registrarse en la comunidad, como ocurre en la mayoría de foros. Sólo se necesitaba ingresar un nombre, real o ficticio, y el país del participante. Este espacio da a los usuarios la libertad de opinar sobre los videojuegos, solicitar ayuda o aprender un truco para superar los distintos niveles del juego. Al analizar los mensajes que se depositaban en el foro de *Euro Headers 2004* se comprueba la denuncia de Andrea Rodríguez. Además, ya que el foro permite ver las fechas de las diferentes publicaciones de los gamers, se verificó la poca participación de gamers en estos espacios.

³⁰ Entre los participantes del foro se encontraban gamers de Perú, Colombia, Argentina, Ecuador, España y Estados Unidos, como los más recurrentes.



Fuente: videojuegos.com (foro de *Euro Headers 2004*)

Otro foro que convocaba a gamers fue *darkcloklers.com*, un espacio de corte más generalista que en su plataforma tenía un lugar para los videojuegos. Esta página abría un espacio para debatir en torno a la innovación tecnológica en el ámbito de la informática. Los temas eran: hardware, software, tecnología portátil, telefonía móvil y videojuegos. En la subcategoría de videojuegos se encontró información como reseñas, recomendaciones, trucos videojuegos para consolas y PC, entre otros. Si bien este espacio se ha mantenido desde su creación en 2006, el foro sobre los videojuegos no reporta mayor actividad desde el 2010.



Fuente: darkcloklers.com (foro creado en 2008 sobre el emulador de Gamecube)

Con esta inestabilidad de los foros y clanes de gamers en el período mencionado, Rodríguez se propuso crear y mantener, a inicios del 2008, un foro para gamers en donde todos pudiesen integrarse:

... los grupos que estaban dispersos empezaron a juntarse en ecuagamers.com, pese a la persistencia de problemas técnicos propios de una página primeriza. Los foros, que en ese momento existían, estaban conformados por muy pocos miembros, pero al desaparecer esos espacios los gamers se quedaban solos. Por lo tanto, el desarrollo del foro implicó un proceso de reestructuración constante, algunos usuarios notaron los cambios actuales cosa que en un principio no se visualizaba (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

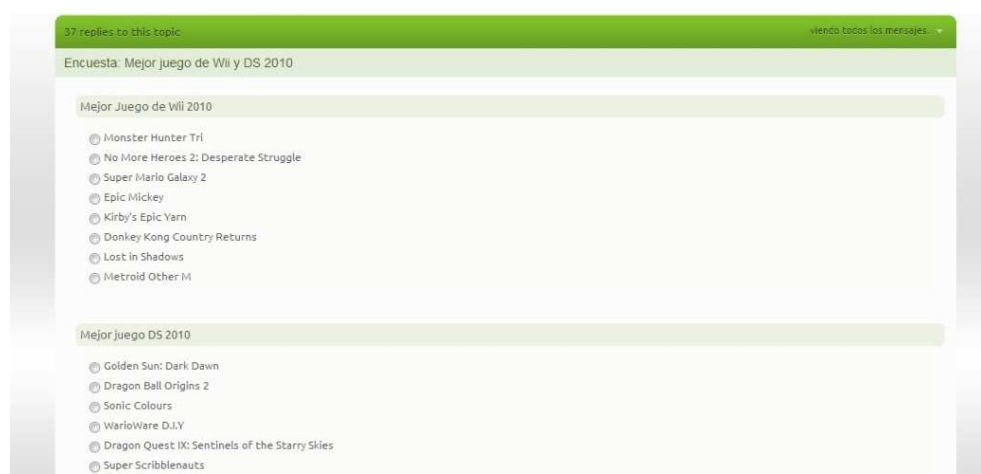
En una dinámica de ensayo-error, se empezó a trabajar en un espacio que logre reunir a los aficionados a los videojuegos y a los gamers de forma constante. Una importante premisa fue la actualización permanente de contenidos sobre videojuegos y consolas, siempre relativos a la innovación tecnológica en este ámbito. En la actualidad, los participantes no sólo ingresan para conocer sobre videojuegos sino que obtienen información actualizada, y pueden explorar e indagar varios temas de la cultura gamer. Diversos integrantes que viven en Quito y Guayaquil colaboran en la administración y mantenimiento de la página. Pero es el grupo de gamers quien controla todo:

... los contenidos informativos, las temáticas del foro, los eventos, entre otros elementos, son propuestos por los participantes de la comunidad. En general, mediante un sistema de votación se constituyó la comunidad Ecuagamers (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Por ejemplo, en diciembre de 2010 se realizó una encuesta³¹ sobre los mejores videojuegos que fueron lanzados en ese año. Esta herramienta no sólo sirvió para conocer el favoritismo que sienten los seguidores de los videojuegos por las diferentes tendencias en esta cultura, sino que ayudó a los administradores de la página a determinar contenido prioritario que debía estar en el portal de Ecuagamers. En la encuesta se tomaron en consideración dos variables: el componente tecnológico y el componente humano. En el ámbito *artefactual-tecnológico*, los administradores tomaron en cuenta las consolas que en ese momento eran las más vendidas en el país:

³¹ La encuesta está disponible en el portal: <http://www.ecuagamers.com/tag/videojuegos/>.

PlayStation 3 - PlayStation Portable, Xbox, Wii - DS y PC. La estratificación de los juegos a partir de los soportes tecnológicos produce una clara influencia en la elección de los participantes de la encuesta; ya que, como se describió en el capítulo anterior, los videojuegos están desarrollados para determinado tipo de consola. Por ello, la selección de un videojuego favorito atraviesa por un punto de paso obligado: la consola. Esto a su vez implica la selección de una compañía: Sony, Microsoft, Nintendo, etc. Una encuesta hacia los gamers se convierte en una herramienta que visibiliza las implicaciones económicas y políticas que movilizan los videojuegos.



Fuente: ecuagamers.com (encuesta diciembre 2010 / mejores videojuegos del año)

Por otro lado, el *componente humano* en la encuesta se muestra a través del agente que selecciona: los encuestados. La selección no estaba abierta para todos los cibernautas que ingresaban a esta página. Para participar en este espacio se debía registrarse y crear un perfil en ecuagamers.com, lo que implica pasar por un primer filtro que establece el portal. Luego de este momento de reconocimiento del sujeto que va a intervenir en la encuesta, se procedía a llenar los diferentes ítems. El siguiente filtro es simbólico: el participante de la encuesta debía diferenciar entre títulos como "Monster Hunter Tri", "No More Heroes 2: Desperate Struggle", "Super Mario Galaxy", "Epic Mickey", entre otros (únicamente para el caso de la consola Wii). En este punto, la selección se producía por dos razones: el encuestado identificaba un videojuego que le resultaba familiar -lo jugó o lo estaba jugando- o podía generar una verdadera valoración entre los diferentes videojuegos para determinar el mejor. Lo que implicaba

que el actor humano debía poseer un conjunto de referencias simbólicas y cognitivas para realizar la encuesta de una forma activa: este sujeto era el gamer.

Alrededor de 200 cibernautas participaron en la primera encuesta que realizó Ecuagamers en 2010 (ver anexo 1), lo que significó un punto decisivo en la comunidad ya que lograron concentrar a un número significativo de personas en torno a su portal. Además, logró generar un insumo importante de información sobre la cultura de los videojuegos en el país: los administradores conocían por primera vez los intereses de los gamers ecuatorianos, sabían qué videojuego les atraía y qué consola se utilizaba con mayor frecuencia.

Esta primera encuesta marcó un momento de *interesamiento* de actores sobre el foro de Ecuagamers. La interrogante en este momento es: ¿cómo el foro aglomeró a un GSR llamado gamers que sólo se pudo seguir sus huellas en el 2010? Ecuagamers inició en el 2008 exclusivamente como un foro abierto en donde se recopilaban las sugerencias vertidas para adaptarlas al proyecto que lidera Andrea Rodríguez: "*... empezó como un foro porque no había la página, en este foro se alimentaba con notas, se trabajó conjuntamente para sacar el logo, diseño, etcétera a partir de la información que se obtenía de los gamers*" (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

El proceso de adhesión al foro es simple: se introduce un "nick" (apodo o nombre corto), una dirección de correo electrónico, una contraseña y la ciudad del Ecuador en donde se ubica el participante al foro. La detección del lugar de procedencia del gamer les permitió delimitar a este GSR, puesto que impide el ingreso de gamers externos al país. Una vez creada la herramienta -registro y foro- se dio el siguiente paso que fue la primera encuesta nacional sobre gamers en Ecuador, a la que se hizo referencia anteriormente.

Con la dinámica de la primera encuesta, se realizó en el 2011 una segunda dedicada exclusivamente a gamers ecuatorianos³² (ver anexo 2). En esta encuesta se convocó a 350 gamers a nivel nacional y sirvió para identificar con mayor exactitud a

³² Los resultados de la segunda encuesta a gamers ecuatorianos se puede encontrar en <http://www.ecuagamers.com/resultados-2da-encuesta-a-gamers-ecuatorianos/>

este GSR. Esta herramienta mostró datos mucho más amplios que la anterior encuesta. Por ejemplo, la provincia de Guayas aglutina la mayor cantidad de gamers en el país: 155, seguida por Pichincha que aglomera a 119. Otras provincias con menor número de gamers son: Manabí 10, El Oro 9 y Azuay 8. La edad promedio de los gamers en el país oscila entre los 18 a 25 años, con 199 gamers; el segundo rango de edad es de 26 a 35 años, con 99 encuestados. El género de los gamers tiene una tendencia clara: 94 por ciento de los encuestados declaran ser del género masculino, y únicamente el 6 por ciento del femenino. Las compañías que prefieren los gamers son: Sony con el 46 por ciento, Microsoft con el 30 por ciento y Nintendo con el 24 por ciento. Además, el 91 por ciento de los gamers entrevistados aseguraron que llevan en el mundo de los videojuegos por más de 3 años, lo que marca un nivel de constancia alto.

Otro dato importante que obtuvo la encuesta es el tiempo que invierten los gamers al frente de los juegos cada semana: el 34 por ciento aseguró que dedican entre 5 y 10 horas a esta actividad, mientras que el 25 por ciento pasan entre 11 y 20 horas en los videojuegos. Finalmente, la presencia en los mundos virtuales *Online* de los gamers es significativa: el 74 por ciento de los encuestados juegan MMOG (Massive Multiplayer Online Games). Este indicador muestra la fuerte interconectividad de los gamers y la capacidad que posee internet para enrolos.

La página de Ecuagamers, su foro y las prácticas que han permitido mostrar estos espacios, demuestran dos elementos de las culturas lúdicas: primero, la alta tecnologización de esta cultura dado que se construye una dinámica de interrelación entre la máquina (consola de videojuego), la virtualidad (el videojuego) y el humano (el gamer); y segundo, el tipo interacción que devela la encuesta implícitamente dejaría entrever que el gamer es un sujeto con poca interacción presencial entre sus pares, puesto que los foros y los videojuegos *Online* - lugares de interacción- atraviesan por Internet. La interrogante necesaria en este punto es: ¿toda la integración de la cultura gamer se genera en la virtualidad, sea en la dinámica con los videojuegos *Offline*, con videojuegos *Online*, y con los foros de discusión? La respuesta es "no". Existen encuentros presenciales esporádicos entre varios gamers ecuatorianos en eventos llamados: los torneos de videojuegos. El seguimiento de este GSR permitió descubrir a

un nuevo grupo social relevante que pone en contacto presencial a los gamers ecuatorianos: "los organizadores de torneos".

3.3.- Los organizadores de eventos y torneos

Ecuagamers se convirtió en la principal fuente para describir a los gamers ecuatorianos. Sus encuestas y foros permitieron sacar a la luz varios elementos de la configuración de la cultura gamer ecuatoriana. También su función primordial es constituirse como un ente de articulación virtual/presencial de la comunidad gamer del país. Esta organización realizó su primer torneo de videojuegos llamado: "*Ecuagamers Smash Bros Open 2010*". Este evento reunió a más de 50 gamers a nivel nacional y se llevó a cabo simultáneamente entre las ciudades de Guayaquil y Quito.

El primer momento para la organización del torneo fue dotarle de una estructura normativa que establezca reglas para los participantes: a) el torneo se desarrolló en modalidad individual y sin límite de edad; únicamente para los caso de menores de 13 años de edad, se solicitó que estén acompañados por sus padres o un representante legal mayor de edad; b) los participantes podían llevar sus propios controles; c) en el caso de una falla técnica del Wii o de la televisión, la pelea se debía reiniciar desde el principio; d) si un participante no se encontraba presente 5 minutos antes de iniciar la partida, perdía la misma automáticamente por "default".

A parte de estas reglas generales, se estableció una normativa específica que regía al interior del videojuego. Se prohibía: el *plankeo* (perder deliberadamente el tiempo para ganar cuando éste acabe), el *stalling* exagerado(huir por el escenario no está prohibido, quedarse por debajo del escenario, o pasar por debajo de él, o hacer *chaingrabs*³³ infinitos y solo se podrían hacer 4 multiagarres seguidos. Esta normativa buscaba evitar el uso excesivo de trucos en las partidas de los juegos, y así los participantes tuviesen un nivel alto de seguridad en el torneo, puesto que no se permitiría que se utilicen trampas para ganar.

³³ Truco de los videojuegos de combate en donde el oponente realiza un agarre en cadena a su adversario sin dejarlo libre por un largo período.



Fuente: Andrea Rodríguez (Torneo Smash Bros Open 2010)

La modalidad del torneo fue de eliminación simple: uno versus uno; donde ganaba el mejor de tres partidas con un tiempo límite de 8 minutos cada una. Las rondas eliminatorias se realizaron el 11 de junio del 2010 paralelamente en ambas ciudades. El ganador regional de Quito viajó a la ciudad de Guayaquil, con los gastos pagados, para la final. La final se realizó el 19 de junio de 2010 y el escenario del videojuego fue *Final Destination*. El responsable de la organización, logística y cobertura de gastos fue la organización Ecuagamers. La principal fuente de financiación de este torneo fue el pago de 5 dólares por concepto de inscripción que hicieron los gamers. Además, auspiciaron el evento *Dr. Games* de Guayaquil y *Juegomanía* de Quito, quienes proporcionaron la infraestructura para la realización del torneo

Este evento es uno de los pocos torneos de videojuegos de corte nacional que se han realizado. Darrell Esparragosa, administrador del portal Ecuagamers, aseguró que el principal impedimento para realizar torneos es el factor económico puesto que existe poco interés de la empresa privada en apoyar este tipo de iniciativas:

Un factor determinante para la realización de torneos es el tema de movilización, por cuestiones de gastos como alimentación, estadía, etc. Es muy complejo el tema aquí en Ecuador, en cambio en otros países he sido testigo que no importa. Sólo se toma un bus, se recorre el país, porque se sabe que en el evento le proporcionan todo. La gente aquí se complica mucho por la lejanía y por el tiempo de viaje. Esos aspectos son los que dificultan la organización. Fue muy difícil encontrar auspicio de la empresa privada, de

alguna manera no les interesaba promover un evento realizado por un grupo de jóvenes (D. Esparragosa, comunicación personal, 14 de mayo de 2012).

A pesar de las dificultades económicas para ejecución del torneo, *Smash Bros Open 2010* cumplió con una función fundamental: contactar cara a cara a los gamers. La virtualidad de la cultura gamer en el espacio creado por Ecuagamers dio paso a un encuentro actual-presencial de los gamers. Los organizadores del evento declararon que a partir de este hecho se formaron múltiples relaciones de amistad entre los gamers.

Al siguiente año del torneo, se realizó la primera edición del “Campus Party Quito” del 19 al 23 de octubre de 2011. El evento congregó a múltiples empresas privadas que auspiciaron esta iniciativa. Este suceso ha sido considerado como el mayor encuentro de tecnología, ocio y cultura digital organizado hasta entonces en el Ecuador. El encuentro, que tiene réplicas en varios países, tiene carácter anual y reúne durante siete días participantes (llamados camperos) de todo el mundo. En este evento se realizaron de actividades vinculadas con la informática, las comunicaciones y las nuevas tecnologías³⁴. En el Campus Party Quito se prepararon cuatro contenidos principales: *ciencia*, en donde se mostraron desarrollos en astronomía, robótica, telecomunicaciones, entre otros; *cultura digital*, que mostró temas en torno a las artes visuales digitales, música y redes sociales; *innovación*, dedicada al desarrollo de software y cultura libre; y *ocio*, enfocado al mundo de los videojuegos.

En la zona de ocio, se prepararon competiciones enfocadas a mostrar la innovación tecnológica en el ámbito de los videojuegos. Daniel Esparragosa, coordinador de la zona de Ocio en el evento consideró que:

Si bien el Campus Party fue un éxito por el número de asistentes, se estima que asistieron cerca de 2.000 camperos, y convocó a muchos gamers de Quito, la zona de videojuegos no contó con una fuerte presencia de gamers de Guayaquil. Yo los conozco a muchos gamers que no fueron. Hubieron algunas cosas que dificultaron que los chicos de Guayaquil vayan a Quito, no existía compañerismo todo se debe a la mentalidad

³⁴ El evento nace en 1997 en la localidad de Mollina, Málaga. Desde su génesis tiene un carácter generalista y formativo, y reúne a las distintas plataformas y colectivos del mundo de la informática. La internacionalización de Campus Party empezó en el 2008 y para el 2011 este evento llegó a Ecuador.

cerrada que aún se maneja (D. Esparragosa, comunicación personal, 14 de mayo de 2012).

Los organizadores del evento fueron: Ecuasistem S.A. y el Municipio de Quito. Estas instituciones, la primera dedicadas al ámbito tecnológico y la segunda un ente público, fueron las responsables de poner en marcha el Campus Party. La sección de Ocio del evento contó con un organizador exclusivo: ThinkTec, una empresa dedicada a la importación de productos de computación. Cada una de estas empresas e instituciones generaron un espacio de encuentro de los gamers de forma indirecta. Si bien la convocatoria fue hacia el público en general que le atrae la innovación tecnológica y las nuevas tecnologías de información y comunicación, se logró reunir a los gamers en un nuevo espacio. La importancia de este evento para la cultura gamer es su periodicidad, no es un lugar esporádico como el torneo realizado por Ecuagamers, sino un espacio de constante realización.

En el 2012, el evento se volvió a realizar y la sección de Ocio se subdividió en: *desarrollado de videojuegos*, en donde se tuvo exponentes que dictaron charlas para la creación de juegos; y *juegos*, en donde se desarrollaron 5 torneos de videojuego simultáneo. Los torneos fueron: Counter Strike 1.6, League of Legends, Dota 2, Street Fighter IV y FIFA Soccer 12. Se estimó que los torneos convocaron a alrededor de 150 participantes, lo que significó una fuerte capacidad de aglutinamiento de gamers a este evento y, además, se configuró como un espacio de actualización constante sobre lo que ocurre en el mundo de los videojuegos. Al llegar a GSR organizadores de eventos, un nuevo grupo se develó: los auspiciantes. Existen parámetros para la vinculación, o no, de las marcas o empresas privadas en la culturas gamer ecuatorianas. Si el interesamiento es escaso de los auspiciantes para torneos no masivos, y este interés se incrementa dependiendo de la capacidad de convocatoria de los eventos, el motivo es claro: lógica del mercado. Pero al considerarlos como un GSR se podrá identificar su función en la configuración de la cultura gamer ecuatoriana. En el torneo organizado por Ecuagamers se tuvo la presencia de dos almacenes de videojuegos y para el Campus Party se contó con el auspicio de empresas como Movistar y ThinkTech.

3.4.- Los auspiciantes y/o patrocinadores

Para el torneo Ecuagamers *Smash Bros Open 2010* se contó con el apoyo de dos tiendas de videojuegos: *Dr. Games* y *Juegomanía*, quienes no otorgaron recursos económicos, como sería lo prioritario sino que colaboraron con infraestructura y con los equipos necesarios para realizar el evento. Para Rodríguez, la presencia de auspiciantes fue parcial ya que el evento se costó por medio del pago de inscripción de los participantes; sin embargo, sin la dotación que realizaron ambas tiendas los costos para la realización del torneo hubiesen sido altos:

"... para los eventos que realizamos, los costos tenemos que cubrirlo nosotros ya que muy pocas empresas muestran interés en patrocinar nuestras actividades. Para el torneo del 2010 contamos con el apoyo de dos tiendas de videojuegos que nos facilitaron muchas cosas. Sí hicimos el llamado a otras empresas pero no aceptaron el patrocinio (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Francisco Ordóñez, gerente de *Dr. Games*, consideró que es muy difícil que empresas menores como la que él es propietario puedan generar un apoyo mayor a eventos gamers en el país:

La cultura gamers empieza a consolidarse en el país gracias a múltiples factores: al abaratamiento de las consolas y al fácil acceso que ahora se tienen a ellas, la piratería no sólo produce el perjuicio que denuncian las empresas desarrolladoras de videojuegos sino que ha hecho que muchos tengan acceso a ellos a un costo supremamente menor, Internet, y los juegos que ya no necesitan de una consola porque están en la red y trabajan con una PC, también ha ocasionado que el acceso se multiplique. Sin embargo, en este momento no es posible otorgar un apoyo mayor ya que la masificación de la cultura gamer no ha alcanzado una real masificación. Apoyamos con infraestructura, con los equipos para los eventos pero nuestros recursos nos impiden aportar con más (F. Ordóñez, comunicación personal, 30 de julio de 2012).

Por otra parte, el representante de *Juegomanía*, José Galindo, confirmó la posición de Ordóñez al respecto de lo emergente que resulta la cultura gamer en el país. Para Galindo existe una marcada aceptación por la cultura de los videojuegos pero los eventos gamers todavía no tienen una convocatoria ampliada:

Se puede decir que el evento organizado por Ecuagamers tuvo una buena acogida por parte del público pero no se puede comparar con los eventos de videojuegos que se realizan en países cercanos a nosotros. Por ejemplo, el Festigamer 2011, que se realizó en Chile, convocó a un público cercano a las dos mil personas y concursaron aproximadamente 500 gamers. Ese nivel de masificación en el país todavía es impensable en el país. También se debe considerar que las tiendas de videojuegos no reportan ganancias suficientes para cubrir un patrocinio de eventos masivos. Son múltiples razones por las que todavía los eventos y torneos gamers no tienen la fuerza que debería (J. Galindo, comunicación personal, 27 de julio de 2012).

A pesar de la percepción sobre el débil apoyo de la empresa privada al torneo de Ecuagamers fue generalizada, este espacio articuló a una comunidad que hasta el momento estaba en comunicación únicamente mediante el foro de internet.

Un año después de torneo organizado por Ecuagamers se generó una movilización de la empresa privada hacia los videojuegos. En el Campus Party 2011 las empresas que patrocinaron los contenidos de videojuegos fueron Movistar y ThinkTec. Para Darrell Esparragosa, la llegada del Campus Party a Ecuador llamó la atención de muchas empresas dedicadas a la computación y la informática:

El ingreso de marcas y empresas al Campus Party se debió que este evento es de corte internacional y se ha convertido paulatinamente en un referente en el mundo de la tecnología. Esto ha beneficiado paralelamente a los que gustan de los videojuegos en el país, puesto que se ha generado un espacio que permite interactuar a los gamers. ThinkTec y Movistar ingresaron al evento del 2011 porque era una oportunidad de mostrarse a nivel nacional en una plataforma que convocó a miles de personas así como a varios medios de comunicación (D. Esparragosa, comunicación personal, 14 de mayo de 2012).

La segunda edición del Campus Party realizado en el país, en el 2012, tuvo un protagonismo especial empresa Movistar, ya que fue fundamental para reclutar a expositores internacionales sobre el mundo de los videojuegos. La presencia de Stephanie Harvey, especialista en el desarrollo de videojuegos eSports³⁵, se dio gracias

³⁵ Deportes electrónicos con fines competitivos. Esta categoría de videojuegos se encuentra determinada por ciertas reglas estipuladas para cada juego y para cada tipo de competencia. Algunas propiedades de este tipo de deporte son: un juego en común, ordenadores o consolas y una cantidad de jugadores en línea

a la empresa de telefonía celular. Además, la conferencia principal para los gamers fue la de Jordan Gilbert, gamer profesional, que expuso su trayectoria en torneos de videojuegos.

Dagmar Thiel, directora de Comunicación Empresarial y Responsabilidad Social de Telefónica Movistar, plasma con exactitud cuáles son los parámetros para que una empresa patrocine un evento, sea o no relacionado con el mundo de los videojuegos:

Los sponsors o patrocinadores son personas o empresas que colaboran económicamente con el evento, con fines publicitarios. Los objetivos de los patrocinadores en un evento radican en la posibilidad de ampliar su base de datos, hacer negocios o cerrar tratos. Participan en eventos afines a su actividad para difundir sus productos o servicios, estimular sus ventas y obtener una recordación de marca, de su empresa o de sus productos. Las formas de participación de un sponsor varían porque pueden ser patrocinadores pagando una cantidad de dinero, convenida previamente con el comité organizador, o haciéndose cargo de alguna o varias de las necesidades del evento. Todo depende de lo que el organizador del evento le ofrezca a la empresa. También existen eventos de responsabilidad social en donde una empresa voluntariamente, y sin fines de lucro, decide apoyar. Para el caso de los eventos de videojuegos, en el Ecuador es todavía un campo en ciernes que la falta por madurar. Ello explicaría porque muchas empresas no apoyan iniciativas cuando el beneficio que recibe un sponsor es incierto. Hay que recordar que es una relación comercial de reciprocidad, ya que un patrocinador por medio del pago en dinero o especies recibe un beneficio a cambio, generalmente vinculado a una acción de marketing y publicidad (D. Thiel, comunicación personal, 18 de septiembre de 2012).

La edición del Campus Party del 2012 revirtió cualquier duda sobre la rentabilidad de un evento relacionado con los videojuegos en el Ecuador, puesto que logró conjugar elementos atractivos como: masificación, altas expectativas comerciales, importante cobertura mediática, entre otros. Lo que significó el interesamiento de actores importantes como la empresa privada (Movistar) y del sector público (Municipio de Quito). La existencia dos eventos consecutivos indica una trayectoria hacia la

o presencialmente dispuestos a enfrentarse entre sí respetando las reglas impuestas por la comunidad o por los organizadores del torneo. Es importante aclarar que lo que define al e-sports no es el juego que se juega, sino el hecho de jugar videojuegos de forma competitiva semi o profesionalmente dentro de una comunidad masiva, con patrocinadores, equipos, organización general y organización constante de torneos oficiales o semi-oficiales (Varonas, 2012).

consolidación de eventos nacionales sobre videojuegos. Si bien el Campus Party no es dedicado exclusivamente a los videojuegos, se consiguió crear un espacio lo suficientemente amplio en el país para el encuentro cara a cara de los aficionados a los videojuegos.

3.5.- Las tiendas de videojuegos y servicio técnico.

Durante el trabajo de campo con los GSR, que confluyen en torno a las culturas lúdicas ecuatorianas, se identificó una dificultad en delimitar específicamente a los mismos. En un inicio la comunidad Ecuagamers sirvió como un punto de contacto con un conglomerado de gamers a nivel nacional. Durante el proceso etnográfico se encontró que este GSR pertenecían a otro grupo social: los organizadores de eventos. Es decir, tienen una función fundamental como articuladores de la comunidad, pero como administradores y organizadores se alinean a otros actores, conforman otro GSR para generar un espacio de contacto físico entre los gamers: los torneos y eventos.

Esta situación se repite con las tiendas o almacenes de videojuegos Dr. Games y Juegamanía ya que tienen una función importante en la organización de torneos y eventos de menor escala en el país, y desempeñan una función diferente en la interrelación directa con los gamers: venta de videojuegos y prestación de servicio técnico. Dr. Games es un almacén ubicado en la ciudad de Guayaquil y lleva cerca de 10 años dentro del mercado de videojuegos en el país. Entre los elementos de su negocio están la venta de videojuegos, consolas, comics, series anime y manga, además de ofrecer servicio técnico para cualquier consola. Para su administrador:

Este almacén ha logrado una estabilidad porque siempre hemos ofrecido algo nuevo a nuestros clientes. En un inicio empezamos con la venta de videojuegos, consolas y con el servicio técnico y poco a poco fuimos ampliando nuestra oferta de productos (...) Los que trabajamos aquí nos consideramos fanáticos de los videojuegos por lo que no solo vendemos cosas sino que damos una completa asesoría a los clientes, muchos de ellos son amigos. Por ejemplo, organizamos las noches de videojuegos los fines de semana en la casa de algún amigo y así nos reunimos (...) Ahora, desde el 2005 más o menos ampliamos nuestros productos a la onda Anime y Manga porque nos encontramos con

que muchos gamers y aficionados a los videojuegos también eran aficionados este tipo de cultura (F. Ordóñez, comunicación personal, 30 de julio de 2012).

Juegomanía es un almacén de ubicado en la ciudad de Quito con un enfoque exclusivo de videojuegos y consolas:

El enfoque del nuestro local es la venta de videojuegos. Procuramos tener la mayor cantidad de oferta de juegos en formato DVD (...) El fuerte de nuestras ventas son los juegos para computadora y para PlayStation 2, en menor medida los juegos para PlayStation 3 y para Xbox (...) Mayoritariamente, el servicio técnico se ocupa de instalar chips a las máquinas y eventualmente algún daño en las consolas (J. Galindo, comunicación personal, 27 de julio de 2012).

La instalación de chips en las consolas de videojuegos (PlayStation 2 y 3, Xbox, Nintendo DS y Wii) es el servicio más frecuente que realizan estos almacenes. Este dispositivo, que se puede colocar en ciertas consolas, permite cambiar su funcionalidad o modificar la forma en que leen y almacenan los datos. El chip MOD es el más usado en el mercado y principalmente facilita reproducir copias de los juegos.

El GSR de tiendas y servicio técnico mostró una práctica común entre los gamers: el consumo de videojuegos en copias / la piratería. Ricardo Andrade, representante del almacén Hobby Electronics, considera que este tema es problemático no sólo en el Ecuador sino en todo el mundo:

La piratería en los videojuegos es un gran problema para las compañías desarrolladoras de juegos porque un gran porcentaje de sus ventas se ve opacada por esta práctica. Pero creo que no es un problema para las compañías que venden las consolas ya que, como todos sabemos, al comprar una consola se le puede poner chip y así utilizamos juegos piratas, que en el país son más accesibles en términos económicos (...) Además, varios títulos originales no ingresan al país pero sí sus copias, lo cual no le da otra opción a los usuarios de los videojuegos que comprar las versiones piratas (R. Andrade, comunicación personal, 3 de agosto de 2012).

La declaración de Andrade revela algún tipo de complicidad entre los creadores de consolas y la piratería de videojuegos. El relato que realiza el entrevistado sobre la historia de esta práctica en América Latina es interesante:

Esto empezó por el año 2000, cuando PlayStation creó un aditamento para la instalación de un dispositivo que modificaba en parte su configuración inicial de lectura de discos. En Ecuador, y en toda Suramérica, siempre llegaban las consolas súper caras y los juegos también súper caros y de por sí eran muy pocos a los que se tenía acceso en ese entonces. Pero el apareamiento del chip y de la abertura en la consola para instalarlo daba la posibilidad de jugar con copias (...) Esta práctica se extendió con mucha facilidad para las consolas de Sony. Con la siguiente generación de consolas pasó lo mismo: el Gamecube, el PlayStation 2, el Wii, el Xbox y el PlayStation 3. A todas estas se las podía insertar el chip para jugar discos piratas (R. Andrade, comunicación personal, 3 de agosto de 2012).

A partir de las entrevistas realizadas en el trabajo de campo, los gamers consideran que la piratería tiene tanto auge por los altos precios de los videojuegos originales y los limitantes en el acceso a ellos. Entre las declaraciones se tuvieron que:

Si las desarrolladoras de juegos ven a los países como mercado, y ellos tienen un poder muy grande ¿por qué no se crean cadenas de distribución más amplias para que nos lleguen a menor costo los videojuegos? (...) Los videojuegos originales pasan por más de 10 vendedores antes de llegar al local donde se compra el juego, y si es que éste llega porque la oferta es muy limitada en el país (J. Vásquez, comunicación personal, 20 de agosto de 2012).

Wilson Enríquez, vendedor en el almacén Cob's Games de la ciudad del Puyo, aseguró que:

Yo creo que si los juegos llegaran con un precio similar al de Estados Unidos o de Europa, no digo que el mismo porque todos sabemos que se gasta en transporte y distribución. Seríamos felices y se acabaría la piratería ya que todos podríamos tener la posibilidad de obtener los títulos a un precio accesible (W. Enríquez, comunicación personal, 30 de agosto de 2012).

Por otro lado un gamer de la ciudad de Manta declaró que:

En mi experiencia GAMER he tenido el privilegio de comprarme mis títulos originales y otros me los bajo del internet con facilidad, aunque también tengo videojuegos piratas que sólo se llegaron a comercializar en Estados Unidos o que solo salieron en Japón.

Creo que mientras sea limitado el acceso a los videojuegos la piratería resulta inevitable (R. Jácome, comunicación personal, 18 de agosto de 2012).

Resultó interesante descubrir que aparte del acceso que generan las tiendas de videojuegos a los gamers, en términos de venta de consolas y videojuegos, la instalación de chips en las consolas resultó un mecanismo para promover el acceso a videojuegos que, de forma directa, no llegaría a ellos. La piratería resulta una actividad prohibida desde la normativa internacional y nacional, pero la posibilidad que instalar un dispositivo en las consolas para leer copias de videojuegos deja entrever una permisibilidad relativa de las propias empresas. Las justificaciones para la compra de juegos piratas son múltiples y hasta lógicas. Si un gamer busca videojuego y en el país sólo existe su versión pirata, o si los costos de los juegos originales son elevados en relación al valor en el país de origen, no existe otra alternativa que comprar una copia. Durante el trabajo de campo virtual se encontraron alternativas que han están reduciendo el consumo de la piratería: la compra de videojuegos mediante con descargas en internet a través de plataformas especializadas. Este punto se abordará en el siguiente capítulo.

3.6.- Los productos comunicacionales

En el capítulo anterior se realizó un análisis socio-semiótico de múltiples espacios de identidad y representación de los gamers ecuatorianos, entre ellos constaron dos medios de comunicación: la revista **PYXart** y el programa de televisión **Juega Conmigo**. Más allá de su estructuración simbólica, que otorga elementos de referencia a la cultura gamer, en este punto se desea describir su función como GSR. El papel predominante que cumple este GSR es otorgar información a los gamers sobre lo que ocurre en el mundo de los videojuegos.

Para el caso de PYXart, los gamers pueden llegar a ella mediante dos formas: adquiriéndola en almacenes como que tienen una cobertura a nivel nacional, entre ellos: Súper Paco, Supermaxi, Megamaxi y Mr. Books, también se comercializa en tiendas dedicadas a videojuegos de las ciudades de Quito y Guayaquil como GameMart, GamesCorp, Juegomanía y Games Store; y se puede acceder mediante suscripción.

Durante la etnografía de campo se pudo comprobar la existencia en estantes de esta revista, además, llamó la atención que en el comisariato Súper Paco, ubicado en el Centro Comercial Quicentro Shopping de Quito, la revista se la promociona de una forma especial en las vitrinas de ese almacén. La revista posee un número importante de suscriptores: hasta mayo de 2012 contaba con 749 suscriptores a nivel nacional. Este producto comunicacional se encuentra articulado los GSR tiendas de videojuegos y auspiciantes. Existe una sección de la revista llamada "DIRECTORIO", en donde se promociona un conjunto de almacenes de videojuegos y servicio técnico a nivel nacional. Además, el principal auspiciante de PYXart es la empresa de telefonía celular Movistar cuya publicidad se enfoca a promocionar su servicio de internet inalámbrico, paquete de datos para celulares inteligentes y la descarga de juegos para celular desde su página web.

El programa de televisión *Juega Conmigo* desempeña, como otro espacio más de comunicación, tiene la función de dar acceso a información sobre videojuegos sin costo. Al transmitirse por señal abierta (UHF), la información sobre videojuegos no presenta una barrera económica o las limitaciones de acceso a tiene Internet que tiene el país³⁶. Sin embargo, durante las entrevistas realizadas en el trabajo de campo se descubrió que este espacio comunicacional ha perdido fuerza como GSR. David Álvarez, Andrea Rodríguez, Hugo Casal, gamers de la ciudad de Guayaquil; José Vásquez y Andrés Enríquez, de la ciudad de Quito, describen la trayectoria de este programa de televisión: *Juega Conmigo* fue estrenado en marzo del 2004 como un espacio dedicado al mundo de los videojuegos. Los presentadores eran Miguel Gallardo y Héctor Martínez quienes *"demostraban un manejo muy bueno sobre los videojuegos y además organizaron torneos transmitidos por televisión que tuvieron mucha convocatoria"* (D. Álvarez, comunicación personal, 14 de agosto de 2012). Entre los torneos organizados fue el PES 2008 (Pro Evolution Soccer) que convocó a gamers de todo el Ecuador. A pesar del éxito que tenía el programa y el buen manejo de los presentadores, Televisión Satelital decidió cancelar el programa para ubicar en su lugar un magazine de farándula. A inicios del 2009, vuelve a la pantalla de televisión el programa bajo la conducción de Lenin Pérez:

³⁶ Según un informe presentado por la Organización de Naciones Unidas en septiembre de 2012, el 31,4 por ciento de la población de Ecuador tiene acceso a internet (ONU, 2012: 24).

... el nuevo presentador era bastante bueno y casi no se sentía la diferencia con los presentadores anteriores. Él organizó el PES 2009 que tuvo una muy buena convocatoria. Recuerdo que llegaron participantes de todas las clases sociales y el torneo, que se transmitió en directo por el canal, fue un éxito (J. Vázquez, comunicación personal, 21 de agosto de 2012).

El trabajo de campo determinó que la caída del programa se produce cuando éste vuelve a salir del aire por segunda vez. De alguna forma, los gamers se distanciaron de un espacio comunicacional que no tenía constancia debido a que: *"Miguel y Héctor tenían muchos seguidores y su salida provocó que la gente dejara de ver el programa. Lenin hizo un buen trabajo pero también su salida ocasionó otra decepción en los gamers"*(J. Vázquez, comunicación personal, 21 de agosto de 2012). Para varios gamers, el tercer regreso al aire de Juega Conmigo, ocurrido a inicios del 2010, estableció el desarraigo de muchos gamers a ese programa. Se generaron muchas críticas desde los gamers sobre el nuevo conductor, Mike Hickey (Nick), quien no tenía el suficiente conocimiento para manejar el programa, sus respuestas a la audiencia no eran pertinentes y no lograba generar un buen. En el 2010, el programa promocionó la realización del torneo PES, sin embargo este evento nunca ocurrió. Por consiguiente, a partir de los testimonios de los gamers se conjugaron múltiples razones por las que este programa dejó de convertirse en un elemento relevante y constitutivo de la cultura gamer ecuatoriana.

3.7.- Actores aliados: Anim-e-motion

Durante el trabajo de campo emergió un GSR no pensado. Los productos comunicacionales, las tiendas de videojuegos, los patrocinadores y los organizadores de eventos y sobre todo los gamers remitían: la cultura anime en el Ecuador. Los gamers se encuentran fuertemente vinculados a estos géneros de la cultura japonesa, Al mirar las páginas de la revista PYXart se comprueba que su contenido apela constantemente al anime; además, las tiendas de videojuegos poseen un amplio material Manga y anime en sus estantes.

En el capítulo anterior se realizó el análisis socio-semiótico de la página de anim-e-motion, ya que en su estructura tiene un espacio dedicado a los videojuegos. Christian Nuques, administrador del portal, habló sobre la creación de este espacio:

Existía una necesidad de crear y fomentar la cultura anime³⁷ en el Ecuador. Así nace Anim-e-motion, en mayo del 2005, para articular a todos los fans de la cultura visual japonesa en el país (...) En el año 2000 era complicado conseguir series de animación y la piratería era incipiente. Por eso empezamos hacer proyecciones en la Casa de la Cultura, en el Colegio Vicente Rocafuerte, conseguíamos las series que eran válidas y tenía un peso filosófico, cultural, etc., y las exponíamos al público, no se exponía toda la película sino los primeros episodios para que la gente tenga interés en la serie, nosotros las dábamos gratis iniciando una convocatoria a más personas, al principio tuvimos unas 20 personas se hacían las reuniones en el Mall del Sol todos los domingos y luego se cambió a los sábados (C. Nuques, comunicación personal, 20 de julio de 2012).

Estos fueron los primeros encuentros de esta comunidad vinculada a la visualidad japonesa. Cabe destacar que el proceso resultó inverso al que tuvieron los gamers, ya que pasaron de la presencialidad a la virtualidad de su espacio en Internet. El punto de confluencia es su portal en la web, pero los lazos se construyen a partir de los eventos Cosplay³⁸ que ellos realizan. A la organización pertenecen de 12 personas y esta base es la que promueven eventos que les otorga rentabilidad a la agrupación. La forma de integración a este grupo está determinada por el nivel de compromiso de la persona interesada:

... manejamos un formulario de inscripción en el cual las personas interesadas deben llenar una ficha con sus datos personales, se entra a un periodo de prueba, se analiza su psicología, antecedentes, etc., según el resultado pasa a formar parte del grupo de manera activa. Han existido varios fanáticos que han estado dentro del grupo (...) pero que no han logrado ingresar activamente ya sea por decisión propia o porque no han logrado superar la dinámica (C. Nuques, comunicación personal, 20 de julio de 2012).

³⁷ Lo ANIME reúne a todos los componentes nacidos a partir de los años 80 en la cultura japonés: animación, videojuegos, música y dibujos animados (C. Nuques, comunicación personal, 20 de julio de 2012).

³⁸ El cosplay es un término de la cultura popular japonesa que hace referencia a la representación, mediante la utilización de disfraces que asemejan la indumentaria característica, de personajes animados. El término se relaciona con la representación de personajes anime, manga y videojuegos.

Bajo esta dinámica se construyó una comunidad con una presencia que comparte espacios con la cultura gamer de Ecuador. En el Campus Party 2011, existió una temática de cultura visual que se enfocó a debatir sobre la expansión de la cultura anime en todo el mundo. La convivencia de ambos grupos sociales relevantes no es gratuita y será ampliada en el siguiente capítulo.

3.8.- Las salas de videojuegos: desaparición de un actor

Durante la construcción del estado del arte de esta investigación se configuró una prenocción: la relevancia de las salas de videojuegos como un actor más en la construcción de las culturas lúdicas ecuatorianas. Iván Rodrigo Mendizábal, en su libro *Maquinas de Pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*, describió con detalle a una ciudad emergiendo como lúdica por la diseminación de múltiples espacios de juegos (salas de videojuegos), desde donde se anclan representaciones o simulaciones de poder (2004). Esta investigación preparó el camino del investigador para encontrarse con este GSR, pero ello nunca ocurrió. Los 22 gamers entrevistados, y todos aquellos informantes de la etnografía de campo y virtual, no remitieron a las salas de videojuegos como un espacio significativo para la cultura gamer. El seguimiento de los actores y la construcción de la “bola de nieve” no contactaron al investigador a dichos lugares ¿Dónde encontrar una explicación para descartar a las salas de videojuegos como actores de este trabajo?

El 7 de mayo de 2011 se desarrolló el Referéndum y Consulta Popular con el objetivo de modificar algunos artículos de la Constitución Política del Ecuador vigente desde el 2008 y, además, para preguntarle a la población del Ecuador sobre temas puntales. La pregunta número 7 versaba lo siguiente:

Con la finalidad de evitar que los juegos de azar con fines de lucro se conviertan en un problema social, especialmente en los segmentos más vulnerables de la población, ¿Está usted de acuerdo en prohibir en su respectiva jurisdicción cantonal los negocios dedicados a juegos de azar, tales como casinos y salas de juego? (Referéndum y Consulta Popular 2011).

El 45,7 por ciento de la población votó sí en esta pregunta. Desde agosto del mismo año, se llevaron a cabo operativos que clausuraron muchas salas de videojuegos en todo el país y se decomisaron arcades que estaban en varios locales comerciales. Una de las salas que no cerró sus puertas fue la multinacional Play Zone debido a que sus actividades se enfocan al entretenimiento infantil y a la realización de fiestas. Por ejemplo, *Juegamanía* tenía consolas y arcades de alquiler en sus locales tuvo que quitarlas ya que, si continuaban alquilándolas, corría el peligro de ser clausurada. La ciudad lúdica, que describió Rodrigo Mendizábal en el año 2003, se transformó por mandato popular. No dejó de existir pero se relegó a espacios de encuentro como los torneos y a espacios contenidos en internet.

3.9.- Atribuciones de significado en los GSR

Los GSR descritos en este capítulo mostraron que comparten variadas formas de comprender e interactuar con la cultura gamer ecuatoriana. Sin duda, el grupo social nodal de esta descripción fueron los propios **gamers**, que funcionan como un mecanismo de contacto con otros gamers tanto en los entornos presenciales/actuales como para la interacción virtual. La significación principal de los gamers, hacia su propia comunidad, es la socialización entre pares, el contacto *Online/Offline*, el trazo de diferentes mecanismos de comunicación y la propia construcción del sentido de comunidad.

Los **organizadores de eventos** tienen al menos dos perfiles: uno de alta visibilidad y otro de baja visibilidad. Para los primeros, la comunidad gamer se constituye un espacio para vender, para promocionarse en el ámbito lúdico-tecnológico. En el Campus Party del 2012, la participación de Movistar, por ejemplo, tuvo la principal función de mostrarse como líderes en campo tecnológico para un sector del mercado profundamente penetrado por este discurso: los jóvenes. Los organizadores de eventos de bajo perfil, son los propios gamers que organizan sus torneos. El evento liderado por Ecuagamer no tuvo impacto mediático y fue promovido por tiendas pequeñas de videojuegos. Sin embargo, este evento resultó simbólicamente muy fuerte para los gamers, ya que fue una de las primeras experiencias de torneos nacionales en el

país. Y, además, sirvió para movilizar a los gamers de la interacción virtual a la presencial/actual. No hay que dejar de lado que, el torneo organizado por Ecuagamers también les permitió mostrarse como una organización fuerte de gamers. Podría llamarse la investidura de un halo de prestigio.

Para los organizadores de eventos, la comunidad gamer es un espacio para mostrarse y/o fortalecer su presencia al interior de dicha comunidad, sea como proveedores de tecnología o como configuradores de comunidad. Esta significación tiene un punto de contacto con los **patrocinadores** que operan bajo una dinámica al menos parecida: dinámicas de mercado. A partir de las entrevistas realizadas, y hasta cierto punto resulta lógico, la vinculación de un patrocinador en los eventos gamers parte por la potencialidad de proyectarse a un mercado amplio. Los eventos Campus Party demostraron que son ventanas para promover productos. Con este elemento, el reclutamiento de los diferentes patrocinadores se hizo efectivo. De forma general, se puede establecer que la significación de este GSR apela a la rentabilidad y a las posibilidades de ventas.

Las **tiendas de videojuegos y el soporte técnico** son negocios que también operan bajo las dinámicas del mercado. Sin embargo, este GSR tiene un espectro más amplio de significación, ya que construyen puentes de acceso a la comunidad gamer mediante la venta de consolas, juegos y el soporte técnico. Son en las tiendas donde el gamer tienen una puerta de acceso para los insumos que generan la comunidad gamer (consolas, videojuegos y accesorios). La práctica de la piratería también es un significado puesto que elimina varias barreras de acceso. El uso generalizado de chips en las consolas, sumado a la venta de discos piratas, no es significado como un problema para los gamers, más bien es una solución a dificultades de acceso y de altos costos de productos originales.

En los **productos comunicacionales** operan significaciones similares. Su dinámica se la rentabilidad al explotar un nicho en construcción. En ambos productos analizados se vincularon el apasionamiento por los videojuegos y las visualización de un mercado no explorado. La significación que hacen los gamers hacia estos grupos sociales relevantes se dirige al acceso de información. Este GSR se constituye en un punto de

acceso a información sobre la cultura gamer (juegos, consolas, trucos, gamers, entre otros).

El GSR Anim-e-motion significa la cultura gamer en tanto aliados, ya que comparten los mismos espacios tanto virtuales como presenciales. En los torneos, los productos comunicacionales y en las páginas Web se apela casi en igualdad de condiciones a la cultura gamer y a la cultura anime. Esta frontera borrosa no será gratuita, como se verá más adelante. Se puede establecer una co-existencia en un mismo espacio de ambas culturas, por lo que la construcción de funcionalidad captura a las dos culturas.

Los GSR revelados otorgan múltiples significados similares y diferentes a la vez. Los puntos de contacto de los significados son: jóvenes y tecnología, innovación, entretenimiento, contacto presencial y virtual, y comunicación. Son estos significados los que operan para todos los GSR descritos hasta este punto. La diferencia radica en que para algunos GSR (organizadores de eventos, patrocinadores, tiendas y productos comunicacionales) su significación atraviesa también por la lógica de la rentabilidad de los negocios, y no así para los propios gamers y sus aliados: la cultura anime. El funcionamiento de la cultura gamer en estos GSR se construye a partir de las significaciones antes detalladas: dinámicas económicas exitosas, el discurso de la innovación tecnológica y el entretenimiento como inherente al ser humano.

La utilización de la Teoría Actor-Red permitió acceder a los diferentes grupos sociales relevantes, pero además resultó útil la hora de trazar la red de actores que componen y configuran la cultura gamer ecuatoriana. La red de la comunidad gamer está compuesta por los propios gamers, quienes concentran la red y son los que direccionan la atribución de significados de la cultura gamer. A ellos se adhieren los organizadores de eventos, los patrocinadores, las tiendas de videojuego y sus técnicos, los productos comunicacionales y el grupo anime. Los intermediarios son los soportes tanto físicos como virtuales (centros comerciales, revistas, páginas webs, señales de televisión, artefactos tecnológicos, los videojuegos, entre otros). La traducción opera en los tres significados descritos en el párrafo anterior: rentabilidad, innovación y entretenimiento.

A partir de estos elementos. la red se configuraría de la siguiente forma:

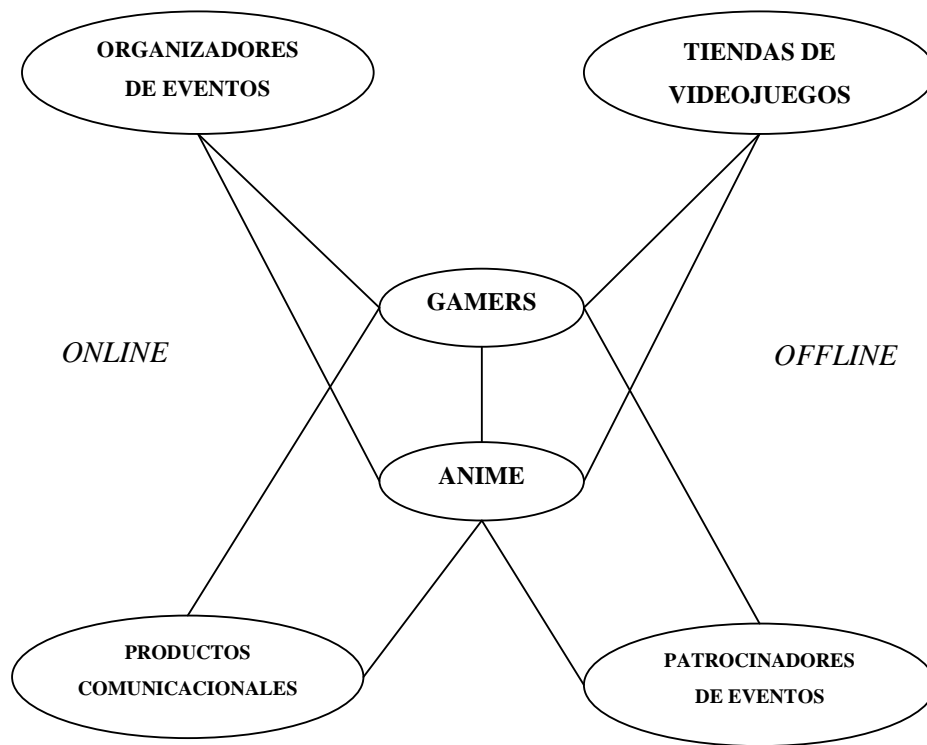


Figura: Red de actores comunidad gamer de Ecuador

CAPÍTULO IV

DINÁMICAS SOCIO-TÉCNICAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN GAMER

4.1.- Líneas paralelas: etnografía de campo y etnografía virtual

En el capítulo anterior se realizó un análisis de los grupos sociales que se vinculan a la cultura gamer desde el campo de la etnografía, que comprendió la observación de campo, entrevistas a profundidad e historias de vida. Fue la etnografía, y la metodología aplicada, las que permitieron llegar y reconocer a los gamers desde un contacto cara a cara. Un amplio número de investigaciones sobre videojuegos y comunidades virtuales han sentado su trabajo investigativo desde la etnografía virtual; puesto que, si los procesos de interacción atraviesan por internet, no sería necesario un contacto físico con los sujetos que son el objeto de estudio.

Desde la concepción de esta investigación, se procuró contactar a quién está detrás de un ordenador o de una pantalla de televisión jugando un videojuego. Desde el Constructivismo Social de la Tecnología, y desde los aportes del Constructivismo Cultural, se deben encontrar la mayoría de variables que intervienen en los procesos de interpretación sobre una tecnología. Sólo se podía llegar a ese punto con un contacto cara a cara con los gamers. Fueron ellos quienes abrieron los espacios para que el investigador realizara su etnografía virtual, con su acompañamiento y guía. Los espacios desde donde interactúan y juegan los gamers son diversos, de difícil acceso para quién no tiene la experticia suficiente para llegar a dichos lugares virtuales.

El trabajo conjunto de una etnografía y una etnografía virtual no tuvieron como propósito lograr con análisis completo y basto de la cultura gamer ecuatoriana, sino recopilar la mayor cantidad información posible. Marc Augé buscó enlazar ambos espacios (él los llamó los lugares y los no lugares) conceptualizándolos de la siguiente manera: si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un lugar (1992: 83). Sin duda, Augé se refería a espacios de lo que él

llamaba de la "sobremodernidad" como: aeropuertos, centros comerciales, clínicas, entre otros. Se pensaría que esa categoría no sería útil para esta investigación porque aquí se propone que lo virtual sí es un espacio de identidad de los sujetos; sin embargo es muy útil la relación que trabaja Augé sobre los lugares y los no lugares:

Agreguemos que evidentemente un no lugar existe igual que un lugar: no existe nunca bajo una forma pura: allí los lugares se recomponen, las relaciones se reconstituyen; las "astucias milenarias" de la invención de lo cotidiano y de las "artes del hacer" de las que Michel de Certeau ha propuesto análisis tan sutiles, pueden abrirse allí un camino y desplegar sus estrategias. El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca completamente (1992: 84).

Bajo esta premisa de complementariedad entre el lugar y el no lugar, entre lo real y lo virtual, se procedió a trabajar tanto con la etnografía como con la etnografía virtual sobre los espacios en donde se muestra la cultura gamer ecuatoriana.

En el segundo capítulo, se realizó una reflexión teórica que proponía de diferencia entre lo real y lo virtual. Se va a establecer que lo real se produjo, en esta investigación, mediante la interacción cara a cara con los GSR y los gamers. Mientras que lo virtual se alcanzará mediante la etnografía virtual bajo la concepción teórica de que: lo virtual es una forma de ser fecunda y potente que favorece los procesos de creación, abre horizontes, cava pozos llenos de sentido bajo la superficialidad de la presencia física inmediata, como lo estableció Pierre Lévy.

Internet es un medio multimodal que incluye todos los formatos interactivos inventados hasta la fecha (Navarro, 2004). Por ejemplo, existen formas de interacción en la Web como las videoconferencias, que están mediadas por la pantalla de un computador; y existen otras formas más indirectas y virtuales de interacción como un chat o la participación en un foro de discusión. Para Pablo Navarro:

... por medio de los dispositivos que ha creado la Red, se puede interactuar a través de una fragmentación y recombinación casi infinita de la información presente en la misma. La interacción se produce, en ese contexto, a través de una trituración exhaustiva del sentido originariamente adscrito a tal información, y de una ulterior recomposición, en buena medida aleatoria, de ese sentido (Navarro, 2004).

En la perspectiva de esta investigación, internet es un dispositivo que facilita la interacción social. Los foros, los chats, los videojuegos *Online* vehiculizan un lazo entre diferentes usuarios. Pero además, internet es un artefacto cultural en los términos que se establecieron en el primer capítulo: "*es importante reconstruir el sentido que tienen las tecnologías para los usuarios, así como la apropiación que realizan los sujetos a dicha tecnología en contextos y realidades socioculturales diferenciadas*" (Winocur, 2006: 506). De ahí que resultó productivo el trabajo paralelo entre la etnografía y la etnografía virtual.

4.2.- La función de lo humano en la cultura gamer

En el tercer capítulo se describieron a varios GSR que se mostraron durante el trabajo etnográfico, por ello parecería redundante retomar la función de lo humano en la configuración de la cultura gamer. El poner énfasis en este aspecto tiene como objetivo disgregar aquellos elementos que alimentan la identidad y las formas de representación del gamer, superando aspectos contextuales o estructurales de que se mostraron con la descripción de los GSR. Se desea conocer en detalle aquellos componentes que se muestran en los procesos identitarios y representativos de los gamers

Anteriormente se tomó como referencia el concepto de Raymond Williams sobre cultura, que es: "*... el sistema significativo a través del cual necesariamente (aunque entre otros modos) un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga*" (Williams, 2000: 13). Por ello, la cultura aglomera prácticas significantes, como el lenguaje, las artes, los juegos, etcétera, que permiten el diálogo entre los miembros de una comunidad. En éste apartado se buscará encontrar el factor humano en esta configuración cultural.

Claudia Giannetti, dentro de la publicación *El factor humano en la cibercultura*, esbozó algunos elementos que permiten encontrar el elemento humano en los procesos de socialización a través de internet. Para Giannetti, dos dispositivos técnicos de

comunicación asumen un notable protagonismo en la cultura digital: la pantalla y la interfaz³⁹ técnica:

La interfaz humano-máquina propicia cambios radicales respecto a las formas de comunicación basadas en medios digitales y telemáticos, entre los cuales podemos señalar el replanteamiento del factor temporal (tiempo real, tiempo simulado, tiempo híbrido, simultaneidad); el énfasis en la participación intuitiva mediante la visualización y la percepción sensorial de la información digital; la generación de efectos de translocalidad y de inmersión; y el acceso a la información mediante sistemas de conexión ramificada, de nexos o de asociaciones pluridimensionales (Giannetti 2006; en Schultz 2007: 144-145).

La recomposición de la relación humano-máquina que realiza Giannetti muestra la complejidad de componentes que mezclan lo humano y lo no-humano. La participación intuitiva y la percepción sensorial que brinda la interfaz técnica son componentes no técnicos, o humanos, que se propician gracias a la máquina. Dentro del análisis socio-técnico, y bajo el Constructivismo Social de la Tecnología, es imposible comprender lo social y lo técnico por separado. La metáfora del tejido sin costuras precisamente implica que múltiples componentes coexisten simultáneamente, se entremezclan, y dotan de una forma y un contenido a una estructura o un artefacto determinado. El factor humano en la cultura gamer no significa separarlo del factor no-humano, sino implica ver aquellos aspectos inmateriales que entran en funcionamiento cuando se estructura la identidad del gamer.

El primer factor humano que se logró identificar en la cultura gamer fue una necesidad latente de *socialización*. Giannetti explica conceptualmente ese aspecto:

Una proliferación de la necesidad de estar telecomunicado, que se traduce en una dependencia creciente a aparatos para el sostenimiento de las relaciones interpersonales; y una propensión a transformar la realidad de estas relaciones en meros enlaces entre fracciones de información (Giannetti 2006; en Schultz 2007: 153).

³⁹ Término que apela a la existencia de una conexión física y funcional entre dos sistemas o dispositivos. Giannetti utiliza la palabra interfaz como la existencia de una prótesis o extensión del cuerpo humano. Por ejemplo, cómo el ratón actúa como una conexión entre el ser humano y el software de una computadora, o cómo la pantalla es un interfaz entre el ser humano y el disco duro.

En cada entrevista realizada a gamers que pertenecían a foros y a comunidades en línea salió a la luz la necesidad de socialización a partir de un común denominador: los videojuegos. Andrea Rodríguez, administradora del foro y comunidad Ecuagamer, planteó que su plataforma se creó a partir de esa necesidad de construir un espacio estable para que los gamers puedan encontrarse. Hugo Casal, integrante de Ecuagamer, durante la entrevista puso de manifiesto esa necesidad de pertenecer a una comunidad:

Sentía esa necesidad de pertenecer a una comunidad, no por tener la oportunidad de conocer a más gamer y poder compartir con ellos, sino porque esos espacios te brindan la oportunidad de conocer más sobre los videojuegos y sobre algunos trucos. Por ejemplo, una vez no lograba superar un nivel de *Call of Duty*. Me encontré con el jugador Micke4 de la comunidad Steam y me dio los trucos para superar ese nivel (...). Ese tipo de experiencias y aprendizajes te lo da solamente una comunidad (H. Casal, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Wilson Enriques, gamer de la ciudad del Puyo, tuvo la misma experiencia en la plataforma TwitchTV. El gamer Namja le explicó a detalle los trucos y las misiones de debía cumplir para superar una de las misiones del videojuego *Call of Duty*.

Me suscribí al canal de Namja, porque es un gamer muy bueno en el juego *Call of Duty*. Un día le escribí en chat de su canal y me respondió de inmediato con los trucos y la misión que me faltaba para acabar con un nivel muy difícil. Hasta ese momento pensaba que los chats no servían de mucho pero al ver la respuesta de Namja empecé a participar más de esos espacios que te ofrecen las comunidades (W. Enriques, comunicación personal, 30 de agosto de 2012).

Las experiencias de Casal y Enriques muestran una necesidad de socialización a partir de múltiples motivaciones como: pertenencia, adquisición de conocimiento o habilidades. Este factor plenamente humano e inmaterial se da gracias a esa interfaz humano-máquina, puesto que se moviliza desde el gamer hacia la comunidad por la mediación tanto de la computadora, de internet y las plataformas (para este caso Steam y TwitchTV). La necesidad de socialización se genera a partir de gamer pero se da gracias a la interfaz humano-máquina, ésta es su condición de posibilidad.

Un segundo factor humano identificado en la cultura gamer es el *reconocimiento*. Axel Honnet planteó que el sujeto necesita del otro para construirse

una identidad estable y por ello necesita de una forma de reconocimiento, que puede tomar la forma de solidaridad: "*Se trata de una serie de prácticas sociales orientadas a que el sujeto perciba determinadas cualidades suyas como valiosas en función del logro de objetivos colectivos considerados como relevantes*" (1997: 21). Ecuagamers durante los años 2011 y 2012 ha realizado dos encuestas nacionales a los gamers. Andrea Rodríguez, administradora de la página y gamer, construyó y aplicó las encuestas con un objetivo en concreto:

... realizar un análisis de la percepción de cómo vive y es un gamer. El enfoque de las encuestas es conocer las preferencias de los integrantes, la fecha de la aplicabilidad, todo. La dinámica es subir al foro la encuesta y los chicos respondan, para esto se hace publicidad en las redes sociales, ésta se sortea para direccionar a todas las personas y no a un solo segmento, de allí se sabrá la forma de dedicación a esta actividad. El proyecto es seguir aplicando más encuestas basadas en el modelo estadounidense que abarca más aspectos para definir con más detalle el estudio de los gamer en Ecuador (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

La encuesta que realizó Ecuagamers en el 2011 aglomeró a 350 gamers de todo el país. Con ello, se construyó una visión de comunidad numerosa y que muchos integrantes se reconociera entre sí. Los resultados de la encuesta, que son cuantitativos, provocó un sentido de pertenencia geográfica entre los gamers: las dos ciudades que mayoritariamente aglomeraban a los videojugadores era Quito y Guayaquil. Otro componente de reconocimiento fue la construcción de grupos etarios de gamers: de 18 a 25 años y de 26 a 35 años. Cada grupo dinámicas de interrelación con los juegos y con otros gamers diferentes. Se pudo determinar el género de la cultura gamer: mayoritariamente masculino. La encuesta permitió reconocer la existencia de un número importante de gamers que se encontraban interactuando y relacionándose en foros, comunidades y a través de videojuegos en línea.

En un nivel más cercano a los gamers, el reconocimiento actúa como vínculo entre pares. Varios entrevistados reconocieron que al interactuar en una comunidad de gamers les permitían saber que existen otros gamers que comparten su mismo gusto por los videojuegos:

Me gusta participar en el foro de Ecuagamers, sobre todo en el foro de Nintendo que tienen. Allí hice al menos 4 amigos y nos unimos por el gusto que tenemos por las consolas Wii. Por ejemplo, me contacté con Alejandro porque a él también le gustan mucho estas consolas. Luego de encontrarnos en Ecuagamers nos conectamos por el Facebook, y de allí empezamos a reunirnos a veces para jugar en mi casa (D. Álvarez, comunicación personal, 14 de agosto de 2012)

En el caso de David, el proceso de reconocimiento con gamers atravesó por su gusto hacia las consolas de Nintendo. El reconocimiento surgió gracias a la existencia de una plataforma que vehiculizó su encuentro: ecuagamers.com/foros. El caso de Andrea Rodríguez y Hugo Casal fue el mismo:

Somos muy buenos amigos, nos encontramos siempre, vamos a torneos, viajamos a Quito al Campus Party 2011, y todo esto se dio porque nos conocimos en el foro de Ecuagamers. Yo (Hugo Casal) fui uno de los primeros miembros en registrarme y de allí me conocí con Yunie (Andrea Rodríguez). Siempre nos encontrábamos en los mismos foros como los de Smash o de juegos para PC. Me acuerdo que luego de postear bastante en el foro nos dimos nuestro Messenger, luego por Facebook (...) Ahora somos muy buenos amigos (H. Casal, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Un tercer factor humano en la cultura gamer es la construcción del sentido de *comunidad*. Seymour Sarason lo definió como:

“... la percepción de similitud con otros, una interdependencia consciente con otros, una voluntad de mantener esa interdependencia dando o haciendo a otros lo que se espera de ellos, el sentimiento de que se es parte de una estructura mayor, estable y de la que se depende” (Sarason, 1974: 214).

Isidro Maya profundiza en el concepto del sentido de comunidad: “*una historia común, compartir experiencias comunes, desarrollo de relaciones emocionales entre las personas y una pertenencia al grupo que conlleve el reconocimiento de una identidad y destino comunes para los miembros del grupo*” (Maya, 2008: 16). Hugo Casal aseguró que su comunidad (Ecuagamers) habita en el foro puesto que es el lugar de encuentro permanente con sus amigos:

La comunidad gamer está en el foro porque desde ahí conversamos, algunos gamers más experimentados nos enseñan trucos de videojuegos, a veces nos cruzamos

direcciones de Facebook y desde ahí conversamos más en directo (...). Utilizamos las redes sociales como el chat o nuestro Facebook para conversar. De hecho yo conocí a Andrea Rodríguez por el foro, de allí nos comunicamos de una forma permanente y hasta organizamos cosas para la comunidad. Tengo muchos amigos gamers que nunca los he llegado a conocer en persona, pero a través del contacto por las redes sociales llegamos a ser muy amigos (H. Casal, comunicación persona, 7 de julio de 2012).

La construcción del sentido de comunidad está anclada a la generación de un lazo de pertenencia a un determinado grupo. Si la motivación inicial es la socialización, ésta conlleva una nueva necesidad encontrada: pertenecer a una comunidad con la cual sentirse entre pares. El sentido de pertenencia puede determinarse por el grado de vinculación e identificación que manifiestan los jóvenes con una comunidad (Sunkel, 2008: 185). Además, incluyen:

(...) incluye todas aquellas expresiones psicosociales y culturales que dan cuenta de los grados de vinculación e identificación ciudadana con respecto tanto a la sociedad mayor como a los grupos que la integran, elementos que constituyen el adhesivo básico que permite a la sociedad permanecer junta y que, al mismo tiempo, inciden en las reacciones de los actores frente a las modalidades específicas en que actúan los diferentes mecanismos de inclusión-exclusión (CEPAL, 2007; en Sunkel 2008: 185).

Para el caso de los ejemplos citados, el de Andrea y Hugo, y el de David y Alejandro, el sentido de pertenencia es alto; ya que lograron superar los espacios que les brinda la propia comunidad, como el foro, y se apropiaron de otros espacios como Facebook, Messenger y alcanzaron la presencialidad.

Un último factor humano que se identificó fueron las dinámicas de *diferenciación*. En el ámbito de la cultura gamer la distinción, como diferenciación social, forma parte de su realidad cotidiana, puesto que redistribuye el capital simbólico que circula en la comunidad. Al ingresar a una comunidad, motivados por su necesidad de socialización, de reconocerse entre pares y de construir un sentido de pertenencia, los gamers ponen en funcionamiento dinámicas de diferenciación con sus pares. De alguna forma quieren sentirse identificados y reconocidos al interior de la comunidad por sobre la homogenización que pudiese provocar la misma comunidad.

David Álvarez, gamer de la ciudad de Quito, buscó diferenciarse al interior de la comunidad Ecuagamers mediante su nick: *D_Kratos*, y su avatar para el perfil.

Uno de mis personajes favoritos de videojuegos ha sido Kratos, de God of War. Cuando me registré en la comunidad miré varios perfiles de otros gamers que se había registrado antes. No había ninguno con ese Nick ni con ese avatar. Me registré rápido para que nadie me ganara el perfil. Ahora frecuentemente reviso los perfiles y nadie toma ese personaje. Eso me gusta porque existe respeto a la identidad que te creas, y además nadie quiere que te confundan por eso siempre buscan perfiles que sean súper originales (A. Álvarez, comunicación personal, 14 de agosto de 2012).

El caso de David muestra una necesidad latente de diferenciarse de los otros gamers al interior de la misma comunidad. Sin embargo existen otros ejemplos en donde la identidad diferenciada de los gamers traspasa a los espacios de la propia comunidad y llega al ámbito de lo actual-presencial. Andrea Rodríguez, administradora de Ecuagamers, es identificada por sus amigos, familiares y otros gamers por su identidad virtual: “Yunie”.

El videojuego que siempre me gustó fue Final Fantasy, y más Yunie por su versatilidad y habilidades que tenían. Por eso, en cada espacio que tenemos los gamers siempre me pongo ese Nick. Ahora todos los gamers, amigos y mi familia me conocen por ese nombre. Algunos ya no me llaman por Andrea sino por Yunie (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

La diferenciación opera a la par que el reconocimiento. Andrea construyó una identidad muy fuerte que traspasó el ámbito de ocupado por los gamers, desde donde era reconocida, para apropiarse de espacios cotidianos y de forma constante.

La necesidad de socialización, la búsqueda de reconocerse entre pares, la construcción de un sentido de comunidad y pertenencia, y la forma de diferenciarse entre sus pares, pueden ser anclados a factores netamente humanos. Cada una de las percepciones y sensibilidades que articula la cultura gamer tiene un punto de inicio: el gamer, el ser humano tras la pantalla. Las condiciones de posibilidad de estos elementos, o factores humanos, son elementos técnicos/no-humanos que se entrecruzan con los primeros para construir la cultura gamer ecuatoriana.

4.3.- La función de lo no-humano en la cultura gamer

Lo no humano no es solo está conformado por las nuevas tecnologías de comunicación e información, son además las estructuras que operan en la cultura gamer: lo económico, los valores, la educación, la vida social, entre otros. Cada uno de estos elementos salió a la luz tanto en el momento de la etnografía como en la etnografía virtual. Sin embargo, en este punto se analizará con mayor detenimiento la infraestructura técnica del mundo virtual. Tal como recomienda Pierre Lévy, la técnica no nos interesa como tal, sino es necesario exponer las tendencias de la evolución técnica para abordar las mutaciones sociales y culturales que la acompañan (2007: 18).

La interfaz técnica abarca a todos los equipos materiales que permiten la interacción entre el ser humano, y su mundo ordinario, con el universo de la información digitalizada (Lévy, 2007: 22). En la configuración de la cultura gamer confluyen múltiples estructuras materiales, que van desde las más básicas como un ordenador o una consola de videojuegos, hasta plataformas virtuales de interacción como administradores de videojuegos y foros de discusión, que efectivamente muestran la forma en que opera la interfaz técnica. Para describir los elementos técnicos de la cultura gamer, se analizarán dos dispositivos de entrada: el ordenador y el Nintendo Wii. Ambos dispositivos ofrecen la posibilidad a los gamers de jugar a través de internet y de conformar comunidades de juego *Online*.

El proceso de la etnografía virtual de este trabajo partió de adentrarse en juegos y dinámicas de interacción tanto desde un ordenador, como de la consola de Nintendo Wii, para descubrir los elementos técnicos que intervienen en las dinámicas de juego que sigue el gamer. Un actor no-humano en común se identificó durante la etnografía virtual fue *internet*. Tanto para el ordenador como para la consola de Nintendo Wii, la posibilidad de conectarse en línea y crear comunidades de gamers se produce gracias a la conexión a internet que ambos dispositivos posean.

El inicio de los juegos en red surgió en 1993 con la creación de la World Wide Web. En una primera etapa, los usuarios tenían la posibilidad de acceder gratuitamente a versiones reducidas de videojuegos para ordenadores personales con fines

promocionales. *Doom*⁴⁰ fue el primer videojuego en promocionarse bajo descarga a través de internet (Bell y López, 2008: 159). La rápida expansión de Internet como espacio de entretenimiento facilitó el acercamiento de usuarios a los videojuegos *Online*.

El auge de las videoconsolas y su constante evolución permitieron el acceso a internet de forma directa. La primera consola que incorporó la posibilidad de conexión a Internet para jugar *Online* fue *Sega Saturn*, que innovó el mundo de estos artefactos gracias a la anexión de un aditamento llamado *Sega NetLink*: un modem de 28 Kbps que permitió el uso de correo electrónico, navegador web y la posibilidad de juegos multijugador a través de Internet (Bell y López, 2008: 172). Luego seguiría la consola *Sega Dreamcast*, lanzada en Japón en 1998, que incluía un modem de 56 Kbps. A partir de este momento la mayoría de las consolas que les siguieron, como PlayStation 2, Xbox, Gamecube y portátiles como Nintendo DS o PlayStation Portable, empezaron a ofrecer la posibilidad de ser conectadas a Internet.

En la actualidad existen al menos dos mecanismos de conexión a internet para jugar en línea: mediante cable de banda ancha (conexión alámbrica), y mediante Wifi (conexión inalámbrica). Estos dos tipos de conexión son los más utilizados por los gamers, ya que otras formas de conexión, por ejemplo mediante red telefónica, no ofrecen la suficiente velocidad de transferencia de datos para jugar cómodamente en línea. En un foro de Ecuagamers, creado el 17 de diciembre de 2009 bajo el nombre de: “*Velocidad de conexión a internet para juego en línea*”⁴¹, varios gamers debatieron sobre la velocidad de conexión a internet ideal para jugar en línea.

El gamer *danman9800* creó el foro y preguntó concretamente lo siguiente: “*Quiero preguntar su opinión sobre qué velocidad de conexión a internet consideran que es necesaria para mantener un juego fluido en línea desde Ecuador*”.

⁴⁰*Doom* es un videojuego de disparos en primera persona, creado por *id Software* bajo la dirección de John Carmack, para el sistema operativo DOS. La versión de este videojuego para Super Nintendo Entertainment System (SNES) fue un avance importante para esta videoconsola a nivel técnico, ya que mostraba gráficos poligonales con texturas en tiempo real. Esta versión es la misma que la de PC, pero con diseños cambiados de varias texturas y niveles (Bell y López, 2008: 160).

⁴¹ Véase el debate de los gamers sobre la velocidad de internet para jugar en línea en: <http://www.ecuagamers.com/foro/index.php?showtopic=2516>

danman980

E-Apprentice
Members
★ Miembro
46 Mensajes:


PSN ID: danman980

Escrito 17 December 2009 - 01:53 AM

Estimados foreros:

Quiero preguntar su opinión sobre que velocidad de conexión a internet consideran que es necesaria para mantener un juego fluido en línea desde Ecuador.

Hoy me apalearon jugando Uncharted 2 y, aparte de que no soy muy bueno, creo que la velocidad de conexión tuvo algo que ver. Mi ancho de banda es de 1.5Mbps . Ah! tambien tenia puesta la Playstation Eye con el audio encendido.



Algunas respuestas de los gamers fueron:


MASTERJOSE

E-Pro User
Moderador
★★ Staff
1,463 Mensajes:

Escrito 17 December 2009 - 09:23 AM

hola, lo minimo para jugar es 256 kbps, yo tenia 1mb y jugaba sin problemas, ahora lo baje a 700kbps y sigo jugando sin problemas, hablando de juegos como uncharted, killzone2, metal gear, resistance por ejemplo, todos sin mayores problemas.

Es raro que con 1.5mbps tengas inconvenientes, que proveedor tienes??



pocholito_69

E-Advanced User
Members
★ Miembro
316 Mensajes:

PSN ID: pocholito_69

Escrito 17 December 2009 - 09:25 AM

CITA(danman980 @ Dec 17 2009, 01:53 AM) <(POST_SNAPBACK)>

Hoy me apalearon jugando Uncharted 2 y, aparte de que no soy muy bueno,

q tal amigo pues lo pienso q no eres muy bueno y te falta acostumbrarte al Juego tu velocidad es buenisima 1.5Mb muchos de aki no tienen ni la mitad o asta la cuarta parte de tu conexión.. sin embargo te recomendaria q desconectes la cam yaq utiliza banda yaq yaq el servicio de nuestras queridas proveedor no es regular... asiq te recomiendo q sigas practicando asta q vallas mejorando

saludos



PS3: 40gb
Kz2 + GH:WT + MCS4 + LBP + PES10 + CoD5

PS ID: pocholito_69

A partir de la voz de los propios gamers, que han experimentado Internet, se considera que la velocidad mínima para jugar en línea es 256 kbps (kilobits por segundo) y mientras más velocidad se tenga, los videojuegos *Online* funcionarán mucho mejor. Sin embargo, el desarrollo del juego comparado con la velocidad de internet también dependerá de las gráficas y del desarrollo del propio videojuego, puesto que juegos en HD necesitan una alta velocidad para que fluyan con normalidad. Durante la etnografía virtual de un videojuego en concreto se necesitó de una mayor velocidad de internet para que éste se desarrollara con normalidad.

Según un estudio realizado por IMAGINAR⁴², Centro de Investigación para la Sociedad de la Información, determinó que los principales proveedores de internet para Ecuador, a diciembre de 2009, y que cubren casi la totalidad de la demanda nacional son: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT atiende al 44 por ciento de la población, SURATEL-Grupo TVCable tiene el 38 por ciento de participación, mientras que CLARO cubre el 9 por ciento de la demanda de internet. Los costos del servicio de internet que ofrecen estas empresas están alrededor del mismo rango:

- **CNT:** sus precios oscilan entre la conexión básica que está en 21,20 USD (incluido impuestos), con una conexión de 1 Mb; hasta un costo de 174 USD la conexión de 9 Mb. El usuario deberá pagar 50 USD de inscripción para utilizar el servicio a parte de los pagos mensuales.
- **TVCable:** tiene un rango variado de costos que van desde 23,88 USD (incluido impuestos), con una velocidad de conexión de 1,7 Mb; hasta un paquete de 137,88 USD (incluido impuestos), con una velocidad de conexión de 16 Mb.
- **Claro:** tiene al menos 6 paquetes que varían según la velocidad de conexión a internet. El paquete de menor costo es el de 23,88 USD, la conexión de 1.6 Mb; mientras que el más costoso está en 132 USD la conexión de 15 Mb.

Con estos precios, el gamer o su familia asignan un pago mensual para el acceso a esta tecnología, que entre sus usos está jugar videojuegos en línea. Según el último Censo de Población y Vivienda⁴³, realizado en el 2010, 3 de cada 10 ecuatorianos utiliza internet.

⁴² El estudio está disponible en: http://www.imaginar.org/docs/internet_2009.pdf

⁴³ Las cifras de acceso a internet en Ecuador se obtuvieron a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, gracias al Censo de Población y Vivienda que se realizó en el 2010. Las cifras pueden ser

Las cifras del INEC son ambiguas puesto que no se describen con claridad si es un uso como tal, lo que no implica necesariamente que tengan acceso constante mediante telefonía celular, en el lugar de trabajo, centros de estudios u hogar. Para el caso de esta investigación, los 22 gamers entrevistados aseguraron que poseen acceso a internet desde sus hogares; lo que implica que pertenecen a ese 29 por ciento de ecuatorianos que, según el Censo, utilizan a internet. En este punto se puede encontrar la primera barrera que tienen la cultura gamer ecuatoriana: el acceso a internet limita la pertenencia a este espacio. El acceso a internet se convierte en una barrera no solo por el acceso como tal –que implica la existencia de puntos de conexión o la extensión de redes alámbricas– sino que limita doblemente en tanto se debe tener la capacidad económica para pagar por este servicio. Por ello, confluyen factores técnicos y económicos para pertenecer a la cultura gamer.

Se han seleccionado dos puntos de acceso a la cultura gamer: el PC y el Nintendo Wii. Mediante el trabajo de etnografía virtual se descubrió que el tipo de dispositivo utilizado para ser un gamer remite un tipo de videojuegos, a un tipo de interacciones y a un tipo de comunidades de gamers. Sin embargo, existen espacios más amplios de encuentro y socialización de los gamer los cuales no están determinados por las consolas y sus respectivos videojuegos. A continuación se describirán dos tipos de comunidades condicionadas por la consola y un tercer espacio más amplio de encuentro y socialización de los gamers.

4.3.1.- Dispositivo: PC u ordenador personal

Para dar inicio a la etnografía virtual de la cultura gamer ecuatoriana mediante un ordenador personal, el primer paso fue adquirir la computadora, puesto que el investigador descubrió, mediante el trabajo de campo, que el equipo que tenía no era el indicado.

Para jugar bien en un PC necesitas algunas características especiales para que el equipo no se te pase colgando a cada rato. Necesitas un Disco Duro de por lo menos 500 Gigas

vistas en: http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=42%3A3-de-cada-10-ecuatorianos-utilizan-internet-en-dos-anos-la-cifra-aumento-en-mas-de-medio-millon-de-personas&catid=63%3Anoticias-general&lang=es.

de capacidad, que esté medio vacío. No te sirve de nada si ese Disco está ocupado la mitad o más, porque no te va a almacenar los juegos bien ni los avances que hagas en ellos. Necesitas una memoria RAM de al menos 4 gigas para que el procesamiento de datos sea rápido, también necesitas un procesador Intel Core i5 en adelante, con 2.5 Gigahercios (GHz) o más. Si te vas a comprar una MAC es mejor porque sus procesadores son más rápidos (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Las características recomendadas para una PC tenían un costo que oscilaban los 920,00 y 1.150,00 USD. Los equipos MAC variaban entre los 1.200 y 1.600 USD. La primera opción fue la más viable para el investigador. Además de tener una “buena PC”, el siguiente paso fue adquirir una tarjeta gráfica de características profesionales, puesto que la que tenía la computadora no era la indicada. En el almacén de Juegamanía de la ciudad de Quito se recomendó la compra de la tarjeta de video Zogis Nvidia 8400gs 1gb Ddr3 Hdmi, puesto que era la más usada por los gamers PCeros y es la más apropiada para trabajar juegos en HD. El costo de la tarjeta fue de 98 USD. La última compra para tener listo la PC fue la adquisición de un monitor LED HD de 16 pulgadas, ya que:

... de nada te sirve tener una buena PC y una buena tarjeta gráfica si no vas a mirar el resultado final en una pantalla HD. A mí me pasó lo mismo, no sabía por qué un videojuego estaba bien oscuro, casi no veía nada. Resultó que necesitaba una LED para que se arreglara el problema (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

El costo del monitor LED HD fue de 167,80 USD. La inversión hasta este momento fue de 1.186,80 USD. El siguiente paso fue el contrato de un servicio de Internet a partir de las recomendaciones referidas por los gamers. Se contrató un servicio de internet banda ancha con una velocidad de 1,6 Mb, ya que fue el plan recomendado por los propios gamers para jugar sin dificultades en línea.

Un vez que se obtuvo la PC recomendada para jugar en línea, el siguiente momento fue suscribirse a una plataforma que provea videojuegos para PC, y que a su vez ofrezca la posibilidad de jugar mediante un sistema multijugador que permita la interacción con otros jugadores a través de internet. Al ingresar a la comunidad Ecuagamer, la recomendación que surgió para videojuegos en PC fue Steam, una plataforma desde donde se podían descargar videojuegos y además jugar en línea.

Steam es una plataforma de distribución digital legal y de servicios multijugadores, desarrollados por Valve Corporation, para la comercialización de videojuegos y materiales multimedia. Steam ofrece varias formas de comunicación entre los miembros de la comunidad, como la posibilidad de utilizar chat de voz en cualquier momento y descargarse actualizaciones automáticas para todos los juegos que ofrece esta plataforma. Según datos proporcionados por la propia plataforma, para agosto de 2012⁴⁴, hay 1.522 juegos disponibles y 40 millones de cuentas activas. El promedio de gamers conectados a esta plataforma oscilan entre los 4 y 6 millones de usuarios enlazados en forma simultánea por día. Existen otras plataformas similares a Steam como GamersGate AB, que es una tienda sueca online de videojuegos que ofrece juegos de PC para Windows y OS X; o GameFly que es una tienda de videojuegos en línea que ofrece el servicio de suscripción para videojuegos. Sin embargo, por el nivel de usuarios que posee, y por las referencias de otros gamers, se decidió crear una cuenta en Steam.

Para acceder a Steam fue necesario registrarse en el servicio mediante la creación de una cuenta gratuita, y de esta forma vincular los videojuegos comprados. El ingreso a esta plataforma es relativamente sencillo, ya que se siguen los mismos pasos que al crear una cuenta en cualquier red social. De entre el conjunto de videojuegos que se pueden descargar en Steam se descargó el videojuego *Call of Duty 4: Modern Warfare*, previo al pago mediante tarjeta de crédito, única forma de pago posible. La selección se debió a que en los foros de Ecuagamers sugirieron que era uno de los juegos más utilizados y comentados por gamers ecuatorianos.

Luego de poseer la infraestructura técnica y virtual necesaria para jugar en línea, el siguiente paso fue la adquisición de destrezas y habilidades en el videojuego para ingresar a la comunidad *Call of Duty 4: Modern Warfare*. El detalle de costos y especificaciones técnicas sirven para mostrar que el ingreso a la cultura gamer, mediante un dispositivo como la PC, está condicionado por variables económicas y tecnológicas que están fuertemente vinculadas.

⁴⁴ La plataforma ofrece estadísticas detalladas sobre la actividad que ésta genera. Los datos pueden ser vistos en: http://store.steampowered.com/stats/?snr=1_4_4__10



Fuente: Plataforma STEAM (portada principal de la página)

4.3.2.- Dispositivo: Nintendo Wii

La consola de Nintendo Wii es relativamente fácil de adquirir. Uno de los principales puntos de compra de este artefacto es mercadolibre.com, en donde se pueden encontrar equipos nuevos o de medio uso. A través de este portal se realizó la compra de la consola, con un costo de 380 USD, para iniciar con el trabajo de etnografía virtual. Para jugar en línea, la consola necesita de una conexión inalámbrica (Wifi) para vincularse con otros equipos y así jugar en línea. La consola adquirida era el *Nintendo Wii Mario Sports*, es decir que venía con precargada con este juego. Por ello, no fue necesaria la compra de un videojuego ya que el que tenía la consola permitía jugar en línea con otros jugadores.

El acceso con este dispositivo fue más sencillo y más económico pero, como se verá más adelante, tiene mayores limitantes de pertenencia a comunidades *Online*. Sobre todo existen restringidas posibilidades de representarse en el mundo virtual de los videojuegos así como de crear una identidad virtual original. En este aspecto, los juegos de PC tienen más varias posibilidades de identidad y representación para los gamers.

Una vez adquirido la consola, el siguiente paso fue la adquisición de las destrezas y el conocimiento necesario para jugar en línea con otros gamers. En esta

consola y su videojuego, no fue necesario invertir mucho tiempo como para los juegos de PC, puesto que *Mario Bros* es uno de los más emblemáticos videojuegos creados y el investigador tuvo la oportunidad de jugar en su adolescencia.

4.3.3.- Dispositivos de aprendizaje y socialización

A lo largo de esta investigación se han descrito ya varios espacios que sirven de insumo para estructurar la cultura gamer en el Ecuador. La revista PYXart, el programa de televisión *Juega Conmigo*, los diferentes portales de internet relacionados con videojuegos cumplen con la función de ser dispositivos de aprendizaje para los gamers:

Tengo una suscripción a PYXart desde hace más de un año. Me encanta esa publicación porque te da full información sobre videojuegos, consolas, y también del anime. Si ves la calidad de la revista es muy buena, tiene muy buenas gráficas y la calidad de la información también en muy buena. Una vez viajé a Argentina y compré una revista de allá sobre videojuegos. Me sorprendió que la calidad eran casi la misma, creo que también por eso sigo con la suscripción hasta ahora (D. Rosero, comunicación personal, 21 de mayo de 2012).

Antes seguía mucho a *Juega Conmigo*, el programa era muy bueno porque organizaba buenos campeonatos y los conductores se les notaba que sabían de videojuegos. Ahora realmente ya no veo mucho el programa. Creo que la calidad ha bajado, pero conozco a chicos, los que recién empiezan, que sí ven el programa. Para principiantes está bien, pero cuando conoces más de videojuegos notas que al programa de faltan contenidos y que los presentadores no son muy buenos que digamos (H. Casal, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

En varios niveles, sea para novatos o expertos, los espacios comunicacionales descritos en esta investigación se han convertido en insumos aprendizaje para los gamers, además de ser formas en que se muestra la cultura gamer ecuatoriana. La función de *Ecuagamers.com* es fundamental como dispositivo de aprendizaje, ya que sus espacios se han convertido en uno de los principales mecanismos en que el gamer aprende y socializa. Como se vio anteriormente, las consultas mediante el foro tiene respuestas casi de inmediato y efectivas.

The screenshot shows the Ecuagamers forum interface. It is divided into two main sections: 'Comunidad' (Community) and 'Videojuegos' (Video Games). Each section lists various forum categories with their respective statistics and recent posts.

Section	Category	Description	Topics	Replies	Recent Post
Comunidad	Ecuagamers	Aquí puedes encontrar las reglas del foro y aprender como usar las opciones del foro, y lo nuevo que hay! Ademas de todo lo relacionado con Ecuagamers.	133	1,770	¿Cómo incentivar la partici... Por: SHOCKSITTO Hoy, 09:43 AM
	Bienvenid@s	Eres nuevo en el foro? Preséntate aquí!	35	104	Un Novato Más Por: eduardofec 23 Nov 2012
	Quedadas	Para organizar encuentros en los diferentes videojuegos que jueguen.	50	388	Mario Kart 7 Por: IceLuigi 25 Dec 2012
Videojuegos	General		129	1,248	Tus Bandas Sonoras Favorita... Por: AdiiKTeD Hoy, 02:00 PM
	Nintendo	Todo sobre Wii, 3DS, etc	54	392	Wii U... Aquí Vamos <_... Por: Shaka5286 09 Dec 2012
	Sony	Todo sobre PlayStation 3	78	1,040	Portal: Lightning Returns... Por: Ecuagamers 23 Dec 2012
	Microsoft	Todo sobre Xbox 360	35	232	Portal: Lightning Returns... Por: Ecuagamers 23 Dec 2012

Fuente:ecuagamers.com/foros (categorías de los foros en Ecuagamers)

Gracias a la expansión de Facebook a nivel global, Ecuagamers abrió su *fanpage* en esta red social para lograr reunión a sus miembros a partir de una red social de un uso más cotidiano que su foro.

En el caso de Facebook, se abrió porque hay mucha gente que pasa revisando esta red social, y siempre leen las publicaciones. Según el contador del nivel de visitas que tiene Facebook, nuestra página recibe un promedio de 2.300 visitas por día, se publican 5 noticias por días. En el foro en cambio hay una retroalimentación, genera discusión porque se creó para eso. Y en cambio nuestra página de Facebook se está posicionando como un lugar de información más cotidiana (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Una revisión por su página de Facebook se aprecia que el principal uso que se da a esta red social en la difusión de información sobre videojuegos. Por ejemplo, el día 14 de septiembre de 2012, se apreció en su muro información sobre torneos de videojuegos, lanzamiento de la nueva consola Nintendo Wii U, noticias sobre accesorios para XBox 360, y algunos trucos para los videojuegos *Halo 4* y *Silent Hill*.



Fuente: facebook.com/ecuagamers?fref=ts (Fanpage de Ecuagamers)

En octubre de 2012 la página de Facebook de Ecuagamer tenía 1.202 seguidores. Este número significa que un grupo importante de gamers y videojugadores confluyen en este espacio para conocer sobre el movimiento de la cultura gamer a nivel global. Durante el seguimiento de la página de Facebook de Ecuagamers se identificó un nuevo dispositivo que usaban los gamers sobre todo para aprender sobre los videojuegos: *TwitchTV*.



Fuente: twitch.tv (Página principal)

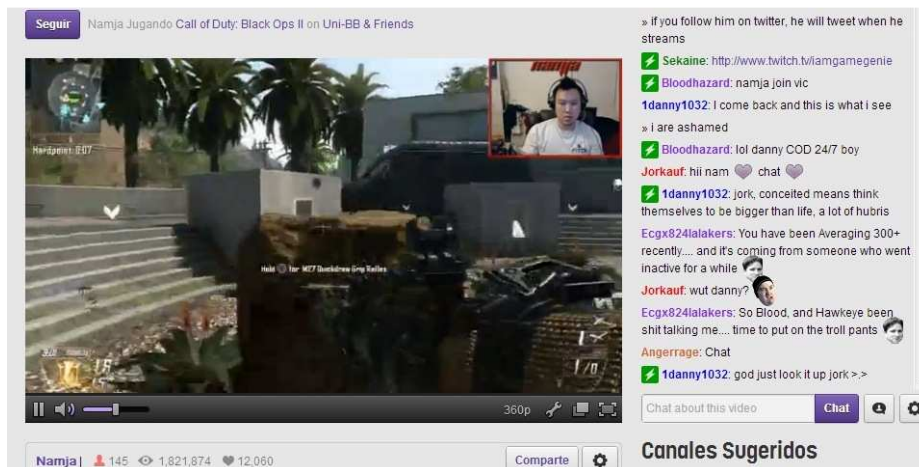
Este dispositivo fue pensado para transmitir en vivo las partidas de videojuegos que los gamers realizan. Su estructura es similar a YouTube, ya que se cuelgan diferentes tipos de videos pero con la especificidad que éstos solo son sobre videojuegos. Lo novedoso de este espacio es que TwitchTV también transmite en vivo diferentes partidas de videojuegos que los gamers difunden a través de sus canales personales. Andrea

Rodríguez, David Álvarez y José Luis Vásquez coincidieron en que este canal es un importante lugar en donde los gamers encuentran información valiosa.

Ese canal (TwitchTV) es muy entretenido porque miras partidas de videojuegos internacionales y los gamers son buenos. Además, aprendes de trucos para ganar en los juegos. Allí me ayudaron a superar un nivel de Halo Reach que no podía ganar (A. Rodríguez, comunicación personal, 7 de julio de 2012).

Lo interesante de TwitchTV es que miras las partidas en vivo. Hay canales que han transmitido torneos internacionales de videojuegos y tú los miras en vivo y en directo. Otra cosa buena es que puedes mirar quién está al otro lado de la pantalla. Si entras a la página y linkeas en un canal puedes ver al gamer que está conectado con su webcam (J. Vásquez, comunicación personal, 20 de agosto de 2012).

Se identificó que uno de los canales más visitados por los gamers ecuatorianos era *Namja*, un gamer surcoreano que trasmite constantemente y en vivo su juego de *Call Of Duty: Modern Warfare*. Este gamer tiene un promedio de 1'800.000 gamers que miran su canal, y 12.050 seguidores constantes.



Fuente: twitch.tv/namja/b/349928494 (Canal de Namja, gamer surcoreano)

Los dispositivos descritos hasta este punto fueron considerados en tanto su referencia partió por dos fuentes: por la voz de los propios gamers ecuatorianos y por las dinámicas que se generaron a partir de la etnografía virtual. Si bien espacios como TwitchTV corresponden lugares globales de interacción de la comunidad gamer, no

dejan de ser elementos que se convierten tanto en zonas de aprendizaje de los gamers como en estructuras que contribuyen al aprendizaje sobre los videojuegos.

4.4.- El proceso de co-construcción de la identidad y las formas de representación de los gamers

El análisis socio-técnico de la identidad y representación gamer implica considerar que este artefacto tecnológico no es auto-explicativo por ello su descripción se dará por las relaciones sociales, políticas, económicas y técnicas que se descubran. El punto es dar cuenta de cómo esta cultura es construida social y tecnológicamente. La estrategia fue dar cuenta de esa multiplicidad de factores humanos y no-humanos que confluyen para crear la cultura gamer, y que condicionan a su vez las formas de identidad y representación de esta cultura. Entre los elementos que intervienen en la cultura gamer están:

- a) *Dispositivos*: Tanto los ordenadores personales como las consolas de videojuegos (Nintendo Wii, Xbox 360, PlayStation, entre otras) configuran un aspecto que apela plenamente a lo artefactual. La presencia física de estos artefactos en la cotidianidad de los gamers forman un primer soporte estructural que posibilita el acceso de las y los videojugadores a la cultura gamer.
- b) *Internet*: Esta tecnología ha penetrado en múltiples ámbitos de la vida de los seres humanos. Para la cultura gamer ha significado la posibilidad de: expandirse de forma global, de difundir la innovación en el mundo de los videojuegos y de conectar a un universo de gamers derribando barreras geográficas. La condición de posibilidad de crear comunidades en línea es internet.
- c) *Plataforma de videojuego*: Por el nivel de usuarios que posee, Steam se ha convertido en un punto de paso obligatorio para los gamer que juegan *Online* bajo parámetros legales. Si bien un gamer en Ecuador tiene la posibilidad de instalar un videojuego “pirata” en computador, este mecanismo no ofrece la posibilidad de jugar *Online* con otros gamers. En

este elemento también se entremezclan parámetros económico-financieros, ya que las transacciones y compras de videojuegos pasan necesariamente por la tenencia de una tarjeta de crédito específica (MasterCard, Visa o American Express).

- d) *Videojuegos*: Tanto los videojuegos *Offline* como los *Online* son las formas más visibles de la cultura gamer. Ambos dispositivos ofrecen la posibilidad de crear comunidades de videojugadores, con especificidad de que las primeras las comunidades se basan en la presencialidad de los gamers, mientras que en las segundas se fundan en la virtualidad.

A parte de los elementos mencionados, que son artefactuales, los gamers necesitan de una estructura simbólica conformada por:

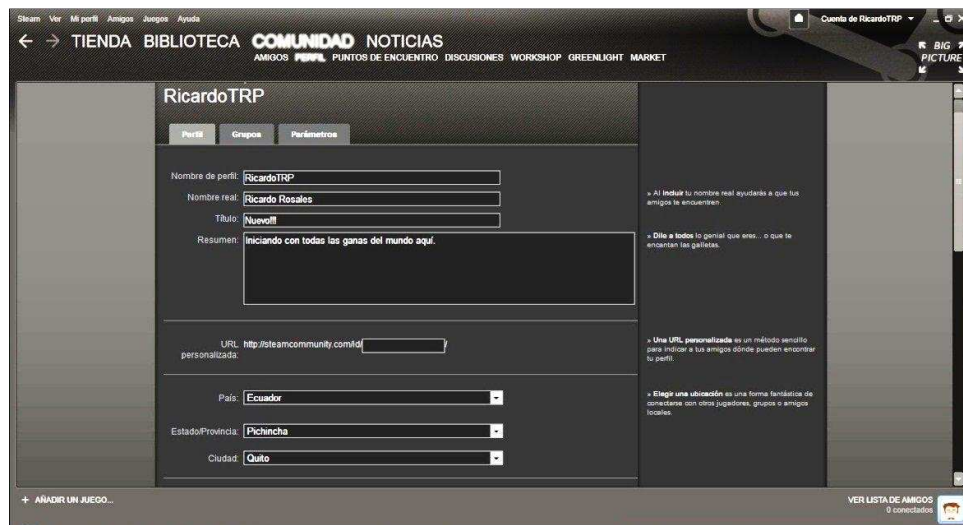
1. *Conocimientos*: El gamer de poseer y demostrar que conoce ampliamente sobre videojuegos. Si es un fan de *Call of Duty* deberá conocer las sagas, sus personajes, los niveles y los trucos del videojuego. Pero su conocimiento abarcará también el ámbito de la informática, internet, gráficas, entre otros.
2. *Destrezas*: Sus habilidades en los diferentes videojuegos crean la reputación del gamer. Un indicador que se identificó en las comunidades *Online*, es que los gamers más hábiles generalmente son los que conforman clanes de videojuegos o se convierten en moderadores de los foros.
3. *Lenguaje*: Términos como gamertag, gameplay, joystick o craquear son muy utilizados por los gamers, ya que apelan a prácticas o dispositivos que habitan el mundo de los videojuegos. Los nicks, o apodos que construyen los gamers, generalmente son comprensibles para sus similares, no así para los novatos, puesto que es una práctica extendida utilizar nombres de personajes de los videojuegos.

Esta multiplicidad de elementos confluye a la hora de describir tanto a la cultura gamer como a las formas de identidad y representación que tienen sus integrantes. El siguiente paso es describir las prácticas que se generan tanto en comunidades *Online* y *Offline*. Como se describió anteriormente, se analizaron los videojuegos *Call of Duty 4: Modern Warfare* y *Mario Sports* bajo la etnografía virtual. Mientras que con la etnografía se analizaron dos grupos de amigos de la ciudad de Quito que han conformado

comunidades presenciales de gamers. Durante el trabajo de campo se realizaron 22 entrevistas a profundidad a diferentes gamers de Ecuador. Las ciudades de la etnografía fueron: Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Puyo, Ibarra y Loja.

4.4.1.- Comunidades Online

El proceso para construir una identidad gamer *Online* inició con la creación de un perfil en la plataforma Steam. Es esta identidad la que tiene la posibilidad de ingresar a varias comunidades de videojuegos, en este caso se la utilizará para unirse e interactuar con gamers en *Call of Duty 4: Modern Warfare*. El primer paso fue ingresar en la ventana del perfil y digitar la información que te solicita la plataforma como: Nick (apodo o sobrenombre), nombre real (que permite que amigos te encuentren en la plataforma), descripción del perfil (información sobre la reputación del videojugador / qué tan bueno eres), país (ubicación del videojugador / esta información es posible no ponerla), avatar (imagen o representación de usuario). Además de esta información, los usuarios pueden decidir vincular su cuenta de Steam a Facebook para que sus amigos en ésta red social los encuentren.



Fuente: Steam(Cuenta creada para la investigación *RicardoTRP*)

La creación de un perfil es la comunidad de Steam implica construir una identidad virtual que no está del todo desligada da la identidad real. Al ingresar información como

el nombre real, la ubicación del usuario, o el vincular su cuenta de Facebook a esta plataforma conlleva anclar lo real a lo virtual. Para jugar *Online* en esta plataforma se deben encontrar amigos (búsqueda dada por nombres o correos electrónicos) que la usen y así formar comunidades. El anonimato y la construcción de una identidad virtual diferente a la real, prácticas comunes en juegos como *Second Life*, no se aplican en la cultura gamer estudiada. Cuando el gamer decide unir sus cuentas de Steam y de Facebook conlleva un momento de reconocimiento de su identidad gamer en el mundo real. El gamer desea ser identificado en todos los ámbitos de sus interacciones.

Otro elemento de identificación del gamer en Steam es colgar un avatar en su perfil. Un avatar significa una representación gráfica que está asociada a un usuario de internet. El uso del avatar se ha generalizado en los juegos de rol o en los MMORPG, ya que éste representa al jugador (Flueckiger, 2011: 4). Dentro de la etnografía virtual, se encontraron a muchos gamers que utilizaban personajes de videojuegos como sus avatares. El avatar que utilizó el investigador fue uno que construyó a partir del juego **POCOYÍZATE**⁴⁵.



Fuente: Propia (Avatar creado en POCOYÍZATE)

Esta representación gráfica del investigador buscó que el avatar final se asemeje a su imagen real, puesto que una identidad virtual no necesariamente debe ser diferente a la identidad real.

⁴⁵ La dinámica de este juego es que el usuario puede construir su avatar a partir de las formas y estilos del dibujo animado Pocoyo. Juego disponible en: www.pocoyize.com/

Dentro del buscador de amigos en Steam, se identificaron a dos gamers ecuatorianos que estaban en la comunidad *Call of Duty 4: Modern Warfare*. *DeporBross* es un gamer de la ciudad de Loja que llevaba 2 meses jugando; y *Aleya* una gamer de la ciudad de Manta que tenía 3 semanas en el videojuego. Mediante el foro del juego se logró el contacto y el siguiente momento fue crear una misión en la cual los tres videojugadores pudiésemos jugar (*DeporBross*, *Aleya* y *RicardoTRP*). Se consensuó la misión: “The Sniper Mission”, puesto que se consideró que es una de las misiones más atractivas de videojuego.



Fuente: *Call of Duty 4: Modern Warfare* (Batalla “The Sniper Mission”)

La batalla tomó tres días y un total de 14 horas de juego. En este período de tiempo se comprobó que la representación de los soldados en la batalla no se vincula a la identidad del gamer en Steam. *DeporBross* era un combatiente más en el campo de batalla y en la dinámica del videojuego era muy difícil reconocerlo. Únicamente el nombre escrito sobre un soldado lo identificaba y sabíamos que no lo debíamos disparar. En el caso de *Aleya*, su personaje era un soldado más –de género masculino– su dinamismo y habilidad en el uso de las armas la convirtieron en un jugador cuyo género quedó en segundo plano.

Los componentes de la identidad de los jugadores en este caso específico estuvo dado gracias a la reputación creada por sus miembros. La dificultad de la misión y la necesidad de superar varios niveles para llegar a ese punto de encuentro configuraron

los primeros elementos de la identidad gamer. Para descubrir la identidad de los compañeros de batalla *DeporBross* y *Aleya* se recurrió al chat de Steam, a través de esta plataforma se descubrió que sus nicks eran arbitrarios

Siempre me encantó el nombre de Aleya, creo que es un personaje de la mitología Griega de mucha astucia. Elegí este nombre y lo utilizo no solo en Steam, sino en otros espacios como TwitchTV o en el Facebook. Este nombre no tiene nada que ver con los videojuegos y en parte eso me gusta porque es original. Hasta Ahora no me he encontrado con nadie que utilice ese nick (P. Eras, comunicación personal, 18 de octubre de 2012).

Mi nick lo cree por que en España es el nombre de un equipo muy bueno de videojugadores de Mario Bross. Mi primo (que vive en España) me ayudó a entrar a ese grupo y entonces los miembros creamos perfiles para interactuar en varios videojuegos. Yo represento, por así decirlo, al equipo en la comunidad Call of Duty. (A. Cajamarca, comunicación personal, 28 de octubre de 2012).

Lo particular de estos gamer es que no tenían colgado un avatar en sus perfiles. Por ello, más que una identidad-avatar de los videojugadores, ésta se constituye gracias a elementos inmateriales como la reputación y las habilidades de juego. La noción de una comunidad formada entre pares significa estar empoderados con unas destrezas específicas, de un conocimiento sobre videojuegos y tener acceso a los mismos dispositivos.

La identidad que se muestran en otros espacios como los foros de discusión atraviesa por las mismas dinámicas. En el foro de Ecuagamers, sus miembros se muestran gracias a un *nickname* y a un avatar que lo colocan en su perfil. Este espacio cataloga a sus usuarios de la siguiente manera: “Administrador” (gamer que dirige la página de internet), “Redactor” (miembro del grupo administrativo de la página pero que se encarga de subir contenido a la misma), “Moderador” (gamer reconocido por su amplio conocimiento sobre videojuegos que dirige un foro determinado”, y “Miembros” (usuario registrado en la comunidad). Cada uno de estos rótulos de la comunidad posee cargas simbólicas específicas para los gamers y los videojugadores. Tanto los administradores, redactores y moderadores se ha construido una reputación que los muestran plenamente como gamers expertos; en cambio el rótulo de “miembros”

entremezcla a gamers y videojugadores. La construcción de la identidad gamer mediante el foro también se crea a través de la reputación de sus miembros.



Fuente:ecuagamers.com/foro (Foro sobre la plataforma Steam)

En la imagen superior se muestra cómo los gamers utilizan: un nombre arbitrario – DarthSnake o Liquid– y la ausencia de un avatar que los representen. Esta es una práctica que ya se ha generalizado en la cultura gamer puesto que, como se ha mencionado ya, la identidad y representación se ha posicionado desde elementos intangibles como la reputación del gamer.

La etnografía virtual con la consola de Nintendo Wii fue menos compleja que con la PC. El primer descubrimiento en esta consola fue que la posibilidad de jugar *Online* era posible si existen amigos que utilizan esta consola y la tienen registrada en la comunidad de Nintendo Wii. Al no encontrar otros jugadores/amigos registrados, se recurrió al Facebook de Ecuagamers en donde se localizó a Diego Rosero quien comentaba todas las noticias sobre el videojuego de Mario Bross. El contacto fue sencillo y el investigador logró obtener su nick para jugar *Online*. Un elemento característico identificado fue que el nick corresponde a la consola y no al videojugador, además que no existe la posibilidad de colocar un avatar en el perfil. El día 20 de octubre de 2012 se logró conectarse con *DiegoX84* (apodo correspondiente al primer nombre el gamer seguido por el mes y el año de nacimiento).

Se selecciona una partida de vóley. El juego permite que los jugadores seleccionen a un personaje de entre una lista. Los personajes seleccionados fueron

Mario y Peach. En este juego no existe una forma de identificación única y original, a parte del nick de la consola. Las dinámicas pasan por representarse en otro personaje, en jugar a ser alguien más, en el videojuego. La única exigencia es manejar bien el juego para que el tiempo invertido sea entretenido. Con este artefacto vuelve a emerger el dominio como factor determinante a la hora de interrelacionarse puesto que en un chat con *DiegoX84*, la pregunta constante era: *¿pero sí eres bueno?* (D. Rosero, comunicación virtual, 17 de octubre de 2012).



Fuente: Videojuego Mario Sports (Partida de vóley)

4.4.2.- Comunidades Offline

El mayor peso que ha dado esta investigación ha sido a las interacciones de tipo virtual que ocurren en la cultura gamer ecuatoriana. Se ha ocupado más de este asunto puesto que la red de actores seguidos ha dejado su rastro en la virtualidad. Si bien los grupos sociales relevantes se han mostrado de forma física, y los espacios de identidad y representación tienen una materialidad-virtualidad fáctica; los procesos de interacción de los gamers han sido accesibles gracias a internet. A pesar de ello, durante la etnografía surgió el término “Noches de Videojuegos”. Dos grupos de gamers solían reunirse algunos viernes en la noche, junto con sus consolas y comida, para jugar.

El primer grupo se identificó al sur de Quito, en el barrio de La Ecuatoriana, donde amigos se reunían para jugar. Los miembros eran Diego, Pedro y Antonio, y, junto a dos consolas de Nintendo Wii, jugaban hasta casi el amanecer.

Empezamos a reunirnos desde hace casi un año. Bueno todos somos compañeros de trabajo y fuimos descubriendo que nos gustaba la tecnología y los videojuegos. Yo les propuse que caigan a mi casa para jugar y desde allí nos reunimos casi siempre. Yo tengo mi Nintendo Wii, y Antonio trae la suya, las conectamos y jugamos. Ahora estamos con Mario Galaxy y queremos como sea terminarlo (D. Rosero, comunicación personal, 20 de octubre de 2012).

La costumbre de reunirse para jugar es una práctica cultural. Los miembros de este primer grupo de gamers pertenecen a una clase socio-económica “media”. Su edad oscila entre los 25 y 30 años. Dos miembros tienen instrucción superior y el tercero un bachillerato. Diego confesó que ha perdido la cuenta de cuánto dinero ha invertido en los videojuegos: “... *no se cuánta plata tengo en juegos y consolas, pero igual siempre separo poco de mi sueldo para ahorrar porque ahora quiero comprarme el Nintendo Wii U*” (D. Rosero, comunicación personal, 20 de octubre de 2012).

El segundo grupo de gamers se identificó al norte de Quito, en el barrio El Inca. Sus miembros son más numerosos: 8 miembros constantes. La “noche de videojuegos” lleva alrededor de siete años consecutivos. Todos sus miembros se conocieron en la universidad entre el año 2004 y 2005, identificarse como videojugadores empezaron a reunirse constantemente:

Nos reunimos al menos una vez al mes (...) Nuestra consola favorita es la Play (PlayStation) y jugamos generalmente juegos de estrategia o de combate. La noche anterior jugamos Battleship casi hasta las cuatro de la mañana (...) Recién empezamos a asistir a torneos. Este año fuimos a un torneo en Guayaquil y nos fue súper bien (J. Vásquez, comunicación personal, 20 de agosto de 2012).

Los miembros de este segundo grupo de gamer han terminado sus estudios universitarios, sus edades oscilan entre los 28 y 32 años, tienen ingresos económicos estables y asignan una parte de sus sueldos a la compra y actualización de videojuegos. El elemento característico de este grupo es que, si bien algunos siguen a Ecuagamers en

Facebook, ninguno juega *Online*. Cuando se realiza la pregunta sobre este particular, sus respuestas apelan a que prefieren jugar en casa o con sus amigos.

Las comunidades *Offline* de gamers son muy numerosas pero más difíciles de identificar y seguir, puesto que su rastro se queda en el ámbito cotidiano de sus participantes. Seguro existirán incontables reuniones de amigos con el fin de jugar videojuegos, y mucho de ellos serán gamers puesto que tendrán habilidades y conocimientos igual o superiores que los descritos en esta investigación. El mostrar este tipo de comunidades significa que la cultura gamer, vinculada a través de internet, puede mostrar todo un conjunto de miembros, unidos por un fuerte sentido de pertenencia; pero a su vez oculta a otros gamers que no consideran a internet como un espacio para los videojuegos.

4.5.- Yo, gamer

Isaac Asimov, escribió desde 1950, una serie de relatos que se compilaron más adelante en una obra titulada *I, Robot* (Yo, robot). En esta serie de relatos, Asimov describía como sería la situación del ser humano en un universo híper-tecnologizado. Estas obras plantearían un mundo en donde lo humano y lo tecnológico no serían antípodas, más bien serán formas que confluyen en una misma entidad el "yo": soy humano y tecnológico a la vez. El proceso de construirse como gamer mostró esa condición: diferentes elementos, sean simbólicos o tecnológicos, forman a una entidad llamada gamer. La socialización, el reconocimiento, la diferenciación, el sentido de comunidad se conjugan y coexisten con Internet, consolas de videojuegos, plataformas Web, costos de conexión, y con dispositivos de aprendizaje como portales de Internet, redes sociales y medios de comunicación.

El gamer, su identidad y representación, parte por construirse como un ente lúdico. Después desarrolla una serie de destrezas y habilidades en videojuegos que lo hacen que se penetre aun más en esta cultura. Los teléfonos móviles, las consolas de videojuegos, las plataformas Web van moldeando su identidad y formas de representarse. ¿Qué diferencia un videojugador de un gamer? su construcción de sentido

de comunidad, su deseo de socializar entre pares y su motivación de ser reconocido en su comunidad como diferente: hábil, exitoso en los videojuegos y creativo.

El investigador pasó de ser un videojugador ocasional a ser un gamer, y en este proceso identificó los condicionantes que impone la cultura gamer: acceso a tecnologías, habilidades y destrezas, conocimiento de las innovaciones tecnológicas del mundo de los videojuegos, adquisición de un lenguaje especializado, entre otros aspectos humanos y no-humanos que forman a un híbrido llamado gamer. Esta apertura de la comunidad funcionó en la medida que existieron posibilidades de existencia gamer: conocimiento básico de videojuegos, acceso a tecnologías y conocimiento, dinero, etcétera. ¿Se produciría la misma apertura si no existiesen estos condicionantes? Seguramente no. La cultura gamer se produce y habita en una clase socio-económica media, lo que implica que una barrera son el acceso a recursos económicos.

Lo *Online* y lo *Offline* funcionan como un *continuum* de espacios naturalizados por los gamers, para ellos estos espacios no están separados; más bien funcionan como hábitats inseparables. Y, finalmente, los gamers se co-construyen con las tecnologías para el entretenimiento. El discurso de la innovación tecnológica opera en ellos como un mecanismo de construcción. Se debe estar al día en las revoluciones del mundo de los videojuegos. No hay que olvidar que dichas revoluciones ocurren gracias a las propias prácticas de los gamers, y a la noción de funcionamiento que ellos imponen: en conclusión, el gamer se co-construyen.

CONCLUSIONES

El marco tecnológico del Gamer

A manera de reflexión

En la reflexión teórica de esta investigación, se tomó como referencia a Bruno Latour, y su categoría de *híbrido*, para apartarse de los lugares comunes que muchos investigadores caen al dividir la naturaleza en una dimensión y a la cultura en otra. Esta separación significa que ambas dimensiones operan en realidades diferentes y se vuelven independientes sus funciones y operaciones. El *híbrido* significa alejarse de esta separación tradicional y considerar a la realidad como una sola, en donde se encuentran y conviven la naturaleza y la cultura al mismo tiempo. El gamer es un híbrido en tanto coexisten en él la naturaleza y la cultura, lo humano y la técnica, su necesidad de socializar y las plataformas para jugar *Online*. En la cultura gamer, medio ambiente de los videojugadores, coexisten actores humanos (grupos sociales relevantes) y no-humanos (los dispositivos y las técnicas). En la red de la cultura gamer ecuatoriana se establecen relaciones técnicas, económicas y culturales.

Para encontrar a este *híbrido* se utilizó la Teoría Actor-Red y el análisis socio-técnico. Con estos instrumentos, se efectuó un estudio de la cultura gamer a partir de las relaciones técnicas y humanas que convergen en ella. Un gamer es tal por el acceso a la tecnología, porque habita un espacio dado y porque se encuentra en una situación económica específica. Las relaciones técnicas, económicas y sociales convergen en el gamer y se produce su condición de posibilidad. La Teoría Actor-Red permitió la identificación de un punto de paso obligatorio para los gamers: Steam. Los usuarios de esta plataforma se cuentan por millones y su referencia es constante en los foros y redes sociales de los gamers. Su transformación en un actor reticular se dio gracias a su capacidad de interactuar con los gamers y aprender de ellos. La plataforma posee varios *inputs* para conocer el uso que están haciendo de él y las dinámicas que permite. Las estadísticas de uso, la descarga de videojuegos, la creación de foro sobre

determinados temas, son los insumos que permiten a Steam mejorar a partir de la información que producen sus usuarios.

La co-construcción y sus marcos tecnológicos

El proceso de co-construcción de las técnicas y la cultura gamer se produce gracias a la interacción de los diferentes marcos tecnológicos que se identificaron en esta investigación. El marco tecnológico de la cultura gamer ecuatoriana está compuesta de otros marcos tecnológicos cuya vinculación y penetración es diferente. Con un nivel de vinculación mayor se encuentran los propios **gamers** quienes fueron los primeros configuradores de comunidades virtuales y encuentros físicos. Fueron quienes crearon espacios y mecanismos de comunicación al interior de esta cultura. La noción de funcionamiento está dada gracias a sus propios intereses y gustos. Para este grupo el funcionamiento de la cultura gamer no está en discusión. Los que buscaron fueron mecanismos de apropiación y penetración de esta cultura en Ecuador.

Con un nivel de vinculación alto al marco tecnológico de la cultura gamer también se identificó a los **productos comunicacionales** y a las **tiendas de videojuegos**. En ambos casos se identificaron a gamers trabajando en estos espacios y con una participación activa para la construcción de una comunidad nacional. Si bien su noción de funcionamiento está vinculada a dinámicas de rentabilidad de la comunidad, cosa que no ocurre con los gamers, su participación y significación de funcionamiento han permitido que esta comunidad de fortaleza.

La participación de la **comunidad anime** en la cultura gamer también es alta. Ocupan espacios similares y varios gamers son seguidores del anime. Su interacción pasa por crear espacios en donde coexisten ambas culturas: la página anim-emotion.com es un claro ejemplo de ello. La sostenibilidad en el tiempo y el reclutamiento mayor de integrantes demuestran su consolidación como espacios de convergencia cultural de jóvenes.

Con un nivel medio de participación en la cultura gamer se encuentran los **organizadores de eventos y técnicos**. Los primeros surgen e ingresan en el marco

tecnológico de la cultura gamer de forma esporádica. Los eventos congregan los gamers y son un fuerte elemento de su cultura, pero son coyunturales: aparecen de forma esporádica. La participación de los organizadores está dada más por las dinámicas de rentabilidad que por la propia pertenencia a la cultura gamer. Los técnicos si implican en la cultura gamer en tanto es su ámbito laboral. Sin embargo, son importantes actores para los gamers en tanto les permiten acceder a los videojuegos mediante el uso de videojuegos no originales -lo que se denominó piratería-, y además que brindan soluciones cuando una consola no opera con normalidad.

En cambio, **los patrocinadores** tienen un nivel de penetración baja en la cultura gamer en la medida que ésta "funciona" únicamente en la medida que son un espacio para posicionar su marca y son una ventana para vender.

Los dispositivos electrónicos, internet, las plataformas virtuales, los videojuegos se construyen gracias a las dinámicas de interacción mutua entre los gamers y sus artefactos lúdicos. La identidad gamer, y sus formas de representarse en el mundo virtual, se construye a partir de la configuración de una estructura técnica que le da soporte. Mientras el gamer se forma, su infraestructura técnica también se constituye. En varios de los gamers entrevistados, su proceso de formación estuvo acompañado de la actualización de sus consolas. La renovación de los videojuegos y sus consolas es un proceso de co-construcción. El mejoramiento de las gráficas, la simplificación de la estructura de las consolas, la desaparición de conexiones alámbricas son ejemplos de construcción de la tecnología de videojuegos. Mientras esto ocurre, el gamer asimila información, gana experticia sobre determinados juegos y consolas, desarrolla destrezas, aprende a utilizar los nuevos dispositivos lanzados al mercado, se co-construye con estas tecnologías.

La identidad del gamer se construye en base a la reputación que se ha formado. Una comunidad "entre iguales" está determinada por el acceso a tecnologías y conocimientos. La identidad se produce gracias a la posesión de una tecnología y del conocimiento que ella produce. El nick es un importante mecanismo diferenciador en la cultura gamer. Más de una vez si miró en los foros cómo los gamers se recriminaban si uno de sus nuevos miembros se colocaba un nick que ya existía. De inmediato se solicitaba su cambio y, en ocasiones, era objeto de burla el nuevo miembro por que con

esta acción mostraba desconocimiento. En un tercer nivel de importancia se ubica el avatar. Varios perfiles de gamers en foros y plataformas virtuales no tienen una representación gráfica, puesto que la dinámica de diferenciación a través de los juegos –los foros y grupos se forman alrededor de una consola o un videojuego– y por los nicks creados; por ello el avatar pasa a un nivel de importancia relativo.

Entornos físicos y virtuales

La existencia de comunidades *Online* y *Offline* muestran prácticas de visibilización que generan un tipo de exclusión no intencionada. Si bien varios de los gamers de comunidades *Offline* manifestaron su preferencia a las dinámicas presenciales de interacción, esto genera un tipo de exclusión tolerada o permitida en la cultura gamer *Online*. Como se mencionó en el cuarto capítulo, las comunidades *Online* han cobrado protagonismo gracias al rastro que han dejado en internet; mientras que las comunidades *Offline* son de difícil acceso por que están imbricadas en prácticas cotidianas.

Como se ha mencionado más de una vez, las dinámicas de exclusión en la cultura gamer no son explícitas. Las barreras de acceso a la cultura gamer se producen por factores económicos y tecnológicos. La diferenciación jerárquica de sus miembros se produce por la información que detenta un gamer, la mayoría de las veces gracias a su situación económica. Los gamers expertos son los que, con más frecuencia, forman foros de discusión, ingresan temas sobre nuevos juegos o nuevas consolas gracias a su conocimiento y constante actualización de conocimiento. Como resultado, su reputación se incrementa.

La representación en la cultura gamer se ha convertido en una práctica más que en un elemento distintivo, ya que se ha pasado del “yo puedo ser” al “yo soy” en el mundo virtual. La construcción de perfiles con información real de los usuarios, la posibilidad de conectar Steam a Facebook, la formación de comunidades de juegos a partir de amigos existentes por fuera de la comunidad misma, muestran que el gamer no tiene una identidad escondida y busca una forma de representarse en el mundo virtual. El jugar y manejar a un personaje dentro de un videojuego es una práctica de

representación. Al jugar se asume una estética, una movilidad y un lenguaje prefabricados. El personaje de videojuego representa al gamer.

No existen entornos físicos y entornos virtuales por separado. Existe una cultura gamer que co-existe en múltiples dimensiones, que a la vez es una sola. Torneo presenciales y virtuales, chats, noches de videojuegos son un conjunto de actividades que moldean al gamer.

Identidad y representación

El trabajo simultáneo de etnografía y etnografía virtual permitió un acceso más amplio a la cultura gamer ecuatoriana. El objetivo final se cumplió: conocer y describir al ser humano que está detrás de la pantalla, su ubicación geográfica, su contexto social y sus actividades cotidianas: Este objetivo permitió describir cómo lo real condiciona y se muestra en lo virtual. Los hallazgos más interesantes fueron que:

- La cultura gamer se ancla en espacios urbanos y no rurales. Todos los gamer contactados en la etnografía pertenecen a ciudades como Guayaquil, Quito, Manta, Loja, Cuenca, Puyo, entre otras. Estos datos son corroborados por las dos encuestas nacionales que realizó Ecuagamers en el 2010 y en el 2011.
- Dentro de la urbanidad existen puntos de concentración: las ciudades que más aglutinan gamers son: Guayaquil y Quito. Otras ciudades muestran un número reducido de gamers. El acceso a las tecnologías entre centros que aglutinan un porcentaje mayor de población, en comparación a otras ciudades, condiciona la posibilidad de pertenecer a la cultura gamer.
- El gamer tipo se acerca a los ingresos de la llamada clase media ecuatoriana, posee instrucción superior, tienen trabajo o estudia, su edad fluctúa entre los 20 y 30 años, invierte en promedio 3 horas al día a los videojuegos, y curiosamente es soltero.

En el gamer ecuatorianos, su identidad y representación se define y redefine en torno al discurso de la innovación tecnológica. Su prestigio, notoriedad y diferenciación está dado por el manejo de los avances tecnológicos que ocurren en el mundo de los

videojuegos. Lo lúdico y las habilidades con los videojuegos está dada. El gamer deberá conocer y manejar los avances, la innovación, que ocurre en su cultura. Deberá conocer las últimas zagas, consolas, plataformas virtuales para videojugadores (Steam, TwitchTV, Xplit, JustinTV, entre otros.) Si identidad se co-construye en la medida que se apropia del discurso de la innovación tecnológica en videojuegos, y sus artefactos también son moldeados a la noción de funcionamiento que el construya.

Finalmente, ¿cómo se estructuran los clanes de videojuegos en línea, y cuáles son los mecanismos de interacción que tienen al alcance los gamers? La construcción de comunidades de gamers se produce por la necesidad de socialización, por la construcción de sentido de comunidad y por reconocerse entre pares. Para lograr este objetivo, los gamer se hacen de herramientas como plataformas virtuales o torneos que sirven como puntos de encuentros entre ellos. ¿Cuáles son los recursos necesarios para pertenecer a los clanes de videojugadores en el país? Son de dos tipos simbólicos y económicos. Para pertenecer a un clan de videojuego es necesario adquirir un conocimiento y una experticia que, a su vez, está condicionada por los recursos económicos que se tengan al alcance: acceso a Internet, compra de consolas y videojuegos, suscripción a revistas, etc. Los recursos simbólicos son las destrezas adquiridas en videojuegos y la penetración del discurso de la innovación tecnológica.

¿Cuáles son los actores (humanos y no-humanos) que configuran el entorno y la estructura de los clanes de videojuego? Los actores humanos son: gamers, organizadores de torneos, patrocinadores, técnicos, tiendas de videojuegos y grupos anime. Los actores no-humanos son los productos comunicacionales, consolas, videojuegos, páginas Web, redes sociales, Internet, entre otros. ¿En qué medida existe un proceso de co-construcción de la identidad y representación del gamer? la trayectoria del gamer descrita en esta investigación está vinculada al proceso de cambio tecnológico de las tecnologías de entretenimiento. El funcionamiento que construye el gamer también marca la dinámica de la innovación en el mundo de los videojuegos. El gamer y las consolas se co-construyen mutuamente.

La hipótesis con la que trabajó esta investigación es que la identidad de los gamers ecuatorianos está construida por una tensión de códigos derivados del entorno virtual y por recursos de su entorno social, cuyas características principales eran: la

adquisición de destrezas, la diferenciación jerárquica entre sus miembros y su habilidad para construir una representación virtual (o avatar) original. Esta hipótesis se quedó corta, ya que se identificaron elementos de la cultura gamer no pensados como: la pertenencia a clanes de videojuego está fuertemente condicionada por factores económicos o la imposición del discurso de innovación tecnológica. La identidad y representación gamer no es únicamente "saber jugar" y tener un nick y avatar originales. Es una construcción de prestigio-pertenencia a partir de discursos y conocimientos de un mundo híper-tecnologizado. Una vez más, la ecuatoriano en la cultura gamer está dislocado. La noción tradicional de cultura, como folclor, no funciona. Los gamers ecuatorianos adaptan sus propios códigos y símbolos a una cultura que se globaliza. Ellos no buscan ser reconocidos como ecuatorianos sino como gamers.

Los hallazgos que se detallaron en este espacio son quizá los más notorios que identificó el investigador, existirán muchos más que quedaron por fuera. Sin embargo, el proceso llevado aquí sacó a la luz valiosa información que para futuras investigaciones.

RECOMENDACIONES

Este espacio es el ideal para denunciar aquellos limitantes que se encontraron en la investigación y también para proponer futuros estudios. El primer limitante a esta investigación fue la ausencia de estudios estructurados sobre la historia de la tecnología en el Ecuador, Específicamente, existe un vacío en estudios sobre el arribo de tecnologías como: telefonía celular, computadores o videojuegos. Es fundamental generar estudios sobre estos ámbitos pero que no se enfoquen a ser un relato cronológico de su llegada, porque sería otra historia de la innovación. Los aportes más importantes se darán en tanto estos estudios den cuenta del uso de estas tecnologías por parte de los ecuatorianos, y cómo su uso significó también la llegada de nueva tecnología; es decir, realizar análisis socio-técnicos para mirar la técnica y lo humano en igualdad de condiciones.

Durante el proceso de investigación surgió la necesidad de acceder al Censo de Población y Vivienda 2010 que tiene el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC. Lo extraño es que esta herramienta, fundamental para los investigadores, tiene una carencia: confunde uso con acceso. Para realizar un análisis socio-económico de los usuarios de Tics en el Ecuador es necesario conocer quién puede pagar por un servicio de internet en su casa, cuál es su ingreso promedio, que proveedor de internet utiliza, a que ciudad, cantón o poblado pertenece; es decir, conocer cuáles son las condiciones de acceso a las Tics. Esa información no está disponible. Conocer las personas que usan Tics es conocer la mitad de la realidad. Muchas personas utilizarán internet y un ordenador personal desde su trabajo o desde un centro de estudio; cuyo uso estará limitado por el horario de clases o trabajo, o por las condiciones de uso (calidad de los equipos o velocidad de acceso a internet). Por el contrario, conocer el acceso significa: identificar al usuario que puede pagar un servicio de internet, desde dónde lo hace, con qué tipo de equipos, a qué velocidad de transferencia de datos, entre otros indicadores. En consecuencia, se vuelve fundamental la generación de información a partir del acceso a internet.

Dentro del ámbito propio de la investigación, existió la tentación de realizar un análisis comparativo de la cultura gamer, a nivel global, con la cultura gamer ecuatoriana. Esta perspectiva hubiese proporcionado información sobre la forma en que lo global se inserta en lo local. La mayoría de los códigos que aprenden los gamers provienen de centros de poder claramente identificables: industrias de entretenimiento ubicadas en Estados Unidos y Japón. Un estudio comparativo permitiría medir el grado de influencia de estas industrias en el país. Quizá un próximo estudio sobre la cultura gamer realice este trabajo.

Finalmente, esta investigación utilizó la categoría de *cultura de la participación* para mirar la cultura gamer desde su potencialidad, lo que conllevó mirar las interacciones y dinámicas que se producen en esta expresión de las sociedades contemporáneas. Con esta categoría, la investigación se posicionó por fuera del estigma creado en torno al gamer, generalmente considerado como un *friki* adicto a los videojuegos, ya que la cultura gamer es una expresión social más no un síndrome o enfermedad de la misma. Sin embargo, durante el proceso de investigación se identificaron gamers que llegan a aislarse de identidad real y solo viven para su identidad virtual, llegando a estar frente a un videojuego o una computadora por días casi sin parar. Es necesario un estudio que mire la frontera entre la cultura gamer y la adicción a los videojuegos. Desde el punto de vista del investigador, la segunda es la desviación de la primera. La cultura gamer ha habitado la vida y la cotidianidad de las sociedades por varias décadas, pero cuando se apodera por completo del gamer y éste a su vez se dedica exclusivamente a los videojuegos –mutua responsabilidad- se produce su desviación: la adicción. Frente a ello, existe la necesidad de conocer las fronteras entre los videojuegos y las patologías que pueden producir.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor y Max Horkheimer (1987). *Dialéctica de la Ilustración*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Adoum, Jorge (2000). *Ecuador: señas particulares*. Quito: Editorial Eskeletra.
- Aibar, Eduardo (1996). “La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales de la sociología de la tecnología”. En *REIS Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, No. 76 Octubre - Diciembre.
- Alsina, Miquel (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Editorial Tecno.
- Andoni, Alonso, Ignacio Ayestarán y Nicanor Ursúa (1996). *Para comprender Ciencia, Tecnología y Sociedad*. Madrid: Editorial Verbo Divino.
- Augé, Marc (1996). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Bijker, Wiebe (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge: The MIT Press.
- Bijker, Wiebe (2005). “Cómo y por qué es importante la tecnología”. En *Revista REDES*, Vol. 11, No. 21.
- Bijker, Wiebe y Trevor Pinch (1989). “The social construction of facts and artifacts: or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other”. En *The social construction of Technological Systems: New directions in the sociology and history of technology*, Trevor Pinch, Wiebe Bijker y Thomas Hughes (Ed.). Cambridge: The MIT Press.
- Bijker, Wiebe y John Law (1992). *Shaping Technology / Building Society: studies in sociotechnical change*. Cambridge: The MIT Press.
- Bitonte, Elena (2008). "La socio-semiótica como forma de pensamiento crítico: de la teoría al trabajo sobre configuraciones materiales". En *Perspectivas de la Comunicación*. Vol 1 No. 2. Temuco, Chile.
- Bloor, David (1991). *Knowledge and social imagery*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Boczkowski, Pablo (1996). “Acerca de las relaciones entre la(s) sociología(s) de la ciencia y de la tecnología: pasos hacia una dinámica de mutuo beneficio”. *REDES*, Vol. II, No. 8.
- Burdea, Grigore y Philippe Coiffet (1996). *Tecnologías de la realidad virtual*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Cadoz, Claude (1995). *Las realidades virtuales*. Madrid: Debate S.A.
- Casetti, Francesco y Federico Di Chio (1991). *Cómo analizar un filme*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Dittus, Rubén (2004). "Comunicación, discurso e imaginarios sociales: aproximación al Modelo de 12 pasos". En Actas del VII Congreso Anual de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC), La Plata, Argentina.
- Donoso, Miguel (2007). *Ecuador: identidad o esquizofrenia*. Quito: Eskeletra Editorial.
- Donovan, Tristan (2010). *The History of Video Games*. Sussex: Yellow Ant Media.
- Echeverría, Bolívar (2001). *Definición de la cultura*. México D.F.: Editorial Ítaca.
- Echeverría, Javier y Marta González (2009). “Teoría del Actor-Red y la tesis de la tecnociencia”. En *Revista ARBOR*, No. 738, julio – agosto.
- Edgerton, David (2000), “De la innovación al uso: diez tesis eclécticas sobre la historiografía de las técnicas”. En *Conferencia de clausura de la VI Trobadad’Historia de la Ciencia i de la Técnica*, Vic, Monestir de Sant Pere de Casserres, 29 de octubre de 2000.
- Espejo, Roberto y Jean-Louis Le Grand (2009). *Historias de vida, investigación y crítica*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Fernández, Ana (2009). “El constructivismo social en la ciencia y la tecnología: las consecuencias no previstas de la ambivalencia epistemológica”. En *Revista ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, CLXXXV 738 julio-agosto.
- Ferzzola, Max (2012). "La historia de Atari". *Neoteo ABC*. Disponible en: www.neoteo.com/la-historia-de-atari/

- Flueckiger, Bárbara (2011). *Computer-generated carácter in avatar*. Munich: HarroSegeberg.
- Giannetti, Claudia (2006). *Arte Interactivo. Estética Digital, Sintopía del arte, la ciencia y la tecnología*. Barcelona: Ed. Associació de Cultura Contemporània L'Agelot,
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity*. Stanford: Stanford University Press.
- Gill, Simon (1959) "Parallel Programming," *Computer Journal*, Vol. 1, No. 1.
- Giner, Salvador, Emilio Lamo y Cristóbal Torres (2006). *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Goldenstein, Bárbara y Analía Meo (2010). *Representación de la sociedad actual desde la cultura japonesa*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Guber, Rosana (2005). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Hall, Stuart (1998). *Cultural Identity and Diaspora*. Nueva York: Touchstone.
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw–Hill Interamericana.
- Hess, David (1995). *Science & Technology in a multicultural world: the cultural politics of facts and artifacts*, Nueva York: Columbia University Press.
- Hine, Cristine (2004). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Honnet, Axel (1997). *Lucha por el reconocimiento*. Barcelona: Crítica.
- Hughes, Thomas P. (1987): "The Evolution of Large Technological Systems". En *The social construction of Technological Systems: New directions in the sociology and history of technology*, Trevor Pinch, Wiebe Bijker y Thomas Hughes (Ed.). Cambridge: The MIT Press.
- Huizinga, Johan (2001). *Homo Ludens*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Jenkins, Henry (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Kent, Steven (2009). *The ultimate history of video games: from Pong to Pokemon - The story behind the craze that touched our lives and change the word*. Nueva York: Three Rivers Press.

- Latour, Bruno (2001). *La esperanza de pandora*. Barcelona: Gedisa.
- Latour, Bruno (2005). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor – red*. Buenos Aires: Manantial.
- Latour, Bruno (2007). *Nunca fuimos modernos, ensayo de antropología simétrica*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Latour, Bruno (2012). *COGITAMUS: Seis cartas sobre las humanidades científicas*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Law, John (2003). “Traduction/Trahisition: notes on ANT”. En *Centre for Science Studies*. Lancaster: Lancaster University Press.
- Lévy, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Lévy, Pierre (2007). *Cibercultura*. Madrid: Editorial Anthropos.
- Luján, José Luis y Luis Moreno (1996), “El cambio tecnológico en las ciencias sociales: el estado de la cuestión”. En *REIS Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, No. 74, abril – junio.
- Maya, Isidro (2008). *Sentido de comunidad y pertenencia comunitaria*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Mendizábal, Iván (2004), *Maquinas de pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*. Quito: Ediciones ABYA – YALA.
- Montero, Rosa (1997). *La hija del caníbal*. Madrid: Editorial Alfaguara.
- Moscovici, Serge (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Navarro, Pablo (2004). *Internet como dispositivo de interacción virtual*. México D.F: UNAM.
- Nowotay H. y K. Taschwer (1996). *The sociology of the science*. Essex: Edward Elgar Publishing-
- Orozco, Guillermo (2000), *La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad de La Plata.
- Oudshoorn, Nelly y Trevor Pinch (2005). *How users matter: the co-construction of users and technologies*. Cambridge: The MIT Press.

- Picciuolo, José Luis (1999). *Antropología del ciberespacio*. Quito: Ediciones ABYA – YALA.
- Purna, Pedro (1995). “Ciencia: ethos y método”. En *LLULL: Estudios de Historia de la Ciencia*, La Habana, volumen 18.
- Quiñones, Fernando (2009). “De la cultura a la cibercultura”. En *Hallazgos: investigación en perspectiva*, (La Paz) Marzo 2009: 172 – 191.
- Ronderos, Paula y Andrés Valderrama (2001). *El futuro de la tecnología: una aproximación desde la historiografía*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Sampedro, Víctor (2003), “Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad”, en Sampedro, Víctor (Ed.) *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria.
- Sánchez, Antonio (1996). *Psicología comunitaria*. Barcelona: Gedisa
- Sarason, Seymour (1974). *The psychological sense of community*. San Fransisco: EUB.
- Siri, Laura (2008). “Un análisis de YouTube como artefacto sociotécnico”. En *Diálogos de la Comunicación*, No. 76, enero – junio.
- Sunkel, Guillermo (2008). “Sentido de pertenencia en la juventud latinoamericana: identidades que se van y expectativas que se proyectan”; en *Revista Pensamiento Iberoamericano* Número 3, segunda época.
- Taylor, Steve y Robert Bogdan (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Thomas, Hernán (2008). “Estructuras cerradas vs. Procesos dinámicos: trayectorias y estilos de innovación y cambio tecnológico”. En *Actos, actores y artefactos*, Hernán Thomas y Alfonso Buch (coords.). Buenos Aires: Universidad de Quilmes.
- Turkle, Sherry (1997). *La identidad en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Turpo, Osbaldo (2011). *La netnografía: un método de investigación en internet*. *Revista Iberoamericana de Educación*. Volumen 47, N°. 2

- Vercelli, Ariel y Hernán Thomas (2007). La co – construcción de tecnologías y regulaciones: análisis socio – técnico de un artefacto anti – copia de Sony – BMG, Disponible en: <http://www.ariolvercelli.org/articulos/>
- Vercelli, Ariel (2008), *Repensando los bienes intelectuales comunes*. Buenos Aires, tesis doctoral en Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de Quilmes.
- Verón, Eliseo (1978). "Discurso, poder y poder del discurso". En Anais do primer coloquio de Semiótica. Universidad Católica de Río de Janeiro.
- Verón, Eliseo (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Williams, Raymond (2000). *Sociología de la cultura*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Winner, Langdon (2008). *La ballena y el reactor. Una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología*, Barcelona: Gedisa.
- Winocur, Rosalía (2006), "Procesos de socialización y formas de sociabilidad de los jóvenes universitarios de la Red". En *El consumo cultural en América Latina*, Guillermo Sunkel (ed.), Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Zecchetto, Vitorino (2002). *La danza de los signos*. Quito: Ediciones ABYA – YALA.

TESIS CONSULTADAS

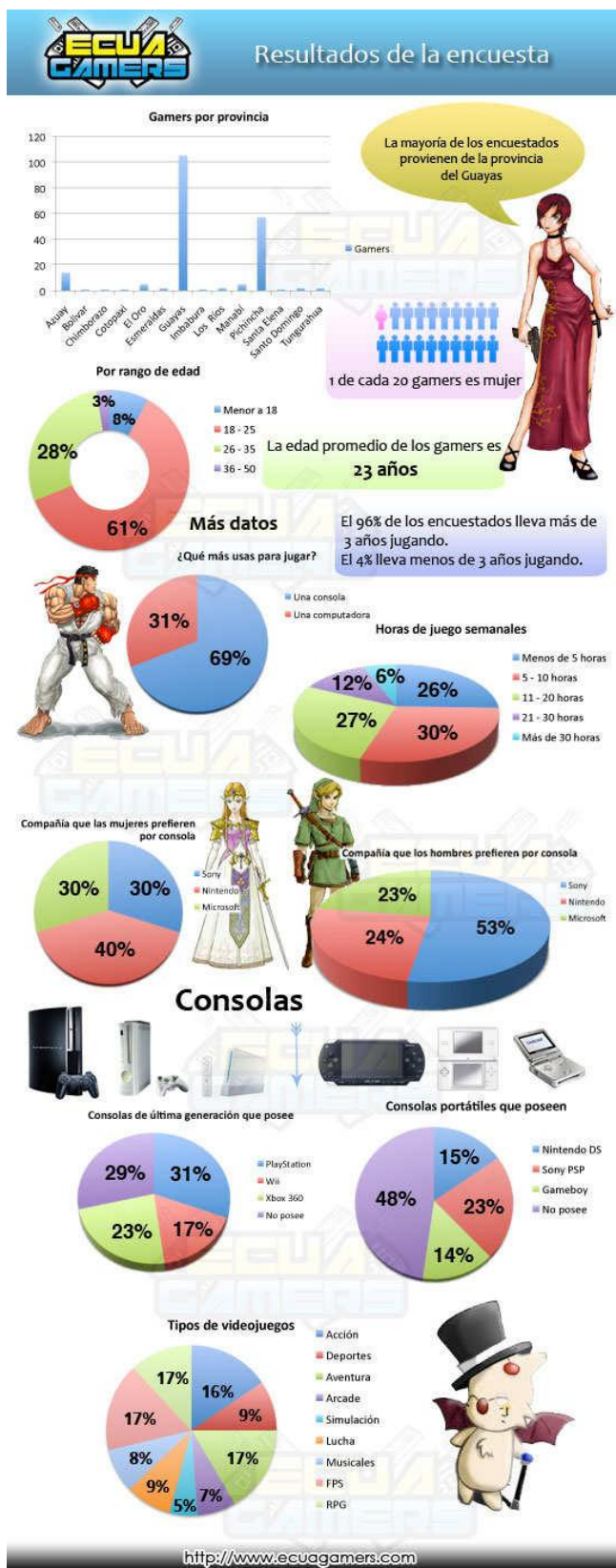
- Albornoz, Belén, *La representación simbólica de la red*. Posgrado en Comunicación, Sociedad y Políticas Públicas para Internet; FLACSO sede Ecuador, Quito. 175p.
- Andrade, María de los Ángeles, *Migrantes ecuatorianos y sus redes sociales virtuales*. Maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación; FACSQ sede Ecuador. Quito. 155p.
- Eras, Sylvia, *El emoticón y la creación de subjetividades en el género chat*. Facultad de Comunicación Social; UCE, Quito, 259p.
- Estrella Heredia, Carla Elizabeth (2009). *Una antropología de los mundos virtuales: el trasplante entre el mundo virtual y el mundo físico*. Maestría en

Ciencias Sociales con mención en Antropología; FLACSO sede Ecuador. Quito. 143 p.

- Luengo, Francisca, *Masculinidades no dominantes: una etnografía de Gaydar*. Maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación; FACSOS sede Ecuador, Quito, 2010.
- Peñaherrera, María José, *Videojuegos violentos: prevención y tratamiento en la sociedad y legislación ecuatoriana*. Especialización Superior en Comunicación con mención en Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación; Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, Quito, 2003.
- Valle Franco, Alex, *Videojuegos violentos: prevención y tratamiento en la sociedad y legislación ecuatoriana*. Facultad de Ciencias Jurídicas; PUCE, Quito, 2002.

ANEXOS

ANEXO UNO (ENCUESTA ECUAGAMER 2010)



ANEXO DOS (ENCUESTA ECUAGAMERS 2012)

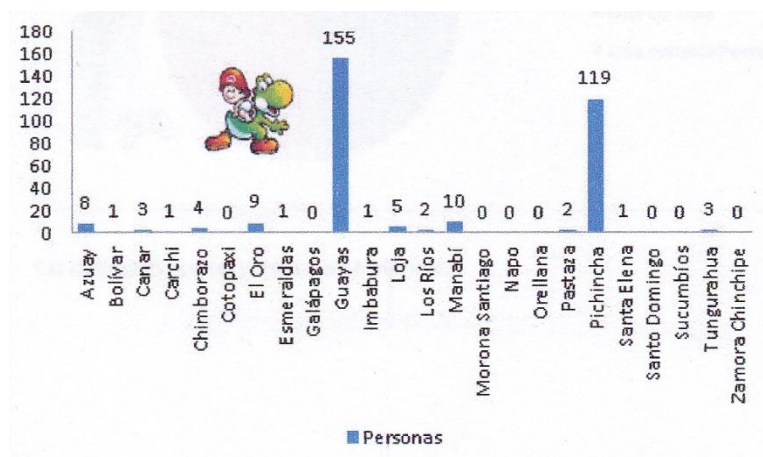
RESULTADOS DE LA SEGUNDA ENCUESTA A GAMERS ECUATORIOANOS

Fecha de publicación: 26 de diciembre de 2011.

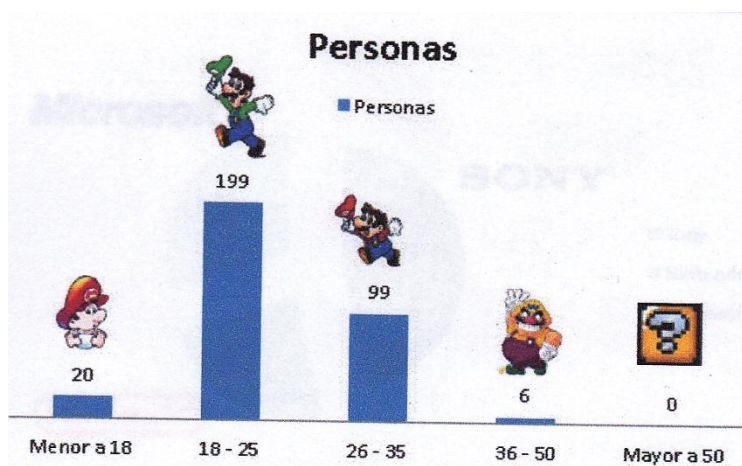
Realizado por: Ecuagamers. Disponible en www.ecuagamers.com/resultados-2da-encuesta.a.gamers-ecuatorianos/

Universo: encuesta realizada a 325 personas de Ecuador.

Ubicación de los encuestados:



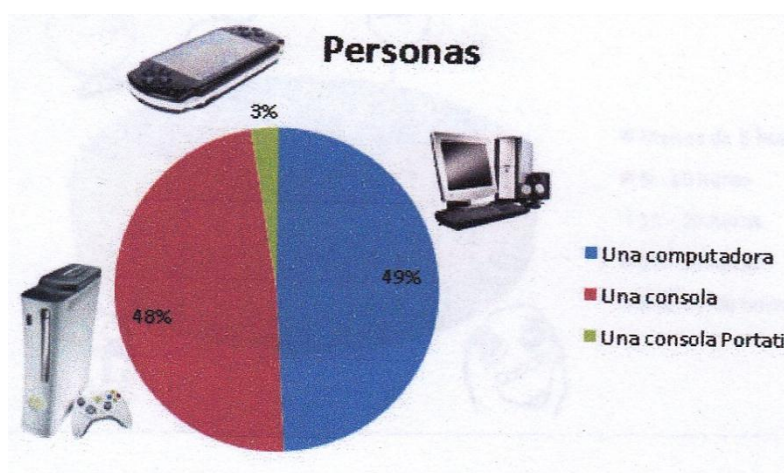
Edad de los encuestados:



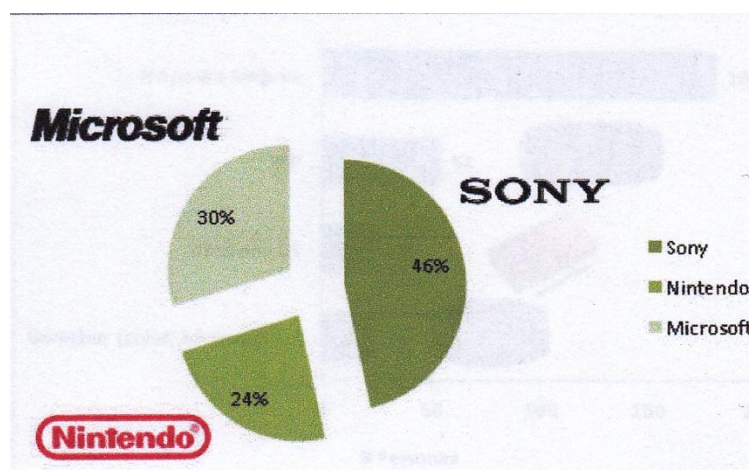
El género de las personas:



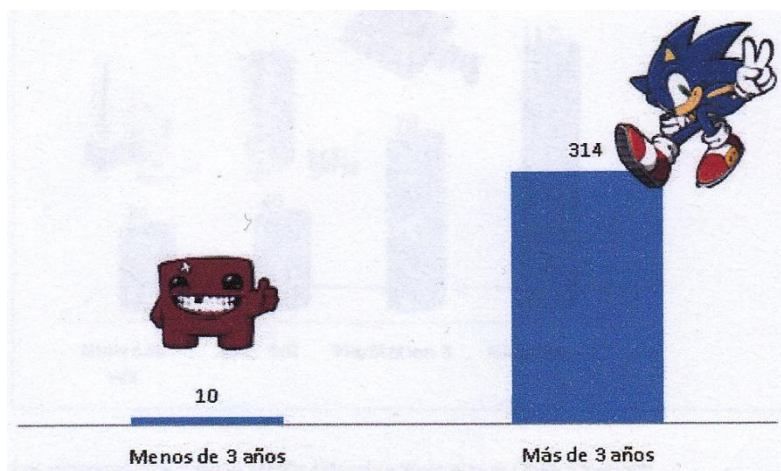
Lo que las personas usan más para jugar:



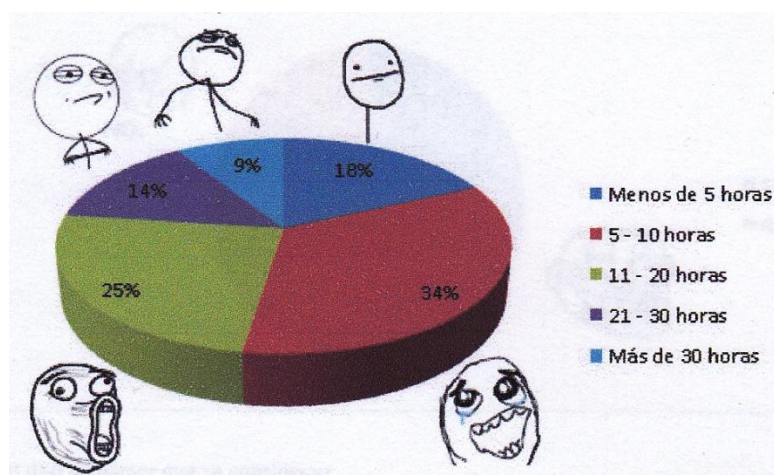
Las compañías que las personas prefieren:



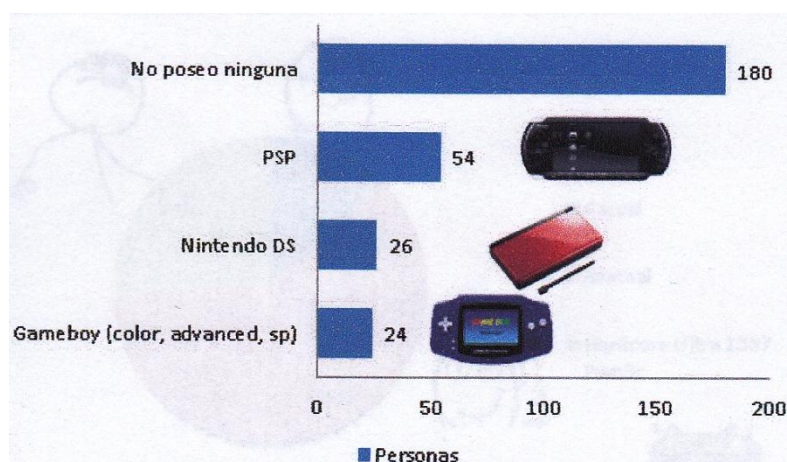
El tiempo que llevan jugando videojuegos:



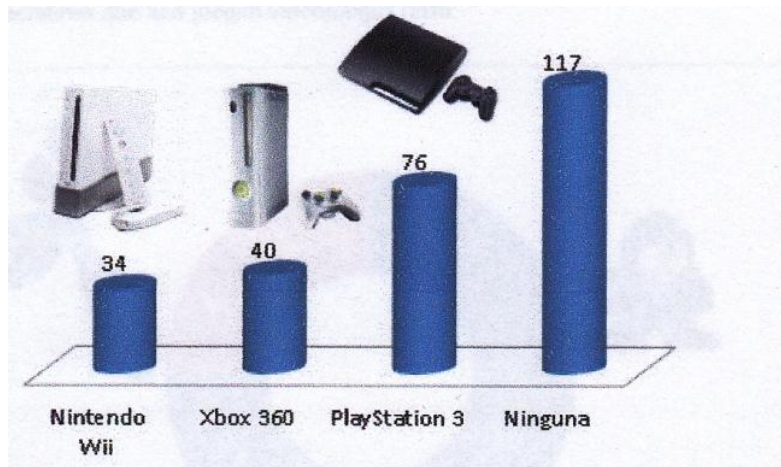
Horas a la semana que dedican a los videojuegos:



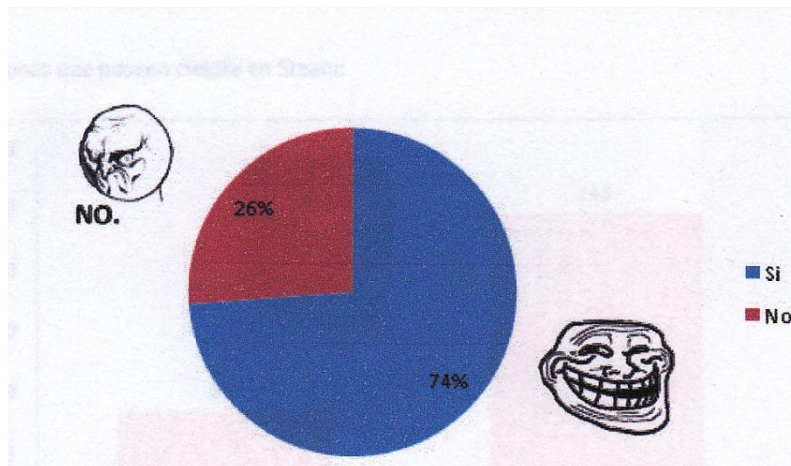
Consolas portátiles que poseen:



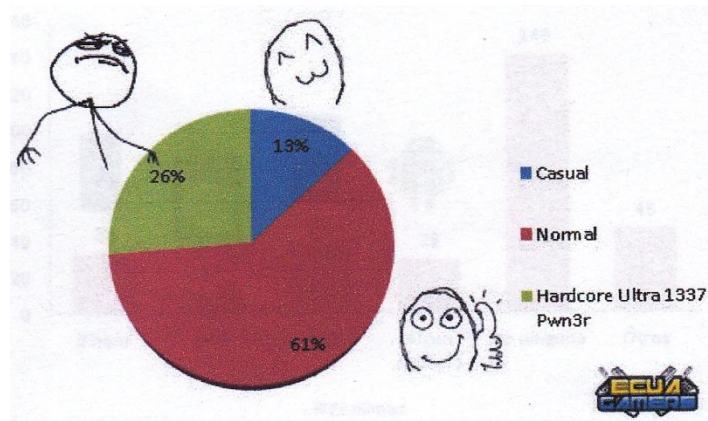
Consolas de última generación que poseen:



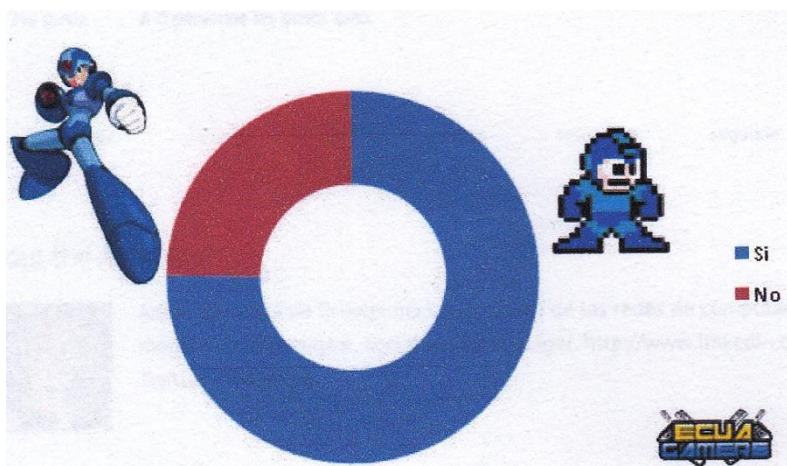
Las personas que juegan MMO's (Massive Multiplayer Online Games):



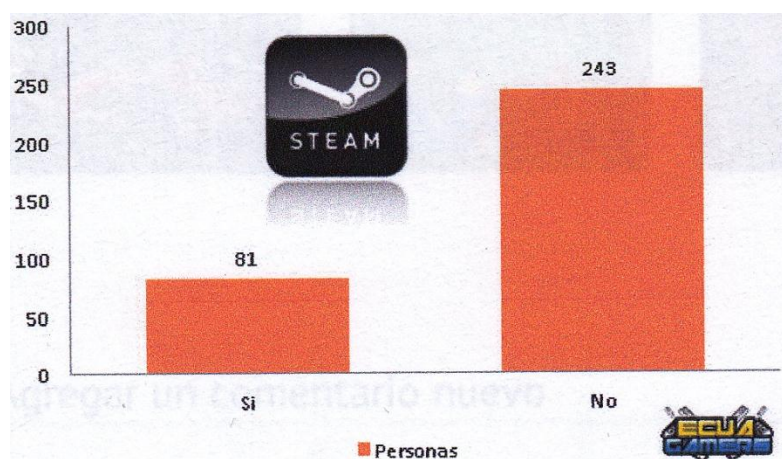
El tipo de gamer que se consideran:



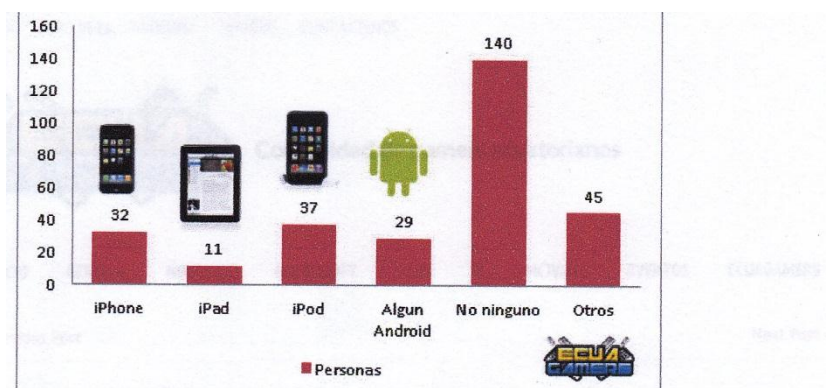
Las personas que aun juegan videojuegos retro:



Personas que poseen cuenta en Steam:



Las personas que juegan en su celular u otro dispositivo:



Agradezco a todas las personas que colaboraron respondiendo las preguntas de la encuesta 😊 se puede observar el cambio con la encuesta realizada hace un año: