



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES VISUALES

PRÁCTICAS SOCIALES DE LOS MIEMBROS DE LOS GRUPOS QUITAÑOS DE  
*GAMERS WORLD OF WARCRAFT Y LEAGUE OF LEGENDS* AL  
INTERIOR DE SUS COMUNIDADES EN EL PERIODO 2012-2013

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Periodismo

Profesor Guía  
Master. Marc Bayés

Autora  
Johanna Estefanía Proaño Montúfar

Año  
2015

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el (los) estudiante(s), orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Marc Bayés  
Máster en Ciencias Filológicas  
C.C. 1756282479

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Johanna Estefanía Proaño Montúfar  
1725898579

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo de titulación fue posible gracias a la ayuda y apoyo de mi familia, en especial la de mi hermano Miguel Proaño. También agradezco el interés y ayuda que mi profesor guía, Marc Bayés, me ha brindado; así como el de todos mis amigos y amigas colegas periodistas.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación está dedicado a toda mi familia, en especial a mi hermano Miguel, a mi madre Estefanía y a mi padre Geovanny, quienes han sido incondicionales en todo momento.

## RESUMEN

Esta investigación está centrada en el análisis de las prácticas sociales que mantienen en las comunidades *gamer World of Warcraft (WoW)* y *League of Legends (LoL)*, en la ciudad de Quito. En este trabajo se establecieron las particularidades del mundo *gamer* para determinar las interrelaciones que se generan. Asimismo, se analizaron las características de la cultura de los miembros de las comunidades *gamers* para el reconocimiento de su comportamiento dentro su entorno social.

De igual forma, se determinaron las causas y consecuencias sociales de pertenecer a una comunidad *gamer*. Y fueron analizados los productos comunicacionales que han surgido desde las comunidades *gamer* en Quito. Se tomó en cuenta una metodología cualicuatitativa con la participación de videojugadores, familiares, amigos y expertos en diferentes ramas como la comunicación, sociología, psicología y educación para poder establecer una estructura más profunda del tema. Durante la investigación, se evidenció que la cultura y la comunidad *gamer* no cuenta con los suficientes espacios de comunicación, así como también la irrupción de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICs) para su apertura en el mundo del internet.

Se evidenció que los *gamer* forman parte de una cultura que ha sido desatendida por diferentes sectores, pero que con el avance de la tecnología están saliendo a relucir. Es así que dicho trabajo profundiza en las prácticas de las dos comunidades así como de los *gamer* ecuatorianos en sí.

## ABSTRACT

This research focuses on the analysis of social practices that keep the gamer communities World of Warcraft (WoW) and League of Legends (LoL), in the city of Quito. In this work the particularities of the gamer world were established to determine the interrelationships that are generated. The characteristics of the culture of the members of the gamers communities to recognize their behavior within their social environment is also analyzed.

Similarly, the causes and social consequences of belonging to a community is determined gamer. And were analyzed communication products that have emerged since the gamer communities in Quito. It took into account a cualicuatitativa methodology involving gamers, family, friends and experts in different fields such as communication, sociology, psychology and education to establish a deeper structure of the subject. During the investigation, it became clear that culture and the gaming community does not have enough spaces for communication, as well as the emergence of Communications Technology and Information (TICs) to open in the world of internet.

It was evident that the gamer are part of a culture that has been neglected by different sectors, but with the advancement of technology, are coming to light. Thus, this work explores the practices of the two communities and Ecuadorian gamer itself.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
1. APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE CULTURA .....	4
1.1. Cultura .....	4
1.1.1. Definición .....	4
1.1.2. Aproximaciones diacrónicas.....	5
1.1.3. Aproximaciones según las ciencias.....	7
1.1.4. Cultura como construcción social.....	10
1.1.5. Cultura como construcción simbólica .....	12
1.1.6. Cultura como construcción sistémica .....	14
1.1.7. Subcultura .....	19
2. EL MUNDO <i>GAMER</i> .....	25
2.1. Cultura <i>Gamer</i> .....	25
2.1.1. El <i>gamer</i> .....	27
2.1.2. Clases de <i>gamers</i> .....	33
2.1.2.1. Según el tiempo invertido .....	33
2.1.2.2. Según el tipo de consolas.....	33
2.1.3. Lenguaje y códigos <i>gamer</i> .....	34
2.1.4. Convenciones <i>gamer</i> : <i>cosplay</i> , torneos y eventos .....	47
2.2. La comunidad <i>gamer</i> .....	51
2.3. Tipos de comunidades virtuales.....	53
2.4. Relaciones sociales.....	57
2.4.1. Ámbito Social: Relaciones sociales tecnológicas „ <i>gamer</i> “:.....	57
2.4.2. Ámbito Psicológico .....	63
3. LA INDUSTRIA DEL JUEGO Y LA WEB .....	65
3.1. Juegos .....	65
3.1.1. Tipos .....	65
3.1.2. Plataformas .....	69
3.1.3. Periféricos para juegos.....	75

3.2. Los Free to Play (FTP o F2P) y los Pay to Play (PTP o P2P) .....	79
<b>4. PRODUCTOS COMUNICACIONALES SURGIDOS DENTRO DE LAS COMUNIDADES GAMERS EN QUITO .....</b>	<b>81</b>
4.1. Publicaciones tradicionales .....	81
4.1.1. Revista <i>Pyx Art</i> :.....	84
4.1.2. Programa televisivo <i>Juega Conmigo</i> :.....	85
4.1.3. Sección <i>Gamers</i> en diario <i>El Telégrafo</i> :.....	86
4.1.4. Páginas web de noticias <i>gamer</i> : <i>Línea Cero</i> , <i>MOBASLA</i> , <i>Ecuagamers</i> y <i>Master Gamer</i> : .....	87
4.2. La irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la construcción de nuevos productos comunicacionales en <i>WoW</i> y <i>LoL</i> .....	89
<b>5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>94</b>
5.1. Objetivos de investigación:.....	94
5.1.1. Objetivo general: .....	94
5.1.2. Objetivos específicos .....	94
5.2. Enfoques y tipos de estudio: .....	94
5.2.1. Propósito .....	94
5.2.2. Tipos de estudios o alcance.....	95
5.2.2.1. Estudios exploratorios .....	95
5.2.2.2. Estudios correlacionales:.....	95
5.2.3. Determinación de la población y selección de la muestra.....	96
5.2.3.1. Población .....	96
5.2.3.2. Muestreo.....	97
5.2.3.3. Muestra.....	97
5.2.4. Método .....	97
5.2.4.1. Método inductivo.....	97
5.2.4.2. Método de observación .....	98

5.2.5. Enfoque metodológico.....	98
5.2.6. Técnicas de investigación .....	99
5.3. Herramientas de investigación .....	100
5.3.1. Encuestas usuarios .....	100
5.3.2. Entrevistas expertos.....	100
6. ANÁLISIS DE DATOS.....	101
6.1. Análisis Cuantitativo .....	101
6.2. Análisis Cualitativo.....	117
6.3. Conclusiones de la investigación .....	122
6.4. Recomendaciones .....	124
7. PROPUESTA COMUNICACIONAL.....	125
7.1. Periodismo Cultural .....	125
7.2. Géneros Periodísticos.....	125
7.3. Productos periodísticos .....	128
7.3.1. Radio: Este producto comunicacional contará con las siguientes características:.....	128
7.3.2. Televisión: Este producto tiene las siguientes características:.....	129
7.3.3. Revista: Este producto consta de las siguientes características. ...	130
7.3.4. Internet.....	130
REFERENCIAS .....	132
ANEXOS .....	136

## INTRODUCCIÓN

Los juegos interactivos han llegado a constituir un elemento fundamental en el desarrollo, tanto de la tecnología, como de la creación y concienciación de comunidades culturales (Mendizábal, 2006, p.23). Sin embargo, muchas personas afirman que, quienes están inmersos en este mundo, son „cosa aparte“, „bichos raros“, como dice David Álvarez, administrador de una de las comunidades de *World o Warcraft* e integrante de otra comunidad *gaming*<sup>1</sup> llamada Línea Cero.

Dentro de varias comunidades, la difusión de información y las prácticas comunicacionales que mantienen son amplias, sin embargo, no llegan a tener impacto fuera de su „círculo“. La creación de redes sociales, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *blogs* de las comunidades *gamers*, es la mejor manera que han tenido para comunicarse. Mientras que por otros medios como revistas, proyectos radiales o televisivos, ha sido más difícil; por lo cual, estas maneras de difusión de información *gamer* se han dejado de lado. Este trabajo da a conocer cuáles han sido las prácticas comunicacionales que han usado dentro de las comunidades antes mencionadas y de la misma manera, dar un contexto más amplio y más profundo de su entorno social.

El desarrollo de la tecnología y las redes comunicacionales también influye mucho en los aspectos de relaciones interpersonales, adquisición, producción, consumo y utilización, no solo de los videojuegos, sino, en general, como afirma Manuel Castells en su libro *Comunicación y Poder*:

*“Las actividades básicas que configuran y controlan la vida humana en cada rincón del planeta están organizadas en redes globales: los mercados financieros; la producción, gestión [...] la ciencia, la tecnología, los medios de comunicación, el arte, la cultura, los espectáculos, [...] las ONG y los movimientos sociales que hacen valer*

---

<sup>1</sup> El término se utilizará indistintamente junto con *gamer*.

*los derechos y valores de una nueva sociedad civil global” (Castells, 2009, pp. 51-52).*

En la investigación, también será necesario realizar un análisis acerca de la influencia del desarrollo de la tecnología, ya que desde la concepción de “comunidad” dentro de las redes sociales se concebirá el término para grupos o subculturas de personas como las comunidades *gamers*.

Es importante saber también que Ecuador es un país con una Constitución inclusiva y se debe tomar en cuenta que, a más de las “tradicionales” culturas que se conocen (cultura indígena, negra, migrante, etc.), existen otras que no son fácilmente visibles (Benítez y Garcés, 2008, pp. 17-18). Este es el caso de la cultura *gamer*. Según Fernando Ruiz, representante de una comunidad *gaming*, el crecimiento y auge de sus “pasatiempos” (videojuegos o juegos en línea) no es tomado en cuenta por la sociedad ecuatoriana. “El desarrollo de la tecnología es básica en Ecuador y nos ven como personas aparte”. Las prácticas sociales de este grupo, por medio de sus medios de comunicación, no son visibilizadas ante la ciudadanía y es por esta razón, según los jugadores, que existe un desapego casi „alérgico” a quienes se dedican a estas actividades.

Esta investigación estará centrada en los *gamers PC*, es decir, en aquellos que juegan *online*. Actualmente, según una investigación realizada por el Ministerio de Telecomunicaciones y la Fundación Telefónica en Ecuador, un 58% de niños y jóvenes de entre 10 a 18 años, juegan a videojuegos, tanto en consola como en *online*. Como afirma el catedrático de la Universidad de Sevilla en España, David Selva Ruiz, en su investigación “El videojuego como herramienta de comunicación publicitaria”:

*“Para gran parte de la población, jugar con una videoconsola o con un ordenador personal es algo tan habitual como ver la televisión. Y, además, la importancia de los videojuegos parece seguir aumentando,*

*alcanzando éstos una gran repercusión mediática y social e influyendo sobre otros géneros de entretenimiento” (Selva, 2009, p. 146).*

La gran cantidad de situaciones que rodean a las prácticas sociales de los miembros de las comunidades *gamers* influyen casi directamente sobre las diferentes sociedades, en este caso, la ciudadanía Quiteña.

## CAPÍTULO I.

### 1. APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE CULTURA

Según el autor Patricio Guerrero Arias, desde la Antigüedad ha sido complicado definir lo que significa cultura; sin embargo, según el periodo histórico se la ha definido distintamente.

*“La historia de la antropología deja claro un evidente conflicto en el momento de buscar una definición de cultura. Generalmente, no se superan los límites de las adjetivaciones accidentalistas o de los sustantivismos descriptivos que priorizan los aspectos externos, manifiestos de una cultura que se han quedado al nivel de los rasgos culturales, o han leído la cultura siempre al margen de la sociedad y los sujetos sociales que la construyen” (Guerrero, 2002, p.2).<sup>2</sup>*

En este capítulo se hace hincapié en las diferentes construcciones que la cultura tiene, lo que es indispensable al momento de construir una correcta definición de la cultura *gamer*.

#### 1.1. Cultura

##### 1.1.1. Definición

Según Guerrero, “la cultura hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material, resultante de la praxis que el ser humano realiza en la sociedad, dentro de un proceso histórico concreto”. (Guerrero, 2002, p.2). Existen otras definiciones que describen mejor el concepto y ofrecen un acercamiento más profundo de lo que significa la cultura. Guerrero considera la cultura como un conjunto de actos que podrían llegar a regir dentro de una sociedad para que quienes sean parte de ella los cumplan o se adhieran. Según la Real Academia de la Lengua Española (2001), cultura puede tener cinco acepciones, sin embargo, las que más se relacionan con el

---

<sup>2</sup> Si hubiere errores, son propios de la cita.

objeto de estudio son dos. La primera sostiene que la cultura es “un conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”. La segunda afirma que la cultura es un “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

Según el autor Clifford Geertz, la cultura representa también un conjunto de costumbres o prácticas al cual los seres humanos están sujetos. Sin embargo, el término que utiliza para cultura es „estratificación“:

*“Los intentos para situar al hombre atendiendo a sus costumbres asumieron varias direcciones y adoptaron diversas tácticas; pero todos ellos, o virtualmente todos, se ajustaron a una sola estrategia intelectual general, lo que llamaré la concepción ‘estratigráfica’ de las relaciones entre los factores biológicos, psicológicos, sociales y culturales de la vida humana” (Geertz, 1990, p.4).*

Una de las ciencias que estudia a profundidad la cultura es la Antropología. Según Guerrero (2002, p.36), ya no es considerada como una ciencia que estudia lo exótico sino, “como la ciencia de la alteridad, la diversidad, la pluralidad y la diferencia”. Guerrero aduce que “se hace necesario la construcción de una estrategia conceptual de la cultura que nos ayude a pensar la unidad de la humanidad en la diversidad y a comprender la diferencia en la rica pluralidad”.

### **1.1.2. Aproximaciones diacrónicas**

Etimológicamente, la palabra cultura viene del latín *colere* que significa cultivar. “Inicialmente este verbo tuvo el sentido de habitar y cultivar, referido a la población rural, que mediante la agricultura deja de ser nómada para transformarse en sedentaria. La agricultura les obligaba a establecer un lugar fijo de habitación” (Guerrero, 2002, p.38). En la época romana, Cicerón fue la

primera persona en utilizar la palabra cultura por primera vez como concepto de costumbre de una civilización.

*“[...] se utiliza por primera vez este término en esta época, pues en sus Disputas Tusculanas se habla de ‘cultura animi’, cultura del espíritu, partiendo de la analogía que se encuentra con el cultivo de la tierra, pero relacionándola específicamente con toda la práctica humana que transforma las cosas que no se encuentran originalmente en la naturaleza” (Guerrero, 2002, p.37).*

En la Edad Media y el Renacimiento, la cultura estuvo subordinada a la teología hasta que llegó la época del Renacimiento, en la que hubo nuevas concepciones acerca de lo que conformaba la cultura (Puente, E., entrevista personal, 07 de marzo de 2014). Esta opinión es compartida y sostenida por el autor Guerrero, ya que en su texto asevera que “el concepto de cultura que venía adscrito a la reflexión filosófica va adquiriendo autonomía, gracias a los aportes que hacían posible el nuevo desarrollo de las ciencias” (Guerrero, 2002, p.39).

En la Ilustración, *cultura* es la “configuración del espíritu humano como producto de la razón humana que forma todo el modo de vida de un pueblo” (Guerrero, 2002, p.38). Geertz (1990, p.6) presenta algunos puntos de coincidencia con Guerrero al afirmar que “la imagen del hombre propia del siglo XVIII, es la de un puro razonador cuando se lo despojaba de sus costumbres culturales. Esa imagen fue sustituida a fines del siglo XIX y principios del siglo XX por la del hombre visto como el animal transfigurado que se manifestaba en sus costumbres”. Esta representa la evolución del pensamiento acerca de la cultura, marcada por cada concepción.

Denys Cuche sostiene que el término cultura siempre ha estado relacionado con la evolución del hombre y las civilizaciones, pero dependiendo siempre de

la región y de los pensadores que se hayan dedicado a la investigación de esta palabra.

*“En Francia, durante el siglo XVIII, la palabra cultura se refería a la educación de la mente y evocaba más el progreso individual, y se prefería civilización para el progreso colectivo. En Alemania, la palabra cultura suponía valores espirituales (ciencia, arte, filosofía, religión), y fue adoptada por la inteligencia burguesa –en oposición a la aristocracia que representaba valores cortesanos–, que no dejaba de sentirse alejada del poder y como otra forma de legitimidad social, se sentía responsable de buscar la unidad de Alemania por medio de la cultura” (Cucho, 2004, p.233).*

### **1.1.3. Aproximaciones según las ciencias**

Una de las ciencias que ha estudiado a profundidad la cultura es la Sociología. Tomás Millán (2000, p.4) sostiene que, debido a la atención que se ha prestado a las demás definiciones de la palabra o del concepto cultura, se han dejado varias afirmaciones de lado: una de ellas es la de la Sociología. “Mucho menos conocido y apreciado es el concepto sociológico (de cultura), que se entiende como el concepto abstracto que describe procesos de desarrollo intelectual, espiritual y estéticos del acontecer humano, incluyendo la ciencia y la tecnología, como cuando se habla del desarrollo cultural de un pueblo o país. La cultura se define como el progreso intelectual y social del hombre en general, de las colectividades, de la humanidad” (Millán, 2000, p.4)

La afirmación de Millán es la que más se acerca a la definición que se maneja en esta investigación: “el progreso intelectual o tecnológico con el que se define la cultura tecnológica, moderna.” (Millán, 2000, p.5). Por tanto, el concepto formulado por Millán se aproxima a la construcción de lo que es una cultura *gamer* porque tiene en cuenta el desarrollo tecnológico. Millán matiza que la cultura ha sido motivo de varios malentendidos. Han existido

confusiones al momento de entender el “verdadero” significado de esta palabra.

*“Parte de la confusión con el concepto de cultura surge cuando se le usa como expresión y manifestación de las bellas artes, especialmente en diarios y revistas; de donde se interpreta que las personas instruidas y conocedoras de las artes y de otras gentes son muy instruidas, asumiéndose que hay toda una gradación hasta los ‘incultos’ (carentes de cultura); por otro lado, es sabido que también se usa para denominar a grupos humanos no conocidos, como la cultura Diaguita o Mapuche, pero muchas personas quedan confundidas con esta doble significación. Los profesores parecen tener una marcada preferencia por la primera acepción, a la vez que se reconocen ellos mismo y son reconocidos por los demás como personas “cultas”, pero usualmente transmiten en el aula una acepción que --con algunas variaciones de contenidos-- se acerca más a la segunda: que cultura es el conjunto de costumbres, mores y folkways, de un pueblo, heredados y transmitidos de generación en generación” (Millán, 2000, p.3).*

El Psicoanálisis es otra de las ciencias que estudia la cultura. Uno de los autores más representativos, Sigmund Freud, en su libro *El malestar en la cultura* afirma que “la cultura humana comprende el saber y el poder adquirido por los hombres para dominar las fuerzas de la naturaleza” (Freud, 1930, p.65). Lo que quiere decir que la cultura está constituida por las presiones de la *psiquis* en lo que respecta a las situaciones sociales y que puede repercutir en la personalidad o en traumas psíquicos. (Freud, 1930, p.68)

Según Guerrero, la incorporación del término cultura “se da en Alemania a partir de 1850, con una doble acepción: cultura objetiva o histórica (civilización) y cultura subjetiva” (Guerrero, 2002, p.40)<sup>3</sup>. Johann Gottfried Herder se acerca al concepto de cultura con un pensamiento más acorde con una evolución por

---

<sup>3</sup> Íbid

ubicación geográfica, es decir, que en cada pueblo o país la cultura tiene una connotación diferente y específica. Asevera que la cultura se desarrolla en cada pueblo de manera independiente: “[...] Cada cultura tiene su propia especificidad y no puede ser juzgada ni comparada en referencia a otras, puesto que cada una se modifica según el lugar geográfico, la época y su dinámica interna [...]” (Guerrero, 2002, p.46).

Desde la Filosofía, la cultura no es “sinónimo de saber muchas cosas o de haber aprendido, sino que es el resultado de un acto de voluntad creadora de un pueblo” (Nietzsche, 1985, p.161). Guerrero asegura que uno de los mayores aportes de Nietzsche fue que consideró que gracias a la cultura, “se han producido procesos de creación y transformación de todos los saberes” (Guerrero, 2002, p.42).

Asimismo, Foucault sostiene que se necesitan varias condiciones para que el individuo pueda formar parte de ésta.

*“[...] me parece que se puede hablar de cultura con una cierta cantidad de condiciones. En primer lugar, cuando tenemos un conjunto de valores que tienen entre sí un mínimo de coordinación, subordinación y jerarquía. Se puede hablar de cultura cuando se cumple una segunda condición, que sería que esos valores se dieran como universales pero, a la vez, sólo accesibles para algunos. Tercera condición para que pueda hablarse de cultura: para que los individuos puedan alcanzar esos valores, se requiere una serie de conductas precisas y reguladas. Y más todavía: esfuerzos y sacrificios. En fin, hay que poder consagrar la vida entera a esos valores para poder tener acceso a ellos. Por último, cuarta condición para que pueda hablarse de cultura: que el acceso a esos valores esté condicionado por procedimientos y técnicas más o menos regulados, que hayan sido elaborados, convalidados, transmitidos, enseñados, y que también se asocien a todo un conjunto de nociones, conceptos, teorías, etcétera: a todo un campo de saber [...]”. (Foucault, Ewald, Fontana, Gros y de France, 2002, p.179).*

#### 1.1.4. Cultura como construcción social

Se puede decir que una construcción social “es una entidad institucionalizada en un sistema social „inventado” o „construido” por participantes en una cultura o sociedad” (Puente, E., entrevista personal, 07 de marzo de 2014).

Según la autora Denys Cuché (2004, p.233), “las culturas de diferentes grupos sociales que pertenecen a una misma sociedad permiten jerarquías culturales que son el resultado de jerarquías sociales”, es decir, que dentro de una sociedad, la construcción social permite que puedan formarse uno o varios tipos de subculturas. La cultura, concebida como construcción social, hizo que el ser humano se estableciera tal cual es y de esta manera pudiera diferenciarse de los animales. Asimismo, sostiene que para definir de alguna manera la construcción social de cultura hay que tomar en cuenta que ésta “es generada por actores sociales igualmente concretos y en procesos históricos específicos” (Guerrero, 2002, p.51). Lo que quiere decir que la cultura se comparte y se crea con los “otros”, quienes podrán compartirla o dejarla como “herencia”.

*“Las conductas culturales para ser consideradas como tales deben ser creadas por una sociedad, compartidas por un grupo social, y, por lo tanto, son transferibles de individuos a individuos, de una generación a otra. Los elementos culturales cumplen así la función de elementos constantes, capaces de cohesionar, unir, identificar, interpretar y modificar la acción social” (Guerrero, 2002, p.52).*

Para Cuché, no todas las culturas son reconocidas socialmente o tienen el mismo valor y es por esta razón que siempre va a existir un grupo dominante. “[...] las culturas populares pertenecen a grupos subalternos, que se construyen en situación de padecimiento de dominación cultural ante la que reaccionan de muy diversos modos, ya sea resistiendo, por un lado, o adoptando actitudes provocadoras como el mal gusto, puesto voluntariamente en evidencia” (Cuché,

2004, p.235). Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la cultura es la que une a las personas. Existen diferentes “subculturas” y en el caso de los *gamers* es una pequeña cultura dentro de una dominante o más grande.

Uno de los factores que se debe analizar dentro del concepto cultura como construcción social es la utilización del lenguaje simbólico. Esta característica hará más particular a un grupo y a su cultura, ya que les proporciona una comunicación más fluida y más entendible entre ellos; “[...] la comunicación humana es esencialmente una comunicación simbólica, que hace posible no solo aprender, sino, también, transmitir, almacenar y planificar lo aprendido” (Guerrero, 2002, p.52).

También afirma Cuché que entre culturas dominantes y dominadas, siempre habrá un alienamiento, así como un aislamiento. “Cuanto mayor es la distancia de los más débiles respecto de los fuertes, mayor es la producción simbólica de los primeros, y este aislamiento, si bien está asociado a la marginalidad, puede ser fuente de una relativa autonomía y creatividad culturales” (Cuché, 2004, p. 237). Sin embargo, hay que resaltar que la cultura, por más alienación que constituya, siempre será aprendida por los individuos que formen parte de una sociedad; igualmente, dentro de la cultura, existirán variaciones que hacen que las personas puedan actuar de una manera definida dentro de unos límites ya establecidos.

*“Los miembros de una cultura comparten el conocimiento de esos límites y actúan dentro de ellos, aunque muchas de las veces ni siquiera somos conscientes de eso, solo tomamos conciencia cuando se produce una violación de las normas establecidas, cuando dichos límites han sido sobrepasados, lo que será generalmente motivo de desaprobación y a veces de castigo conforme la cultura dominante haya determinado para ello, empleando mecanismos informales que van desde la censura, la evitación, la murmuración y otros, o a través de aquellos que están formalmente establecidos en las leyes” (Guerrero, 2002, pp.55-56).*

También hay que hacer énfasis en la conceptualización de cultura como construcción social. Pierre Bourdieu define „habitus“ como condicionamientos dentro de un sistema ya establecido.

*“Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen habitus, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin, sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos [...] que caracterizan a una clase o grupo social a la cual corresponde un estilo de vida, que es la expresión simbólica de las condiciones de su existencia, y en los que también se manifiesta la movilidad social, y, en consecuencia, estos sistemas o habitus cambian, se modifican” (Bourdieu, 1975, p. 133).*

La cultura como construcción social, según Millán, va más allá de ser una herencia de costumbres o de aprendizajes externos al ser humano y lo define como un concepto más amplio.

*“Originalmente, la cultura fue entendida y explicada como un conjunto de constricciones, presiones y acondicionamientos externos al ser humano, [...] que fijaban o determinaban pautas de conducta como adulto, donde se destacaban las costumbres como el concepto amplio que representaba casi todo lo que el hombre hacía, es decir, la cultura era vista como un determinante del comportamiento” (Millán, 2000, p.5).*

#### **1.1.5. Cultura como construcción simbólica**

La construcción simbólica de la cultura, según Guerrero, tiene una significación lingüística marcada. Afirma que el ser humano es la única especie que

mediante el lenguaje pudo desarrollarse amplia y completamente. Mediante el uso de los símbolos del lenguaje, la herencia de la cultura se complementa, se almacena y se procesa. “[...] La cultura debe ser entendida como un conjunto de interacciones simbólicas que son interpretables, [...] analizar la cultura como sistema simbólico nos permite un acercamiento más vital a los universos de sentido que construyen los seres humanos y las sociedades. (Cuché, 2004, p.242)”.

*“Así los seres humanos construyen procesos de eufemización simbólica como único recurso para ordenar el caos del mundo y de la realidad. Basta ver como ante la tremenda crisis provocada por un capitalismo salvaje, la gente encuentra en sus universos simbólicos posibilidades de resistencia y de insurgencia frente a esa situación de miseria en la que sobrevive” (Guerrero, 2002, p.77).*

Uno de los ejemplos más claros de la construcción de universos simbólicos y las posibilidades de resistencia frente a un „caos“ de la realidad se presencié en Ucrania. Mientras se desarrollaban las masivas protestas en este país, un ucraniano llamado Andréi logró completar los 2057 objetivos que existen en el juego *World of Warcraft*. En una entrevista concedida al diario alemán Die Welt “el joven reconoció que no sabe mucho de lo ocurrido en las protestas en la plaza Maidán ni de los sucesos acaecidos desde entonces en Ucrania. Alguna vez se enteró de algo, pero no tenía tiempo para centrarse en ello, pues tenía que regresar a su mundo real, el mundo de *World of Warcraft*” (www.actualidad.rt.com, s.f.) Esta situación se circunscribe a una construcción simbólica de los *gamers* que les concede otra realidad, que no sustituye a su „verdadera vida“, sino que aleja o distrae de los „problemas“ que están viviendo. “Cuando tenemos que enfrentar situaciones que van más allá de nuestra capacidad de entenderlas, como la muerte, un desastre natural o la desestructuración social, es en los universos simbólicos donde estas situaciones logran resemantizarse y ayudan a que continúe existiendo un sentido para seguir viviendo” (Guerrero, 2002, p.78).

Asimismo, el antropólogo peruano Alex Huerta comparte el concepto de la cultura como construcción simbólica, pero siempre dentro de un grupo humano. Sostiene que la creación de significados que se construye dentro de una „subcultura“ hace que ésta se legitime. “La cultura como construcción simbólica es una serie de códigos que se comparten, una serie de símbolos, de significados, que hacen que la vida sea manejable dentro de una sociedad” (www.youtube.com, Huerta, A., 2012.).

Cabe recalcar que la cultura simbólica que los videojugadores poseen, según Fernando Ruíz (un *gamer* con más de 12 años de experiencia en este campo), “no es reconocida como tal debido a que no existen estudios académicos que puedan sustentar estas actividades”, Huerta hace énfasis en el reconocimiento de la cultura para todos. Afirma que, durante varias décadas, la cultura ha sido un “punto excluyente” para muchas personas; sin embargo, en la actualidad, debería constituir un concepto compartido. También afirma que, dentro de este concepto, existen otros tipos de „manifestaciones“, como las culturas populares urbanas, que no son de „élite“, ni „tradicionales“ y que no son consideradas como una cultura establecida. “Lo popular es consumido por un gran número de personas y en la actualidad es difundido masivamente, [...] no es excluyente y los códigos o símbolos se comparten” (www.youtube.com, Huerta, A., 2012).

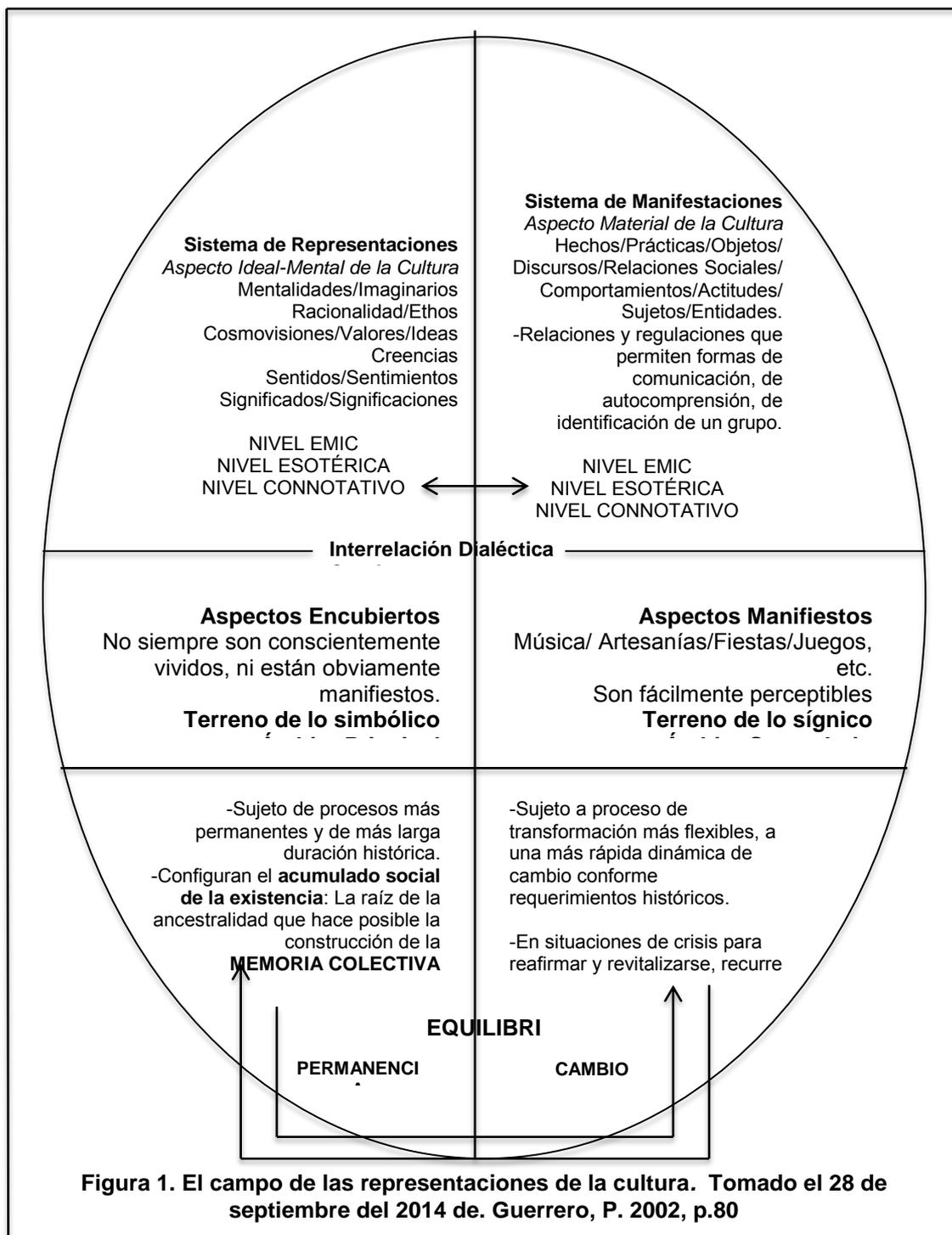
*“Un proyecto liberador del ser humano requiere de la construcción de nuevos universos simbólicos, de nuevos universos de sentido, de la resemantización o construcción de un nuevo sentido de vivir la vida, que hoy la dominación no hace posible” (Guerrero, 2002, p.80).*

#### **1.1.6. Cultura como construcción sistémica**

Según Geertz (1990, p.12), la cultura como construcción sistémica debe ser considerada por medio de las manifestaciones visibles de la cultura, los campos objetivos y más fáciles de percibir, que se presentan. Un ejemplo de estos campos recae en los objetos, las artesanías, la comida, la vivienda, los

juegos o las prácticas productivas, por lo que la construcción sistémica de la cultura constituiría una serie características que una cultura tiene dentro de un sistema.

Por otro lado, como construcción sistémica, desde el campo de las representaciones de la cultura, muestra las partes “encubiertas” que posee la cultura. “Hace referencia al campo de las representaciones simbólicas, al aspecto ideal, mental de la cultura, al de los imaginarios, de la racionalidad, las cosmovisiones y las „mentalidades”, que hacen posible la creación de un *ethos*, de un sistema de valores, ideas, creencias, sentimientos, sentidos, significados y significaciones” (Guerrero, 2002, p.81).



Una construcción sistémica de la cultura tiene una estrecha relación con la historicidad de los hechos y con la formación de una memoria colectiva de un pueblo. La relación entre las manifestaciones y las representaciones también es recíproca, debido a que, según Guerrero, “se establece una permanente

interrelación dialéctica que hace posible un juego continuo entre el cambio y la permanencia”. Asimismo, dentro de este proceso, se puede identificar un capital cultural, del cual habla Bourdieu. Él dice que el capital cultural no necesariamente es material y estático, sino que puede ser mental o ideal y cambiante. En el caso de los *gamers*, el capital cultural estaría representado por los videojuegos; sin embargo, no solo es el valor material de estos, sino el valor ideal que los actores sociales le dan al objeto.

*“Ver la cultura como un proceso de construcción sistémica de todo aquello que se vive como pueblo, permite superar la equivocada tendencia que la reduce a determinados rasgos específicos. No podemos buscar cultura solo en aquello que es fácilmente perceptible: vestido, lengua, ritualidad, fiesta, sino también en aquellas manifestaciones simbólicas que no siempre están conscientemente vividas, ni obviamente manifiestas; hay que ir más allá de lo externamente perceptible. La cultura se expresa tanto en lo social, lo económico, lo político, como en lo ideológico, en el mundo de las representaciones y los imaginarios simbólicos” (Guerrero, 2002, pp.81-82).*

Dentro de la construcción sistémica, se pueden tomar en cuenta cuatro aspectos que señala Guerrero: la diversidad, la pluralidad, la alteridad y la diferencia dentro de la cultura, y como conceptos independientes dentro de un grupo social. La cultura permite la relación con el „otro“; lo que significa que en una sociedad siempre habrá situaciones, cosas o contextos que nos diferenciarán o nos afirmarán como „iguales“.

Según Guerrero, en la actualidad han surgido preocupaciones por procesos culturales de temáticas como la pluriculturalidad, la interculturalidad, la diversidad etc. En Ecuador, existe una Constitución que reafirma el multiculturalismo, la diferencia, la pluriculturalidad y lo multiétnico, ya que se define como una constitución inclusiva. Igualmente, posee un Plan Nacional

para el Buen Vivir dentro del cual, el objetivo ocho defiende, afirma y fortalece la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad; términos que han sido recientemente incluidos en una serie de documentos legales y que, pese a esto, según Hanato Ajila, *gamer* y estudiante de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), no se practican y es por esta razón que surgen „movimientos pequeños“ o „subculturas“ que quieren ser reconocidas.

*“Hoy más que antes emergen e insurgen con fuerza distinta diversidades de género, regionales, étnicas, políticas, religiosas, ecológicas, generacionales, sociales, así como movimientos contraculturales, ‘subculturas’, ‘minorías’, que toman la palabra y cuestionan la existencia de una visión homogeneizante de la vida, a un modelo civilizatorio que impuso una forma única de hacer humanidad, y reivindican su derecho a ser reconocidos, valorados y respetados en su diferencia” (Guerrero, 2002, p.92).*

La sociedad es un espacio en el cual la cultura siempre está presente. Las formas de vestir, vivir, comer o comportarse forman parte de los actores sociales; sin embargo, esta varía de una sociedad a otra. Un ejemplo de esta variación, en el caso de los videojugadores, son los *hikikomoris*, que, según Feixa (2011, p.7) son personas que llevan al extremo su „gusto“ por todo lo *online*. “El término significa „encerrarse, confinarse en uno mismo“ y se utiliza para referirse a aquellos jóvenes en torno a los veinte años que optan por encerrarse en su habitación (algunos psicólogos hablan de una auténtica epidemia que afectaría al 10% de la población de esas edades y al 1% del total de la población japonesa)”.

Con la cultura como una construcción sistémica, simbólica y social, no se busca una homogeneización, sino una diversidad y riqueza en la cual se puede mostrar una o varias realidades que forman un desarrollo mundial.

### 1.1.7. Subcultura

“Por subcultura se entiende a los subgrupos de una sociedad que surgen sobre la base de diferenciaciones étnicas o sociales y que disponen de normas propias, pudiendo estas normas específicas contradecir las normas de una cultura o colectividad mayor” (Salazar, F. 2012, p.35). Es por eso que una subcultura debe ser entendida como un conjunto de expresiones que hacen de la vida de sus miembros algo „diferente“. Un claro ejemplo de subculturas son los *rockeros, hoperos o punkeros* que, pese a estar dentro de una cultura hegemónica, el tipo de música que escuchan, la filosofía de vida que llevan o la manera de vestirse los hace „diferentes“. Cabe recalcar que el hecho de que sean diferentes no quiere decir que se mantengan en condiciones de inferioridad.

*“En un sentido amplio, las culturas juveniles se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional. En un sentido más restringido, definen la aparición de “microsociedades juveniles”, con grados significativos de autonomía respecto de las “instituciones adultas”, que se dotan de espacios y tiempos específicos [...]” (Feixa, 2009, p.1).*

Es importante entender que, dentro de una cultura, no todos los miembros o actores sociales tienen una misma manera de comportarse o expresarse.

*“[...] no todas las conductas y comportamientos de sus miembros son homogéneos, sino que se expresan al interior de las culturas totales; [...] se llama subcultura a un conjunto societal que manteniendo los rasgos de la cultura global se diferencian de esta y de otros grupos que la integran porque establecen sus propias áreas de significado y significación diferenciadas” (Guerrero, 2002, p.57).*

Incluso, en una subcultura, los miembros que comparten un gusto o una filosofía de vida, no se comportarán ni actuarán ni percibirán de la misma manera una acción o situación. “La pertenencia a la subcultura implica, por lo tanto, compartir una identidad asociada a símbolos culturales, como el uso de un determinado peinado, una vestimenta particular, un lenguaje determinado, un sistema de creencias y el frecuente consumo cultural asociado a la música y a las representaciones que la misma convoca” (Soriano en Toscano, Vega y Soto, 2011, p.194).

Los *gamers* también forman parte de las subculturas y dentro de su grupo los miembros tienen diferentes „ocupaciones“. Si bien existen videojugadores a los que les gusta el „mundo *online*“, también hay aquellos a los que les apasionan los juegos de consola. Pese a que estos grupos pertenecen a la misma subcultura, sus comportamientos no son los mismos. Según una investigación realizada por los periodistas Lucía Castellón y Oscar Jaramillo, “la industria del videojuego ha alcanzado un estatus mayor incluso que la industria cinematográfica” (Castellón y Jaramillo, 2008, p.136). Es así que el número de jugadores también se ha elevado y esta subcultura ha crecido.

*“Sólo durante el 2010, la venta de videojuegos para computador y consola alcanzaron los 9 mil millones de dólares, con 189 millones de copias. Sólo la plataforma de juegos en línea de Sony (PlayStation) tiene 75 millones de cuentas activas a nivel mundial. Eso sin sumar a Nintendo y Xbox de Microsoft” (Castellón y Jaramillo, 2008, p.136)<sup>4</sup>.*

Asimismo, hay que tomar en cuenta que las subculturas se forman, en parte, por la influencia externa de diferentes situaciones. “Las culturas juveniles no son homogéneas ni estáticas: las fronteras son laxas y los intercambios entre los diversos estilos, numerosos. Los jóvenes no acostumbran a identificarse siempre con un mismo estilo, sino que reciben influencias de varios, y a menudo construyen un estilo propio” (Feixa, 2009, pp.3-4).

---

<sup>4</sup> Los errores son propios de la cita

La formación de subculturas también responde a la generación y al tiempo, como sostiene Feixa cuando dice que la edad es un factor importante en el contexto histórico para la unión de varias personas con un gusto, filosofía de vida, comportamiento y actitud. Igualmente, la contemporaneidad hace que los actores sociales se sientan identificados por un „recuerdo o gusto en común“.

*“Las generaciones solo se pueden dividir sobre la base de un conocimiento de la historia específica del campo involucrado. Solo los cambios estructurales que afectan al campo poseen el poder de determinar la producción de generaciones diferentes, transformando los modos de generación social de los agentes y determinando la organización de las biografías individuales y su agregación en clases de biografías orquestadas y ritmadas, según el mismo tiempo” (Bourdieu en Feixa, 1979, p.530).*

Actualmente, el uso de la tecnología y las redes sociales también ha ayudado al desarrollo y ampliación de subculturas: como otra manera de „socialización“ de los miembros y como elemento que ofrece un sentido más fuerte de pertenencia. “Concebir la subcultura desde la perspectiva de las redes sociales implica reconocer, además de la función socializadora, la existencia de fuentes generativas de medios para la apropiación de una identidad social, así como de mecanismos de protección y afrontamiento de las adversidades” (Abello, Madariaga y Sierra en Toscano, Vega y Soto, 2009, p.173).

Según Castellón y Jaramillo, en la cultura de los videojuegos existen personas denominadas „nativos digitales“: aquellas con mucha facilidad tecnológica o que han nacido en la „era digital“, es decir, aquellos que manejan regularmente el lenguaje hipertextual, se guían más por gráficos digitales, pueden realizar varias operaciones a la vez (*multitasking*) y utilizan de manera diferente los medios de comunicación. “Mientras que los recién llegados a la era digital (o inmigrantes digitales) navegan por la web para „leer“ información, los nativos se dedican a crear contenidos, grabar y subir videos, dar su opinión, participar en foros, organizar grupos y protestas [...]” (Castellón y Jaramillo, 2008, p.138).

Sin embargo, varios miembros de la cultura *gamer* no son nativos digitales, no solo porque no suben videos o crean contenidos de temas tecnológicos, sino porque no nacieron en la era digital. Existen videojuegos en los que una gran cantidad de jugadores rebasan los 35 años, según investigaciones de la revista web *17 Bits*. Ello quiere decir que el sentido de identificación y gusto es lo que lleva a estas personas a especializarse en este campo y poder pertenecer a la cultura *gamer* sin ser necesariamente un nativo digital. También hay que tomar en cuenta que los videojugadores no tienen más habilidades como usuarios en la red necesariamente, es decir, no por el hecho de que manejen tan recurrentemente temas de tecnología, utilizan mejor la web, que los llamados inmigrantes digitales.

Cabe recalcar que los juegos interactivos también tienen historia. Según un estudio publicado por el sitio web de tecnología *Marlex Systems*, el juego electrónico interactivo más antiguo fue creado por Thomas Goldsmith y Estle Ray Mann en 1947, en un tubo de rayos catódicos (tecnología que permite visualizar imágenes en corrientes de electrones observados en tubos de vacío). Desde esta época, quienes estuvieron interesados en la creación de juegos electrónicos o en la tecnología también pueden llamarse nativos digitales, sin haber nacido en tiempos tecnológicos.

Cabe mencionar también que algunos jugadores mayores de 35 años disfrutan de los videojuegos con sus hijos, lo que aumentaría el porcentaje de aprendizaje de tecnología.

*“De acuerdo con un estudio de la Entertainment Software Association, no solo a los 35 años es la edad promedio para jugar, sino que además la edad del usuario que se perfila como comprador de juegos es de unos 41 años. La ESA indicó, además, que basados en los resultados del estudio, un 45% de los padres juega con sus hijos al menos semanalmente” (www.theesa.com, s.f.).*

Asimismo, en la actualidad, el uso de la tecnología por la mayor parte de los miembros de una familia ha ido aumentando. Jugadores „fieles“ o „casuales“ comienzan a ser parte de una subcultura (*gamer*) que cada vez crece más. “En la actualidad se está estableciendo una cibercultura, es decir, una cultura de la cibernética o ciencia de las máquinas electrónicas. Todos los miembros de nuestra sociedad están día a día ingresando en el mundo de la computación [...]” (Salazar, 2012, p.22).

Es así que, pese a que los videojuegos muchas veces no necesiten de una academia para ser tomados en cuenta y que existan personas consideradas nativos o inmigrantes digitales, siempre, según Guerrero, una subcultura necesita un reconocimiento social para poder ser visibilizada; sin embargo, cuando un grupo es „marginado“ y no recibe este reconocimiento, las estigmatizaciones se hacen presentes en la sociedad.

*“Cuando se trata de la aceptación de una subcultura frente a un grupo social, se presentan respuestas positivas que permiten la interacción con los actores o con el grupo en general. En cambio, cuando existe la presencia del estigma es común observar una respuesta de rechazo que obstaculiza la integración con los otros, por lo que es esperado un alejamiento de tales actores y una tendencia a que las redes sean cerradas; es decir, a que no se acepte la presencia de miembros diferentes por ser juzgados como hostiles. En consecuencia, estas redes se estructuran con un número pequeño de actores” (Bloom y Kessler en Toscano, Vega y Soto, 1994, p.195).*

A pesar del estigma que la sociedad ha puesto en el *gamer*, padres de familia, empresarios o profesionales son parte de esta cultura, así afirma la investigación de Corporación Colombia Digital.

*“En los últimos diez años nuevos perfiles se han sumado a la creciente comunidad del juego, incluyendo personas que, gracias al avance de la*

*tecnología aplicada a la industria de los videojuegos, no requieren ser expertos en el uso de una maraña de botones. Usando el Nintendo Wii o el Kinect de Xbox, por ejemplo, igual se puede hacer ejercicio o simular batallas medievales. Amas de casa, ejecutivos, pero sobre todo amantes de la tecnología, han sido seducidos por los nuevos gráficos, la inclusión de sonido de alta resolución y la posibilidad de interactuar con millones de jugadores alrededor del mundo usando Internet desde sus consolas” (Corporación Colombia Digital, 2013, p.37).*

## CAPÍTULO II.

### 2. EL MUNDO GAMER

La aceleración de las tecnologías en los últimos años ha quedado instaurada profundamente en el desarrollo de las diferentes sociedades del mundo. Una de estas aceleraciones ha sido el apareamiento de los videojuegos y de los juegos interactivos. Con el surgimiento de estos artículos o programas de „diversión, aprendizaje y distracción“ también se dan a conocer los *gamers*.

“El mundo *gamer* no es un universo aislado del que se pueda o no escapar”: es una de las frases que David Álvarez, un *gamer* de 28 años, resalta en uno de sus artículos publicados en la página web *gaming Línea Cero*. ([www.lineacero.org](http://www.lineacero.org), Álvarez, D., 2014).

#### 2.1. Cultura Gamer

La cultura puede ser definida de muchas maneras, como hemos visto en el capítulo anterior, acorde con este apartado. Una es la que sostiene Jerome Bruner en su texto „Realidad mental y mundos posibles“:

*“La cultura humana, desde luego, es una de las dos maneras en que se transmiten las ‘instrucciones’ sobre cómo deben crecer los seres humanos de una generación a la siguiente; la otra manera es el genoma humano. Este tiene tanta plasticidad que no existe una manera única de realización, ninguna manera que sea independiente de las oportunidades brindadas por la cultura en la cual nace un individuo. [...] El hombre no está libre ni de su genoma ni de su cultura. La cultura humana simplemente proporciona maneras de desarrollo entre las muchas que hace posibles nuestra herencia genética plástica. Esas maneras son prescripciones sobre el uso canónico del crecimiento humano” (Bruner, 1998, p.2).*

Marc Valleur (2005, p.19), en su libro „Las nuevas adicciones del siglo XXI. Sexo, pasión y videojuegos“, sostiene que “un *gamer* es una persona

apasionada por los juegos interactivos y por cumplir con todos los objetivos que conlleva el jugar”. De la misma manera, lo afirma Mario Valle Reyes, uno de los creativos de *Electronic Arts* y *gamer* desde 1984: “somos un grupo de personas que comparten, de manera virtual o personal, gustos, críticas, [...] que componen la creación, comercialización e impacto de los videojuegos”. (Valle, 2005, p.10)

Esta cultura se ha ido expandiendo en el mundo a su manera. En el Ecuador, según una encuesta realizada en el 2013 por la comunidad *Ecuagamers*, de los 15 millones de ecuatorianos, aproximadamente un millón son *gamers*, pertenecientes o no a comunidades constituidas. Esta cultura ha ido en aumento principalmente en las provincias de Guayas y Pichincha, así lo confirma la encuesta antes mencionada. En Guayas, en el año 2013, de 408 jugadores encuestados, 160 estuvieron en Guayaquil, es decir, el 39%, mientras que en Pichincha hubo 138 personas, es decir, el 34%. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que las personas que fueron encuestadas no son la totalidad de jugadores del país.

Los *gamers* tienen una cultura propia que ha ido creciendo a lo largo del tiempo con la ayuda y el desarrollo de la tecnología. Sin embargo, varios miembros de comunidades han manifestado el „malestar“ que sienten debido a que en la sociedad no los consideran parte de una cultura „seria“. En entrevistas no formales con algunos jugadores, su descontento al verse „relegados“ es evidente. Como sostiene Graciela Esnaola en su libro *Claves culturales en la construcción del conocimiento: ¿qué enseñan los videojuegos?*, cada época tiene su propio discurso o manera de ver a las personas en diversas situaciones:

*“En este sentido, entonces, es importante subrayar que cada época construye su propia discursividad social mediante los significados culturales que tienden a homogeneizar a los sujetos y sus comportamientos. De este modo, cada momento histórico señalará su*

*propia concepción de sujeto sano/sujeto enfermo, clasificándolos como dentro o fuera de la norma social en tanto se sitúe adaptado o inadaptado a ella” (Esnaola, 2006, p. 19).*

Al ser una cultura que no se encuentra respaldada por conocimientos académicos, la sociedad tiende a no reconocerla. Sin embargo, por sus especificidades y manifestaciones culturales, el campo de la academia le ha ido dando más apertura a esta cultura.

*“Los museos llevan desde finales de la década de 1980 estudiando la importancia cultural y técnica de los videojuegos. En 1989, el Museum of the Moving Image de Nueva York organizó una exposición histórica de videojuegos Arcade que llevaba por título ‘Hot Circuits: A Video Arcade’. Según Carl Goodman, actual subdirector y director de medios digitales de dicho museo, la exposición se inspiró en la idea, radical en aquel momento, de que los videojuegos son una parte cada vez más esencial de la industria del ocio, junto al cine, la televisión y la música” (Ruisánchez, 2008, p.125).*

### **2.1.1. . El gamer**

*“Gamer es un término que la sociedad nos otorgó porque jugamos a videojuegos, pero somos personas normales, apasionadas por jugar en consola o PC. No solo nos interesa el jugar, sino el disfrutar y cumplir metas. Nos metemos en la historia del videojuego e incluso aprendemos cosas que, pese a haber estudiado en colegios o universidades, no nos interesó o no nos enseñaron” (Montúfar, A., entrevista personal, 23 de julio de 2014).*

Asimismo, según una investigación publicada por la Corporación Colombia Digital, “[...] a mediados de los años setenta y principios de los ochenta aparecen los llamados „gamers“, anglicismo usado para nombrar a los apasionados de los videojuegos. Fueron ellos los primeros visitantes de las

salas donde los „rebeldes“ del *Silicon Valley* experimentaban con sus creaciones y prototipos de consolas” (Corporación Colombia Digital, 2013, p.37).

La llegada de los videojuegos ha causado la creación de grupos y comunidades que se asemejan entre sí. Mendizábal (2004) menciona que los videojuegos son tecnologías tecnoculturales, es decir, que requieren de una técnica del saber hacer y de una tecnología del conocimiento como capital, lo que significa que los miembros de esta cultura deben identificarse con estos dos términos.

*“Su práctica, de hecho, se sostiene entre lo técnico y lo tecnológico [...] la práctica cultural técnica de interactuar con videojuegos se relaciona con esa racionalidad instrumental en la que se encuentran inscritos los individuos y para quienes el uso social de la tecnología es funcional a sus vidas y es emancipadora de sus propias necesidades e imaginarios, en tanto que la práctica cultural tecnológica de jugar con videojuegos se emparenta con aquella racionalidad tecnológica donde el uso es de por sí estratégico para fines concretos y donde los individuos coinciden coherentemente con algunos presupuestos institucional-sociales” (Mendizábal, 2004, pp.29-30).*

Existe la idea de que “los jugadores de videojuegos son personas introvertidas o que forman amistades lúdicas, relaciones superficiales y lejanas” (Valleur y Matysiak, 2005, p.170). Sin embargo, también hay estudios que demuestran que estas personas “son las que mejores habilidades desarrollan y las que más capacidades motrices tienen” (Litwin, 2005, p.117). Es así que los imaginarios que existen alrededor de los jugadores se van ampliando y cambiando.

*“Los gamers son individuos que cuentan también con una muy particular relación con la tecnología, en especial con los videojuegos, entendidos como artefactos técnicos cuyos usos sociales tienen fuertes implicaciones culturales” (Corporación Colombia Digital, 2013).*

Según Alejandro Castro, un *gamer* de 17 años, el hecho de permanecer frente a una computadora o a una consola en su “mundo virtual” no quiere decir que no exista un “mundo real” o “amigos reales”, y que todo sea lúdico. Pese a esto, el psicoanalista Edmund Bergler propone seis características de las personas calificadas como ludópatas y que Valleur y Matysiak (2005, p.168) las consideran como una adicción en todos los „verdaderos jugadores”.

1. Debe jugar regularmente: se trata en efecto de un factor cuantitativo, pero su importancia no puede ser despreciada. Como en el caso del alcoholismo, aquí la cuestión es saber a partir de qué punto el jugador juega „demasiado”.
2. El juego prevalece sobre todos los otros intereses.
3. El optimismo constitutivo del jugador no se ve afectado por las experiencias de fracaso repetido.
4. Mientras gane, el jugador no se detiene nunca.
5. A pesar de las promesas que se haya hecho, el jugador termina por asumir demasiados riesgos.
6. Durante las fases del juego, el jugador siente el misterioso escalofrío – *the mysterious thrill*-, esa excitación, esa tensión a la vez dolorosa y placentera

Boris Kicelitz, *gamer* miembro de Línea Cero, se siente identificado con estas características, pero afirma que el jugar no tiene nada que ver con tener una adicción. “No significa que si es que no jugamos nos desesperamos o perdemos la cordura como he visto que les pasa a quienes consumen droga, el juego es disfrutar de absolutamente todo lo que lleva consigo, es una manera de distracción y una forma de desestresarse” (Kicelitz, B., entrevista personal, 15 de mayo de 2014).

Asimismo, los autores hacen énfasis en las fases que el ludópata puede pasar. Fases como las de ganancias, pérdidas y consecuencias, como afirman Valleur y Matysiak, (2005, pp.169-170), haciendo alusión a una investigación realizada por los psiquiatras Dupouy y Chatagnon.

1. Iniciación y fase de ganancias: por ejemplo, la introducción a través de un amigo en el mundo de los círculos del juego y, tras la primera ganancia, la impresión de ser elegido por la fortuna, equivalente al primer *flash* del toxicómano;
2. Costumbre y dependencia: el juego se transforma en algo más que una costumbre y se instaura como un verdadero estilo de vida. Los límites entre el juego „normal“ o social, correspondiente a la mayoría de las prácticas, y el juego abusivo no son fáciles de trazar. Las preocupaciones permanentes y los problemas de dinero llevan progresivamente a las mentiras y, por ende, a un aislamiento creciente del jugador que, a partir de ahí, puede llevar una verdadera doble vida.
3. Fase de consecuencias: el equilibrio entre la práctica del juego y el mantenimiento de una vida afectiva y social puede derrumbarse: se instaura el compromiso en el círculo vicioso del juego compulsivo.

A estas afirmaciones se suma la de David Álvarez, también *gamer*, miembro y articulista de Línea Cero, quien asegura que debe haber jugadores extremistas, como son los antes mencionados *hikikomoris*, pero no por eso se debe generalizar ni hacer aseveraciones de su cultura sin ver casos específicos. “Estoy seguro de que existen *gamers* que viven del juego en extremo, como los japoneses (*hikikomoris*), pero si nos tratan como personas con problemas patológicos, nunca nos van a conocer en serio y nos van a seguir haciendo a un lado” (Álvarez, D., entrevista personal, 23 de mayo de 2014).

Fernando Ruíz, *gamer* apasionado por *League of Legends*, escribió un *post* en Facebook de Línea Cero para explicar su pasión por los videojuegos: “Mi vida se resume en: hacer videos, hacer *streams* (*streaming*: se utiliza para optimizar la descarga y reproducción de archivos de audio y video que suelen tener un cierto peso), leer absolutamente todo lo referente a *LoL* y escribir artículos... Dónde carajo quedo el „¡Hey!, ¿vamos a beber unas cervezas“?” (Ruíz, F., entrevista personal, 08 de agosto de 2014).

Un ejemplo de „*gamer* extremo“ sin padecimientos patológicos (ludópatas) es Carlos Rodríguez, alias Ocelote, quien es uno de los jugadores más famosos del mundo por sus varios títulos como mejor jugador de videojuegos, según su sitio web *Ocelote World*. Este *gamer* español obtuvo su primer título con el juego *Counter Strike* y posteriormente, con *Day of Defeat*. Empezó a dedicarle el mayor tiempo a los juegos *PC* como *World of Warcraft* desde que tuvo 14 años. En la actualidad es uno de los mejores jugadores de *League of Legends* y según el diario español ABC, en una entrevista realizada a este personaje, Ocelote afirma que “[...] solo del *merchandising* ingreso medio millón de euros al año fácil. Eso es como el 70% del total, ya que a esto tengo que sumar mi sueldo, lo que gano en los torneos, el *streaming* de mis partidas y lo que recibo de los patrocinadores personales. En total gano entre 600.000 y 700.000 anuales” (Israel Viana, ABC España, 2014).

Existen algunas cifras pertenecientes a *The Entertainment Software Association* (ESA: Asociación de Software de Entretenimiento), del año 2012 que revelan que el 53% de *gamers* son hombres, mientras que un 47% son mujeres. También resalta el hecho de que cada jugador tiene, en promedio, 12 años de experiencia jugando y que el 42% de *gamers* cree que la compra de juegos para consolas y computador les retribuye el valor del dinero más que el comprar un DVD, música o ir al cine. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.44).

Katherine Sanguña, psicóloga, afirma que el ser *gamer* no constituye un problema de tipo psicológico, debido a que es una persona que disfruta mucho de lo que hace. “Es alguien que está muy conciente de sus gustos y le encanta jugar a videojuegos, no constituye ningún tipo de obsesión” (Sanguña, K., entrevista personal, 10 de enero de 2015).

Asimismo, reitera que el exceso de tiempo que se mantenga una persona frente a su computadora o consola, sin importar las condiciones de salud que esto implica, sí constituye un problema. “Todo en exceso es malo y si es que el jugador no le da importancia a salir de su entorno de juego para poder

relacionarse con otras personas o no le da importancia a su salud, tiene un problema, más que de obsesión, de adicción” (Sanguña, K., entrevista personal, 10 de enero de 2015).

Para Eduardo Puente, sociólogo, el ser *gamer* significa tener una afición y pasión por los videojuegos, sin embargo considera que no es perjudicial para sus relaciones interpersonales.

*“Todo depende de la persona y del tiempo que se dé para su pasión y para su entorno familiar y de amistades. Si es que se trata de alguien que se dedica a esta actividad como forma de trabajo y tiene una ganancia, entonces estoy seguro de que aún así debe tener sus círculos de amistad fuera del internet o de los juegos de video” (Puente, E., entrevista personal 17 de enero de 2015).*

Por otro lado, la profesora Mónica Estéves comenta que no considera perjudicial el ser *gamer* y asegura que muchas de estas personas tienen mejor rendimiento dentro del ámbito educativo. “Ha habido casos en los que los estudiantes han desarrollado mejor retención de información y se han vuelto más organizados al momento de trabajar en clases y según los perfiles que manejamos en la institución, resulta que son aficionados a los juegos de video” (Estéves, M., entrevista personal 3 de enero de 2015).

Para Alex Zamora, comunicador y periodista, los *gamers* son personas con una afición por los juegos de video, tanto de computadoras como de consolas y considera que no es una actividad que sea cuestionable, pese a que la sociedad tiene imaginarios equivocados.

*“Muchas veces se piensa que un gamer es alguien que no trabaja, no estudia, no tiene dinero, come mucho o muy poco y no tiene amigos; sin embargo, cuando uno se acerca a esta realidad se da cuenta de que son personas normales, con amigos, con vida social, con trabajo y felices” (Zamora, A., entrevista personal 13 de enero de 2015).*

### 2.1.2. Clases de *gamers*

En la investigación realizada por Corporación Colombia Digital, la clasificación de los *gamers* está dividida según el tiempo que se invierte en jugar y el tipo de consolas que se utiliza. Estas dos categorizaciones son también compartidas y validadas por los videojugadores entrevistados.

#### 2.1.2.1. Según el tiempo invertido

**Casual Gamer:** este jugador invierte entre una y cuatro horas por semana en jugar. Su principal objetivo es pasar un momento de diversión, escapar del estrés o la rutina. No tiene grandes metas, solo en algunos casos llegan a terminar un juego completo. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.41)

**Hardcore Gamer o Gozu:** tiene habilidades extraordinarias, generalmente supera al promedio de un „buen jugador“. Dedicar alrededor de tres horas diarias en la práctica de videojuegos y compite con otros usuarios. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.41)

**Cheater:** usa trampas o claves que alteran el juego para beneficiarse a sí mismo; invierte el tiempo necesario para encontrar la vulnerabilidad del juego. No cuenta con buena reputación ni reconocimiento entre los *gamers*. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.42)

**Ciberatleta o Pro-Gamer:** los videojuegos son lo más importante en su vida, generalmente obtienen algún tipo de remuneración por ello. Su tiempo de dedicación son las 24 horas del día, los siete días a la semana, la mayoría de ellos son „testers“ o probadores de nuevos lanzamientos. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.42)

#### 2.1.2.2. Según el tipo de consolas

**PC Gamers, PCeros o Compuseros:** se especializan en videojuegos de computadora. Les apasionan los juegos de rol (*World of Warcraft, League of*

*Legends*).

**Consoleros:** juegan en consolas, pueden tener una afición particular por alguna y poseer varias de ellas: *PlayStation (Sonyers)*, *Nintendo (Nintenderos o N-Fans/N-Boy)*, *Xbox (Micros o Xboxers)*.

**Arcaders:** se especializan en los videojuegos de máquinas tipo *arcades* (videojuegos disponibles en salas de juego). Les gusta recibir reconocimiento público.

**Movileros:** juegan a través de su celular o dispositivos móviles. Son expertos en aplicaciones (*Apps*) y comparten sus triunfos a través de las redes sociales.

**Emugamers:** utilizan emuladores de consolas para revivir la emoción proveniente de las versiones originales de sus juegos favoritos. (Corporación Colombia Digital, 2013, p.42).

### 2.1.3. Lenguaje y códigos *gamer*

Según la Real Academia de la Lengua, el lenguaje es un “estilo y modo de hablar y escribir de cada persona en particular” (Real Academia de la Lengua, 2001). Por ello, existen varios términos que pueden ser considerados como propios dentro de la cultura *gamer*. Según la investigación de Corporación Colombia Digital, hay más de diez términos utilizados entre los miembros jugadores, inclusive fuera de sus „mundos virtuales“.

- **GG:** *Good game* (buen juego), es usado como gesto de cortesía para expresar respeto por otro jugador.
- **Noob:** describe a alguien que tiene muy poca o nula experiencia en un videojuego y al querer enseñarle sobre el mismo, no comprende o no hace caso.
- **Newbie:** parecido a „noob“, pero al contrario de este, sí aprende al enseñarle.

- **GL:** „*Good luck*’ (buena suerte), habitual al iniciar el juego. También se suele utilizar *HF* ‘*Have fun*’ (diviértete).
- **Lag:** se usa cuando un juego en línea se traba o se carga lentamente, debido a problemas de conexión.
- **Pro:** jugador „profesional” o de muy buen nivel.
- **Owned:** utilizado al ganarle a otro jugador con algún tipo de jugada impresionante.
- **Glitch o Bug:** señala un error de tipo técnico en el juego.
- **Farm o Farmer:** hace referencia a conseguir recursos dentro del juego mediante la excesiva destrucción de objetos u animales neutrales que entregan recompensas.
- **Hf o Have fun:** Hace referencia a la diversión que existe dentro de la partida
- **Ff:** Rendirse.
- **Bg o bad game:** Que el *gamer* o el grupo de *gamers* tuvieron un mal juego
- **Ty o Thank you:** Cuando existe ayuda en la partida por parte de un compañero.
- **Np o No problem:** Si es que el *gamer* falla al ayudar en algo a un miembro de su equipo.
- **Omw o On my way:** Que sigan el mismo camino.
- **Oom o out of mana:** Que se le acabó la habilidad de utilizar poderes mágicos (*LoL*).
- **Brb o Be right back:** Entre los miembros de un equipo, que uno sea el líder y el resto lo acompañe.
- **Afk o Away from keyboard:** No tiene la facilidad de utilizar los comandos de la computadora en ese momento.
- **Dc:** Desconectado.

Estos términos son algunos de los más utilizados por los *gamers* de diferentes comunidades y que, según varios miembros, construyen una conexión con la que se identifican mejor. Para Alejandro Castro, las palabras o términos que

utilizan entre los videojugadores no solamente les sirve para comunicarse, sino para poder interpretar lo que un *gamer* quiere expresar. “Es una manera de entendernos, de identificarnos, no son solamente palabras” (Castro, A., entrevista propia, 30 de agosto de 2014). Según Helena Calsamiglia y Amparo Tusón, existen culturas que utilizan diferentes expresiones lingüísticas como forma de comunicación heterogénea en diferentes situaciones socioculturales.

*“La heterogeneidad lingüístico-discursiva no solo no es caótica, sino que está regulada, más allá del plano gramatical, por una serie de normas, reglas, principios o máximas de carácter textual y sociocultural que orientan a las personas en la tarea de construir piezas discursivas coherentes y apropiadas a cada ocasión de comunicación. Comunicación que se entiende, no tanto como un simple y mecánico proceso de transmisión de información entre dos polos, sino como un proceso interactivo mucho más complejo que incluye la continua interpretación de intenciones expresadas verbal y no verbalmente, de forma directa o velada” (Calsamiglia y Tusón, 2001, p.16).*

Los términos que utilizan los gamers en juegos como *World of Warcraft* o *League of Legends* durante sus partidas han sido consolidados durante su uso y por su facilidad de entendimiento. Para Fernando Ruíz, estos términos “son la mejor manera que tenemos para comunicarnos y entendernos. Durante una partida no puedes escribir frases muy largas porque estás concentrado en jugar bien; entonces los términos nos son muy útiles por eso” (Ruíz, F., entrevista personal 21 de enero de 2015).

Asimismo, la Real Academia de la Lengua define a los códigos como un “Conjunto de normas legales sistemáticas que regulan unitariamente una materia determinada” (Real Academia de la Lengua, 2001). Dentro de la cultura *gamer* existe un conjunto de normas generales que todos los miembros deben cumplir, así lo menciona el portal web peruano *NetJoven*, a propósito del Día del *Gamer* celebrado en ese país cada 29 de agosto. Son cuatro reglas básicas que los jugadores deben cumplir para evitar problemas entre ellos.

- **Ceder el control:** si un *gamer* es vencido por un rival en un videojuego, cederá su turno a otro jugador que esté en espera.
- **No adoptar comportamientos negativos al ser vencido por otro *gamer*:** esto se refiere a actitudes como golpear los controles, ponerse violento, entre otras cosas.
- **Respetar a los compañeros cuando estos sean derrotados:** aunque puede hacerse uso de una burla sana hacia el compañero, nunca se debe caer en la ofensa.
- **No estorbar:** no interferir en los monitores con *spams* (mensajes no solicitados, no deseados o de remitente desconocido), no pasar por delante de los monitores mientras se juega.

Las cuatro reglas antes mencionadas son parte del llamado „Código de Honor *Gameer*“ que tan solo es una parte de esta cultura. Sin embargo, también existen normativas que regulan mundialmente el uso, contenido, edades, etc., de quienes utilizan los videojuegos. Entre los principales códigos de regulación se encuentran: *PEGI (Pan European Game Information)*, *ESRB (Entertainment Software Rating Board)*, *CERO (Computer Entertainment Rating Organization)*, *OFLC (Office of Film and Literature Clasiffication)* y el *USK (Unterhaltungssoftware Selbst Kontrolle)*. ([www.dawngamers.com](http://www.dawngamers.com), s.f.)

- ***PEGI (Pan European Game Information)*:** Es un sistema de regulación europeo “creado por la Federación de Software Interactivo de Europa, con sede en Bélgica” ([www.pegi.info](http://www.pegi.info), s.f.) que entró en vigencia en el año 2003. Fue instaurado para informar acerca de las edades que deben tener los videojugadores dependiendo del juego al que quieran acceder. “La clasificación de un juego confirma que es adecuado para jugadores que han cumplido una determinada edad. Así pues, un juego PEGI 7 sólo será adecuado para quienes tengan 7 o más años de edad y un juego PEGI 18 sólo será apto para adultos mayores de 18 años. La clasificación PEGI tiene en cuenta la idoneidad de la edad de un juego, no su nivel de dificultad” ([www.pegi.info](http://www.pegi.info), s.f.).

Este código utiliza diversas etiquetas que se colocan en el anverso y reverso de los estuches de los juegos e indican diferentes niveles de edad: 3, 7,12,16 y 18.



**Figura 2. Código PEGI. Etiquetas niveles de edad.**

Tomado el 26 de julio del 2014 de: <http://www.pegi.info/es/index/id/96/>

**PEGI 3:** “El contenido de los juegos con esta clasificación se considera apto para todos los grupos de edades. Se acepta cierto grado de violencia dentro de un contexto cómico (por lo general, formas de violencia típicas de dibujos animados como *Bugs Bunny* o Tom y Jerry). El niño no debería poder relacionar los personajes de la pantalla con personajes de la vida real, los personajes del juego deben formar parte exclusivamente del ámbito de la fantasía. El juego no debe contener sonidos ni imágenes que puedan asustar o amedrentar a los niños pequeños. No debe oírse lenguaje soez” (www.pegi.info, s.f.).

**PEGI 7:** “Pueden considerarse aptos para esta categoría los juegos que normalmente se clasificarían dentro de 3, pero que contengan escenas o sonidos que puedan asustar”.

**PEGI 12:** “En esta categoría pueden incluirse los videojuegos que muestren violencia de una naturaleza algo más gráfica hacia personajes de fantasía y/o violencia no gráfica hacia personajes de aspecto humano o hacia animales reconocibles, Así como los videojuegos que muestren desnudos de naturaleza algo más gráfica. El lenguaje soez debe ser suave y no debe contener palabrotas sexuales”.

**PEGI 16:** “Esta categoría se aplica cuando la representación de la violencia (o actividad sexual) alcanza un nivel similar al que cabría esperar en la vida real. Los jóvenes de este grupo de edad también deben ser capaces de manejar un lenguaje más soez, el concepto del uso del tabaco y drogas y la representación de actividades delictivas”.

**PEGI 18:** “La clasificación de adulto se aplica cuando el nivel de violencia alcanza tal grado que se convierte en representación de violencia brutal o incluye elementos de tipos específicos de violencia. La violencia brutal es el concepto más difícil de definir, ya que en muchos casos puede ser muy subjetiva pero, por lo general, puede definirse como la representación de violencia que produce repugnancia en el espectador”.

También existen etiquetas que describen los principales motivos por los que un juego está dentro de una categoría de edad específica. Los descriptores antes mencionados son ocho: violencia, lenguaje soez, miedo, drogas, sexo, discriminación, juego y juego en línea con otras personas.



Figura 3. Código PEGI. Etiquetas descriptivas.

Tomado el 26 de julio del 2014 de: <http://www.pegi.info/es/index/id/96/>

**Lenguaje soez:** “El juego contiene palabrotas”.

**Discriminación:** “El juego contiene representaciones discriminatorias, o material que puede favorecer la discriminación”.

**Drogas:** “El juego hace referencia o muestra el uso de drogas”.

**Miedo:** “El juego puede asustar o dar miedo a los niños”.

**Juego:** “Juegos que fomentan el juego de azar y apuestas o enseñan a jugar”.

**Sexo:** “El juego contiene representaciones de desnudez y/o comportamientos sexuales o referencias sexuales”.

**Violencia:** “El juego contiene representaciones violentas”.

**En línea:** “El juego puede jugarse en línea”.

- **ESRB (Entertainment Software Rating Board):** Es un sistema norteamericano que sirve para clasificar el contenido de los juegos interactivos y darle una categoría dependiendo de su contenido. ESRB consta de tres partes. La clasificación por categorías, los descriptores de contenidos y los elementos interactivos.



**Clasificación por categorías:** “Sugieren la edad apropiada”.

**Descriptores de contenido:** “Indican contenido que puede haber desencadenado una clasificación en particular y/o pueda ser de su interés o preocupación”.

**Elementos interactivos:** “Informan sobre aspectos interactivos de un producto, incluida la capacidad de interactuar, compartir con los usuarios su ubicación, o el hecho de que la información personal pueda ser compartida con terceros”.

También existen las clasificaciones por edades: infancia, todo el mundo, mayores de 10 años, adolescentes, maduros, solo adultos y pendientes de calificación.



Figura 5. Código ESRB. Clasificaciones por edades.

Tomado el 26 de julio del 2014 de: [http://www.esrb.org/ratings/ratings\\_guide.jsp](http://www.esrb.org/ratings/ratings_guide.jsp)

**La primera infancia:** “El contenido está dirigido a niños de corta edad”.

**Todo el mundo:** “El contenido es generalmente adecuado para todas las edades. Puede contener dibujos animados, fantasía o violencia moderada y/o uso poco frecuente de lenguaje fuerte”.

**Mayores de 10 años:** “El contenido es generalmente adecuado para mayores de 10 años. Puede contener dibujos animados, fantasía o violencia moderada y lenguaje moderado”.

**Adolescentes:** “El contenido es generalmente adecuado para mayores de 13 años. Puede contener violencia, temas sugerentes, humor crudo, sangre leve, apuestas simuladas y/o uso poco frecuente de lenguaje fuerte”.

**Maduros:** “El contenido es generalmente adecuado para las edades de 17 en adelante. Puede contener violencia intensa, sangre y contenido gore, sexual y/o lenguaje fuerte”.

**Solo adultos:** “Contenido apto sólo para adultos mayores de 18 años en adelante. Puede incluir escenas prolongadas de violencia intensa, contenido sexual gráfico y/o juegos de azar con dinero real”.

**Pendientes de calificación:** “Todavía no se ha asignado un *rating* final ESRB. Aparece sólo en la publicidad, el *marketing* y materiales promocionales relacionados con los juegos que se espera llevar a una clasificación de la ESRB, y debe ser sustituida por la clasificación de un juego una vez que ha sido asignado”.

Existen diferentes descriptores de contenido que también regulan el uso de los videojuegos en Norteamérica.

- **Referencia Alcohol:** “La consulta y/o imágenes de bebidas alcohólicas”.
- **Sangre animada:** “Representaciones descoloridas y/o poco realistas de la sangre”.
- **Sangre:** “Representaciones de sangre”.
- **Sangre y Gore:** “Representaciones de la sangre o la mutilación de partes del cuerpo”.
- **Violencia en caricatura:** “Acciones violentas que involucran situaciones y personajes de caricatura. Puede incluir violencia donde un personaje está ileso después de que la acción se ha infligido”.
- **Comic mischief:** “Representaciones o diálogo entre el humor *slapstick* o sugestivo”.
- **Humor crudo:** “Representaciones o diálogos que incluyan a las travesuras vulgares”.
- **Referencia a drogas:** “La consulta y/o imágenes de drogas ilegales”.
- **Violencia fantástica:** “Acciones violentas de carácter fantástico, con personajes humanos o no humanos en situaciones fácilmente distinguibles de la vida real”.
- **Violencia intensa:** “Representaciones gráficas y realistas de aspecto de conflicto físico. Puede involucrar sangre realista, *gore*, las armas y las representaciones de las lesiones corporales y muerte”.
- **Idioma:** “Leve a moderado uso de la blasfemia”.
- **Letras:** “Referencias leves a la profanidad, sexualidad, violencia, alcohol o uso de drogas en la música”.

- **Humor maduro:** “Representaciones o diálogo entre el humor „adulto“, incluyendo referencias sexuales”.
  - **Desnudez:** “Representaciones gráficas o prolongadas de la desnudez”.
  - **Desnudez parcial:** “Breves y/o leves representaciones de desnudez”.
  - **El juego real:** “El jugador puede apostar dinero en efectivo o real”.
  - **Contenido sexual:** “Representaciones no explícitas de comportamiento sexual, posiblemente incluyendo desnudez parcial”.
  - **Temas sexuales:** “Referencias al sexo o la sexualidad”.
  - **Violencia sexual:** “Representaciones de violación u otros actos sexuales violentos”.
  - **Juego simulado:** “El jugador puede hacerlo sin apostar o apostar dinero en efectivo o real”.
  - **Lenguaje fuerte:** “Uso explícito y/o frecuente de la blasfemia”.
  - **Letras fuertes:** “Referencias explícitas y/o frecuentes de la blasfemia, el sexo, la violencia, el alcohol o el consumo de drogas en la música.
  - **Temas sugestivos:** “Referencias o materiales provocativos leves”.
  - **Referencia al tabaco:** “La consulta y/o imágenes de los productos del tabaco”.
  - **Uso de alcohol:** “El consumo de bebidas alcohólicas”.
  - **Uso de medicamentos:** “El consumo o el uso de drogas ilegales”.
  - **Uso de tabaco:** “El consumo de productos de tabaco”.
  - **Violencia:** “Escenas que implican conflicto agresivo. Pueden contener desmembramiento sangriento”.
  - **Referencias violentas:** “Referencias a actos violentos”.
- **CERO (Computer Entertainment Rating Organization):** Es una organización japonesa que está encargada de clasificar los videojuegos por medio de *ratings* o niveles de clasificación acerca de las edades y productos adecuados. CERO se basa en la categorización norteamericana ESRB. La clasificación por edades de CERO se encuentra determinada por letras y colores y son llamadas marcas.
- **A:** todas las edades.

- **B:** 12 años.
- **C:** 15 años.
- **D:** 17 años.
- **Z:** 18 años.



Figura 6. Código CERO. Clasificaciones por edades.

Tomado el 27 de julio del 2014 de: <http://www.cero.gr.jp/e/rating.html>

Existen otras marcas que son utilizadas para las versiones de prueba, juegos educativos, para el uso de publicidad y para juegos en proceso de clasificación.



Figura 7. Código CERO. Otras marcas.

Tomado el 27 de julio del 2014 de: <http://www.cero.gr.jp/e/rating.html>

Los descriptores de contenidos son nueve: Amor, contenido sexual, violencia, horror, beber/fumar, juego, crimen, sustancias controladas (drogas), lenguaje y otros. (www.cero.gr.jp, s.f.).



Figura 8. Código CERO. Descriptores de contenido.

Tomado el 27 de julio del 2014 de: <http://www.cero.gr.jp/e/rating.html>

- **OFLC (Office of Film and Literature Classification)**: Esta ley australiana y neozelandesa consta de tres categorías de clasificación. Están divididas en: categorías de asesoramiento para películas y juegos de ordenador, categorías restringidas para películas y juegos de ordenador y categorías restringidas para las películas para adultos.

Dentro de estas categorías, las clasificaciones son las siguientes:

- G: general.
- PG: permitido para menores de edad con la supervisión de un adulto.
- M: para mayores de 16 años.
- RP: para mayores de 18 años.
- 18: para mayores de 18 años con acceso restringido.
- RC: clasificación rechazada.

Símbolo	Color	Significado	Impacto moral
	Gris	Exento de clasificación, generalmente material educativo	Desconocido o nulo
	Verde	General, para todos los públicos	Muy bajo
	Amarillo	Permitido para menores acompañados por adultos	Bajo
	Turquesa	Recomendado para mayores de trece años	Moderado
	Rojo	Prohibido a menores de quince años (a no ser de que vayan acompañados de un adulto)	Alto
	Negro	Solo para mayores de dieciocho años	Muy alto
	Negro	Contenido pornográfico, solo para mayores de dieciocho años	Extremo

Figura 9. Código OFCL. Descriptores de contenido.  
Tomado el 30 de julio del 2014 de:  
<http://www.classification.gov.au/Guidelines/Pages/Guidelines.aspx>

- **USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle):** Traducida como „Autocontrol en el software de entretenimiento“. Este código de regulación alemán tiene cinco clasificaciones.

- 0: Sin restricciones de edad.
- 6: Para mayores de 6 años.
- 12: Para mayores de 12 años.
- 16: Para mayores de 16 años.

- 18: Para mayores de 18 años.



Figura 10. Código USK. Descriptores de contenido.

Tomado el 30 de julio del 2014 de: <http://www.usk.de/en/>

#### 2.1.4. Convenciones *gamer*: *cosplay*, torneos y eventos

Las primeras convenciones *gamer* surgieron a nivel mundial alrededor de los años 90. La *E3 (Electronic Entertainment Expo)* es considerada una de las convenciones más importantes de la industria de los videojuegos, según los miembros de esta cultura. La *E3* es celebrada cada año desde 1995, en donde se presentó la primera videoconsola *Sony* llamada *PlayStation* y *Nintendo* exhibió la *Nintendo 64*.

En la convención *E3* del 2000, *Microsoft* entró a la industria de los videojuegos y anunció el desarrollo de su primera videoconsola llamada *Xbox*. Asimismo, en el 2003 los juegos *MMORPG (Multiplayer Online Role-Playing Game: Videojuegos de rol multijugador en línea)* toman importancia en la industria. El 2009 fue uno de los años en los que más fanáticos de los juegos asistieron a este acontecimiento y superó los 41 000 visitantes ([www.e3expo.com](http://www.e3expo.com), s.f.).

Otra de las convenciones *gamer* más concurridas es *World Cyber Games*. Este evento es realizado por la empresa surcoreana *World Cyber Games Inc.* y auspiciado por *Samsung* y *Microsoft*. La primera convención fue realizada en Corea del Sur con 17 países participantes. Este acontecimiento está inspirado

en los Juegos Olímpicos; sin embargo, todos son cibernéticos. Cada país participante realiza rondas preliminares en diferentes juegos antes de enviar a sus mejores jugadores a estas competencias. En Sudamérica, Brasil es el país que cuenta con el *ranking* más alto, seguido de México, Colombia, Argentina y Perú. ([www.worldcybergames.com](http://www.worldcybergames.com), s.f.)

La *Game Developers Conference* (GDC: Conferencia de Desarrolladores de Videojuegos) es una de las reuniones más grandes de jugadores y desarrolladores profesionales de videojuegos. El primer evento fue realizado en 1989 en la sala de la casa de uno de sus organizadores, Chris Crawford. En esta convención hay una serie de exposiciones, mesas redondas y tutoriales acerca de los juegos en los cuales se puede participar activamente con toda clase de ideas. Parte de este evento está dedicado a la premiación para los mejores desarrolladores de plataformas de videojuegos; el *Independent Games Festival* y el *Game Developers Choice Awards* son los principales premios que se entregan. ([www.gdconf.com](http://www.gdconf.com), s.f.)

El *Global Game Jam* (GGJ) es un evento anual en el cual cientos de videojugadores, fanáticos y desarrolladores profesionales se reúnen, vía internet, en pequeños grupos para crear juegos nuevos en 48 horas. El primer GGJ fue realizado en el 2009 con 53 ubicaciones en todo el mundo. En el 2013, el GGJ generó equipos en 319 sitios en 63 países, lo que generó la creación de 3 248 juegos nuevos. ([www.globalgamejam.org](http://www.globalgamejam.org), s.f.)

*Spike Video Game Awards*, actualmente denominados *VGX*, son premios anuales realizados desde el 2003 y transmitidos por *Spike TV* (canal de televisión estadounidense propiedad de *MTV Networks*). En este evento se selecciona a los mejores videojuegos del año vía *online* por parte del público. ([www.spike.com](http://www.spike.com), s.f.)

*BlizzCon* es la convención organizada y patrocinada por *Blizzard Entertainment* para la celebración de sus franquicias más importantes, como son: *Warcraft*,

*StarCraft* y *Diablo*. El primer evento fue realizado en el 2005 y las entradas tenían un costo de \$100. Esta reunión muestra también avances de los próximos juegos que se lanzarán y organiza concursos de „*cosplay gamer*“. ([www.us.battle.net](http://www.us.battle.net), s.f.)

Después de *World Cyber Games*, realizada en Ecuador en el 2013, el *Doragon Game's Party*, organizado por el grupo juvenil denominado Doragon No Kyoen, es el segundo evento *gamer* más importante que tiene lugar en el país y forma parte del torneo *The Royal Cosplay International*. Son 15 países los que participan actualmente en este concurso, entre ellos se encuentran: Argentina, Brasil, Chile, Venezuela, Colombia, Panamá, El Salvador, Uruguay, EE.UU, Perú, México, Costa Rica, Paraguay, Honduras y Ecuador. ([www.facebook.com/TheRoyalCosplayInternacional](http://www.facebook.com/TheRoyalCosplayInternacional), s.f.).

En esta convención „*cosplay gamer*“ realizada el pasado mes de junio en el Auditorio de la Cámara de Comercio de Quito, los participantes fueron divididos por regiones y quienes quedaron finalistas tendrán que enfrentarse en el mes de diciembre en Quito. Es uno de los primeros eventos netamente *gamer* que combina también el „arte“ de hacer „*cosplay*“.

Según Anjhara Gómez Aragón, “el *cosplay* (del inglés *costume play*) implica por supuesto una inversión de las pautas establecidas, y desde luego tiene un componente de ocio, pero además implica que el *cosplayer* va a convertirse en un determinado personaje” (Gómez, 2012, p.62). Esta práctica, generalmente se asocia a la cultura *otaku*. “El término japonés *otaku* (お宅) suele usarse en Japón para hacer referencia a personas entregadas a sus *hobbies* (aficiones) hasta el extremo de alcanzar un tipo de vida asocial, por lo que se tiñe de un matiz peyorativo. Sin embargo, en España, el término *otaku* refiere simplemente al aficionado al manga y al anime japonés” (Gómez, 2012, p.60). Cabe recalcar, que el *cosplay* no solamente está asociado a la cultura *otaku*, sino también a la cultura *gamer*.

*“La palabra “cosplay” viene del inglés “costume role play” es, entonces, una síncopa de esos términos, y denota a los jóvenes que interpretan un papel a través de su indumentaria, es decir, se disfrazan de sus personajes (reales o de ficción) favoritos, de un manga, anime, película, cómic, videojuego, libro o también de “estrellas” de la farándula (de la música y de los diversos medios de comunicación)” (García, R. y García, D., 2013, p.8).*

Según la investigación de Oscar Perdomo Gamboa, la cultura *otaku* tiene varios tipos en los que se resalta la afición de cada grupo. A los *otakus* aficionados a los videojuegos se les da el nombre de „*Geemu Otaku*’. Sin embargo, no toda persona que practique el *cosplay gamer* es considerada *otaku*.

Sara Rosero, una *gamer* aficionada al *cosplay* de *World of Warcraft*, resalta que esta actividad se ha vuelto común, debido al diseño que presentan los personajes de los juegos. “La vestimenta y el diseño que tienen algunos personajes dentro de los juegos *PC* o de consola son muy originales y dan la oportunidad de vestirnos como ellos, ya no solo es *anime* o manga japonés, sino también videojuegos”, explica.

La cultura *gamer* posee varias maneras de expresión. El „*cosplay gamer*’ es una de ellas. Según Jesús Martín Barbero, los jóvenes que pertenecen a diferentes culturas o tribus urbanas tienen una identidad única que puede ser expresada de varias maneras.

*“Los jóvenes articulan hoy las sensibilidades modernas a las postmodernas en efímeras tribus que se mueven por la ciudad estallada o en las comunidades virtuales, cibernéticas. Y frente a las culturas letradas - ligadas estructuralmente al territorio y a la lengua – las culturas audiovisuales y musicales rebasan ese tipo de adscripción*

*congregándose en culturas hermenéuticas que responden a nuevas maneras de sentir y expresar la identidad” (Barbero, 2002, p.4).*

Para Guerrero, “la identidad social se caracteriza por el conjunto de pertenencias que permite a los individuos ubicarse en el sistema social y a su vez ser ubicados por otros”. Por esta razón, se puede decir que existen *gamers* a los que el *cosplay* no les interesa, sin embargo aceptan y admiran que otros jugadores lo practiquen dentro de las convenciones.

*“El vestirse como un personaje de un videojuego mientras participas en un evento cosplay es la experiencia más enriquecedora, aparte de divertida y emocionante”. Es lo que opina Rocío Figueroa, videojugadora y aficionada al cosplay. Ella reitera el hecho de que no necesariamente una persona, tiene que definirse como otaku para realizar este tipo de actividades (Figueroa, R., entrevista personal 2 febrero de 2015).*

## **2.2. La comunidad *gamer***

Las comunidades *gamer* son consideradas, según sus miembros, como un “conjunto de videojugadores que participan en foros, blogs o *gameplays* y son afines al tema”. Sin embargo, según Mendizábal, la comunidad *gamer* forma parte de las comunidades virtuales que han salido a flote, gracias a la tecnología y el uso del internet.

A estas consideraciones, se suman las del investigador Pablo Ozu “son comunidades *online* de personas que comparten intereses o actividades, o que están interesadas en conocer los intereses y actividades de otros. Provee diferentes vías de comunicación, como el *chat*, *messaging*, foros, discusiones en grupos de blog, transferencia de archivos, etc.” (Ozu, 2008, p.68).

En Ecuador existen más de 100 comunidades *gamer*, según una investigación publicada en el sitio web *Ecuagamers*. Entre ellas, la comunidad de *World of*

*Warcraft* y la de *League of Legends* son las que más miembros tienen en todo el país. *WoW*, en la ciudad de Quito, cuenta con más de 350 integrantes; sin embargo, hay que tomar en cuenta que existe más de una comunidad de *WoW* en el país. *LoL* posee más de 800 miembros en una sola comunidad en la capital. A estas cifras se debería sumar la cantidad de *gamers* que las conforman en las demás ciudades, ya que en cada juego existe más de una comunidad.

Para Maribel Nacimba, *gamer* y miembro de *LoL*, de 23 años, la comunidad *gamer* siempre va a tener un sentido de identidad entre los miembros. “Pese a que haya comunidades diferentes, de juegos diferentes, de *software* para videojuegos o de desarrolladores, nuestro sentido de identidad siempre va a ser el mismo”, recalca.

Según Guerrero, “la construcción de la identidad solo puede hacerse a partir de la selección de ciertos rasgos o características que se asumen como parte de ese „ser“; eso es lo que nos permite decir „soy o somos esto“, „porque pertenecemos a esta cultura”” (Guerrero, 2002, p.104).

Asimismo, Jerjes afirma que las comunidades *gamer* solo se identifican en un plano lúdico y que la conexión que los miembros sienten no puede ser comparada con una en la „vida real”.

*“Los gamers, felices de conocer a más personas con gustos comunes y temas afines de conversación, se sentirán en la necesidad de continuar su conexión. Al igual que en el Messenger, en la interfaz de los juegos en línea también se posee un nick y un subnick, pero este último casi nunca tiene que ver con situaciones personales, sino con videojuegos, con logros alcanzados, con novedades, con nuevas adquisiciones de los usuarios entre otras noticias” (Jerjes, 2011, p.9).*

### 2.3. Tipos de comunidades virtuales

Según la investigación de Jesús Salinas (2003, p.15) acerca de las comunidades virtuales y el aprendizaje digital, existen cuatro tipos de comunidades virtuales en las cuales podría estar situada la comunidad *gamer*.

- **De discurso:** “El ser humano es una criatura social y puede hablar cara a cara sobre intereses comunes, pero también puede compartir estos intereses con otros semejantes más lejanos mediante los medios de comunicación. Las redes de ordenadores proporcionan numerosas y potentes herramientas para el desarrollo de este tipo de comunidades” (Salinas, 2003, p.5).
- **De práctica:** “Cuando en la vida real alguien necesita aprender algo, normalmente no abandona su situación normal y dedica su esfuerzo en clases convencionales, sino que puede formar grupos de trabajo (comunidades de práctica), asigna roles, enseña y apoya a otros y desarrolla identidades que son definidas por los roles que desempeña en el apoyo al grupo. El aprendizaje resulta de forma natural al convertirse en un miembro participativo de una comunidad de práctica”.
- **De construcción de conocimiento:** “El objetivo de este tipo de comunidades es apoyar a los miembros a perseguir estratégica y activamente el aprendizaje como una meta [...] Cuando los estudiantes poseen el conocimiento al mismo tiempo que el profesor o el libro, adquieren confianza para construir conocimiento, en lugar de recibirlo y reproducirlo solamente. [...] La tecnología puede jugar un importante papel en las comunidades de construcción de conocimiento al proporcionar medios de almacenamiento, organización y reformulación de ideas aportadas por cada miembro de la comunidad”.

- **De aprendizaje:** “[...] Las comunidades de aprendizaje surgen cuando los estudiantes comparten intereses comunes. Las TIC pueden contribuir a conectar alumnos de la misma clase o de alrededor del mundo, con el objeto de lograr objetivos comunes [...]” (Salinas, 2003, p.5).

La clasificación de estas comunidades evidencia que la comunidad *gamer* puede ser parte de los cuatro tipos. Es parte del De Discurso, porque sus miembros pueden compartir intereses por los medios de comunicación que utilizan. Parte del De Práctica porque, según los *gamers*, existen comunidades en las que forman grupos de trabajo para enseñarles a los „recién llegados” a trabajar en equipo para poder ganar una partida en un juego. Un ejemplo de estos grupos o equipos de trabajo son los que se forman al momento de jugar *LoL*, ya que se necesitan cinco jugadores con diferentes „personajes” para combatir. Parte del De Construcción del Conocimiento porque, tanto en *WoW* como en *LoL*, los jugadores buscan una meta en común mediante una organización y estrategia. Y finalmente parte del De Aprendizaje porque, como anteriormente se mencionó, los videojugadores comparten intereses comunes y pueden estar conectados para cumplir con sus objetivos.

Sin embargo, también existe otra investigación, la de Vanessa Sánchez Arce y Tomás Saorín Pérez (2001, p.222), del grupo de investigación en Tecnologías de la Información y Comunicación de la Universidad de Murcia, que afirma que hay dos tipos de comunidades virtuales. La primera es la orientada hacia el usuario y la segunda, hacia la organización. En estas comunidades también se puede ver la relación con la comunidad *gamer*.

En las orientadas a los usuarios, son los *gamers* quienes pueden definir el tema de la comunidad y pueden dividirse en:

- **Geográficas:** “Agrupan personas que viven o que están interesadas en intercambiar información sobre una misma área geográfica. Como ejemplo, tenemos la Comunidad Virtual Gallega *Galiciacity.com* y la venezolana *Venezuelanet.com*”.

- **Temáticas:** “Orientadas a la discusión de un tema de interés para los usuarios. En este sentido *Bubl* es la Comunidad Virtual más importante dentro del campo académico y profesional de los bibliotecarios y documentalistas”.
- **Demográficas:** “Reúnen usuarios de características demográficas similares”.
- **De Ocio y Entretenimiento:** “Dirigidas a aquellos cibernautas que ocupan su tiempo libre en juegos en red. Se crean por tipos de juegos como estratégicos, de simulación, etc. Tal es el caso de *Ciudadfutura.com*, compuesta por ocho ciudades que van desde la ciencia-ficción hasta parques tecnológicos; o de *Tripod.com*, que ofrece servicios de música, cine, espectáculos, tecnologías, informática y flirteo”.
- **Profesionales:** “Para aquellos expertos en una materia que desarrollan su actividad concreta en un área profesional definida, generalmente asociada a una formación superior. Especialmente en el caso de las profesiones liberales, cuando se trabaja de manera independiente. *Rediris.es* oferta un listado de comunidades virtuales que nacen como respuesta a la demanda de servicios de los profesionales y trata temas como las ciencias económicas, ciencias de la vida, ciencias de la educación, Astrología o Documentación” (Sánchez y Saorín, 2001, p.222).
- **Gubernamentales:** “Los organismos gubernamentales han creado Comunidades Virtuales a las que puede acudir el ciudadano para informarse y/o discutir” (Sánchez y Saorín, 2001, p.223).
- **Eclécticas:** “Son aquellas Comunidades Virtuales mixtas, que intentan un poco de todo: zona de ocio, una vía de transmisión y comportamiento cultural, etc., como la citada *Geocities.com*” (Sánchez y Saorín, 2001, p.223).

En las orientadas hacia la organización, el tema es definido según los objetivos de las áreas de trabajo y se encuentran divididas en:

- **Verticales:** “Que aglutinan a usuarios de empresas de diferentes ramas de actividad económica o a organizaciones institucionales”.
- **Funcionales:** “Referidas a un área específica del funcionamiento de la organización, por ejemplo: mercadeo, producción, relaciones públicas”.
- **Geográficas:** “Que se concentran en una zona geográfica cubierta por la organización”.

Según esta clasificación, es claro que la comunidad *gamer* se encuentra situada principalmente en la De Ocio y Entretenimiento, sin embargo, también está en la categoría Temática porque los miembros de las diferentes comunidades discuten temas de su interés, como son los videojuegos. En la Demográfica porque, en el caso de *WoW* y de *LoL*, los usuarios tienen características demográficas similares: son quiteños. También se puede decir que son Funcionales porque el tema es definido: videojuegos.

En el mundo, existen comunidades *gamer* que se dedican a informar a los videojugadores acerca de los juegos que se estrenan, las consolas disponibles y varias noticias de tecnología. Entre las comunidades virtuales para *gamers* mundiales más visitadas se encuentran: *elotrololado.net* con 17 632 seguidores en *Twitter*, 4261 en *Google+* y 4528 fans en *Facebook*. *Argentos Gamers* tiene 76153 miembros y 26748 seguidores. *Gamers* cuenta con 80117 miembros y 20123 seguidores y *PC Gamer's*, que tiene 83779 miembros y 30515 seguidores.

Las comunidades ecuatorianas para *gamers* más visitadas y con mayor cantidad de miembros, aparte de las dos anteriormente mencionadas (*World of Warcraft* y *League of Legends* de Quito), son: *Ecuagamers*, con 690 seguidores en *Twitter* y 1902 fans en *Facebook*; *Línea Cero*, con 2708 fans en

Facebook; Grupo de *Steam: Ecuador – Dota 2 / Warcraft III Dota*, que tiene 1608 miembros y 2649 fans en Facebook; *Master Gamer*, con 1716 fans. Y por último, *Iguana Valley*, que tiene 867 fans y 1772 seguidores en Twitter.

## **2.4. Relaciones sociales**

### **2.4.1. Ámbito Social: Relaciones sociales tecnológicas ‘gamer’:**

Según el *gamer* Arturo Montúfar, dentro del ámbito social de los jugadores, se encuentran varias opciones de interacción tecnológica a más de la comunicación interpersonal. Los foros, los *gameplay* o los *blogs* son algunas de las maneras más recurrentes por las cuales los *gamers* interactúan.

Dentro de *World of Warcraft* y *League of Legends*, existe la opción de acceso a los foros propios del sitio web; sin embargo, también hay otros sitios web de foros exclusivos de este juego interactivo. Según Fernando Ruíz, algunos de los sitios en los que se puede encontrar los mejores foros son: [Eliteguias.com](http://Eliteguias.com), [Eurogamer.es](http://Eurogamer.es) y [3Djuegos.com](http://3Djuegos.com).

Un foro, según la Real Academia de la Lengua (2001), es “una reunión para discutir asuntos de interés actual ante un auditorio que a veces interviene en la discusión”, concepto que llega a ser similar para los gamers, pero que se encuentra dentro del margen de la tecnología. “Es un sitio en el cual uno de nosotros (jugadores) propone un tema acerca de los juegos y los demás opinamos y discutimos” (Montúfar, A., entrevista propia, 30 de agosto de 2014).

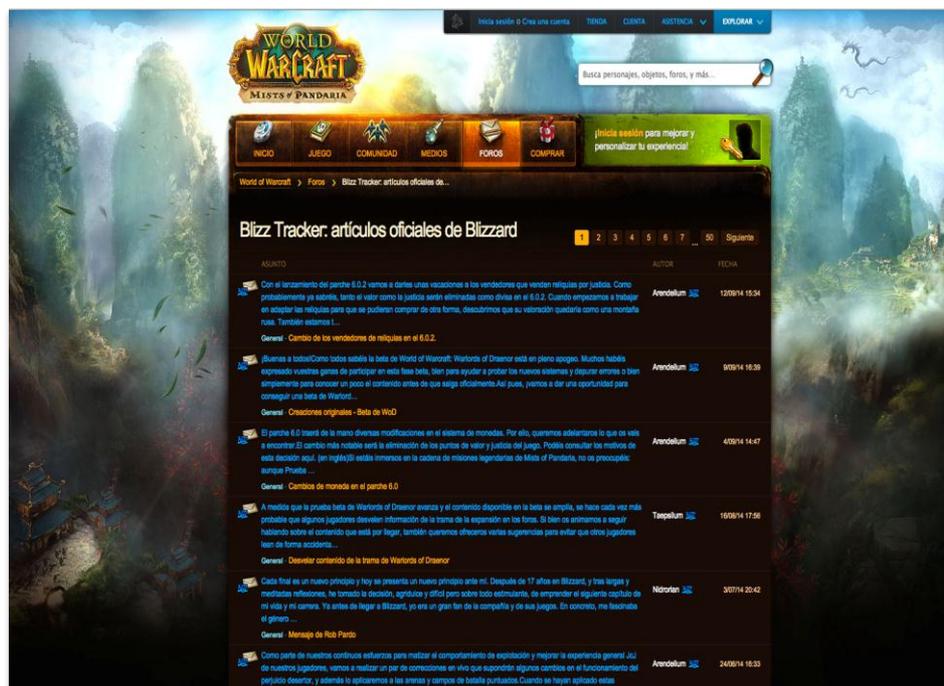


Figura 11. Foro World of Warcraft.

Tomado el 20 de septiembre del 2014 de:

Los *gameplay* “son considerados como una herramienta para poder conocer más acerca del juego. Existen *gamers* que suben sus *gameplay* a *YouTube* para mostrar la manera en la que se puede completar un juego”, asegura Rocío Navas, una jugadora fanática de *League of Legends* y funcionaria pública en la Secretaría Nacional de Planificación (Senplades) con respecto a esta opción de interacción tecnológica. (Navas, R., entrevista propia, 18 de septiembre de 2014).

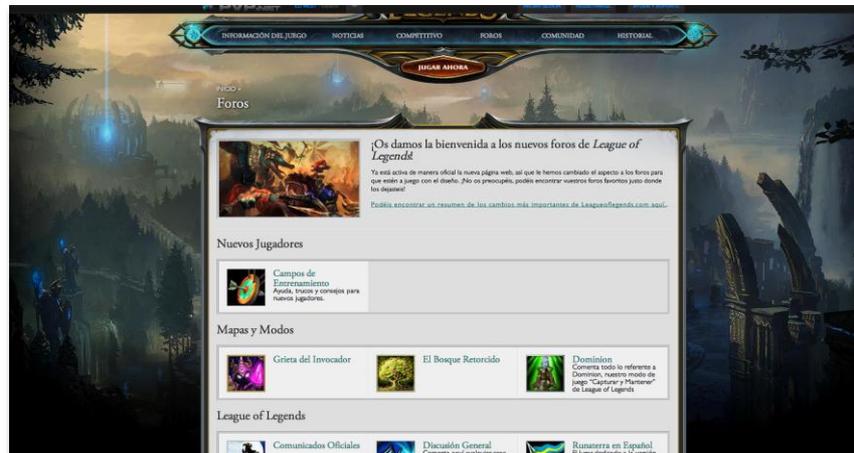


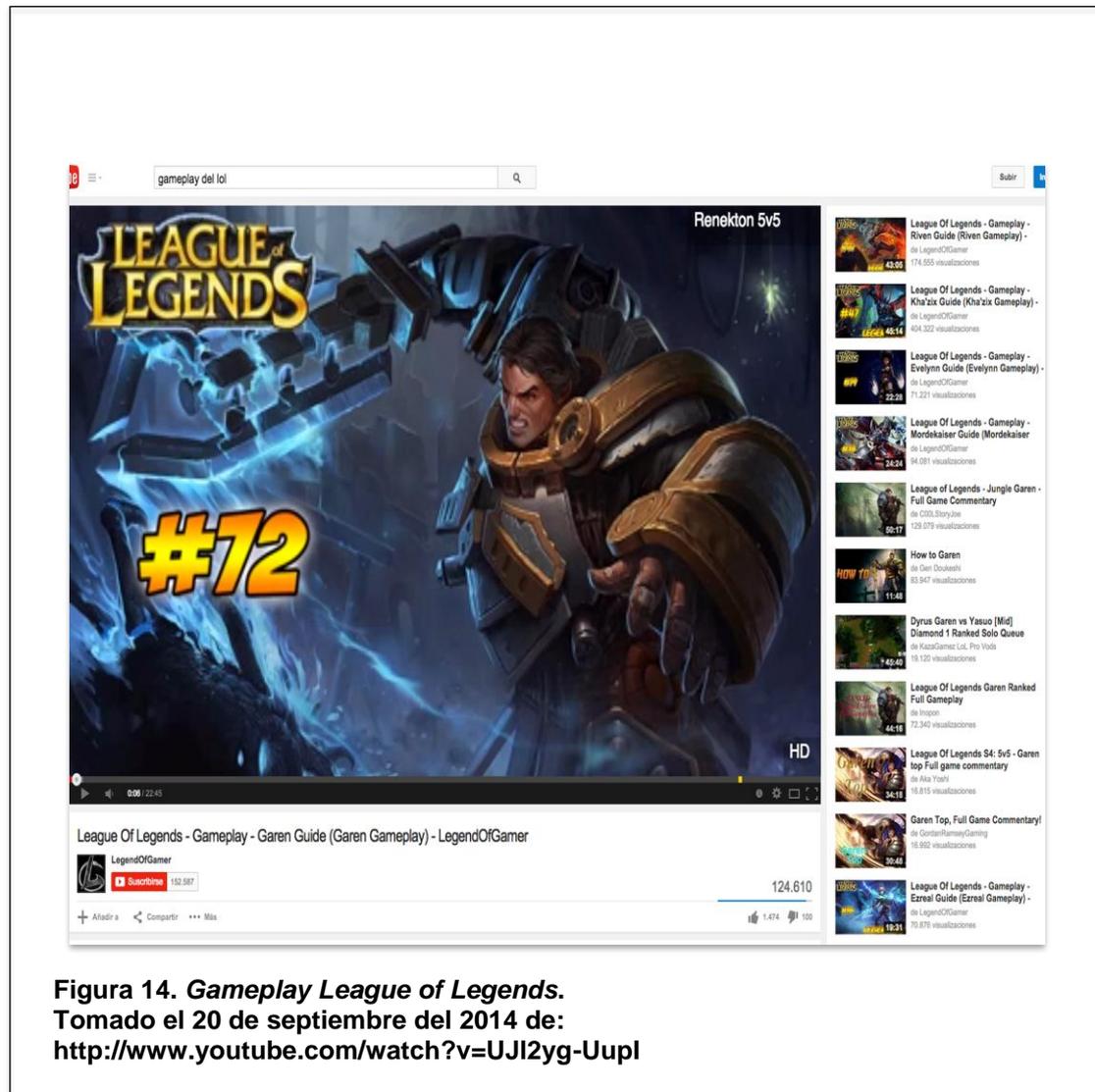
Figura 12. Foro League of Legends.

Tomado el 20 de septiembre del 2014 de:  
<http://forums.euw.leagueoflegends.com/board/index.php>



Figura 13. *Gameplay World of Warcraft.*

Tomado el 20 de septiembre del 2014 de:  
<http://www.youtube.com/watch?v=GXnGP-v631I>



**Figura 14. *Gameplay League of Legends.***  
 Tomado el 20 de septiembre del 2014 de:  
<http://www.youtube.com/watch?v=UJl2yg-Uupl>

Los blogs también son considerados como medios de interacción social entre jugadores, ya que constituyen una forma para poder discutir y conocer más acerca de sus videojuegos. Según la Real Academia de la Lengua (2001), el blog es un “sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”.

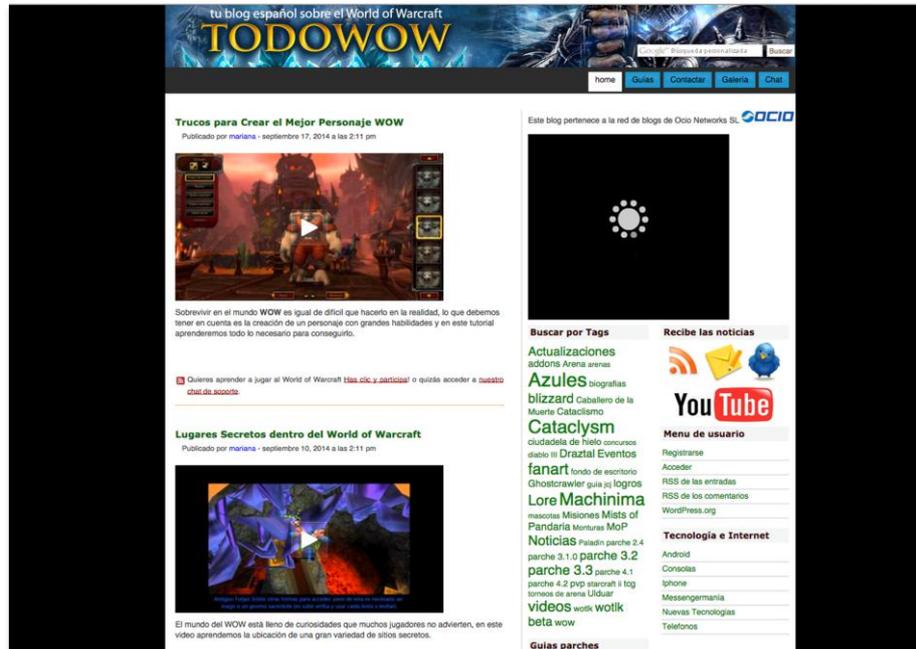


Figura 15. *Blog World of Warcraft.*  
Tomado el 20 de septiembre del 2014 de: <http://todowow.com/>

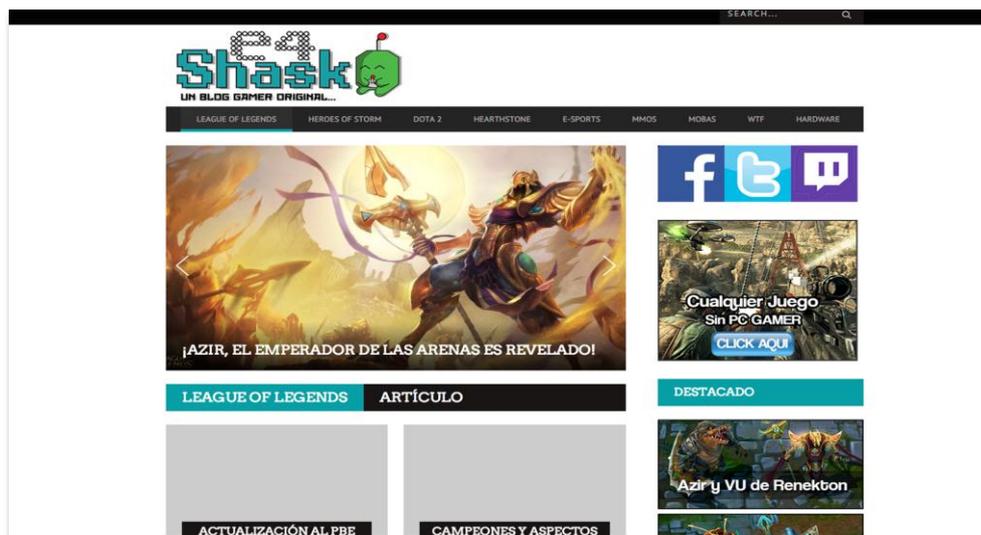


Figura 16. *Blog League of Legends Ecuador.*  
Tomado el 20 de septiembre del 2014 de: [www.e4shasko.com](http://www.e4shasko.com)

Otra manera de interacción social entre *gamers* es el chat. Según Tago Navas, un *gamer* aficionado a *World of Warcraft*, el chat es una manera fácil para comunicarse con otro jugador en línea que forme parte de su equipo. “A veces las personas que están en el chat son de otros países, pero son del mismo equipo en el juego y nos hacemos amigos. Hay otros que son del mismo país y de la misma ciudad y nos vemos personalmente para jugar u organizar eventos *gamer*”. (Navas, T., entrevista propia, 25 de septiembre de 2014).

Finalmente, Etxeberria (1999, pp.121) afirmó que los videojuegos en sí, no constituyen una barrera para la socialización entre *gamers* y las demás personas, sino que se han convertido en otra manera para que ellos puedan comunicarse mejor.

*“Lejos de suponer un obstáculo para la práctica de las relaciones sociales, parece que los videojuegos están relacionados con una mayor extroversión, una mayor frecuencia de trato con los amigos y una mayor socialización. Aunque no se concluya como una causalidad el hecho de que los videojuegos fomentan la sociabilidad, sí se puede afirmar que hay una fuerte relación (videojuego-socialización), ya que aquellos son más jugadores tienen una vida social, ven más a sus amigos, demuestran ser más extrovertidos y con mayor iniciación social” (Etxeberria, 1999, pp.121).*



**Figura 17. Chat de League of Legends.**  
Tomado el 25 de septiembre del 2014 de:

### 2.4.2. **Ámbito Psicológico**

En el portal Web *gamer Level Up*, la psicóloga mexicana Angélica Ortíz de Gortari, explica que la psicología del jugador es casi innata, debido a que afirma que los seres humanos son seres lúdicos por naturaleza. “Sea cual sea el juego que juguemos, éste va de la mano con algún tipo de placer” (www.levelup.com, s.f.). A este concepto se adhiere Alexander Suárez, estudiante de psicología de la Universidad Central, quien sostiene que todas las personas necesitan un medio de distracción de la vida cotidiana y uno de los más utilizados son los videojuegos. “A veces, la costumbre hace que el cerebro y el cuerpo necesite una distracción y un videojuego es adecuado para este tipo de situaciones; sin embargo hay que saber que, como en todo, los excesos son malos y a veces causan problemas de adicción” (Suárez A., entrevista personal, 15 de noviembre del 2014).

Así también, se han considerado a varios videojuegos, entre ellos *LoL* y *WoW*, como causantes de la violencia, sin embargo, Valleur afirma que:

*“En el plano educativo, estos juegos han sido acusados de causar violencia, en general de masacrar la mayor cantidad posible de adversarios, y por ello los fabricantes se esfuerzan en proponer versiones menos sanguinarias. Muchos artículos y emisiones televisivas caen en el sensacionalismo de denuncia violencia extrema de algunos juegos, pero los cadáveres también se acumulan en la mayoría de novelas, las películas policiacas y de otros géneros. ¿Acaso no es una de las funciones esenciales de un entretenimiento permitir una evaluación, incluso una regresión en donde ya no existe lo prohibido?” (Valleur, 2005, p.180).*

### 3.4.3. **Ámbito Educativo**

Según el sitio web *Publmetro.pe* el uso de videojuegos mejora la retención educativa, ya que los estudiantes memorizan un 90% de información cuando

es enseñada por simulación, mientras que cuando leen, solo memorizan el 10%; esta información fue investigada por la Federación de Científicos Americanos.

Otro dato es la facilidad de quienes juegan, para realizar varias tareas, es decir, son más proactivos. Los videojuegos, en el campo del aprendizaje y la educación, permiten agudizar las capacidades y facilitar la concentración.

Los juegos de video, además de estimular lo psíquico y situarse en el campo de la inteligencia, suponen el desarrollo de técnicas y destrezas que provocan el movimiento del cuerpo. Entonces, al jugar con ellos, el individuo ingresa a un mundo diferente operando un entorno proximal que no es sino su representación, el entorno distal. Por esto, los videojuegos, promueven la construcción de un nuevo "yo", sin renunciar al anterior dentro de un paisaje artificial. (Mendizábal, 2004, p.37)

La incorporación de los videojuegos en el proceso de aprendizaje y con ello, la incorporación de contenidos didácticos dentro de los programas de ordenador, ha ayudado a desarrollar los recursos didácticos con los que cuentan los docentes a la hora de realizar su profesión. Los videojuegos se han convertido en un medio atractivo para los alumnos y que fácilmente pueden ser utilizados en contextos diferentes dentro del aula.

## CAPÍTULO III.

### 3. LA INDUSTRIA DEL JUEGO Y LA WEB

#### 3.1. Juegos

##### 3.1.1. Tipos

Para los *gamers*, una de las páginas que más información aporta acerca de su cultura es la „wiki de los juegos“. Dentro de esta página existe información amplia acerca de los tipos o géneros de los videojuegos.

Según este portal, los géneros de los videojuegos “son las categorías que se utilizan para clasificar y organizar los juegos por elementos clave de su jugabilidad, tales como la forma de juego, los controles y el objetivo” ([www.es.videojuegos.wikia.com](http://www.es.videojuegos.wikia.com), s.f.). Es así como *Wikia* clasifica a los juegos:

#### - Géneros basados en la acción en tiempo real:

Dentro de este género se encuentran los juegos de acción. Los jugadores tienen la capacidad de controlar a un vehículo, personaje u objeto en tiempo real y cumplir con varios objetivos como la ganancia de puntos o la destrucción de los enemigos. Dentro de esta categoría se encuentran los juegos Arcade, Plataformas, Disparos y Peleas.

**Arcade:** Su jugabilidad es sencilla y adictiva. Estos juegos se encuentran con mayor frecuencia en los dispositivos móviles. Poseen controles simples y niveles de corta duración que van aumentando según se progresa. Dentro del *Arcade*, se encuentran los videojuegos como rompebloques, laberintos, juegos de velocidad y de camino de obstáculos.

**Plataformas:** La misión principal de este juego consiste en pasar obstáculos con un personaje para progresar en los niveles. Su peculiaridad está en que la única función que se debe manejar es el salto del personaje. Dentro de las Plataformas se encuentran juegos como los *comical action*, las plataformas con vista lateral y las plataformas 3D.

**Disparos:** Estos juegos consisten en el manejo de un personaje u objeto con el que se puede atacar a los enemigos mediante disparos. Dentro de esta categoría se encuentran los videojuegos como *shoot em up*, correr y disparar, *rail shooter*, galería de tiro, disparos en primera persona y disparos en tercera persona.

**Peleas:** Como su nombre indica, este tipo de juegos consiste en los combates directos entre personajes con el uso de armas o puños. El objetivo principal es atacar al oponente hasta derrotarlo. Dentro de las Peleas se encuentran videojuegos como la lucha versus, lucha *free for all*, el *beat em up* y el combate por turnos.

#### - Géneros basados en el desarrollo argumental y la exploración:

En esta categoría se encuentran los juegos de aventura y que están basados en el relato de una historia mediante la exploración de un mundo abierto para el jugador. Dentro de este tipo de videojuego se encuentran los de aventura conversacional, aventura gráfica, video interactivo, juegos de rol y aventura de acción.

**Aventura conversacional:** Es un juego en el que los relatos de la historia se presentan para poder progresar. Dentro de la aventura conversacional se encuentra la novela visual, muy popular en Japón y cuya principal actividad se desarrolla a través de una conversación tipo novela dentro del juego.

**Aventura gráfica:** Las gráficas dentro de este juego son las que lo hacen diferente al anterior, los personajes no son estáticos y existe menos cantidad de relatos dentro de la historia. Dentro de la aventura gráfica se encuentran el *point and click* y la aventura en primera clase. El *point and click* permite al usuario controlar el cursor para que su personaje interactúe, mientras que la aventura en primera persona hace que el juego sea más explorativo y abierto en el mundo virtual.

**Video interactivo:** Este tipo de juego tiene una jugabilidad sencilla, pero limitada ya que solo permite al jugador presionar botones de opciones mientras este está observando un video.

**Juegos de rol:** Los juegos de rol son conocidos generalmente como *RPG* y se caracterizan porque el jugador tiene la capacidad de escoger a un equipo de personajes, sean estos otros jugadores en línea, y explorar el mundo virtual en el que se encuentran. Generalmente, los escenarios, son pueblos en los que los jugadores pueden abastecerse de magia, salud, sabiduría o materiales para la supervivencia. *League of Legends* es uno de los videojuegos *RPG* más reconocidos. Dentro de esta categoría se pueden distinguir los *RPG* occidentales, los *RPG* japoneses, el *roguelike*, *RPG* táctico y *RPG* de acción.

**Aventura de acción:** Según Wikia, este género “incluye a los videojuegos con elementos propios de los juegos de aventura (exploración, resolver enigmas, interacción con el escenario y personajes) con elementos característicos de los videojuegos de acción (combate en tiempo real, corridas, saltos y destrezas físicas)” ([www.es.videojuegos.wikia.com](http://www.es.videojuegos.wikia.com), s.f.). Dentro de esta categoría se encuentran las plataformas de exploración, el sigilo, el *survival horror* y la conducción por misiones.

**- Géneros basados en el ingenio y la coordinación:**

En ésta categoría se encuentran videojuegos que necesitan destreza mental del *gamer* para cumplir con los objetivos propuestos. Dentro de éste género se encuentran los *puzzle* (rompecabezas), *puzzle* de bloques, didácticos, juegos de preguntas, musicales y de ejercicio.

**- Géneros basados en el pensamiento estratégico y la administración:**

El principal objetivo de estos juegos es el de administrar recursos para lograr el progreso en los niveles del juego. Dentro de esta categoría se encuentran los juegos de estrategia, que requieren del uso de un pensamiento táctico y de planificación de acciones para alcanzar la victoria. Las principales subcategorías dentro de los juegos de estrategia son los juegos de artillería, de estrategia por turnos, de estrategia en tiempo real y de construcción de imperios.

En los videojuegos de pensamiento estratégico y administración, también se encuentran los de simulación, que presentan un tipo de realidad virtual determinada en donde el *gamer* interactúa con el entorno haciendo uso de sus recursos. En esta categoría se encuentran los juegos de construcción y administración, simulador de negocios, simulador de oficios, de pesca, manager deportivo, de apuestas, simulador de vehículos y simulador de vida.

**- Géneros adaptados de juegos, deportes y disciplinas reales:**

Dentro de esta categoría se encuentran los videojuegos de deportes, carreras, juegos de mesa y juegos mecánicos. Dentro de los juegos de deportes se encuentran los simuladores de deportes, deportes de combate y deportes ficticios. En la categoría de carreras están las carreras estilo arcade, carreras deportivas y carreras de combate. Los juegos de mesa pueden ser los juegos de tablero, juegos de la oca, juegos de naipes y juego de cartas

coleccionables. Finalmente en los juegos mecánicos están los juegos de *pinball* y *pachinko* (*pinball* japonés).

**- Videojuegos que incluyen varios géneros distintos:**

En este género se encuentran los minijuegos, conformados por varios juegos distintos con objetivos sencillos de alcanzar. También se encuentran los videojuegos de recopilación, que pueden incluir generaciones de juegos antiguos que se vendían por separado.

**- Géneros de no videojuegos:**

Los géneros de no videojuegos incluyen a determinados tipos de software lanzados para consolas de videojuegos, pero que no son considerados verdaderos videojuegos. En esta categoría se encuentran los de creación artística, los de tipo horóscopo, los de tipo video y los de tipo aplicación.

### **3.1.2. Plataformas**

Según el portal web *eHow*, las plataformas son los medios o dispositivos electrónicos para jugar a videojuegos. “Originarias de la década de 1970, las plataformas de juego se han expandido para abarcar variedad de medios diferentes, incluyendo computadoras personales, consolas caseras, portátiles y teléfonos celulares” ([www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com), s.f.).

**Plataformas PC:** Según este portal, las computadoras fueron una de las primeras plataformas de juego. Para este tipo de plataformas, se necesita una unidad de procesamiento gráfica de alta resolución y de memoria amplia para que el videojuego pueda funcionar bien.

Para *World of Warcraft*, según el desarrollador *Blizzard Entertainment*, existen requisitos variados para poder jugar en *Windows* o en *Mac* y se encuentran detallados en su portal web.

70

## Requisitos mínimos del sistema para World of Warcraft

Palabras clave: requisitos mínimos, requisitos, sistema, mínimos, recomendados, Filevault, filevault 2...

En esta página encontrarás los requisitos mínimos del sistema y la configuración recomendada para World of Warcraft, tanto para Windows® como para Mac. Es posible que los requisitos mínimos cambien con el tiempo debido a cambios en la programación.

WINDOWS
MAC

### Windows

	REQUISITOS MÍNIMOS	CONFIGURACIÓN RECOMENDADA
<b>Sistema Operativo</b>	Windows® XP / Windows® Vista® / Windows® 7 / Windows® 8 / Windows® 8.1 (actualizado con el último service pack)	Windows® 7 / Windows® 8 / Windows® 8.1 64-bit actualizado con el último service pack
<b>Procesador</b>	Intel® Pentium® D o AMD Athlon™ 64 X2	Intel® Core™ 2 Duo 2.2 GHz, AMD Athlon™ 64 X2 2.6GHz o superior
<b>Gráficos</b>	NVIDIA® GeForce® 6800 o ATI™ Radeon™ X1600 Pro (256 MB)	NVIDIA® GeForce® 8800 GT, ATI™ Radeon™ HD 4830 (512 MB) o superior
<b>Memoria</b>	2 GB RAM (1 GB Windows® XP)	4 GB RAM
<b>Disco Duro</b>	25 GB de espacio libre disponibles	
<b>Internet</b>	Conexión a Internet de banda ancha	
<b>Media</b>	Ninguno para la instalación digital (recomendada)	
<b>Dispositivos de entrada</b>	Necesarios ratón y teclado. Los dispositivos de entrada de otro tipo no están soportados.	Ratón con múltiples botones y rueda
<b>Resolución</b>	Resolución de pantalla mínima 1024 x 768	

Actualizado: 31-ago-2014  
Nombre del artículo: 300493

Inicia sesión para enviar tus comentarios.
Imprimir

Twitter
Me gusta 142
Compartir:

**¿Has perdido un objeto?**  
Recuperar objetos perdidos con el servicio de Restauración de objetos.

RESTAURACIÓN DE OBJETOS

**Recibir ayuda**  
¿Aún no has encontrado la solución? Envíanos una consulta y nosotros te ayudaremos.

RECIBIR AYUDA

**Figura 17. Requisitos operativos para jugar WoW en Windows.**  
Tomado el 22 de septiembre del 2014 de:  
<https://eu.battle.net/support/es/article/requisitos-minimos-del-sistema-para-world-of-warcraft>

## Requisitos mínimos del sistema para World of Warcraft

Palabras clave: requisitos mínimos, requisitos, sistema, minimos, recomendados, Filevault, filevault 2...

En esta página encontrarás los requisitos mínimos del sistema y la configuración recomendada para World of Warcraft, tanto para Windows® como para Mac. Es posible que los requisitos mínimos cambien con el tiempo debido a cambios en la programación.

**WINDOWS**      **MAC**

### Mac

	REQUISITOS MÍNIMOS	CONFIGURACIÓN RECOMENDADA
Sistema Operativo	Mac OS® X 10.7.x (última versión)	Mac OS® X 10.9.x (última versión)
Procesador	Intel® Core™ 2 Duo	Intel® Core™ i3 o superior
Gráficos	NVIDIA® GeForce® 8600M GT o ATI™ Radeon™ HD 2600	ATI™ Radeon™ HD 5670 o superior
Memoria	2 GB RAM (1 GB Windows® XP)	4 GB RAM
Disco Duro	25 GB de espacio libre disponibles	
Internet	Conexión a Internet de banda ancha	
Media	Ninguno para la instalación digital (recomendada)	
Dispositivos de entrada	Necesarios ratón y teclado. Los dispositivos de entrada de otro tipo no están soportados.	Ratón con múltiples botones y rueda
Resolución	Resolución de pantalla mínima 1024 x 768	

**Note:** FileVault y FileVault 2 no están soportados actualmente.

Actualizado: 31-ago-2014  
Nombre del artículo: 300493

**Figura 18. Requisitos operativos para jugar WoW en Mac.**  
Tomado el 22 de septiembre del 2014 de:  
<https://eu.battle.net/support/es/article/requisitos-minimos-del-sistema-para-world-of-warcraft>

## Requisitos mínimos del sistema para World of Warcraft

Palabras clave: [requisitos mínimos](#), [requisitos](#), [sistema](#), [minimos](#), [recomendados](#), [Filevault](#), [filevault 2...](#)

En esta página encontrarás los requisitos mínimos del sistema y la configuración recomendada para World of Warcraft, tanto para Windows® como para Mac. Es posible que los requisitos mínimos cambien con el tiempo debido a cambios en la programación.

[WINDOWS](#)
[MAC](#)

### Windows

	REQUISITOS MÍNIMOS	CONFIGURACIÓN RECOMENDADA
<b>Sistema Operativo</b>	Windows® XP / Windows® Vista® / Windows® 7 / Windows® 8 / Windows® 8.1 (actualizado con el último service pack)	Windows® 7 / Windows® 8 / Windows® 8.1 64-bit actualizado con el último service pack
<b>Procesador</b>	Intel® Pentium® D o AMD Athlon™ 64 X2	Intel® Core™ 2 Duo 2.2 GHz, AMD Athlon™ 64 X2 2.6GHz o superior
<b>Gráficos</b>	NVIDIA® GeForce® 6800 o ATI™ Radeon™ X1600 Pro (256 MB)	NVIDIA® GeForce® 8800 GT, ATI™ Radeon™ HD 4830 (512 MB) o superior
<b>Memoria</b>	2 GB RAM (1 GB Windows® XP)	4 GB RAM
<b>Disco Duro</b>	25 GB de espacio libre disponibles	
<b>Internet</b>	Conexión a Internet de banda ancha	
<b>Media</b>	Ninguno para la instalación digital (recomendada)	
<b>Dispositivos de entrada</b>	Necesarios ratón y teclado. Los dispositivos de entrada de otro tipo no están soportados.	Ratón con múltiples botones y rueda
<b>Resolución</b>	Resolución de pantalla mínima 1024 x 768	

Actualizado: 31-ago-2014  
Nombre del artículo: 300493

**Figura 18. Requisitos operativos para jugar WoW en Windows.**  
Tomado el 22 de septiembre del 2014 de:  
<https://eu.battle.net/support/es/article/requisitos-minimos-del-sistema-para-world-of-warcraft>

Para *League of Legends*, según su portal web, existe una página que los *gamers* pueden utilizar para saber qué requisitos necesitan para jugar.

### Can your computer run League of Legends?

System Requirements Lab analyzes your computer in just seconds, and it's FREE.

**1) Search for a game**

League of Legends

**2) click "Can You Run It"** Can You Run It ▶



### League of Legends

#### Minimum and Recommended Requirements

[Click here to see your results](#)

f Share

Minimum	Recommended
<b>CPU Speed:</b>	2 GHz processor
<b>RAM:</b>	1 GB RAM (Windows Vista and 7 users will want 2 GB of RAM or more)
<b>OS:</b>	Windows XP SP2, Windows Vista SP1, or Windows 7
<b>Video Card:</b>	DirectX 9.0 capable video card support Shader 2.0
<b>Free Disk Space:</b>	8 GB

**Figura 19. Requisitos operativos mínimos para jugar LoL.**  
Tomado el 22 de septiembre del 2014 de:  
<http://www.systemrequirementslab.com/cyri/requirements/league-of-legends/10933/?p=r>

**Can your computer run League of Legends?**  
System Requirements Lab analyzes your computer in just seconds, and it's FREE.

1) Search for a game  
League of Legends

2) click "Can You Run It" **Can You Run It**

 **League of Legends**  
Minimum and Recommended Requirements  
[Click here to see your results](#)

Share

Minimum	Recommended
<b>CPU Speed:</b>	3 GHz processor
<b>RAM:</b>	2 GB of RAM (Windows Vista and 7 users should use 4 GB of RAM or more.)
<b>OS:</b>	Windows XP SP2, Windows Vista SP1, or Windows 7
<b>Video Card:</b>	GeForce 8800 or equivalent video card (Dedicated GPU with 512MB+ Video Memory(VRAM))
<b>Free Disk Space:</b>	12 GB

**Figura 20. Requisitos operativos recomendados para jugar LoL.**  
Tomado el 22 de septiembre del 2014 de:  
<http://www.systemrequirementslab.com/cyri/requirements/league-of-legends/10933/?p=r>

**Plataformas de consolas caseras:** “Las plataformas de consola casera son dispositivos de juego de arquitectura „cerrada“ que han sido producidos por variedad de fabricantes, incluyendo Atari, Amiga, Sony, Nintendo, Sega y Microsoft” (www.ehowenespanol.com, s.f.).

**Plataformas de consolas portátiles:** Son similares a las plataformas de consolas caseras en la medida en la que los juegos que son diseñados para estas, solo pueden ser jugados en este formato. Sega, Sony, Atari y Nintendo son los principales desarrolladores de este tipo de plataformas.

**Plataformas móviles:** Según *eHow*, el progreso tecnológico que han representado los celulares ha permitido el acceso a juegos con alta resolución y de sencilla jugabilidad. Teléfonos como el iPhone de Apple y el Samsung Galaxy, con sus respectivos sistemas operativos, han sido los móviles que han tenido mayor acceso al desarrollo de videojuegos.

**Plataformas de juego de tableta:** Estas plataformas son similares a los dispositivos móviles, sin embargo, al tener mayor capacidad de memoria (en algunos casos) y mayor tamaño, los juegos pueden tener mayor resolución y mejor jugabilidad.

### 3.1.3. Periféricos para juegos

Para los *gamers*, los periféricos o herramientas que se necesitan para sacar provecho de los videojuegos son muy importantes. Kevin Monga, un *gamer* fanático de *LoL* y de otros juegos para *PC*, afirma que un teclado adecuado, así como una pantalla grande y una tarjeta gráfica, a veces es lo mínimo que se debe tener para pasar por una buena experiencia en el juego. “Un buen *CPU*, un mouse adecuado, hasta lentes especiales son necesarios para tener una buena experiencia en el juego y también para evitar enfermedades por estar tanto tiempo frente a una pantalla o manipulando diferentes comandos”, asegura Kevin. (Monga, K., entrevista propia, 25 de octubre, 2014).

Existen varios sitios *web* por los cuales se pueden realizar pedidos de diferentes periféricos para juegos *PC*. Según *AnaitGames*, otro de los sitios preferidos de los videojugadores, se realizan actualizaciones cada dos o tres meses acerca de una guía que pueden utilizar los *gamers* para comprar los periféricos que necesiten. También se encuentran *packs* o combos de productos que pueden tener un valor inferior y que contienen periféricos útiles para la mayoría de juegos para *PC*.

En esta guía se encuentran *packs* que ofrecen diferentes tipos de periféricos a una menor precio, como por ejemplo:

## Pack 1 – Survival Backpack

Componente	Modelo	Precio
Monitor	Asus VS197DE	78
Ratón	Gigabyte GM-M6880	13
Teclado	Logitech K120	10
Altavoces	Creative Labs A60	18
Mando	Trust GXT 28	18
Total		137€



Es un conjunto básico de supervivencia para todo aquel que no quiera gastarse más de lo necesario y tener una base de periféricos de calidad.

El monitor tiene una resolución de 1366x768 y

**Figura 21. Ofertas de paquetes de periféricos para gamers.**  
Tomado el 28 de octubre del 2014 de: <http://www.newhomepc.net/perifericos-gaming-c-2000000000>

Asimismo, también existe la venta de periféricos individualmente; sin embargo, según Boris Kicelitsa, los requerimientos técnicos deben ser más exactos porque se adquieren bajo pedido. “En Ecuador existen pocos lugares en donde se pueden comprar periféricos específicamente para *gamers PC*. La mejor manera de obtenerlos es pedirlos por Amazon, si es que se encuentran, o por sitios web *gamers* porque el precio y la calidad son mejores” (Kicelitsa, B., entrevista propia, 24 de octubre de 2014).

## Auriculares Gaming

Disponibilidad entrega 24-48 Horas, días laborables

Filtrar Resultados Todos los Fabricantes Productos que empiecen por ...

por:

Mostrando 1 a 9 (de 79 productos) 1 2 3 4 5 ... [Siguiente >>]

Imagen del producto	Nombre del elemento-	Fabricante	Precio
	<b><u>Auricular CM Storm Ceres 500 (PC-PS3-PS4-Xbox360)</u></b>	CM STORM	66.47€- 53.52€ Ahorre: 5% descuento 1 <input type="text"/> <b>Añadir a mi cesta</b>
	<b><u>Auricular Consola Y-300P - PS4 OFICIAL LICENSE - PS4 / PS3</u></b>	thrustmaster	79.99€ 1 <input type="text"/> <b>Añadir a mi cesta</b>
	<b><u>Auricular EX-05S Universal (PC,MAC,PS3,PS4 y XBOX360)</u></b>	Gioteck	49.95€ 1 <input type="text"/> <b>Añadir a mi cesta</b>
	<b><u>AURICULAR EX06 STEREO WIRED PC,MAC,Tablet y Smartphone</u></b>	Gioteck	44.99€ 1 <input type="text"/> <b>Añadir a mi cesta</b>
	<b><u>Auricular Gaming Consola Y-250X - Xbox 360</u></b>	thrustmaster	59.99€ 1 <input type="text"/> <b>Añadir a mi cesta</b>

**Figura 23 Precios de auriculares para gamers.**  
Tomado el 28 de octubre del 2014 de: <http://www.newhomepc.net/perifericos-gaming-c-200000000>

**Teclados Gaming**

Filtrar Resultados

por:

Mostrando 1 a 9 (de 37 productos) [1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [\[Siguiente >>\]](#)

Imagen del producto	Nombre del elemento-	Fabricante	Precio
	<b>Kit Teclado + Ratón BG Gaming Dual Force</b>	B-MOVE	14.80€ ... más info Agotado
	<b>Ozone Gripk Rojo Rubber Teclas Gaming</b>	OZONE	6.90€ <input type="text" value="1"/> <input type="button" value="Añadir a mi cesta"/>
	<b>Teclado 3GO Scorpion GAMING USB</b>	3GO	9.95€ <input type="text" value="1"/> <input type="button" value="Añadir a mi cesta"/>
	<b>Teclado Gaming B-MOVE Burst Teclas Reflectantes UV</b>	B-MOVE	18.60€ <input type="text" value="1"/> <input type="button" value="Añadir a mi cesta"/>
	<b>Teclado Gaming BG N8HAWK Negro LED Verde Mult.</b>	B-MOVE	22.95€ ... más info Agotado
	<b>Teclado Gaming MadCatz Strike 3 Blanco</b>	MADCATZ	79.98€ <input type="text" value="1"/> <input type="button" value="Añadir a mi cesta"/>

**Figura 24. Precios de teclados para gamers.**  
Tomado el 28 de octubre del 2014 de: <http://www.newhomepc.net/perifericos-gaming-c-2000000000>

### 3.2. Los Free to Play (FTP o F2P) y los Pay to Play (PTP o P2P)

Según el portal web *gamer Wikia*, los Free To Play “son todos los juegos online que permiten a los usuarios jugar de manera gratuita” ([www.es.videojuegos.wikia.com](http://www.es.videojuegos.wikia.com), s.f.). Dentro de los FTP, *League of Legends* es el juego para PC que más jugadores tiene. Asimismo, los Pay To Play son juegos pagados, en los cuales los usuarios deben pagar para mantener una cuenta activa” ([www.es.videojuegos.wikia.com](http://www.es.videojuegos.wikia.com), s.f.). *World of Warcraft* se encuentra dentro de los PTP y es uno de los videojuegos PC pagados con más jugadores.

Según Daniel Parente, director del Grado en Diseño de Videojuegos de la Universidad de Diseño e Innovación de España, la industria de los videojuegos es flexible, reciente y se encuentra llena de oportunidades y es por ello que los juegos FTP y PTP han llenado el mercado rápidamente.

*“De la mano de los videojuegos para PC y de las redes de comunicación despuntó otro modelo de negocio de bastante envergadura para la industria de los videojuegos, los free to play y su evolución en premium o pagados (...) El juego, para permitir al jugador una evolución más rápida o una mayor cantidad de recursos, ofrece como opciones, la compra de los elementos necesarios para estas acciones, lo que genera, de forma paralela, una economía virtual de bienes para su transacción, con el objetivo de conseguir una mayor y más rápida experiencia de juego” (Parente, 2012, p.38).*

## CAPÍTULO IV

### 4. PRODUCTOS COMUNICACIONALES SURGIDOS DENTRO DE LAS COMUNIDADES GAMERS EN QUITO

#### 4.1. Publicaciones tradicionales

En el ámbito comunicacional, los videojugadores afirman que no han podido llegar de manera “exitosa” hacia sus comunidades y miembros a través de los medios de comunicación debido que lo que buscan es la noticia y dentro de su cultura no manejan este concepto. Para Fernando Ruíz, “los espacios que tenemos los *gamers* para expresarnos son casi nulos porque no somos generadores de noticias de interés para los medios” (Ruiz, F., entrevista personal 21 de febrero de 2015).

Este concepto es compartido por Cristina Puente, docente de Periodismo de la Universidad de las Américas, quien afirma que los espacios comunicacionales de los videojugadores, en Ecuador, son escasos. “Este tema ha sido tocado como un juego, como una adicción e incluso como un problema social, me parece que no hay suficientes aristas dentro del periodismo acerca de este tema” (Puente, Cristina., entrevista personal 25 de febrero de 2015).

Asimismo, se ha aseverado que los medios de comunicación han prestado atención a este sector debido a que ha producido noticias “violentas” como muertes o ataques relacionados con personas que han jugado demasiado algún juego de video. Es por ello que se asiente que los videojuegos deben ser concebidos como tal y deberían mantenerse en ese margen.

*“En este artículo partiremos de dos premisas fundamentales. Según la primera, los videojuegos y los juegos no son fenómenos culturales esencialmente diferentes. Un videojuego no es más que un juego cuyo desarrollo se realiza a través de medios específicos y diferentes a otros*

*tipos de juegos, pero un videojuego sigue siendo, esencialmente, un juego y, por ello, no pueden entenderse los elementos esenciales de los videojuegos si no se toman en cuenta las características de los juegos en general” (Ruíz, 2009, p.19).*

Pese a esto, han existido casos en los cuales los videojuegos han sido calificados como influyentes en el cometimiento de asesinatos o actos terroristas y es así que llegan a formar parte de los medios de comunicación. Por ejemplo, la publicación de un artículo titulado: “Cinco casos de asesinato influenciados por videojuegos”.

El artículo, publicado por un medio colombiano, responde a cinco hechos de muertes violentas que ellos relacionan con la influencia de videojuegos, sin embargo hay que tomar en cuenta que muchos de ellos no son investigados a profundidad por los comunicadores que realizaron esta nota.

El primer caso es la muerte de la novia de *Darrius Johnson*, el medio colombiano afirma que él fue quien mató a su conviviente con un golpe de la consola Xbox360 con un golpe en la cabeza, alegando que ella lo controlaba con su espíritu. El siguiente caso es de *Daniel Petric*, un adolescente de 17 años quien disparó a sus padres con una pistola 9mm, luego de que le quitaran su copia del videojuego Halo 3.

Por otro lado, el medio destaca también el caso de *David Moore*, quien creó un gran caos en las calles de Alabama, en Estados Unidos, en torno a la extrema afición que tuvo por el juego Grand Theft Auto: Vice City. Cuando la policía lo capturó, *Moore* dijo: “la vida es como un juego de video, tienes que morir alguna vez”.

Otro caso que resalta el medio de comunicación es el de *Zhu Caoyuan*, un ciudadano chino que apuñaló a su amigo por vender una espada virtual del juego *online* Legend of MIR III en una casa de subastas en línea. Finalmente,

el caso de Alexandra Tobias, con su extrema afición al juego de Facebook Farmville, quien acabó con la vida de su hijo de tres años a quien asesinó porque su llanto no la dejaba concentrarse.

Estos casos son algunos de los que destacan los medios de comunicación como noticia, ya que, según los *gamers*, prefieren enfatizar en las “malas noticias” que causa la influencia de los videojuegos. Para Fernando Ruiz, las noticias de juegos de videos y de sus comunidades no deberían tener un enfoque tan negativo porque es ahí cuando los rumores de que los *gamers* son personas aisladas y adictas, se asienta más en el pensamiento de la sociedad.

“Los medios de comunicación llegan a todo tipo de personas y si es que nuestras noticias solo se enfocan en aspectos negativos, la mentalidad de la gente jamás va a cambiar con respecto a lo que en realidad somos” (Ruíz, F., entrevista personal, 21 de febrero de 2015). En un artículo publicado en el portal web eurogamer.es, la opinión de este tipo de noticias es evidente. Un extracto del artículo, después de hacer una reflexión acerca de este tema dice así:

*“¿Y qué podemos hacer nosotros, pobres videojugadores y escritores, para sacudirnos estos lodos de encima? Pues por lo menos deberíamos intentar hacer algo de ruido, alzar nuestro discurso cada vez que algún iluminado propague sus consignas rancias como si fueran verdades absolutas directamente cinceladas por el demiurgo de todas las cosas conocidas; intentar defender nuestros argumentos con sensatez, hacer que lleguen a cuantos más mejor, y esperar pacientemente a que la gente quiera y pueda pensar por sí misma”. (www.eurogamer.com, s.f.)*

Sin embargo, en Ecuador, pese a la poca apertura que videojugadores y expertos en comunicación, consideran que existe en Ecuador, con respecto a este tema; han surgido varios medios web, televisivos y escritos, que han logrado resaltar otro tipo de noticias. Ese es el caso de la revista *Pyx Art*, el

programa de televisión Juega Conmigo y varias páginas web como Línea Cero, *Ecuagamers*, *MOBASLA* y *Master Gamer*. Cabe destacar también que, dentro del diario El Telégrafo, recientemente se creó la sección *Gamers*, en la cual se tratan noticias de este tipo.

#### 4.1.1. Revista *Pyx Art*:

La revista *Pyx Art* ha sido uno de los primeros medios de comunicación que ha abarcado el tema de los videojuegos dentro de la sociedad ecuatoriana. Es así que esta revista se define como un medio que ha dado una respuesta a la necesidad de información por parte de los jugadores de videojuegos.

*“El mercado de los videojuegos es muy grande en nuestro país y mucho tiempo estuvo descuidado a nivel informativo, contando solo con medios impresos provenientes de otros países, mismos que nos presentaban información desactualizada que no iba con nuestra disponibilidad tecnológica, de títulos, de tendencias o lanzamientos con el retraso temporal y alto costo. P Y X A R T® surge como una respuesta a la necesidad de información, presentada de una manera actual, con una concepción gráfica juvenil y fresca que da énfasis a las imágenes acompañadas de una narrativa clara, definiendo lo que realmente queremos saber y utilizando un lenguaje que respete a nuestros lectores”. (www.revistapyxart.com/new/pyxart/, s.f.)*

Sin embargo, pese a la existencia de esta revista, que además de videojuegos abarca una serie de noticias referentes al *manga* y *anime* (historietas japonesas y animación de éstas); varios *gamers* creen que la información que se maneja es insuficiente. “He visto la existencia de la revista, pero como se puede ver, tiene una serie de temas que no van conmigo, por ejemplo el tema de las noticias *otakus* o de *anime*. Muchos de los artículos que sacan es para jugadores de consolas y para peceros (*gamers PC*) como yo, no es de mucho interés ese tipo de notas, aunque resalto y apoyo la iniciativa”. (Ruíz, F., entrevista personal, 21 de febrero de 2015).

*Pyx Art* tiene como la responsable de su creación a la empresa Esparrago Esquetch Cia. Ltda., dedicada al manejo de imagen y publicidad. Dicha compañía es la que goza de todos los derechos de propiedad intelectual, comercialización y distribución de la revista. Dentro de su página web, destacan como principal objetivo, ser “una guía para el comprador, dando a conocer los títulos actuales para todo tipo de consolas, ayudándole a decidir por la mejor opción para su diversión y como sacarle el mayor provecho a sus habilidades”.

#### **4.1.2. Programa televisivo Juega Conmigo:**

Juega Conmigo es un programa de televisión ecuatoriano transmitido por la señal de Televisión Satelital (TVS). En Guayaquil en el canal 36: TV Cable en el canal 72, Univisa en el 82, Claro en el 18. Es transmitido en Quito por el canal 24: TV Cable en el 72 y Univisa en el 87. También se transmite en Santa Elena en el canal 25: TV Cable en el 54.

Juega Conmigo tiene una duración de una hora. Es conducido por dos personas que se dedican a dar noticias de videojuegos que se encuentran en el mercado así como de los que están por salir. Asimismo, proporcionan trucos a los televidentes mientras juegan algún videojuego que esté en auge. Dentro de su portal web: [juegaconmigo.tv](http://juegaconmigo.tv) se encuentran los datos estadísticos de las visitas que se han recibido, tanto en general, como mensual, semanal o diario. Es así que el número de visitantes hasta el 28 de febrero de 2015 fue de 56.159 personas, su red social Facebook cuenta con 53.832 fans y su Twitter tiene 164 seguidores.

Pese a la existencia de este programa *gamer* varios de los videojugadores no conocen de su existencia o piensan que debería ser transmitido por otro canal y mejorado en su producción. “Juega Conmigo es un programa poco visto a comparación de otras series de televisión. Aparte de que es transmitido en un canal con muy poco flujo de televidentes, es un producto con no tan buena producción”. (Álvarez, D., entrevista personal, 28 de febrero de 2015).

Asimismo, afirman que respaldan la iniciativa, pero que deberían mejorar su producto para que pueda tener más apertura. Como ejemplo, Boris Kicelitzza comenta que se debería tomar en cuenta que las personas que los observan, no solamente son *gamers*, sino un público más amplio y se requeriría ir más allá de contenidos exclusivamente para jugadores.

*“Creo que si se abrieran más opciones, como dar datos interesantes o curiosos de los videojuegos como noticias o se incluyera a las personas que no juegan juegos de video en este tipo de programas tal vez tuviera más raiting. Es una buena idea porque los medios no tratan de la mejor manera nuestras noticias, pero siempre se debería pensar en mejorar” (Kicelitzza, B., entrevista personal, 28 de febrero de 2015).*

#### **4.1.3. Sección Gamers en diario El Telégrafo:**

En medios de comunicación tradicionales, tanto de prensa escrita, como radial y televisiva, el tema de los *gamers* ha sido tratado como temas expresamente de “malas noticias” como lo mencionan los jugadores, sin embargo, hace pocos meses, diario El Telégrafo implementó una nueva sección de noticias *gamer* dentro de su página web. Cabe recalcar que dicha sección solo se encuentra en la página web del medio, más o circula en su edición impresa.

El diario El Telégrafo es un medio fundado en Guayaquil en 1884. Cuenta con 25.835 fans en Facebook y 203.531 seguidores hasta el 28 de febrero de 2015. Es el primer medio de comunicación escrito tradicional en Ecuador, que ha implementado esta sección.

*“Es una iniciativa genial el que hayan sacado una sección así en medios como El Telégrafo, que ha llegado ha ser uno de los más grandes en el país, aún así considero que las noticias que se toman en cuenta deberían ser más de Ecuador que del mundo. Aquí hay miembros de comunidades que podemos ayudar dando noticias acerca de lo que pasa en el Ecuador acerca de los juegos de video, tanto de PC como de consola” (Zambrano, S., entrevista personal, 28 de febrero de 2015).*

#### **4.1.4. Páginas web de noticias gamer: Línea Cero, MOBASLA, Ecuagamers y Master Gamer:**

Estos portales web son considerados, por sus usuarios, como los mejores en noticias de videojuegos. No son medios tradicionales, sin embargo, su acogida es amplia y su información es variada, según Arturo Montúfar. “Estas páginas no están dentro de lo que son las comunidades y hay que hacer una diferencia, las comunidades también tienen noticias, pero se enfocan más en abrir foros o funcionar como intermediarias para comunicarse con otras *gamers* de diferentes países”. (Montúfar, A., entrevista personal, 29 de febrero de 2015).

Línea Cero es un portal en el que se publican artículos realizados por *gamers* y por quienes han conformado la página. Se definen como un equipo ecuatoriano de especialistas en hardware “para entusiastas, *power users* y videojugadores”. Cuenta con 3.711 fans en Facebook, hasta el 28 de febrero de 2015.

*“Nuestro objetivo es ayudar a los usuarios finales y consumidores, de este entorno, a escoger, conseguir y configurar los equipos ideales para sus necesidades, así como informar sobre las nuevas tecnologías y tendencias en este ámbito. Línea Cero no es una empresa, es un equipo de expertos en el ámbito de Hardware y Overclocking”.*  
([www.lineacero.org](http://www.lineacero.org), s.f.)

MOBASLA es el portal web manejado por Fernando Ruíz, alias *Shasko*, *gamer* desde los dos años de edad. Fernando se autodenomina como un tipo de periodista o comunicador de videojuegos a través de su página, de la cual vive y mantiene su trabajo. Es un portal exclusivamente de juegos PC MOBAS, es decir, de los juegos Multijugador en línea o Multiplayer Online Battle Arena, por sus siglas en inglés.

En esta página se comunica noticias acerca de juegos como WoW y LoL y eventos o *streams* realizados por *Shasko*. La página cuenta con 1.799 fans en Facebook, 3.292 seguidores en Twitter, 34.345 suscriptores en YouTube y 602 seguidores en Google+, hasta el 28 de febrero de 2015.

*Ecuagamers* es considerada una comunidad *gamer*, sin embargo, también forma parte de uno de los medios de comunicación, “no tradicionales”, más grandes del Ecuador. Cuenta con 3.105 fans en Facebook, 30 seguidores en Instagram, cinco suscriptores en YouTube, 30 seguidores en Google+ y 2.053 seguidores en Twitter, hasta el 28 de febrero de 2015.

*“Ecuagamers.com nace como una comunidad de videojugadores del Ecuador. Reúne los acontecimientos más importantes de este ámbito, en especial, lo que más llama la atención en Ecuador. Todo lo que sucede en el mundo de los videojuegos dentro del país, lo encontrarás aquí”.*  
([www.ecuagamers.com](http://www.ecuagamers.com), s.f.)

*Master Gamer* es concebido como otro de los medios de comunicación no convencionales en Ecuador, con sede en Quito. Es un sitio que informa acerca de acontecimientos y eventos que se realizarán en el país, así como también de noticias *gamer* a nivel mundial. Cuenta, hasta el 28 de febrero de 2015, con 1.229 seguidores en Twitter y 1.870 fans en Facebook.

*“Master Gamer Ecuador es un proyecto concebido como el primer punto de reunión de jugadores de videojuegos deportivos en el Ecuador. Creamos espacios de entretenimiento relacionados con todas las disciplinas deportivas basados en la interacción entre varias personas a través de los distintos aparatos electrónicos: Play Station 2 y 3, Xbox360, Nintendo Wii, PC, PSP, etc. Somos la primera empresa dedicada a organizar torneos para descubrir a los mejores gamers deportivos o el Master Gamer del Ecuador”.* ([www.mastergamer.ec](http://www.mastergamer.ec), s.f.)

La página destaca que la marca *Master Gamer* pertenece a *Kingmo Int S.A.*, que es una agencia de publicidad, marketing y eventos digitales. Asimismo, cuenta con el apoyo de *ECDeportes*, que es una página web que abarca información y noticias de todas las disciplinas deportivas, con aproximadamente 20.000 visitas al mes.

Es así que, los medios de comunicación tradicionales han abarcado espacios de información de este tipo, muy escasos. Por lo que, las comunidades de jugadores han sido los pioneros en la implementación de plataformas para que los *gamers* del país se mantengan informados de los eventos y sucesos que acontecen en Ecuador. Por otra parte, hay que tomar en cuenta que los videojuegos también pueden ser considerados como un medio de comunicación en sí, como se afirma en el portal de noticias cubadebate.cu:

*“En el recién finalizado VII Encuentro Internacional de investigadores y estudiosos de la información ICOM 2013, celebrado en La Habana, el investigador mexicano David Cuenca aseguró que los videojuegos son un medio de información colectiva, con un alto impacto en la educación y apropiación cultural de niños y adolescentes” (www.cubadebate.cu, s.f.)*

#### **4.2. La irrupción de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la construcción de nuevos productos comunicacionales en *WoW* y *LoL*.**

Los videojuegos se han convertido en una nueva forma de comunicación debido a que por medio de éstos, los *gamers* se han podido mantener en constante comunicación. Hay que tomar en cuenta que también han llegado a formar parte de las Tecnologías de la Información y Comunicación preparando a quienes son usuarios, para las nuevas generaciones ya que éstos, se encuentran formados por estas tecnologías. “Los videojugadores, en ese sentido, por tanto pueden adquirir una alfabetización audiovisual en torno a la presentación y formato de los contenidos, lo que también facilita actuar con otro tipo de artefactos tecnológicos semejantes”. (Cuenca, 2013, p. 2).

*“Los juegos de video han sido abordados de manera internacional dentro del ámbito de la comunicación por algunos reconocidos investigadores, expertos en Tecnologías de la Información y la Comunicación, quienes consideran a esta tecnología interactiva como un medio de*

*comunicación debido principalmente a que se trata de un producto o dispositivo cultural capaz de corresponder a un determinado contexto, sociedad y fines". (Levis en Cuenca, 1997, p.3)*

Asimismo, se puede decir que los juegos de video han llegado a ser parte de una sociedad del conocimiento que se encuentra en un constante avance en lo que a tecnología se refiere. "Los juegos electrónicos de video han sido también definidos por sus contenidos, es decir, por las identidades y por las narrativas que se incluyen en ellos". (Esnaola en Cuenca, 2006, p.4).

A los videojuegos también se los ha concebido científicamente por sus posibles contribuciones para que las relaciones sociales mejoren debido a que pueden hacer que varias personas que se encuentran distanciadas, se unan a través de la potenciación o creación de redes sociales, como los explica Cueva:

*"Dentro de las narrativas del videojuego las fronteras se diluyen ya que aparentan espacios reales distorsionados, alterados o deformados intencionalmente, sin embargo, múltiples utopías parecen concretarse o materializarse de manera audiovisual. Son por tanto un espacio de ensayo o simulacro de posibilidades y percepciones subjetivas, de posibilidad de concreción de mitologías, utopías, tramas, etc. Son una ventana real ante la vida carente de intensidades que presenta la monotonía de actividades. Son, también, una puerta abierta a un mundo diferente que no se tiene cotidianamente". (King en Cueva, 2002, p.5)*

En el campo comunicacional de los *gamers*, el uso de redes sociales, pertenecientes al las Tecnologías de la Información y Comunicación, se han convertido en los principales medios por los cuales las comunidades han podido surgir y hacer conocer sus productos o noticias. En el caso de las comunidades como *World of Warcraft* o *League of Legends*, las redes sociales y la utilización del internet ha sido de mucho utilidad para comenzar a difundir sus contenidos. "En *WoW*, la creación de comunidades tuvieron mucha

apertura por el uso y el manejo que le dimos a Facebook por ejemplo, de ahí la apertura de las páginas web fueron un plus y son más específicas, pero sin redes como *Facebook, YouTube o Twitch* nos ayudaron mucho”. (Álvarez, entrevista personal, 28 de febrero de 2015).

Para la comunidad de *League of Legends*, las redes sociales también han sido el mejor medio de comunicación para sus miembros. “Nos hemos organizado por redes sociales, por las mismas que pocos medios nos han podido contactar, de hecho las redes sociales y el internet han sido los ámbitos por los que más apertura hemos tenido para tratar de darnos a conocer”. (Kicelitsa, B., entrevista personal, 28 de febrero de 2015).

*“Los videojuegos en las redes sociales son la combinación de una evolución paralela, por un lado el desarrollo del entretenimiento y las interfaces interactivas y, por otro, la evolución de los nuevos medios de comunicación, con Internet a la cabeza. Pasando por el correo electrónico y desarrollándose en múltiples direcciones, parece que las redes sociales se han convertido en el actual estándar de comunicación social, no solo en entornos grupales, sino de transmisión de información masiva de un modo viral. Una estructura no jerarquizada que ha conseguido atraer a más de 600 millones de usuarios y, con ellos, un enorme negocio. Como otros tantos, el videojuego se adentra en estos sites, un entorno que le es natural en un principio, recogiendo los frutos de los juegos multijugador masivos, pero pronto se enriquece adaptándose al medio y creando nuestras estructuras comunicacionales adecuadas a una nueva y desconocida situación”. (Revuelta y Sáenz, 2012, p.157).*

A nivel mundial, la única revista que *World of Warcraft* ha desarrollado ha llegado a tener tan solo cinco ediciones debido a la poca apertura del mercado en general. Sus creadores: *Blizzard Entertainment y Future US*, quienes fueron los iniciadores de este medio se disculparon al no poder seguir con la emisión

de dichos productos debido a que prefieren “centrar” sus esfuerzos en otras áreas. *WoW* mundial en su página de Facebook ha llegado a los 6“197.631 fans, en Twitter a 42 mil seguidores y en YouTube a 41.061 suscriptores.

De la misma manera, en *League of Legends*, la creación de un medio exclusivo dentro de estas comunidades no ha sido posible, sin embargo, la irrupción de las Tecnologías de la Comunicación y de la Información como las redes sociales han sido de mucho provecho. *LoL* a nivel mundial, ha llegado a tener 1“169.723 fans en Facebook, 2 millones de seguidores en Twitter y 301.854 suscriptores en YouTube.

Estas cifras destacan la apertura que dentro del internet a estas dos comunidades y es por ello que sus formas de comunicación han sido conocidas, sin embargo, miembros de *WoW* y *LoL*, rescatan la idea de seguir buscando más apoyo en sectores de la comunicación escrita, televisiva y radial. “Si es que hubiese la apertura y el apoyo necesario, no solo para sacar noticias, sino para hacer reportajes o más artículos acerca de nuestras comunidades, se estaría dando un paso gigante e incluyente en la sociedad ecuatoriana”. (Viteri, D., entrevista personal, 21 de febrero de 2015).

Cabe recalcar que dentro de la cultura *gamer*, ha sobresalido una red social en común, a más de las tradicionales. Se llama *Nosplay* y es considerada, a más de una comunidad, como una de las redes sociales para videojugadores, más grande. Según un artículo publicado en la revista *Muy Interesante*, ésta red se ha convertido en una herramienta alimentada por los usuarios para conocer sus opiniones sobre diferentes juegos de video.

*“(...) esta nueva red social permite valorar cada juego así como conocer las opiniones del resto de integrantes de la comunidad. En realidad, aparte de ser una red social, se trata de una herramienta alimentada en parte por los propios usuarios, a la que acceder en caso de necesitar una opinión sobre videojuegos. Y es que, como explican en*

*Nosplay.com, 'tus opiniones son el factor más importante de la comunidad'. Dentro de la red social el usuario puede encontrar noticias, opiniones, fichas informativas de cada juego, artículos, información sobre los establecimientos donde comprar los videojuegos, grupos, críticas, edad recomendada, etc. Para Nosplay, se trata de un proyecto 'por y para jugadores', donde, explican, 'tu opinión tiene el peso que merece'. De hecho, una de las consignas de sus creadores es 'nosotros jugamos, nosotros opinamos'. (www.muyinteresante.es, s.f.)*

## CAPÍTULO V

### 5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

#### 5.1. Objetivos de investigación:

##### 5.1.1. Objetivo general:

Visibilizar las prácticas sociales entre los miembros al interior de las comunidades *World of Warcraft* y *League o Legends* durante el periodo 2012-2013.

##### 5.1.2. Objetivos específicos

Establecer las particularidades del mundo *gamer* para determinar las interrelaciones que se generan.

Analizar las características de la cultura de los miembros de las comunidades *gamers* para el reconocimiento de su comportamiento dentro su entorno social.

Determinar las causas y consecuencias sociales de pertenecer a una comunidad *gamer*.

Analizar los productos comunicacionales que han surgido desde las comunidades *gamer* en Quito.

#### 5.2. Enfoques y tipos de estudio:

##### 5.2.1. Propósito

El propósito es la meta o finalidad que se persigue mediante la investigación de este proyecto. Es por esta razón que el principal propósito de esta

investigación fue dar información más próxima acerca de la cultura de los *gamers* en la sociedad. Se propuso informar, de una manera más detallada sobre cómo los videojuegos, en especial los juegos *online*, ayudan o no en el desempeño cotidiano de las personas que son consideradas videojugadoras.

## **5.2.2. Tipos de estudios o alcance**

Los tipos de estudio aplicados cuentan con la profundidad y el conocimiento actual del tema. Es por ello que dicha investigación utilizó los siguientes tipos de estudio.

### **5.2.2.1. Estudios exploratorios**

Se realiza un estudio exploratorio cuando existe muy poca información escrita relacionada con el tema. Permite que el investigador se familiarice con la temática. Su metodología es más flexible porque busca observar un fenómeno amplio y/o disperso. (Dancan, 1980, p.412).

Debido a que en Ecuador no existe un estudio o una investigación a fondo acerca del entorno social y las prácticas sociales de los miembros de las comunidades *gamers* y sus aficiones hacia los videojuegos, esta metodología permitió observar y conocer de mejor manera el comportamiento y el entorno de dichas personas.

Se ahondó en su comportamiento en general y se estudió el „fenómeno“ de su afición a los juegos. De esta manera, la información que se recabó, permitió conocer más de cerca la vida de los *gamers*.

### **5.2.2.2. Estudios correlacionales:**

Estos estudios analizan las relaciones y vínculos entre las variables de la investigación. También permiten descubrir el comportamiento de una variable

en relación a la otra, sin explicar el porqué. Este tipo de estudio necesita alcance descriptivo y explicativo. El descriptivo analiza las propiedades, manifestaciones y componentes de un fenómeno. Este tipo de estudio evalúa o mide aspectos, dimensiones o componentes de uno o varios fenómenos de investigación, para luego describirlos con detalle. (Hernández, 2008, pp. 60-62).

Con estos estudios, se detalló de una manera más cercana el entorno social de los *gamers*. Una de las aristas que también fue tomada en cuenta es la situación económica de cada miembro de las comunidades antes propuestas, para conocer el gasto que supone realizar esta actividad. De esta manera, se pudo conocer la influencia que esto tiene dentro de su entorno familiar. Por ejemplo, se pudo conocer mejor su actividad cotidiana y algunas anécdotas o vivencias por las que pasaron.

El explicativo se utiliza para investigar eventos físicos o sociales. Trata de explicar cómo se produce un fenómeno, bajo qué condiciones y las relaciones entre las variables. Intenta responder cómo se produce una causa - relación entre dos o más variables.

Uno de los eventos sociales que se pudo analizar dentro de esta investigación fue la organización de los torneos que se realizaron dentro de estas comunidades. El comportamiento y el lenguaje verbal y no verbal de los miembros cuando acudieron a estos torneos fue de gran interés al momento del estudio. Dichos eventos también tuvieron repercusiones en el entorno social de los jugadores, su manera de actuar antes, durante y después del juego llegaron a ser puntos que se explicaron más ampliamente.

### **5.2.3. Determinación de la población y selección de la muestra**

#### **5.2.3.1. Población**

La población es el conjunto de personas, instituciones, eventos, objetos, etc., que se encuentran involucrados en la investigación, relacionados a un

determinado fenómeno. Se trabajó con todos los miembros de las dos comunidades *gamers: World of Warcraft*, que cuenta con 305 personas y *League of Legends*, que tiene más de 800 miembros solamente en la ciudad de Quito. Estas comunidades comparten características específicas.

#### **5.2.3.2. Muestreo**

El muestreo es una herramienta que ayuda a definir el método pertinente de aproximación a la muestra de investigación. En el caso de esta investigación, el muestreo será no probabilístico por juicio. Según Julio Mejía Navarrete, en su texto “El muestreo en la investigación cualitativa”, el muestreo por juicio “es un procedimiento que consiste en la selección de las unidades a partir sólo de criterios conceptuales, de acuerdo a los principios de la representatividad estructural” (Mejía, 2000, p. 169).

#### **5.2.3.3. Muestra**

Es el conjunto representativo o parte de la población. Sus características deben tener criterios que permitan la mayor aproximación posible a la homogeneidad de la población seleccionada.

El punto de saturación permite definir el tamaño de la muestra cualitativa, el número de unidades elegidas dentro de ciertas condiciones metodológicas, y cuyos resultados representan al colectivo – objeto de estudio. Por ello, se tomaron 15 casos en cada comunidad, más los puntos de vista de expertos y de representantes de las comunidades.

#### **5.2.4. Método**

##### **5.2.4.1. Método inductivo**

Este método es el que parte de casos particulares para llegar a una inferencia general. A partir de la observación del comportamiento de los *gamers* y su

entorno social, tomando casos particulares de miembros de estas dos comunidades, se llegó a las conclusiones generales.

#### **5.2.4.2. Método de observación**

Este método realiza la observación mediante un procedimiento que toma en cuenta la participación del observado, el observador, el ambiente y los medios de observación. Percibe, de manera deliberada, rasgos específicos de un objeto o sujeto en particular. En este caso, los observados fueron los miembros de las comunidades antes citadas. De esta forma, se pudo conocer más naturalmente el comportamiento, tanto particular como grupal, de los jugadores de video, dentro y fuera de su comunidad.

#### **5.2.5. Enfoque metodológico**

Un enfoque metodológico permite conocer el punto de vista con el que el investigador realizará el proceso. “Todo trabajo de investigación debe sustentar un enfoque, sea este cualitativo, cuantitativo o mixto (multimodal)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.4).

Por esta razón, esta investigación tuvo un enfoque mixto o multimodal, es decir, cualicuantitativo. En este tipo de método “se utilizan las fortalezas de los dos enfoques. Es un conjunto de procesos de investigación, recolección y análisis integrado y una discusión, para inferir los resultados de la investigación y lograr un entendimiento profundo del problema”. (Hernández, 2010).

El método cualitativo busca identificar la naturaleza profunda del problema, los sistemas de relaciones y estructuras dinámicas de una realidad determinada, por medio del reconocimiento de hechos, procesos, involucrados y estructuras, por esta razón, se dice que este enfoque es un todo integrado (Taylor y Bodgan, 1986).

Así, en este proyecto, el método fue cualitativo porque se propuso realizar una investigación acerca de dos comunidades *gamers*. En las investigaciones realizadas previamente se tomó en cuenta la idea de que “los jugadores de videojuegos son personas introvertidas o que forman amistades lúdicas, relaciones superficiales y lejanas” (Valleur y Matysiak, 2005, p.170). De la misma manera, hay estudios que han demostrado que estas personas “son las que mejores habilidades desarrollan y las que más capacidades motrices tienen” (Litwin, 2005, p.117). Sobre estos dos aspectos se ahondó mejor en la realidad de los *gamers* quiteños y su entorno social. Se utilizó también la observación participante para conocer las relaciones que se generaron al interior de las comunidades, para ello se llevó un diario de campo con categorías establecidas desde la teoría.

En cuanto al método cuantitativo, es el que busca la explicación de una realidad externa y objetiva, obtener indicadores que permitan generalizar los resultados (Galeano, 2004, p.24). Se utilizó la observación simple para identificar tiempos de juego, número de jugadores, número de miembros de las comunidades que se reúnen *online*, a través de ficha de observación.

#### **5.2.6. Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación son estructuras que permiten organizar la investigación. Existen dos tipos de técnicas, las mismas que fueron utilizadas en este proyecto. La primera es la técnica documental, la misma que recopiló información para exponer las teorías que sustentan la investigación y sus procesos. Con anterioridad fueron consultados diferentes textos que permitieron también la sustentación del tema. En un inicio fueron utilizados 20 textos, entre artículos de revistas científicas, libros acerca de los videojuegos y juegos *online* y estudios de universidades extranjeras acerca del mismo tema. También se utilizó la técnica de campo, la cual acercó al investigador a un contacto directo con el objeto de estudio. Se recopilaron testimonios, confrontaron prácticas y teorías para buscar un resultado objetivo. Asimismo,

los estudios etnográficos y la observación sirvieron también para conocer más de cerca la verdadera situación social de los *gamers* quiteños.

### **5.3. Herramientas de investigación**

#### **5.3.1. Encuestas usuarios**

Para la elaboración de las encuestas, se ha seguido una serie de criterios: el cumplimiento de los objetivos de esta investigación y el uso de bibliografía especializada de Gabriela Estrella.

El procedimiento para la elaboración de preguntas es el siguiente: en primer lugar, se ha redactado una primera opción de las preguntas a partir de la bibliografía y de los objetivos; en segundo lugar, se ha contrastado esta primera versión de las preguntas con una experta (Grace Zurita). A continuación, se han seleccionado los juegos en la encuesta a partir de *rankings* y de frecuencia de uso extraídos de sitios web *gamers* (WOW, LOL, Línea Cero, etc.) y a partir de criterios de algunos usuarios identificados como los de mayor trayectoria en Ecuador (Fernando Ruíz, David Álvarez, Boris Kicelitza, Arturo Montúfar, entre otros); finalmente, en una segunda y última versión, se han implementado los criterios de los expertos tanto de los usuarios como de los expertos y se ha entrevistado a la muestra seleccionada.

#### **5.3.2. Entrevistas expertos**

Se ha elaborado un pequeño perfil de los entrevistados con el objetivo de conocer su trabajo. El objetivo de estas entrevistas es contrastar la teoría y arrojar un marco teórico con voces expertas.

Los profesionales escogidos han sido seleccionados para contrastar su opinión en los diferentes ámbitos (social, psicológico y educativo) a fin de entender los comportamientos sociales de los *gamers*.

## CAPÍTULO VI

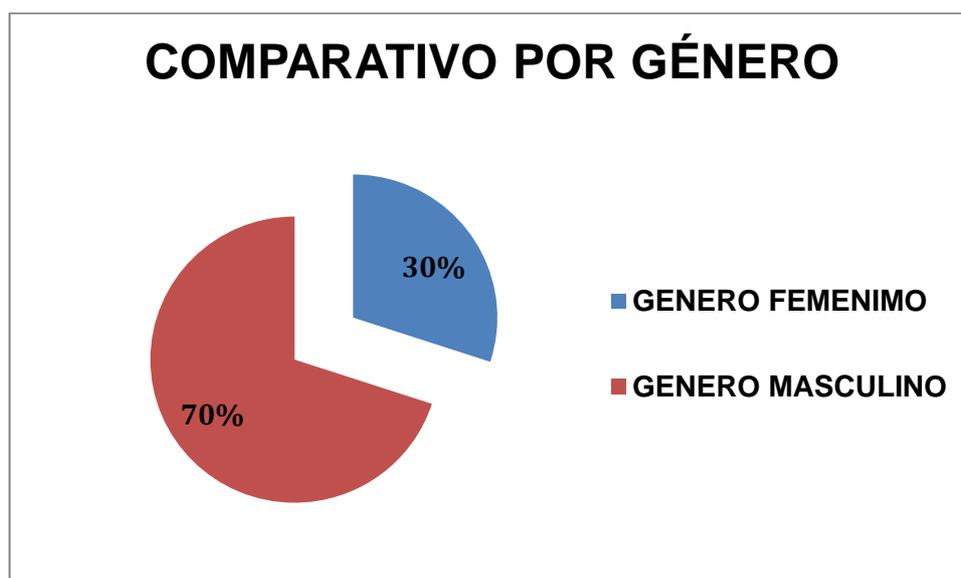
### 6. ANÁLISIS DE DATOS

#### 6.1. Análisis Cuantitativo

Encuesta aplicada a *gamers* de comunidades quiteñas como *League of Legends* y *World of Warcraft*.

**Cuadro comparativo acerca de género de personas que llenaron las encuestas:**

GÉNERO	
FEMENINO	MASCULINO
9	21

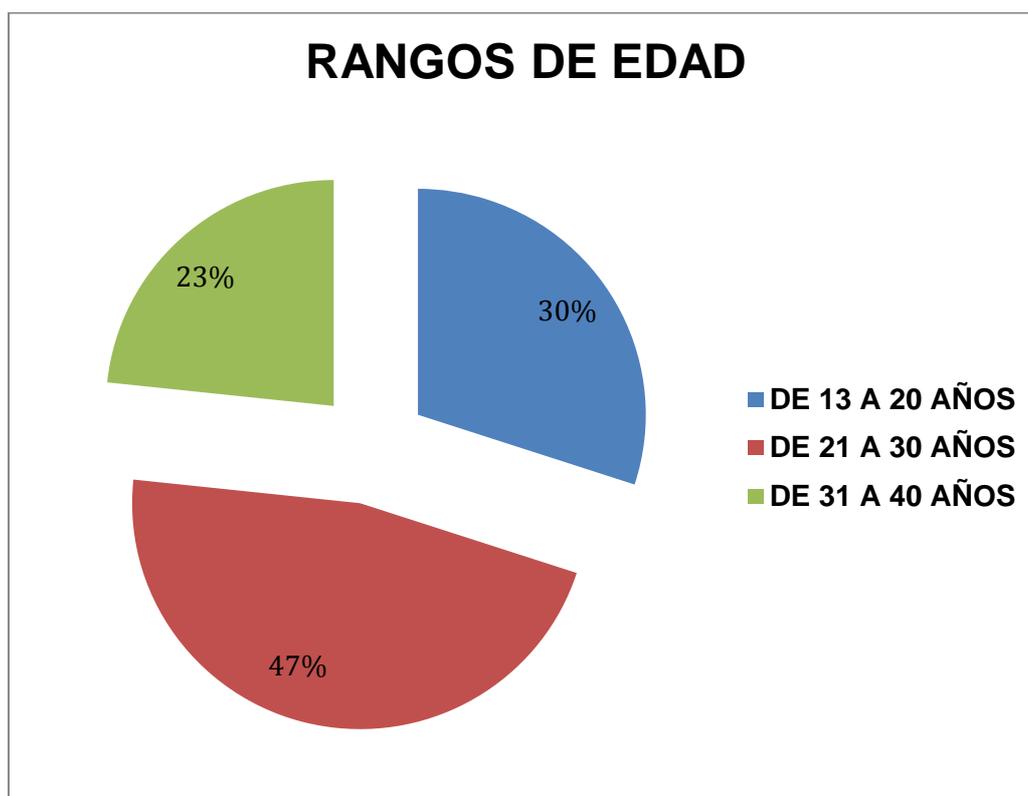


El resultado de la encuesta aplicada a 30 videojugadores, tuvo como resultado, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro comparativo por género, que un 30% son mujeres gamers, mientras que un 70% son varones.

Este resultado demuestra que hay una presencia mayoritaria de hombres, más que de mujeres, en las comunidades *gamer* en la ciudad de Quito. Sin embargo, de acuerdo a las entrevistas realizadas, la presencia de mujeres va en aumento debido a existe más interés en estos temas por parte de quienes están cercanas al desarrollo y ejecución de juegos de video.

**Cuadro comparativo acerca de rango de edad de personas que llenaron las encuestas:**

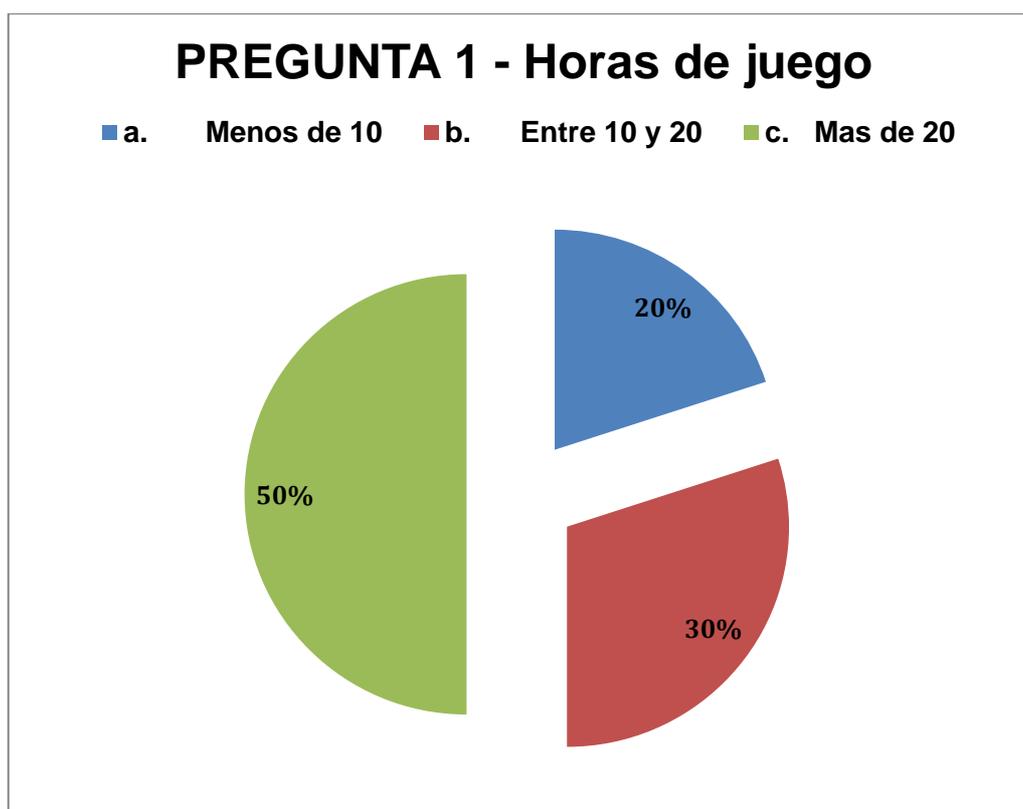
<b>RANGOS DE EDAD</b>	
DE 13 A 20 AÑOS	9
DE 21 A 30 AÑOS	14
DE 31 A 40 AÑOS	7



Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro de rangos de edad, el 23% de ellos son personas que van desde los 31 a 40 años; el 30%, de 13 a 20 años y el 47% se encuentra entre los 21 a 30 años de edad. Este resultado demuestra que la mayoría de *gamers* de estas comunidades se encuentran en un rango de edad de entre los 21 a 30 años.

**Pregunta 1: ¿Cuántas horas a la semana destinas a jugar?**

OPCIONES	PREGUNTA 1
a. Menos de 10	6
b. Entre 10 y 20	9
c. Más de 20	15

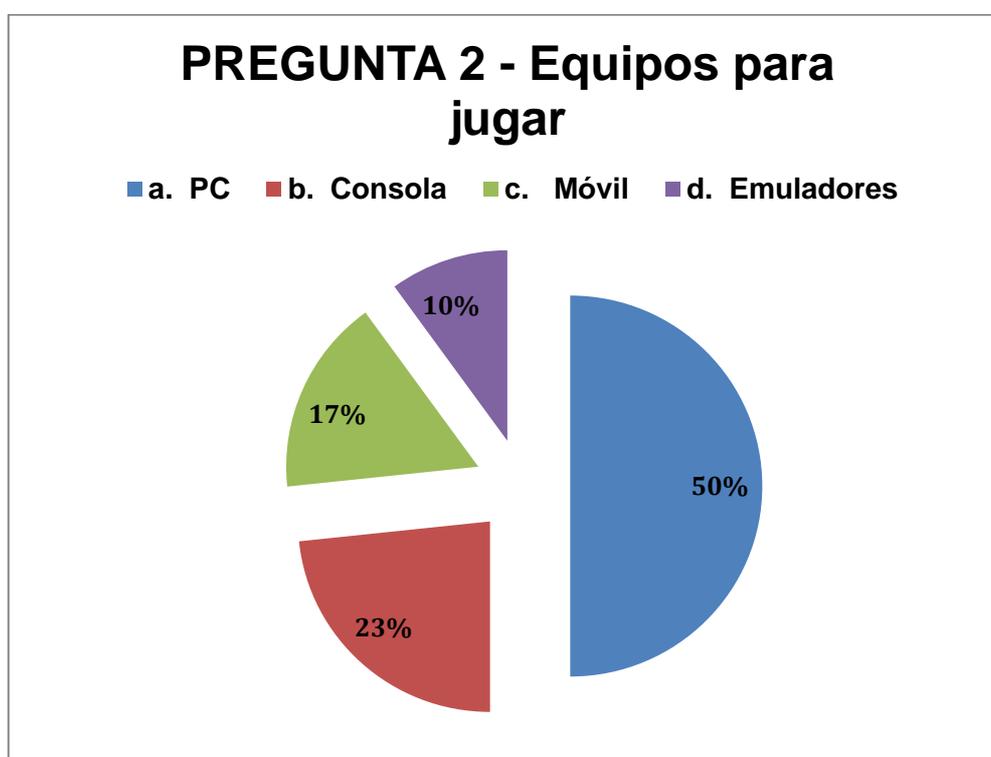


Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro de horas de juego, el 20% de ellos afirmaron que destinan menos de 10 horas para jugar, mientras que un 30% asegura que utilizan entre 10 y 20 horas. Un 50% dijo que las horas que juegan videojuegos son más de 20.

Esto demuestra que la mayoría de *gamers* entrevistados utilizan más de 20 horas a la semana para jugar videojuegos.

**Pregunta 2: ¿Qué equipo utilizas más para jugar?**

OPCIONES	PREGUNTA 2
a. PC	15
b. Consola	7
c. Móvil	5
d. Emuladores	3

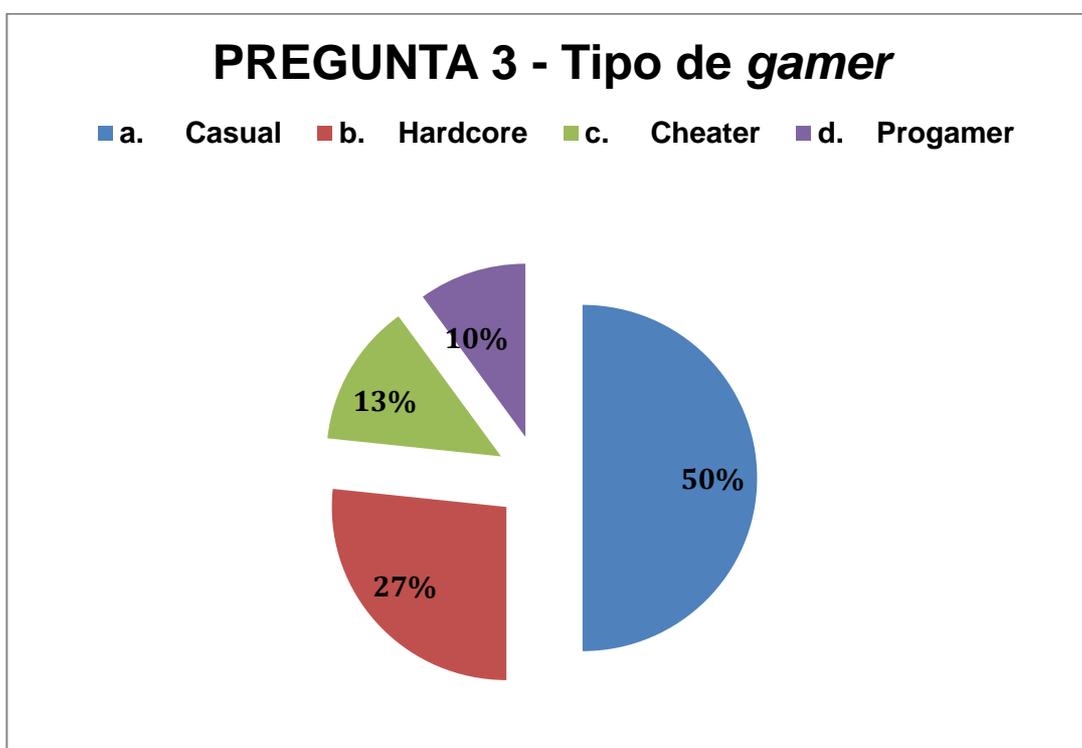


Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los equipos más utilizados para jugar, apenas el 10% afirmó que utilizan emuladores para sus juegos. El 17% juega a través de su móvil, el 23% mediante una consola y el 50% en una PC.

Estos resultados demuestran que la mayor parte de *gamers* utilizan sus computadoras para jugar a videojuegos, en comparación con el uso de emuladores, consolas y móviles.

**Pregunta 3: ¿Qué tipo de *gamer* te consideras?**

OPCIONES	PREGUNTA 3
a. Casual	15
b. Hardcore	8
c. Cheater	4
d. Progamer	3

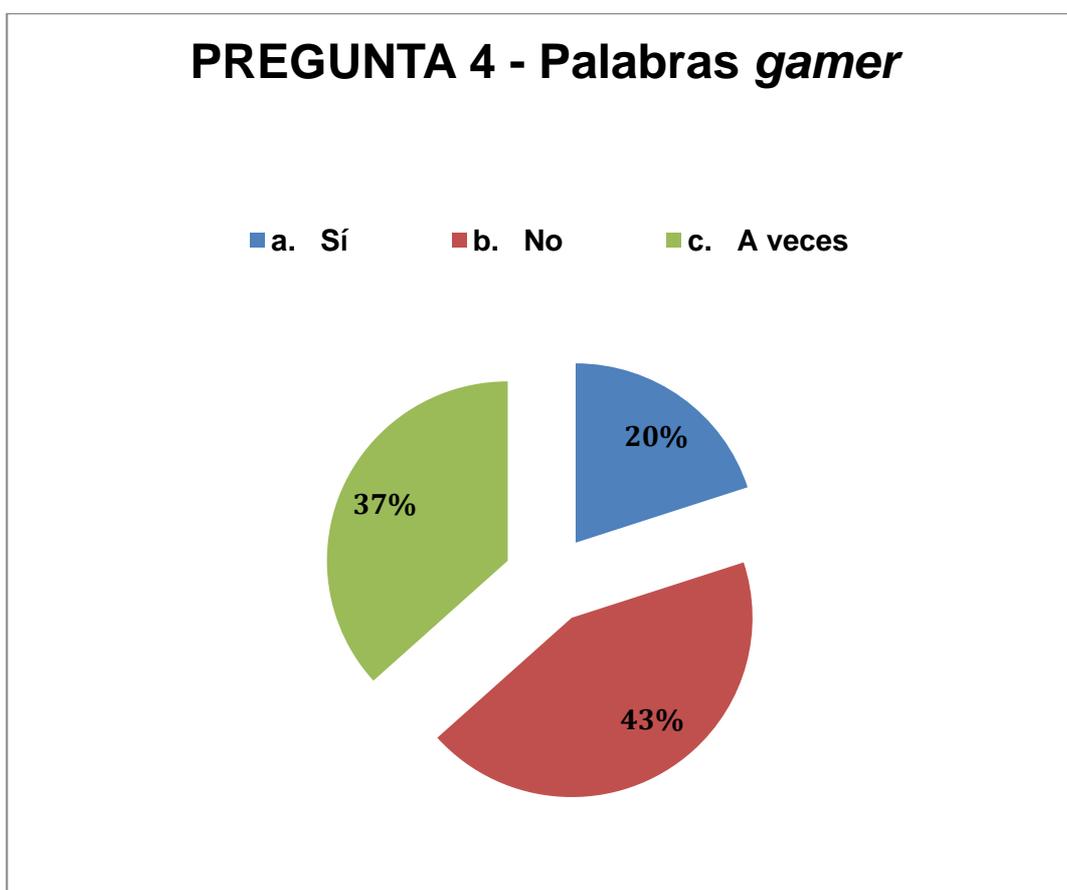


Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre el tipo de *gamer*, se puede observar que un 10% de jugadores se consideraron *gamers programer*, un 13% *cheater*, un 27% *hardcore* y un 50% *casual*.

Esto demuestra que la mayoría de videojugadores entrevistados se denominan a sí mismos como *gamers casuales*.

**Pregunta 4: ¿Utilizas términos o palabras *gamer* con frecuencia?**

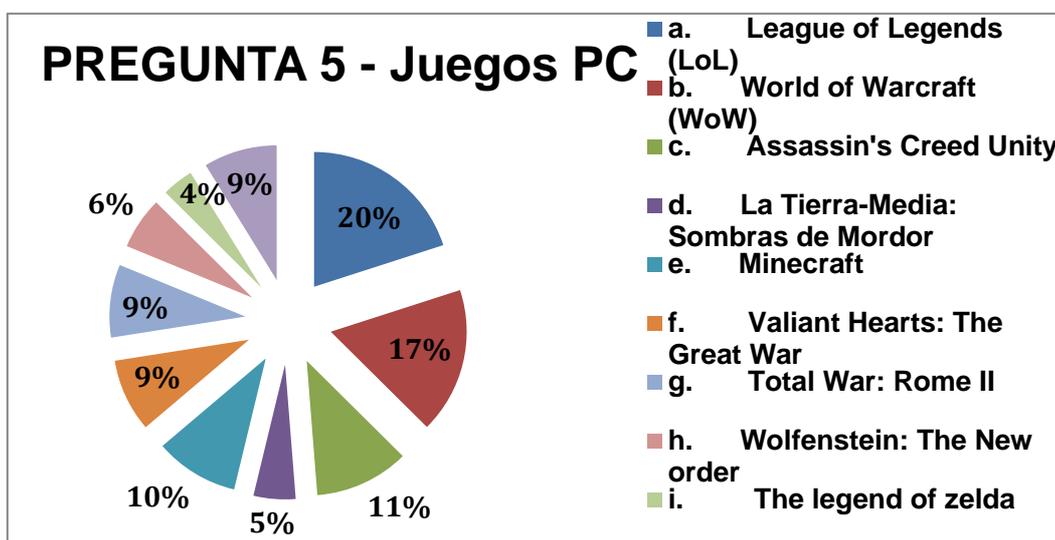
OPCIONES	PREGUNTA 4
a. Sí	6
b. No	13
c. A veces	11



Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre las palabras *gamer*, el 20% dijo utilizar términos o palabras *gamer* con frecuencia, mientras que otro 37% consideró utilizarlas a veces. Un 43% aseveró que no las usa con frecuencia.

**Pregunta 5: ¿Qué videojuego PC prefieres? Subraya tu respuesta. (Lista de videojuegos con mayor usabilidad, según portales gamer)**

OPCIONES	PREGUNTA 6
a. <i>League of Legends (LoL)</i>	16
b. <i>World of Warcraft (WoW)</i>	14
c. <i>Assassin's Creed Unity</i>	9
d. <i>La Tierra-Media: Sombras de Mordor</i>	4
e. <i>Minecraft</i>	8
f. <i>Valiant Hearts: The Great War</i>	7
g. <i>Total War: Rome II</i>	7
h. <i>Wolfenstein: The New order</i>	5
i. <i>The legend of zelda</i>	3
j. <i>DOTA 2</i>	7



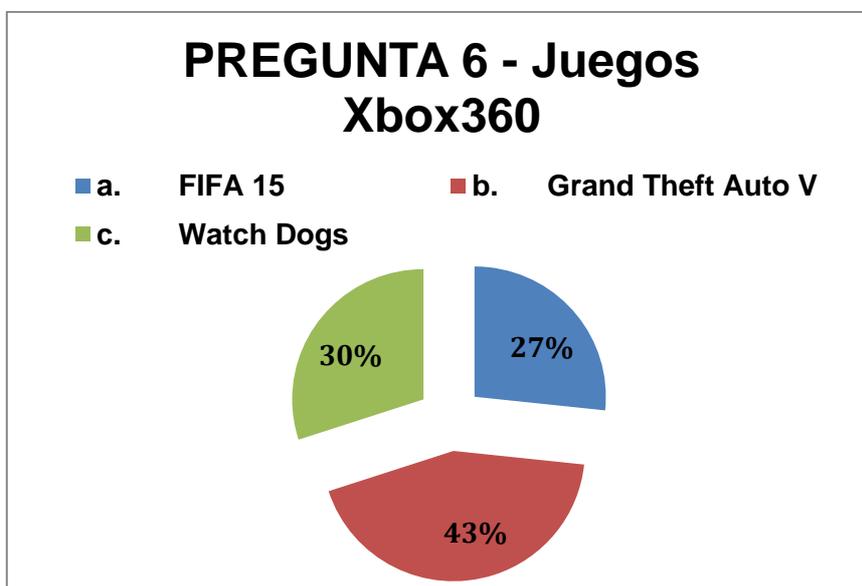
Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los videojuegos de PC que prefieren los jugadores, el 4% manifestó que su juego de PC favorito es *The Legend of Zelda*; un 6%, *Wolfenstein: The new order*, un 9%, *Valiant Hearts: The Great*

*War*, así como también *Total War: Rome II* y *DOTA 2*. Un 5% dijo que su preferencia va enfocada al juego *La Tierra-Media: Sombras de Mordor*, un 10% a *Minecraft*, un 11% a *Assassin's Creed Unity*, un 17% a *World of Warcraft (WoW)* y un 20% a *League of Legends (LoL)*.

Lo que demuestra el gráfico anterior es que *LoL* y *WoW*, son los que mayor número de preferencia tiene dentro de las comunidades *gamer*.

**Pregunta 6: ¿Qué videojuego de consola Xbox360 prefieres? (Xbox360)**

OPCIONES	PREGUNTA 6
a. <i>FIFA 15</i>	8
b. <i>Grand Theft Auto V</i>	13
c. <i>Watch Dogs</i>	9

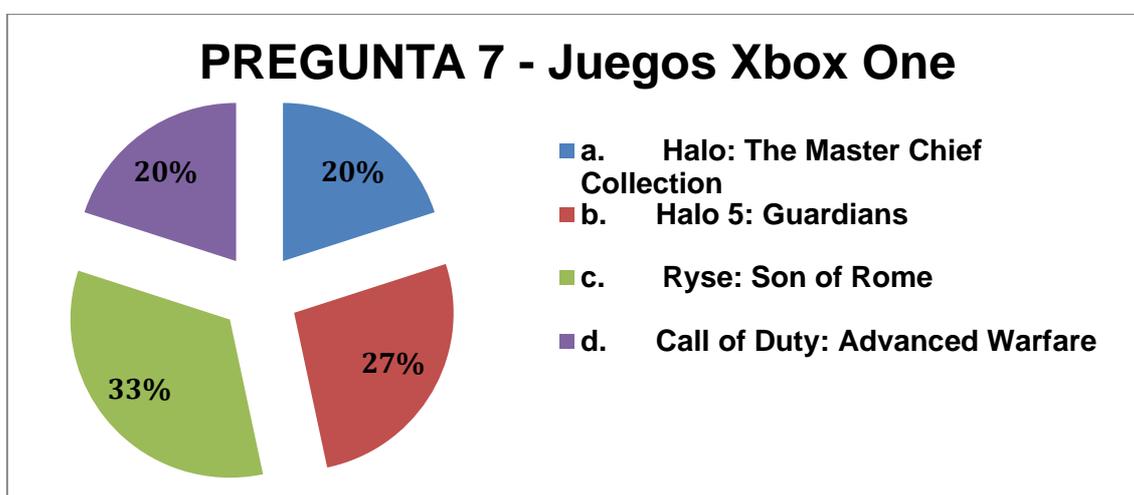


Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para Xbox360, el 27% indicó que su juego de consola Xbox360 preferido es *FIFA 15*, el 30% dijo que era *Watch Dogs* y el 43% *Grand Theft Auto V*.

Lo que quiere decir que la mayoría de *gamers* prefiere el juego *Grand Theft Auto V* para Xbox360.

**Pregunta 7: ¿Qué videojuego de consola Xbox One prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 7
a. <i>Halo: The Master Chief Collection</i>	6
b. <i>Halo 5: Guardians</i>	8
c. <i>Ryse: Son of Rome</i>	10
d. <i>Call of Duty: Advanced Warfare</i>	6

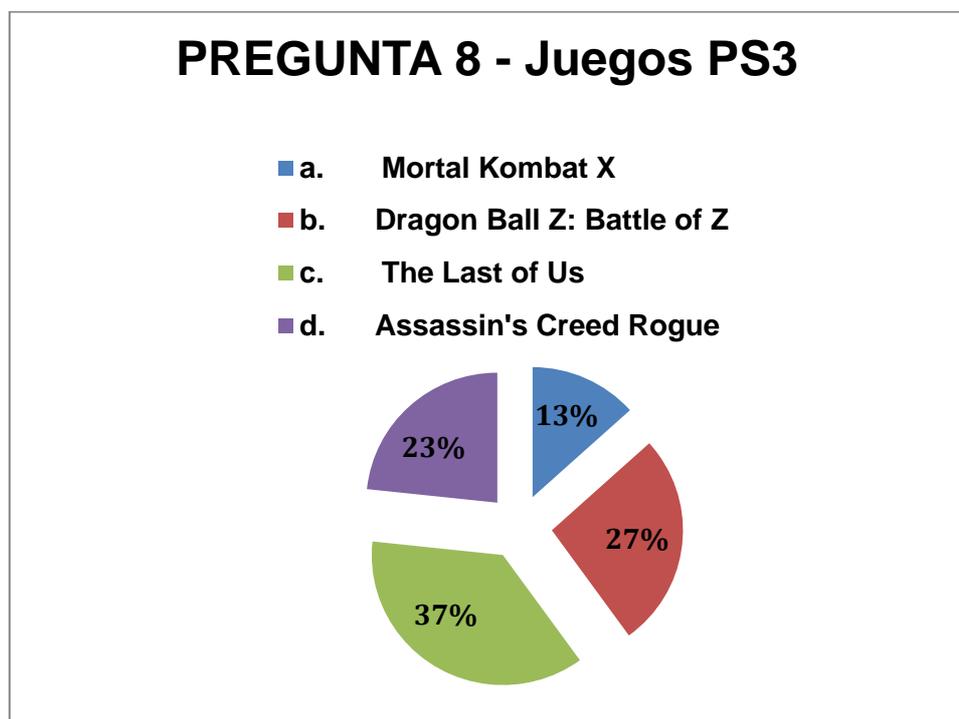


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos de Xbox One, el 20% prefiere *Halo: The Master Chief Collections*, al igual que *Call of Duty: Advanced Warfare* con otro 20%, para consolas Xbox One, mientras que un 27% prefiere *Halo 5: Guardians* y un 33% *Ryse: Son on Rome*.

Esto significa que la mayoría de *gamers* tiene entre sus preferencias al videojuego *Ryse: Son of Rome* para la consola Xbox One.

**Pregunta 8: ¿Qué videojuego de consola PS3 prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 8
a. <i>Mortal Kombat X</i>	4
b. <i>Dragon Ball Z: Battle of Z</i>	8
c. <i>The Last of Us</i>	11
d. <i>Assassin's Creed Rogue</i>	7

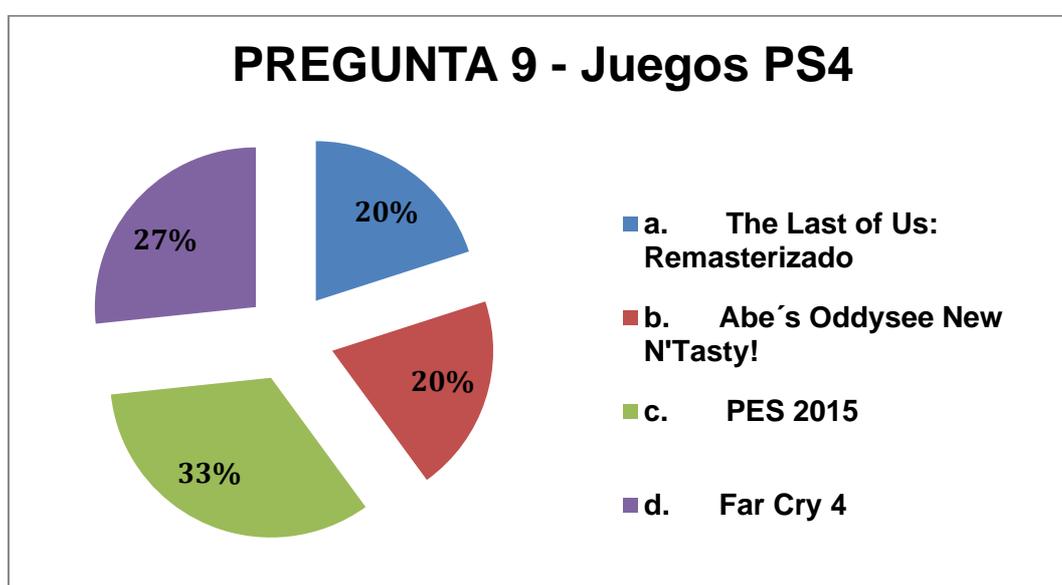


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para Play Station 3; el 13% señaló que su juego preferido para consola Play Station 3 es *Mortal Kombat X*, *Assassin's Creed Rogue* para el 23%, para el 27% *Dragon Ball Z: Battle of Z* y para el 37%, *The Last of Us*.

Lo que quiere decir que *The Last of Us* es el juego favorito para consola PS3 para los *gamers*.

**Pregunta 9: ¿Qué videojuego de consola PS4 prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 9
a. <i>The Last of Us: Remasterizado</i>	6
b. <i>Abe´s Oddyssey New N'Tasty!</i>	6
c. <i>PES 2015</i>	10
d. <i>Far Cry 4</i>	8

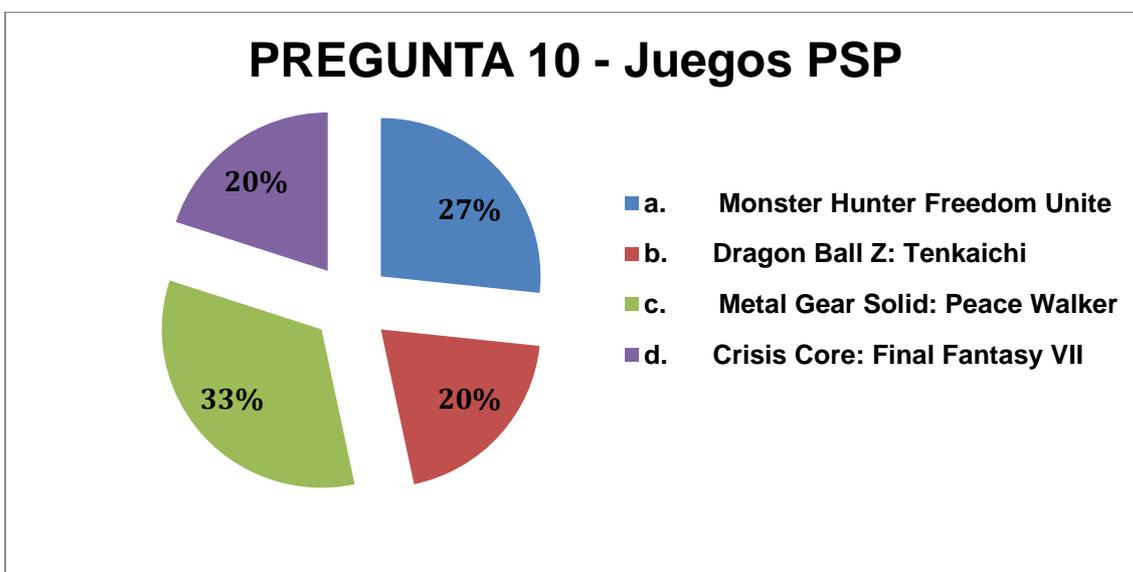


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para Play Station 4; el 20% de ellos mencionaron que *The Last of Us: Remasterizado*, así como también *Abe´s Oddyssey New N'Tasty!* son sus favoritos para la consola Play Station 4, mientras que un 27% comentó que su preferido es *Far Cry 4* y un 33%, PES 2015.

Este resultado demuestra que, PES 2015 es el juego con más preferencia para PS4 para los *gamers*.

**Pregunta 10: ¿Qué videojuego de consola PSP prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 10
a. <i>Monster Hunter Freedom Unite</i>	8
b. <i>Dragon Ball Z: Tenkaichi</i>	6
c. <i>Metal Gear Solid: Peace Walker</i>	10
d. <i>Crisis Core: Final Fantasy VII</i>	6

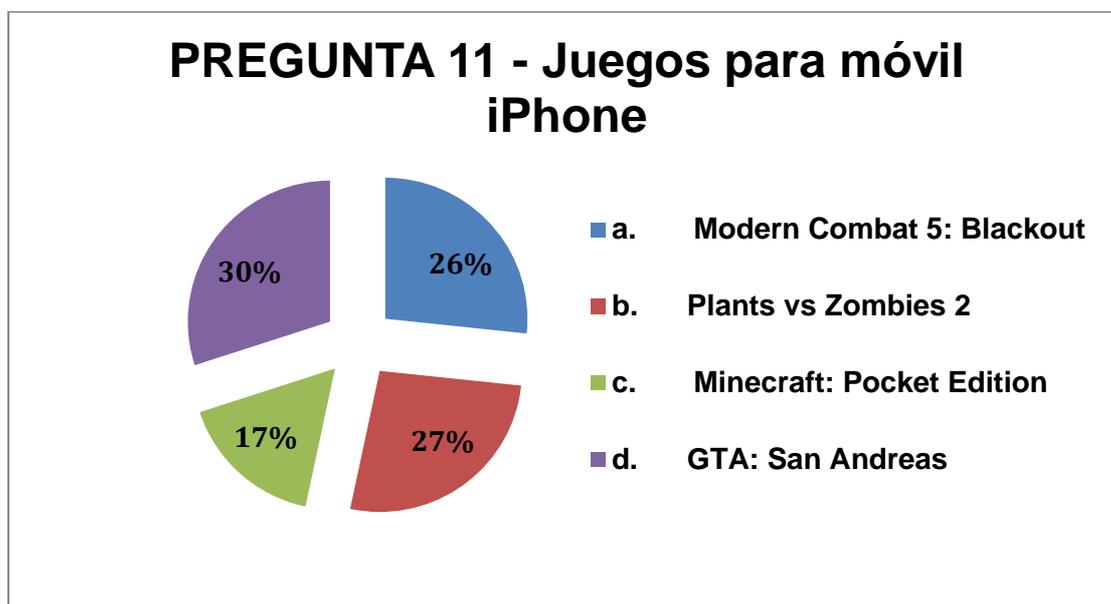


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para Play Station Portable (PSP); el 20% acotó que su videojuego favorito para la consola PSP es *Crisis Cores: Final Fantasy VII*, al igual que *Dragon Ball Z: Tenkaichi*; un 27%, *Monster Hunter Freedom Unite* y un 33%, *Metal Gear Solid: Peace Walker*.

Este resultado significa que la mayoría de jugadores prefieren *Metal Gear Solid: Peace Walker* para la consola PSP.

**Pregunta 11: ¿Qué videojuego para móvil iPhone prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 11
a. <i>Modern Combat 5: Blackout</i>	8
b. <i>Plants vs Zombies 2</i>	8
c. <i>Minecraft: Pocket Edition</i>	5
d. <i>GTA: San Andreas</i>	9

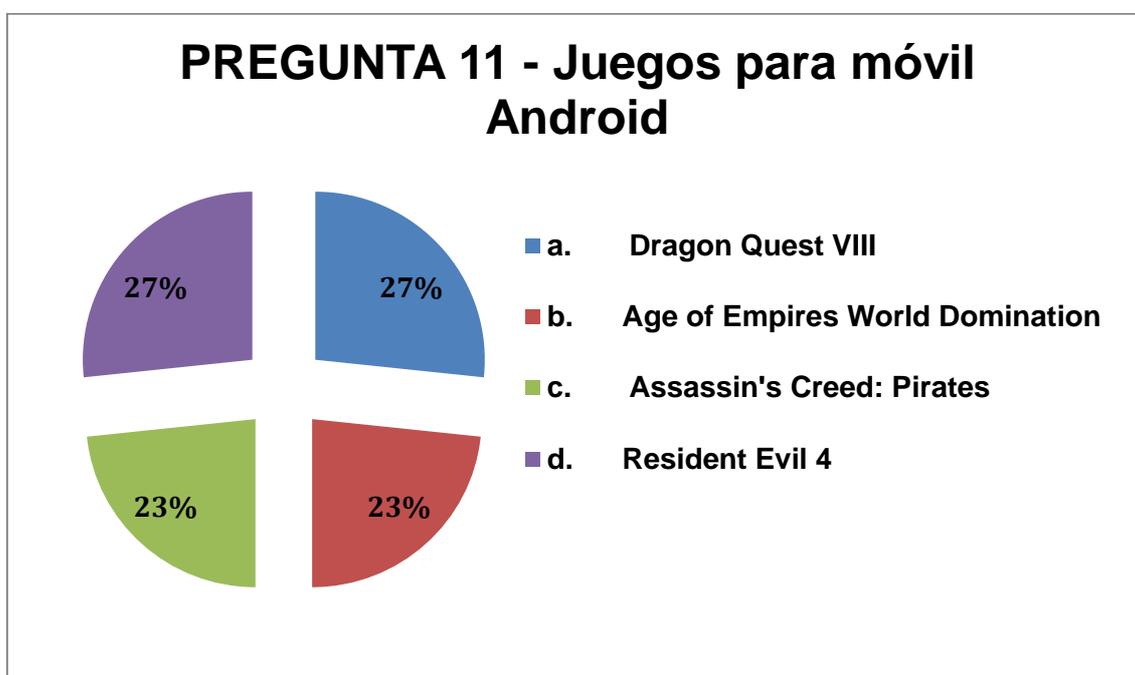


Según la encuesta aplicada a 30 jugadores de videojuegos, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para móviles, en este caso, para iPhone; el 17% de ellos aseveraron que *Minecraft: Pocket Edition* es su favorito para móvil iPhone, el 26%, *Modern Combat 5: Blackout*, el 27% *Plants vs. Zombies 2* y el 30% *GTA: San Andreas*.

Lo que quiere decir que, para los jugadores en móvil iPhone, *GTA: San Andreas* tiene mayor número de jugadores que lo prefieren.

**Pregunta 12: ¿Qué videojuego para móvil Android prefieres?**

OPCIONES	PREGUNTA 12
a. <i>Dragon Quest VIII</i>	8
b. <i>Age of Empires World Domination</i>	7
c. <i>Assassin's Creed: Pirates</i>	7
d. <i>Resident Evil 4</i>	8

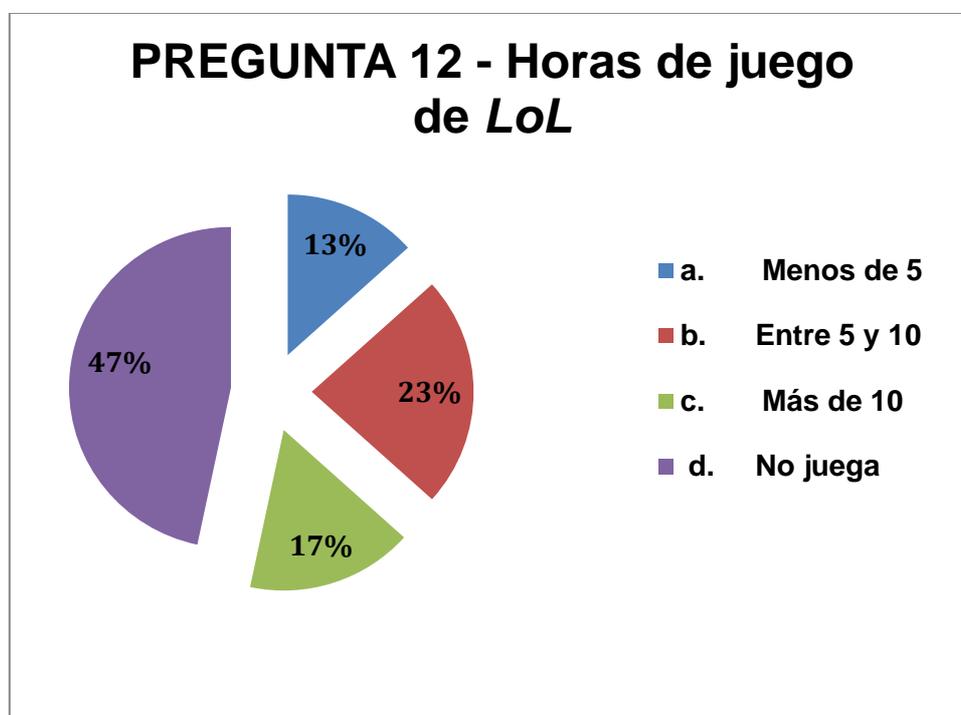


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre los juegos que prefieren para móviles, en este caso, para Android; el 27% que prefieren *Dragon Quest VIII* y *Resident Evil 4*, afirmaron preferirlos para móvil Android, mientras que el 23% prefiere *Assassin's Creed: Pirates* y *Age of Empires World Domination*.

Esto quiere decir que, para móvil Android, *Dragon Quest VIII* y *Resident Evil 4*, son los juegos preferidos por los jugadores.

**Pregunta 13: ¿Cuántas horas al día juegas a *LoL*? (pregunta solo para comunidad de *League of Legends*)**

OPCIONES	PREGUNTA 13
a. Menos de 5	4
b. Entre 5 y 10	7
c. Más de 10	5
d. No juega	14

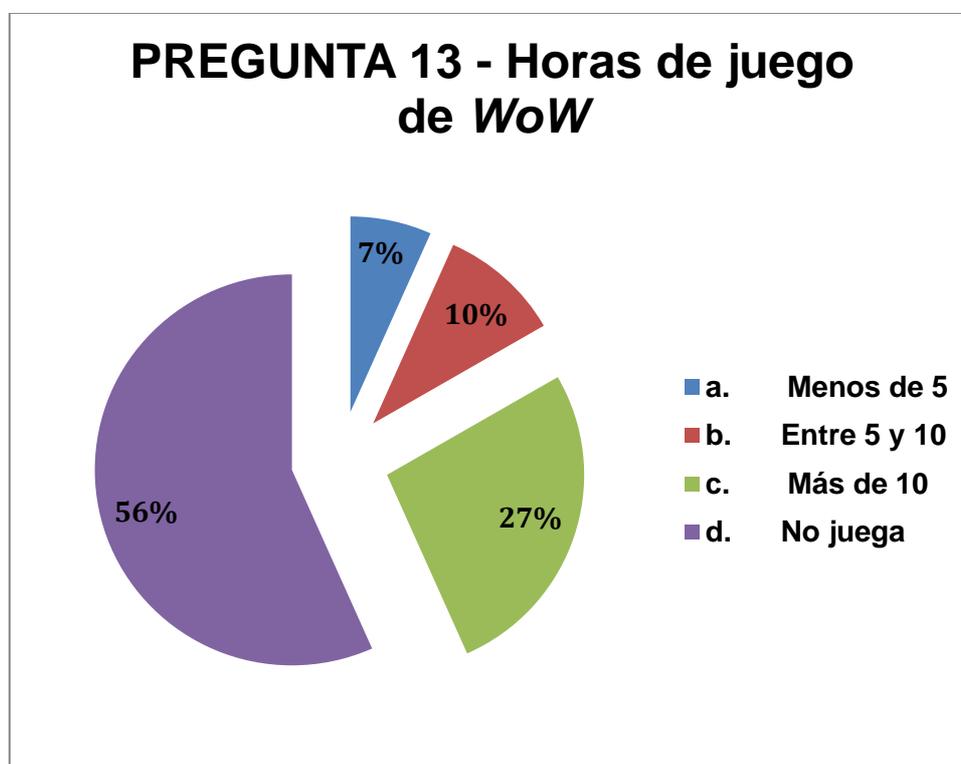


Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre las horas de juego de *LoL*, el 13% respondieron que juegan a *LoL* menos de cinco horas al día; 17%, más de 10; 23%, entre cinco y 10 horas y el 47% no juega.

Esto puntualiza que la mayoría de encuestados no juega a *LoL* porque prefiere dedicar su tiempo a *World of Warcraft*.

**Pregunta 14: ¿Cuántas horas al día juegas WoW? (pregunta solo para comunidad de *World of Warcraft*)**

OPCIONES	PREGUNTA 14
a. Menos de 5	2
b. Entre 5 y 10	3
c. Más de 10	8
d. No juega	17



Según la encuesta aplicada a 30 videojugadores, según la tabulación realizada, graficada en el cuadro sobre las horas de juego de *WoW*, el 7% de ellos dijeron que juegan menos de cinco horas al día a *World of Warcraft*, 10%, entre cinco y 10 horas, el 27%, más de 10 y el otro 56% no juega.

Esto significa que, la mayoría de encuestados no juega a *WoW* porque prefiere dedicar su tiempo a *League of Legends*.

## 6.2. Análisis Cualitativo

### - Diario de campo

#### **Observación 1: Festival Ichiban V – Marzo 2014**

Este Festival se realiza en el Auditorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). Este festival reúne a las personas interesadas en todo lo que es anime y manga japonés, además de videojuegos. Es por eso que en las afueras del auditorio están una serie de personas haciendo cosplay, tanto de personajes de anime, como de los de videojuegos.

Asimismo, muchas de estas personas se encontraban en los pasillos del auditorio ya que en horas de la tarde se realizará un concurso de cosplay y se escogerá al grupo o a la persona que mejor vestida y que mejor interprete a su personaje.

Alrededor de los pasillos se encuentran una serie de stands en los que se exponen a la venta muñecos, juguetes, llaveros, camisetas, mochilas, mangas, etc., de anime, manga y videojuegos; que están a la venta y en los que muchas personas se congregan a comprar.

En el tercer piso se encuentran quienes juegan videojuegos. El cuarto es grande y están cerca de unas 150 personas, tanto viendo, como algunos, participando en torneos de juegos de aventura, carreras, baile o estrategia. En este mismo cuarto se encuentra, en el fondo, un stand de comida al cual pueden ir quienes visitan Ichiban. Mi estadía en el Ichiban V terminó después de tres horas.

## **Observación 2: Viernes 14 de noviembre 2014 – Reunión de partida de WOW**

Salí de mi trabajo a las 19h30 para encaminarme a la casa de David Álvarez, jugador de World of Warcraft (WOW). Él vive en el sector de El Condado, David tiene más de 30 años, vive en el cuarto piso de un edificio con su novia, quien también juega WOW. Generalmente siempre se reúnen los viernes que menos trabajo tienen. Él se dedica a ser analista en el sector público, por lo que sale de su trabajo a las 17h30. Esta vez, la reunión es a través de la computadora y el “stalker” que es el micrófono por el que se comunican.

Su computadora está en la sala de su casa y está compuesta por tres pantallas grandes en las cuales se puede ver ampliamente su juego. Su teclado es especial, así como su mouse, su silla y varias palancas que también constan como sus comandos. Su teclado es más pequeño que el normal, su mouse tiene una forma adaptable a su mano, su silla tiene un espaldar ancho, ajustable y acolchonado y sus palancas reemplazan a algunas teclas que le hacen falta.

A parte de las pantallas, tiene cuatro parlantes, dos pequeños a los lados de su computadora y dos ubicados más arriba de su computadora, con efecto surround. Al momento de empezar la partida, su novia se une y también toma su otra computadora para jugar. Apagan la luz y empiezan con el juego.

Se congregan cientos de jugadores de WOW, pero él tiene su grupo, que consta de seis miembros, unos de Guayaquil, otros de Quito y otros de Manabí. David no utiliza audífonos porque le pedí que me dejara escuchar lo que comentan durante la partida. Sin embargo, existe un cuadro de chat en la parte inferior derecha en la cual se preguntan y se responden cosas. Utilizan ciertos términos como en clave, pero también existen preguntas concretas u órdenes como ir a atacar a uno u otro oponente.

Durante el juego, la expresividad se hace eco, pero no entre gritos fuertes, sino con pequeños ¡no! O ¡dale, por aquí se puede atacar!, sin embargo, son frases cortas y pequeñas risas. El juego duró cinco horas, David y su equipo quedaron en el séptimo lugar en todo el país, todos se despidieron y se desconectaron.

### **Observación 3: Sábado 27 de septiembre 2014 - Reunión para jugar videojuegos en consola**

El sábado 27 de septiembre del 2014, asistí a una reunión de *gamers* realizada en la casa de uno de los jugadores. La reunión se realizó a las siete de la noche, en el Valle de Los Chillos, en donde se ubicaba la vivienda de uno de los videojugadores. El dueño de la casa se llama Alejandro Castro y su hogar se encuentra ubicado en el sector de Playa Chica. El tamaño de su vivienda es de dos pisos con un patio delantero y trasero. Tiene a un perro de raza *french puddle* como mascota y un auto de marcha Chevrolet Cruze.

Alejandro juega League of Legends (LOL), desde pequeño. Ahora tiene 19 años y estudia Multimedia y Producción Audiovisual en la Universidad de Las Américas. Junto con él se encuentran tres chicos más de la misma edad, pero de diferentes universidades. Antonio Valle estudia Comunicación Social en la Universidad Católica, Jaime Puente estudia Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana y Arturo Montúfar, quien también estudia lo que Alejandro.

A todos les gusta la música electrónica y tres de ellos comparten gustos sobre el anime y el manga japonés. A Alejandro le gusta, además del anime, hacer cosplay, no solo de los personajes de estos dibujos animados, sino también de los personajes de los videojuegos. A Alejandro y a Arturo les apasiona el dibujo, a Jaime y a Antonio les gusta la escritura. Todos los chicos utilizan vestimentas casuales, camisetas, jeans o camisas de manga corta y zapatillas.

El cuarto en el que se reúnen para jugar es en el de Alejandro, con una cama, un escritorio con su computadora un armario y un stand lleno de juegos para Xbox360. Cada uno se sienta en el suelo o en la cama de Alejandro y comienzan la partida sin mucha palabrería. En su juego, los gritos y, a veces, malas palabras, se hacen eco. El juego que practican es Fifa 15. A cada grito de gol o de casi gol, una mala palabra va acompañada de una risa y un grito algo estridente.

Esta vez, Alejandro está solo en su hogar, su padre y su madre se encuentran en sus respectivos trabajos, mientras que su hermana se encuentra en su universidad. Fifa 15 les dura una hora y cambian. Comienzan a jugar Assassin's Creed, juego de aventura que también les saca gritos, pero no enojos. Este juego les dura dos horas ya que la trama y los objetivos son los que lo llevan a que se prolongue.

Tras tres horas de juego, Alejandro, como dueño de casa baja a su cocina y sube con snacks y colas, frutas y picaditas y siguen jugando, pero ahora, Grand Theft Auto V. Generalmente, los fines de semana se reúne con sus amigos para jugar videojuegos ya que entre semana ninguno de ellos tienen tiempo debido a sus clases y a sus deberes.

Tras cuatro horas de juegos (desde las 14h00 hasta las 18h00), todos se arreglan y salen al cine, plan que habían quedado hace una semana atrás y que no lo pudieron cumplir por sus tareas pendientes y por salidas de campo de la universidad y que no podían posponer.

#### **Observación 4: Sábado 09 de enero 2015 – Reunión de partida de LOL**

Hoy me reúno con Boris Kicelitza, quien a más de ser ingeniero, es fanático de League of Legends y de World of Warcraft, aunque juega más LOL. Él vive en el sector de la Kennedy, al norte de Quito, es de origen Guayaquileño y ya bordea los 30 años. Vive en el tercer piso de un edificio. Al entrar a su

departamento, se observa la cocina, pero en donde deberían estar los muebles de la sala o del comedor, está su cama, su computadora, con dos pantallas y los parlantes. Donde se supone debería ser su habitación, está una colección de teclados, cpu y mouse que arregla, modifica y colecciona, además de varias cajas de videojuegos de consola. Generalmente, tiene tiempo los fines de semana para poder jugar ya que de lunes a viernes trabaja y llega a su casa a descansar. Esta vez, su reunión es a través de la computadora y el “stalker” que es el micrófono por el que se comunican.

Igual que David, su teclado es especial, así como su mouse, su silla y varias palancas que también constan como sus comandos. Su teclado es más pequeño que el normal, su mouse tiene una forma adaptable a su mano, su silla tiene un espaldar ancho, ajustable y acolchonado y sus palancas reemplazan a algunas teclas que le hacen falta. Al momento de empezar la partida apagan la luz y empiezan con el juego.

Se congregan cientos de jugadores de LOL, pero él tiene su grupo, que consta de cinco miembros, de todo el país y quienes también son sus amigos de universidad. También le pedí a Boris que no utilizara audífonos para que dejara escuchar lo que comentan durante la partida. Sin embargo, como WOW, existe un cuadro de chat en la parte inferior derecha en la cual se preguntan y se responden cosas. Utilizan ciertos términos como en clave, pero también existen preguntas concretas u órdenes como ir a atacar a uno u otro oponente.

Durante el juego, la expresividad se hace eco, pero no entre gritos fuertes, sino con pequeños ¡no! O ¡dale, por aquí se puede atacar!, sin embargo, son frases cortas y pequeñas risas. El juego duró cinco horas, David y su equipo quedaron en el séptimo lugar en todo el país, todos se despidieron y se desconectaron.

### **Observación 5: Festival Ichiban VI – Marzo 2015**

Este Festival se realiza en el Auditorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE). Este festival reúne a las personas interesadas en todo lo que es anime y manga japonés, además de videojuegos. Es por eso que en las afueras del auditorio están una serie de personas haciendo cosplay, tanto de personajes de anime, como de los de videojuegos.

Asimismo, muchas de estas personas se encontraban en los pasillos del auditorio ya que en horas de la tarde se realizará un concurso de cosplay y se escogerá al grupo o a la persona que mejor vestida y que mejor interprete a su personaje.

Alrededor de los pasillos se encuentran una serie de stands en los que se exponen a la venta muñecos, juguetes, llaveros, camisetas, mochilas, mangas, etc., de anime, manga y videojuegos; que están a la venta y en los que muchas personas se congregan a comprar.

En el tercer piso se encuentran quienes juegan videojuegos. El cuarto es grande y están cerca de unas 150 personas, tanto viendo, como algunos, participando en torneos de juegos de aventura, carreras, baile o estrategia. En este mismo cuarto se encuentra, en el fondo, un stand de comida al cual pueden ir quienes visitan Ichiban. Mi estadía en el Ichiban VI terminó después de cinco horas, ya que por esta vez, asistí al concurso de cosplay.

### **6.3. Conclusiones de la investigación**

- Con la realización de esta investigación, una de las principales conclusiones a las que se pudo llegar es que se logró visibilizar las prácticas sociales entre los miembros que se encuentran al interior de las comunidades *World of Warcraft (WoW)* y *League of Legends (LoL)*,

durante el periodo propuesto, que fue entre 2012 y 2013. De hecho, las prácticas sociales de las cuales son parte los miembros de estas comunidades, quienes son denominados como *gamers*, no dista en exceso de las que las personas que no lo son, tienen. Es decir, se pudo constatar que existen videojugadores que, por su trabajo, en el ámbito de los juegos de video, se dedican totalmente a este mundo; sin embargo, existen *gamers* que, dentro de sus prácticas sociales comunes (trabajar, interrelacionarse, hacer deporte, etc.), está el jugar videojuegos durante un tiempo y cumplir con las metas u objetivos que esto implica.

- Con la investigación, también se llegó a la conclusión de que las particularidades del mundo *gamer* sí determinan sus interrelaciones, sin embargo, como se mencionó en la primera conclusión, las prácticas sociales, dentro de las cuales se encuentra el jugar videojuegos, también determinan dichas relaciones. En las entrevistas realizadas a los miembros de las comunidades, los *gamers* afirmaron que sus relaciones pudieron mejorar gracias al juego ya que consideran a este espacio, como una mejor manera de comunicación. También aseguraron que, debido a sus juegos, no se han visto afectadas su interrelaciones porque han sabido darse un tiempo y un lugar determinados para poder divertirse.
- Dentro de la investigación, también se llegó a la conclusión de que, sí existen consecuencias sociales de pertenecer a una comunidad *gamer*. De igual manera, en las entrevistas y el trabajo de campo que se realizó, los *gamers* aseveraron que una de las consecuencias de pertenecer a una comunidad de este tipo, los hacía ser mal vistos. Los imaginarios de la sociedad de que los *gamers* son personas que solo dedica su tiempo a jugar videojuegos hace que piensen que no tienen otra actividad social y es por ello que asintieron sentirse desplazados y mal vistos. Asimismo, se constató que, el exceso de pasar jugando videojuegos, no es

necesariamente una razón por la cual los gamers pierdan o disminuyan sus interrelaciones.

- Finalmente, se llegó a la conclusión de que existen muy pocos medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión) que han surgido desde las comunidades gamer en Quito. De hecho, la mayoría de información acerca de este tipo de comunidades y grupo de personas han aparecido en la web, han sido conocidos por medio de las redes sociales y por la creación de blogs o de videos que han sido colocados en YouTube.

#### **6.4. Recomendaciones**

- Una de las recomendaciones es que se abran mayores espacios de información en el tema de *gamers* y videojuegos, en lo que a medios tradicionales se trata. Esto resultaría beneficioso, no solo para las comunidades de jugadores de video, sino, para la ciudadanía en general ya que, con el avance tecnológico que se experimenta, los videojuegos podrían llegar a ser una manera de comunicación y de información.
- Con respecto a esta recomendación, los espacios que se den deberían ser de tipo investigativo, como temas de aporte educativo y de salud, más no como conductas sociales debido a que dichos campos ya han sido indagados. Temas económicos, de ayuda motriz, mental o de desarrollo cognitivo, resultarían espacios que se podrían abarcar en los medios de comunicación.
- Con la apertura de nuevos espacios de comunicación, también sería recomendable que el tratamiento de la información acerca de los gamers y sus comunidades sea objetivo y más profundo, para que de esta manera, la ciudadanía pueda cambiar su imaginario acerca de estas personas y puedan existir mayores espacios de comunicación. Más profundo, en el sentido en el que, por ejemplo, se puedan realizar reportajes de más de una edición y se pueda ahondar en testimonios sobre estos temas.

## CAPÍTULO VII

### 7. PROPUESTA COMUNICACIONAL

#### 7.1. Periodismo Cultural

Esta investigación utiliza el Periodismo cultural como base para su progreso en lo que se refiere a periodismo y comunicación. Según Castelli, el periodismo cultural tiene “[...] la función social de recoger, codificar y transmitir, en forma permanente, regular y organizada, por cualquiera de los medios técnicos disponibles para su reproducción y multiplicación, mensajes que contengan información para la comunidad social, con una triple finalidad, informar, formar y entretener” (Castelli en Villa, 1993, p.14).

Esta afirmación justifica la utilización del Periodismo cultural en esta investigación, debido a que lo que hizo fue recoger, codificar y transmitir una información que podrá formar, informar y entretener a la sociedad quiteña acerca del tema de los *gamers* y sus comunidades.

#### 7.2. Géneros Periodísticos

Según el periodista Alex Grijelmo, los géneros periodísticos constituyen una manera de explicar de mejor forma un suceso y así poder hacer informar al lector. Sin embargo, también resalta el hecho de que los géneros se diferencian por el distinto grado de presencia del periodista en su texto.

“Los géneros nos sirven para entendernos en las redacciones y para analizar los periódicos en las facultades: Pero también resultan útiles para el lector (...) Los géneros periodísticos se diferencian por el distinto grado de presencia del informador en su texto” (Grijelmo, 2001, p.28).

Grijelmo divide los géneros periodísticos en: informativos, interpretativos-informativos, interpretativos y de opinión. Dentro de los informativos se

encuentran: la noticia, la entrevista objetiva, la conversación objetiva y el reportaje objetivo.

Dentro de los interpretativos - informativos se encuentran: la crónica y la entrevista perfil. En el género interpretativo está el análisis. Finalmente, dentro de la opinión, Grijelmo destaca: el editorial, la crítica, el artículo y el ensayo.

**La noticia:** la noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y sobre todo, reciente (Grijelmo, 2001, p.31).

**La entrevista objetiva:** es aquella en la que el periodista se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta. A diferencia de otro tipo de entrevista, se excluyen los comentarios o las descripciones interpretativas en torno al entrevistado (Grijelmo, 2001, p.57).

**La conversación objetiva:** en estos casos, el papel del periodista queda muy reducido ante el público, pero deviene fundamental en la trastienda. El informador debe lograr, primero, que los dos personajes acepten el juego y sus reglas, así como el lugar de la cita. Y después habrá de coordinar la conversación aportando los temas de interés y enlazando a los interlocutores en los momentos en que el diálogo flaquea (Grijelmo, 2001, p.64).

**El reportaje informativo:** el reportaje es un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambiente, y que, fundamentalmente, tiene carácter descriptivo. Se presta mucho más al estilo literario que la noticia (Grijelmo, 2001, p.65).

**La crónica:** toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis. Se distingue de los dos últimos en que prima el elemento noticioso y en muchos periódicos, suele titularse efectivamente como una noticia. Y se distingue de la noticia porque incluye una visión personal del autor (Grijelmo, 2001, p.88).

**La entrevista perfil:** consiste en una información - interpretación en la que se trasladan las ideas de un personaje informativo tamizadas por la propia visión del periodista. En este caso, ya no se emplea el esquema pregunta-respuesta, sino que las declaraciones del entrevistado se reproducen entre comillas y se alternan descripciones sobre el personaje o la explicación de su trascendencia pública (Grijelmo, 2001, pp.116-117).

**El análisis:** se puede definir como el negativo fotográfico de la crónica. En este predomina la interpretación, y la información queda en segundo plano. En el análisis cabe perfectamente que la información forme parte de la fase interpretativa. Construye principalmente hipótesis (Grijelmo, 2001, p.122).

**El editorial:** su extensión puede ser larga o corta. Si es corta, debe ser contundente y tener buenos argumentos. Si es larga, también podrá ser contundente; sin embargo, habrá más espacio para desglosar mejor los argumentos (Grijelmo, 2001, p.129).

**La crítica:** Es aquel artículo de opinión que analiza, direcciona, desmenuza y elogia o censura una obra artística o cultural. Se trata de un texto opinativo, pero que ha de incluir, asimismo, información (Grijelmo, 2001, p.132).

**El artículo:** es el género de mayor libertad, de él forma parte la columna, la tribuna libre y el comentario. La columna suele abordar cuestiones triviales o al menos, cuestiones tratadas con trivialidad. La tribuna libre guarda mayor parecido con el editorial. Se trata de un espacio que el periódico cede a opiniones ajenas al diario y sus colaboradores habituales. El comentario anda a medio camino entre el análisis y el editorial y suele estar referido a cuestiones de política nacional o internacional. (Grijelmo, 2001, p.135).

**En ensayo:** Es el género mediante el cual se investiga en las ideas y se razona sobre determinados aspectos de la filosofía o las ciencias sociales. Se trata de artículos de fondo en el estricto significado de la expresión. (Grijelmo, 2001, p.138).

### 7.3. Productos periodísticos

Para la realización de los productos periodísticos, fueron tomados en cuenta los testimonios de *gamers*, familiares, amigos y expertos en disciplinas como la Psicología y la Comunicación, para poder tener una información más profunda de esta cultura. Dentro de Wix.com, la plataforma web utilizada, fueron agregados tres productos periodísticos: un video, un programa radial y una revista.

**7.3.1. Radio:** Este producto comunicacional contará con las siguientes características:

**Nombre:** 4-*Gamer*

**Duración:** 38 minutos con 47 segundos

El objetivo de 4-*Gamer* es de dar a conocer a la ciudadanía acerca de las particularidades que tiene ser un *gamer* y lo que varios miembros de estas comunidades piensan acerca de la sociedad y de cómo son vistos. Es una radio - revista con un estilo informal, que lo que busca es llegar a la audiencia de manera más sencilla para que el contenido de este producto sea de interés general.

Asimismo, la ciudadanía se hace presente en este espacio, mediante un *vox populi* que recoge testimonios de capitalinos que responden a la pregunta ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente cuando escuchan la palabra *gamer* o videojugador?.

Por otro lado, también abarca un reportaje en el que se toman en cuenta ciertos datos en los que los videojuegos pueden ser de utilidad, tanto cognitiva como educativa y socialmente. Dentro de este reportaje, se encuentra una entrevista con una profesional de la comunicación quien comenta sobre este grupo de personas a nivel de medios de comunicación, además se encuentra un perfil de un jugador que pudo salir de problemas con el alcohol y otras sustancias, gracias a un videojuego. Adicionalmente, la radio – revista cuenta

con una crónica en la que se habla de un día en la vida de un *gamer* y finalmente un dramatizado sobre una reunión de amigos videojugadores.

#### Recursos Humanos y Técnicos:

<b>Producción y Realización</b>	Johanna Proaño y Rodolfo Sasig
<b>Reportería</b>	Johanna Proaño
<b>Edición</b>	Johanna Proaño
<b>Musicalización</b>	Miguel Proaño
<b>Controles</b>	Johanna Proaño
<b>Locución de presentaciones, despedidas y dramatizados</b>	Johanna Proaño, Miguel Proaño, Soraya Chiluisa, Anthony Méndez; Alejandro Castro y Monserrate Fernández

**7.3.2. Televisión:** Este producto tiene las siguientes características:

**Nombre:** 4-Gamer

**Duración:** 21 minutos con 26 segundos

Ese producto comunicacional fue creado con el objetivo de dar a conocer a la sociedad en general aspectos más profundos acerca de las comunidades y la cultura *gamer*. Este producto será concebido como un documental de 21 minutos con 26 segundos. Para ello, fueron abordados varios testimonios de expertos para que aclaren y den su punto de vista acerca de dicha cultura.

También se contó con testimonios de los jugadores de video, familiares y amigos para que la ciudadanía conozca más a fondo quiénes los *gamers*.

**Recursos Humanos y técnicos:**

<b>Producción y Realización:</b>	Johanna Proaño
<b>Cámaras</b>	Johanna Proaño
<b>Edición</b>	Johanna Proaño
<b>Gráficas</b>	Johanna Proaño

**7.3.3. Revista:** Este producto consta de las siguientes características.

**Nombre:** 4-Gamer

**Páginas:** 12

Este producto comunicacional aborda perfiles de *gamers* y sus experiencias dentro de la cultura y fuera de ella, así como también, se trata como reportaje principal a otro lado del *gaming*, la piratería, este tema se aborda en la revista debido a la importancia que tiene en la economía de los jugadores, la compra o adquisición de un juego y el hecho de que muchos *gamers* ecuatorianos han optado por comprar juegos piratas debido a su costo. El principal objetivo de este medio de comunicación es mostrar los diferentes lados por los que un *gamer* puede ser visto. Así como también, abordar temas económicos y legales, que en este caso sería la piratería.

**Recursos Humanos y técnicos:**

<b>Apoyo gráfico</b>	Johanna Proaño – Miguel Proaño
<b>Fotografía</b>	Johanna Proaño
<b>Reportería</b>	Johanna Proaño
<b>Redacción</b>	Johanna Proaño
<b>Edición</b>	Johanna Proaño

**7.3.4. Internet**

Como se mencionó anteriormente, la página web, realizada en el portal Wix.com, tiene como nombre „4-Gamer” y su principal objetivo, aparte de

divulgar información acerca de las comunidades de las cuales se trata, es servir de repositorio para los tres productos ya descritos. Es una página interactiva que cuenta con diferentes opciones para que los productos puedan ser observados por completo. Cuenta con un fondo que dinamiza el contenido, además de piezas musicales que pueden ser desactivadas al momento de escuchar la radio – revista u observar el documental.

**Nombre:** *4-Gamer*

**Dominio del sitio web:** <http://jproanom.wix.com/4gamer>

## REFERENCIAS

- Aracil, Alfredo (1998). Juego y artificio: autómatas y otras ficciones en la cultura del renacimiento a la ilustración. Madrid, Cátedra.
- Armengol, Miguel (1998). Docencia y Nuevas Formas de Aprendizaje. Disponible en: [http://www.utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/vol1-2/docencias\\_nuevas.pdf](http://www.utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/vol1-2/docencias_nuevas.pdf)
- Carrillo, Juan y Morillas, Ana (2008). Marketing Hero: Las herramientas comerciales de los videojuegos. España.
- Castells, Manuel (2009). Comunicación y Poder. España.
- Cid, Eva (s.f). Medios de comunicación, violencia, y ¡claro! videojuegos. Disponible en <http://www.eurogamer.es/articles/2012-12-20-medios-de-comunicacion-violencia-y-claro-videojuegos>
- Corral, Enrique (2011). El videojuego y las nuevas tendencias que presentan al mercado de la comunicación. Disponible en <http://proyectos.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/3464/36>
- Cuenca, David (2013). Uso de videojuegos para el replanteamiento de las normas sociales y culturales fuera de pantalla. Disponible en <http://www.cubadebate.cu/noticias/2013/12/09/videojuegos-funcionan-como-medio-de-comunicacion-en-ninos-y-adolescentes-afirma-experto/#.VPOWgrOG-oy>
- De Aguilera, Miguel (2008) – Universidad de Málaga. La industria de los videojuegos su competencia tecnológica y comunicativa. España.
- Del Moral, Esther (s.f.). Comunidades virtuales de videojugadores: Comportamiento emocional y social en poupée girl. Disponible en [http://www.um.es/ead/red/33/esther\\_carlota.pdf](http://www.um.es/ead/red/33/esther_carlota.pdf).
- Del Portillo, Aurelio (2008). Revista Ícono 14. Enajenación de la experiencia del tiempo ante la pantalla del videojuego. España.
- Documentos electrónicos**
- Esnaola, Graciela (2006). Claves culturales en la construcción del conocimiento: ¿qué enseñan los videojuegos?. Argentina.

- Esnaola, Graciela Alicia (2006). Claves culturales en la construcción del conocimiento: ¿Qué enseñan los videojuegos?. Buenos Aires. Alfagrama
- Etxeberría, Félix (2008). Videojuegos y educación. España.
- Feixa, Carles (2008). La generación digital: Videojuegos, consumo y educación.
- Ferraris, Sabrina (2008). Ciberculturas juveniles. Comunidades Virtuales Lúdicas
- Frasca, G (1997). El videojuego como medio para una ficción interactiva. Notas para una poética de joystick. Montevideo. Disponible en <http://www.orbicom.uqam.ca/english/abstracts/corpus/frasca.html>
- García Fernando (2005). Videojuegos: un análisis desde el punto de vista educativo. Documento en línea, Disponible en [http://www.irabia.org/departamentos/nntt/proyectos/futura/futura06/Analisis\\_educativo.pdf](http://www.irabia.org/departamentos/nntt/proyectos/futura/futura06/Analisis_educativo.pdf)
- García, Canclini (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. Barcelona. Gedisa
- Gómez, Carmen y Gubern Román (2000). Nuevas Tecnologías de Comunicación.
- González, Luis y otros (s.f.). Diseño de videojuegos aplicados a la Educación Especial. Tesis para el Dpto. Dpto. Lenguajes y Sistemas Informáticos. ETS Ingenierías Informática y de Telecomunicación- Universidad de Granada.
- Guerrero, Patricio (2002). La Cultura. Ecuador.
- Hellín, Pedro (2007). Imágenes de la cultura. Murcia, España. Servicio de Publicaciones Universidad de Murcia.
- Jenkins, Henry (2006), Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture, New York, New York University Press
- Jerjes, Javier (2008). Revista Ícono 14. Comunicación y Tecnologías emergentes. Los videojuegos on-line en Latinoamérica: Impacto en las redes sociales y de consumo. España.
- League of Legends (sitio web). Disponible en: <http://lan.leagueoflegends.com/>

- League of Legends Ecuador (Facebook). Disponible en: <https://www.facebook.com/groups/lolec/?fref=ts>
- Litwin, Edith (2005). *Tecnologías educativas en tiempos de internet*, Buenos Aires, Amorrortu
- Mendizábal, Iván (2004). *Máquinas de pensar. Videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*. Quito, ABYA AYALA- Corporación Editora Nacional.
- Nosplay (Red Social). Disponible en <http://www.nosplay.com/>
- Revista Muy Interesante (2010). Una red social para los amantes de los videojuegos. Disponible en <http://www.muyinteresante.es/innovacion/ocio/articulo/una-red-social-para-los-amantes-de-los-videojuegos>
- Revuelta, Francisco y Sáez Alberto (2012). El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación. Disponible en <http://iesgtballester.juntaextremadura.net/web/profesores/tejuelo/vinculo/articulos/mon06/10.pdf>
- Rodríguez, Elena (2007). *Jóvenes y videojuegos. Espacio, significado y conflictos*. Disponible en [http://www.fad.es/sala\\_lectura/videojuegos.pdf](http://www.fad.es/sala_lectura/videojuegos.pdf)
- Rosales, Ramiro (2013) *Gamers: Identidad y representación de las culturas lúdicas ecuatorianas*. Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)
- Ruiz, María y Díaz, Beatriz (2010). *Aprendiendo Con Videojuegos*, Barcelona, Narcea S.A
- Sáez, Emilio (2009). *Videojuegos de universos persistentes. La comunicación en la construcción de una vida virtual*. Disponible en [http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a14\\_Videojuegos\\_e\\_universos\\_persistentes.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a14_Videojuegos_e_universos_persistentes.pdf)
- Sarrazín, Ernesto (s.f.) *Golpes, sangre y pantallas... jóvenes y videojuegos*. Guayaquil (s.e.)

Valenti, Pablo (2002). La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICs y un nuevo Marco Institucional. Disponible en <http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm>

Valleur, Marc (2005). Las nuevas adicciones del siglo XXI: Videojuegos. Barcelona. Paidós Iberoamérica

Wolf, Mark (2005). Introducción a la teoría del Videojuegos, Revista de Comunicación Audiovisual, Formats, Disponible en [http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf\\_arti\\_esp/wolf\\_es\\_p\\_.pdf](http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf_arti_esp/wolf_es_p_.pdf)

World of Warcraft (sitio web). Disponible en: <http://eu.battle.net/wow/es/>

World of Warcraft Ecuador (Facebook). Disponible en: <https://www.facebook.com/groups/wowecuador/?fref=ts>

## **ANEXOS**



Figura 25. Página web gamer.  
 Recuperado el 02 de noviembre del 2014 de:  
<http://www.elotrolado.es>

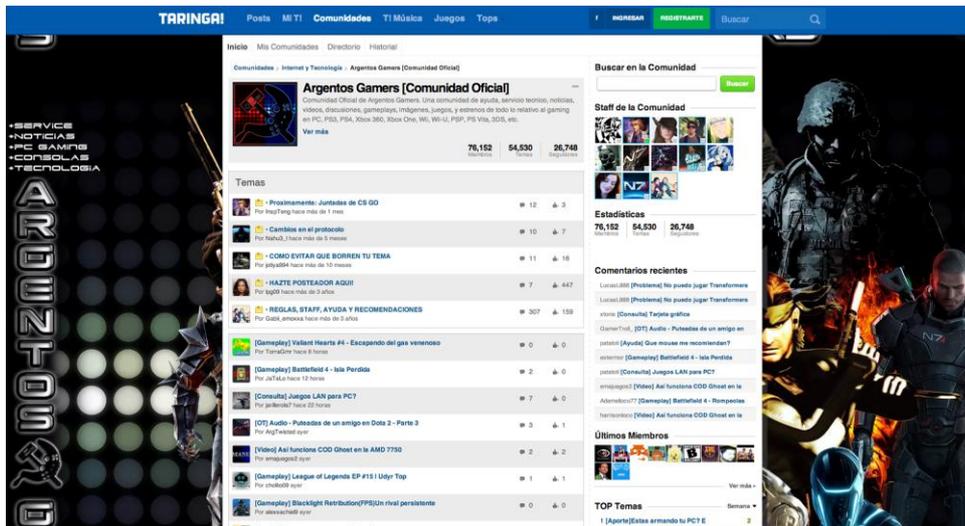


Figura 26. Página web gamer - comunidad. Recuperado el 02 de noviembre del 2014 de: <http://www.ergentos.es>

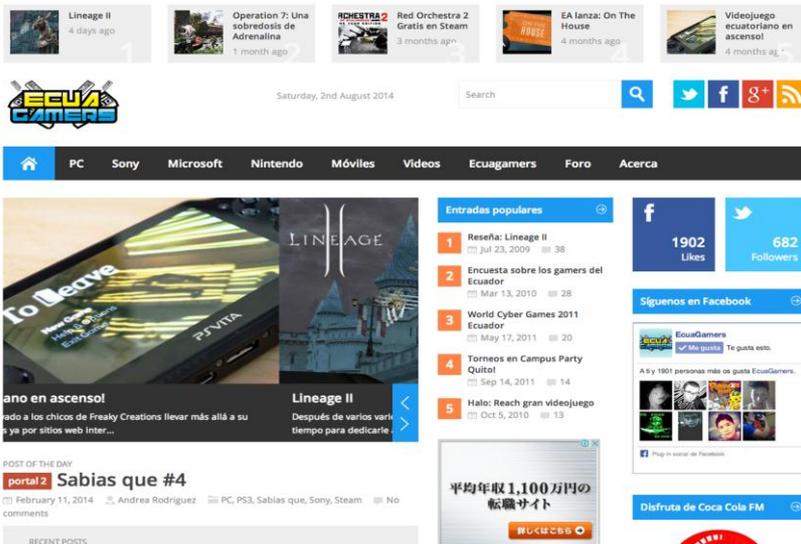


Figura 27. Página web *gamer* ecuatoriana. Recuperado el 10 de noviembre del 2014 de: <http://www.ecuagamers.com>



Figura 28. Página web *gamer* ecuatoriana. Recuperado el 08 de agosto del 2014 de: <http://www.lineacero.com>

Figura 29. Página web programa televisivo ecuatoriano Juega Conmigo. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://juegaconmigo.tv/>

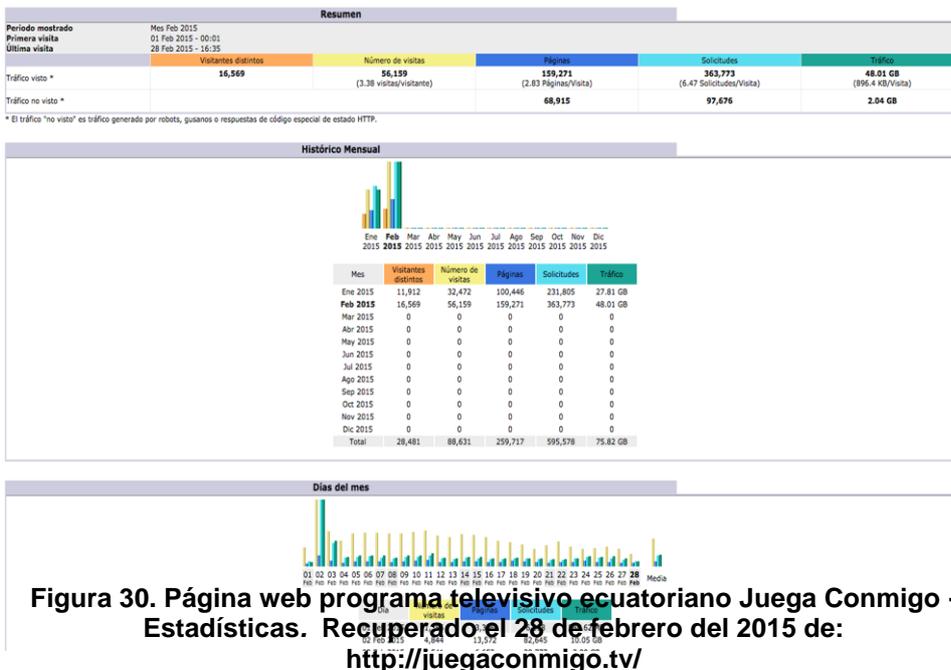


Figura 30. Página web programa televisivo ecuatoriano Juega Conmigo - Estadísticas. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://juegaconmigo.tv/>



Figura 31. Página web de noticias *gamer* ecuatoriana Master Gamer. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://www.mastergamer.ec/>



Figura 32. Página web *gamer* ecuatoriana en diario El Telégrafo. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/gamers.html>

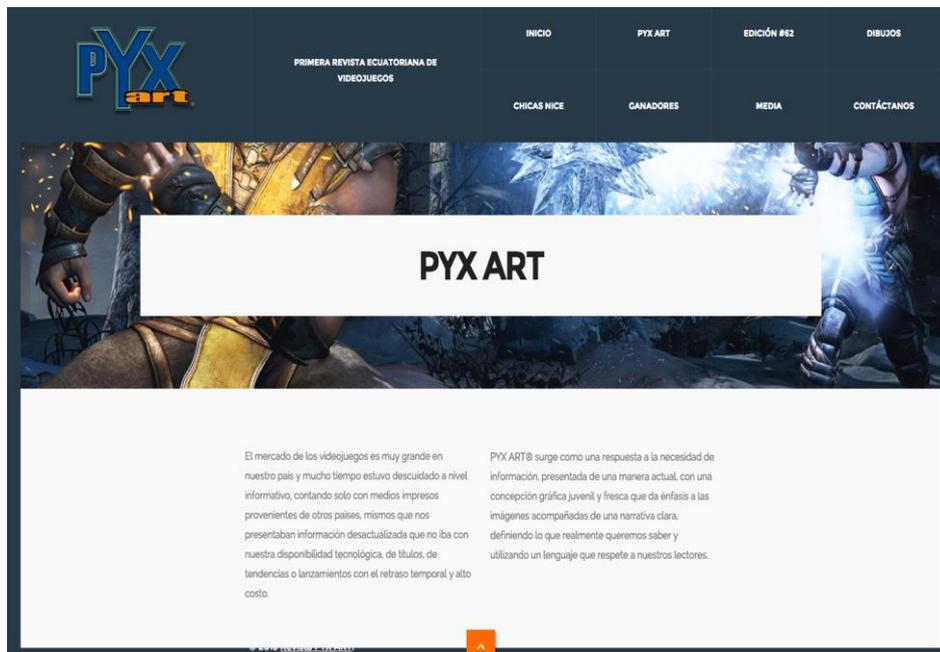


Figura 33. Página web de revista gamer Pyx Art. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://www.revistapyxart.com/new/pyxart/>

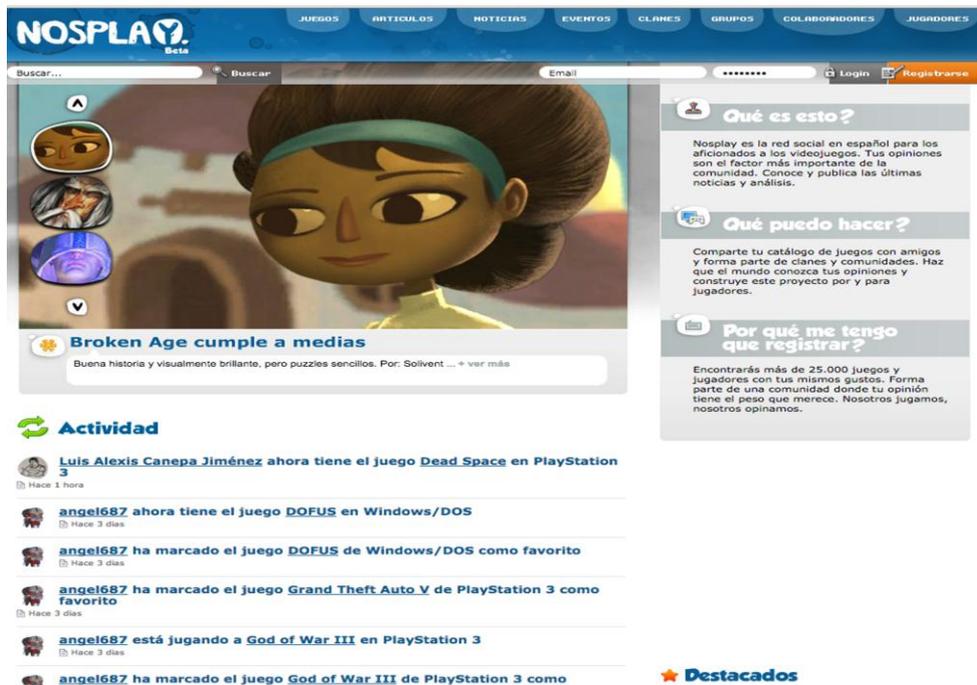


Figura 34. Página web de red social gamer. Recuperado el 28 de febrero del 2015 de: <http://www.nosplay.com/>

## Encuesta aplicada a *gamers*:

Sexo: .....

Edad:.....

1. ¿Cuántas horas a la semana destinas a jugar?
  - a. Menos de 10
  - b. Entre 10 y 20
  - c. Más de 20 horas
  
2. ¿Qué equipo utilizas más para jugar?
  - a. PC
  - b. Consola
  - c. Móvil
  - d. Emuladores
  
3. ¿Qué tipo de *gamer* te consideras?
  - a. Casual
  - b. *Hardcore*
  - c. *Cheater*
  - d. *Progamer*
  
4. ¿Utilizas términos o palabras *gamer* con frecuencia?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. A veces
  
5. ¿Cuáles son las palabras *gamer* que utilizas más? (Máximo 4)
  
6. ¿Qué videojuego PC prefieres? Subraya tu respuesta. (Lista de videojuegos con mayor usabilidad, según portales *gamer*)
  - a. *League of Legends (LoL)*
  - b. *World of Warcraft (WoW)*
  - c. *Assassin's Creed Unity*

- d. *La Tierra-Media: Sombras de Mordor*
- e. *Minecraft*
- f. *Valiant Hearts: The Great War*
- g. *Total War: Rome II*
- h. *Wolfenstein: The New order*
- i. *The legend of zelda*
- j. *DOTA 2*

7. ¿Qué videojuego de consola Xbox360 prefieres? (Xbox360)

- a. *FIFA 15*
- b. *Grand Theft Auto V*
- c. *Watch Dogs*

8. ¿Qué videojuego de consola Xbox One prefieres?

- a. *Halo: The Master Chief Collection*
- b. *Halo 5: Guardians*
- c. *Ryse: Son of Rome*
- d. *Call of Duty: Advanced Warfare*

9. ¿Qué videojuego de consola PS3 prefieres?

- a. *Mortal Kombat X*
- b. *Dragon Ball Z: Battle of Z*
- c. *The Last of Us*
- d. *Assassin's Creed Rogue*

10. ¿Qué videojuego de consola PS4 prefieres?

- a. *The Last of Us: Remasterizado*
- b. *Abe´s Oddysee New N'Tasty!*
- c. *PES 2015*
- d. *Far Cry 4*

11. ¿Qué videojuego de consola PSP prefieres?

- a. *Monster Hunter Freedom Unite*
- b. *Dragon Ball Z: Tenkaichi*
- c. *Metal Gear Solid: Peace Walker*
- d. *Crisis Core: Final Fantasy VII*

12. ¿Qué videojuego para móvil iPhone prefieres?

- a. *Modern Combat 5: Blackout*
- b. *Plants vs Zombies 2*
- c. *Minecraft: Pocket Edition*
- d. *GTA: San Andreas*

13. ¿Qué videojuego para móvil Android prefieres?

- a. *Dragon Quest VIII*
- b. *Age of Empires World Domination*
- c. *Assassin's Creed: Pirates*
- d. *Resident Evil*

14. ¿Cuántas horas al día juegas LoL? (pregunta solo para comunidad de *League of Legends*)

- a. Menos de 5
- b. Entre 5 y 10
- c. Más de 10

15. ¿Cuántas horas al día juegas WoW? (pregunta solo para comunidad de *World of Warcraft*)

- a. Menos de 5
- b. Entre 5 y 10
- c. Más de 10