



**Ciencias Sociales**  
Universidad de la República  
URUGUAY



Facultad de Ciencias Sociales

## **La realidad de los *gamers* y los *gamers* en la realidad: una aproximación cualitativa<sup>1</sup>**

Felipe Montes<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Trabajo presentado en las XV Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales- Udelar. Montevideo, 14, 15 y 16 de setiembre de 2016

<sup>2</sup> felipe.montes93@outlook.com

# Índice

## Contenido

Resumen .....	3
Introducción .....	4
I. Objetivos .....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos .....	5
II Hipótesis .....	6
III. Marco Teórico .....	6
Trayectoria.....	6
Interaccionismo simbólico .....	7
La identidad .....	11
Ocio .....	13
IV. Estrategia metodológica .....	14
V Análisis:.....	15
“Press start button” .....	15
¿Qué es el <i>gaming</i> para los gamers? .....	16
Los <i>gamers</i> y las relaciones <i>parasociales</i> .....	19
Lenguaje de la jerga gamer: .....	20
No todo es lo que parece: percepción vs. realidad .....	21
¿Y lo que ellos piensan de sí mismos?.....	22
La rutina de los <i>gamers</i> .....	22
El contacto con otros <i>gamers</i> : la identidad como <i>recurso</i> .....	22
El <i>encuentro</i> virtual .....	23
La Comunidad <i>Gamer</i> .....	24
VI Conclusiones .....	25
Bibliografía.....	28

## Resumen

Este trabajo fue realizado en el marco del taller de identidades comprendido en el año 2014,2015. El tema de investigación fue la construcción de las identidades de los individuos que se consideran a sí mismos *gamers* que residen en Montevideo.

El sustento teórico fundamental de la investigación es el aspecto multidimensional y dinámico de la identidad. Es en este proceso que la utilización de videojuegos como instrumento de ocio deriva de alguna forma en individuos comienzan a pensarse a sí mismos como *gamers*. Por una parte, esto significa que se han apropiado de las TICs, y frecuentan distintos espacios virtuales.

En raíz del surgimiento de esta nueva expresión de identidad que surge la pregunta sociológica que orienta toda la investigación es: ¿qué significa ser *gamer*? Para responderla, se indagaron tanto aspectos biográficos de los sujetos sobre los orígenes de estas prácticas, así como también significados que se incorporan en ellas y en la interacción con otras personas del entorno de los videojuegos y percepciones en relación a sus pares *gamers* y a la alteridad sobre sus prácticas.

Con este estudio se pretendió dar los primeros pasos en estudiar la identidad *gamer*. Para esto, la propuesta metodológica fue fundamentalmente cualitativa a través de entrevistas, con la realización de una encuesta para obtener la muestra.

Las respuestas obtenidas fueron heterogéneas. Las preguntas que deja el estudio son mayores que las respuestas, pero fue un comienzo fructuoso en cuanto a plantear distintas abordajes para profundizar en la temática a futuro.

Palabras clave: *gamers*, videojuegos, identidades

## Introducción

Hace ya varios años que algunos autores hablan de nuestra sociedad como la “Sociedad de la Información”<sup>3</sup>. Con los cambios tecnológicos aparecen nuevas formas de socialización, de relacionamiento, y, por lo tanto, de construir identidad.

El desarrollo de la SIC conlleva al impulso de industrias que dedican su producción a la producción de las Tecnologías de Información y Comunicación<sup>4</sup>, entre ellas las que producen videojuegos. La Entertainment Software Association informó que la ganancia mundial por la venta de videojuegos fue el pasado año de 91.500 millones dólares<sup>5</sup>, cifra en la que varios sitios web coinciden alcanzará el próximo año los 100.000 millones de dólares, superando la industria del cine<sup>6</sup>.

Según la encuesta de Jon Peddie Research Console Hardware, una consultora que realiza entre otras cosas encuestas de mercado, entre estas de tecnología, declaró: “(...) el número de videojugadores en el mundo rondaba los 54 millones aproximadamente (2012), y se estima que para el 2015 la cifra ascenderá a 72 millones”<sup>7</sup>. A su vez, la misma fuente revela que los consumidores de videojuegos poseen un promedio de 2.5 aparatos electrónicos (lo que incluye computadores, consolas o dispositivos como celulares, tablets, etc).

Una investigación realizada por el GIUSI (Grupo de Investigación sobre Uruguay, Sociedad e Internet) de la UCU (Universidad Católica del Uruguay) muestra el crecimiento de la SIC. Toman como muestra a personas de más de quince años residentes en hogares con línea telefónica, y concluye que el 86,5% de los hogares tiene conexión a internet<sup>8</sup>. A su vez, según esta encuesta de más de dos mil casos, el 19,2% de las personas que tienen acceso a Internet la usan para juegos (entiéndase juegos online, es decir, que precisan de conexión a Internet). Los datos estadísticos muestran que “(...) la distribución en el uso de computadora e Internet es prácticamente inversa en las poblaciones de

---

<sup>3</sup> En adelante SIC.

<sup>4</sup> En adelante TIC

<sup>5</sup> Datos extraídos de: <http://gamedustria.com/2015/el-mercado-mundial-de-videojuegos-facturara-91-500-millones-de-dolares-este-ano>.

<sup>6</sup> Datos extraídos de: <http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2015/06/659-634574-9-el-millonario-negocio-de-la-industria-de-los-videojuegos.shtml>.

<sup>7</sup> Extraído y traducido de: <http://www.businesswire.com/news/home/20120503005394/en/PC-Gaming-Hardware-Market-Hit-23.6-Billion>.

<sup>8</sup> Elaboración propia a partir de datos extraídos la Base de Datos de WIP+UY 2013.

jóvenes y adultos. Si entre los jóvenes casi el 60% utiliza computadora e Internet, el 72% de los adultos declara no hacerlo. Es marginal el porcentaje para las dos poblaciones de quienes utilizan computadora y no utilizan Internet (5%) (Filardo, 2009: 20).

La utilización de las computadoras es algo con lo que se identifica a la población joven, de un joven se espera que sepa utilizarlas, mientras que de una persona mayor no es sorprendente que no supiera hacerlo.

En el marco de una sociedad informatizada con gran acceso a las TIC, tanto a nivel local como global (Uruguay ha tenido el puesto 29 en el ranking mundial de IDI<sup>9</sup>, un indicador compuesto creado por la Unión Internacional de Comunicaciones, y el puesto número 1 en Latinoamérica). Frente a un importante desarrollo y acceso de las TIC en nuestro país, se ha vuelto prioridad investigar los cambios que esto ha traído a la sociedad.

La posibilidad de ser un *gamer* nace a partir del desarrollo de los videojuegos como actividad recreativa para la sociedad. Según Crawford (2012) un *gamer* es una persona con un gran interés y dedicación por conocer todo lo relativo a los videojuegos, siendo una actividad de *ocio*. El *ocio* es según un teórico de la recreación es un “(...) ámbito propicio para el desarrollo y la promoción de nuevos estilos de vida”. (Cuenca, 2000: 21)

Este emprendimiento exploratorio pretende salvar las primeras dificultades que conlleva la prácticamente nula información sobre este campo de investigación.

## **I. Objetivos**

### **Objetivo general**

Estudiar el proceso de construcción de la identidad *gamer*, haciendo hincapié en el uso que le han dado al espacio virtual relacionado a videojuegos, así como en los significados que han interiorizado forman parte del entorno *gamer*, y en la percepción que los sujetos tienen de la alteridad sobre sus prácticas.

### **Objetivos específicos**

- 1- Recorrer la trayectoria de los sujetos que se reconocen a sí mismos como gamers, desde su comienzo en el entorno del *gaming* hasta el tiempo presente.
- 2- Conocer la rutina de los sujetos que se autodefinen como *gamers*, focalizando en las prácticas e interacciones relacionadas a los videojuegos.

---

<sup>9</sup> Extraído de: <http://observatorio.competitividad.edu.uy/files/IndiceDesarrolloTIC2015.pdf>.

3- Analizar los significados que los sujetos que se identifican con el término *gamer* han incorporado en actividades relacionadas al *gaming*.

4- Investigar la percepción que los *gamers* tienen de sí mismos como tales, en su individualidad y como conjunto, así como también las representaciones que perciben de las alteridades sobre sus prácticas.

## **II Hipótesis**

- Los *gamers* toman contacto con los videojuegos en edades tempranas, durante la socialización primaria. El vínculo y el acceso a éstos es principalmente a través de su familia. Sin embargo, la identificación con el término *gamer* se da en la socialización secundaria.
- No hay un único tipo de *ocio* relativo al *gaming*, todos los sujetos disfrutan del *gaming* de forma distinta, por lo que depende de esto el tipo de *ocio* que para ellos represente.
- Los *gamers* construyen y/o mantienen vínculos sociales utilizando las herramientas virtuales que brindan las TIC para ese fin.
- Los *gamers* consideran que existe una “comunidad *gamer* ” en nuestro país.
- Los *gamers* piensan que la alteridad posee un estereotipo de sí mismos negativo, que los medios de comunicación ayudan a reproducir.
- En este universo de estudio hay significaciones y situaciones de presentación del *self* que le son propias al entorno de los videojuegos. Los *gamers* se apropian de las significaciones a través de la interacción con otros individuos del entorno, las que utilizan para comunicarse con otros que frecuentan los videojuegos.

## **III. Marco Teórico**

Esta investigación trabaja con la teoría de las identidades, la cual surge del interaccionismo simbólico, elemento fundamental del interpretativismo weberiano. El marco teórico se ajustara entonces a las características del objeto de estudio y a los objetivos de la investigación.

### **Trayectoria**

Se entiende la trayectoria como la “(...) serie de las posiciones sucesivamente ocupadas por un mismo agente (o un mismo grupo) en un espacio en sí mismo en movimiento y sometido a incesantes transformaciones”. (Bourdieu, 1977:p.82)

Goffman en el libro *Internados* (2001), particularmente en el capítulo “La carrera moral del paciente mental” utiliza al término *carrera* en un amplio sentido, siendo “(...) cualquier trayectoria social recorrida por cualquier persona en el curso de su vida.”(Goffman, 2001: p.133) Del concepto, destaca su carácter de ambivalencia, por un lado lo que refiere al *yo* en su identidad e intimidad y a la vez a “(...) una posición formal, a relaciones jurídicas y a un estilo de vida.” (Goffman, 2001: p.133)

Por otra parte, en referencia a esta obra, es interesante también el concepto de *moral* con el que en *Internados* trabaja el autor, ya que hace referencia a lo que de forma externa influye en la subjetividad de los individuos, refiriéndose a estructuras o instituciones, algo similar a lo que Becker (2010) descubre en su obra *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*, estudiando a los consumidores de marihuana. En esta investigación se toman también puntos relevantes en la *trayectoria* que los *gamers* consideran importantes, que en sociología se denominan *puntos de inflexión*.

En su *carrera* cada “(...) hombre se encuentra en todo momento de su vida cotidiana en una situación biográficamente determinada, esto es, en un ambiente físico y sociocultural tal como él lo define, dentro del cual tiene su posición, y no sólo su posición en términos de espacio físico y tiempo exterior, o de su *status* y *rol* dentro del sistema social, sino también su posición moral e ideológica.” (Schütz, 1964: p.100). Es decir que los elementos que según el autor configuran una *situación biográficamente determinada* y la influencia de factores externos, hacen más plausible que individuos de un mismo *habitus* compartan el gusto por los videojuegos. Este último concepto lo trabaja Bourdieu en *La distinción* (1979). El *habitus* es útil para comprender similitudes en gustos y prácticas en personas en contexto socioeconómico similar. Según el autor “la relación que se establece de hecho entre las características pertinentes de la condición económica y social (...) y las características distintivas asociadas con la posición correspondiente en el espacio de los estilos de vida, solo llega a ser una relación inteligible gracias a la construcción del *habitus* como fórmula generadora que permite justificar simultáneamente las prácticas y los productos enclasables.” (1979: 170)

### **Interaccionismo simbólico**

“El interaccionismo se basa en (...) tres sencillas premisas. La primera es que el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él. Al decir cosas nos referimos a todo aquello que una persona puede percibir en su mundo:

objetos físicos e ideales. (...) La segunda premisa es que el significado de estas cosas se deriva de o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo. La tercera es que los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso.” (Blumer, 1982: 2)

Según expresa Ritzer (2002) la base de esta corriente teórica es la capacidad de pensamiento de los seres humanos, la cual se va conformando a partir de la interacción social que constituye la forma fundamental de aprender significados y símbolos. Asimismo, sostiene que puede existir modificación de esos significados a través de la interpretación de la situación que se puede dar por la capacidad de interactuar consigo mismo. La *internalización* de estos significados suele ser dividida en al menos dos etapas: socialización primaria y secundaria. Para Berger y Luckman (2001) la primera, de *internalización*, consiste en la “(...) aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos” (2001: 162)

La segunda etapa consiste en “(...) socializar diferentes orientaciones de la personalidad, de tal manera que, a pesar de la diversidad de sus personalidades básicas, todavía pueden llenar el mismo conjunto de expectativas de rol, al menos dentro de los límites de la tolerancia.” (Parsons, 1951: 230).

En la socialización se interioriza y resignifica lo aprehendido en la cotidianeidad, alterando sus *mundos de vida* y los de otros y los significados. El *mundo de vida* según Habermas refiere a una “(...) segmentación o condensación de todos los procesos de la acción comunicativa, donde se van a ir renovando las tradiciones, el saber estructural y las normas legitimadas, que van a tener la finalidad de transmitir conocimientos y habilidades” (Habermas, 1981: 208).

Otro referente teórico importante que estudió los signos fue Émile Durkheim. En su teoría explica la comunicación entre las conciencias individuales de cada sujeto a través del uso de símbolos. Su obra más conocida del estudio de los signos es *Formas elementales de la vida religiosa* (1993) en la que estudia una sociedad primitiva en Australia en el año 1912, con el fin de buscar la naturaleza de los hombres. Uno de los aspectos más importantes de esta obra es el concepto del tótem, que en ese entonces consistía en un animal u objeto, pero que en definitiva era un signo para los individuos. En sus palabras, el tótem “(...) es objeto de un estado de opinión, su representación en cada individuo



adquiere, desde su origen y debido a las circunstancias que le han hecho nacer, un poder de presión que perciben incluso los que no se someten a ella.” (Durkheim, 1993: 345)

En su obra, Durkheim concluye con un paralelismo entre el significado de la religión para los individuos con el de la sociedad, comparando lo que es un Dios para la religión lo que es la sociedad para los individuos, la cual “(...) traduce en la conciencia nuestras aspiraciones más o menos oscuras hacia el bien y el bello ideal”. (Durkheim, 1993: 658) Y no únicamente se idealiza en la sociedad lo bueno, sino que también para el autor lo malo ha sido una aspiración, algo que se ha divinizado. La fuerza que ejerce sobre los individuos se traduce en respeto moral, que se visualiza en un determinado comportamiento.

Para los individuos aprender una gran cantidad de símbolos implica una mayor capacidad de comunicación con otros seres racionales, que los posicionan en el (retomando el concepto de Bourdieu) *campo* en un lugar ventajoso respecto a otros.

Los *gamers*, al igual que la mayor parte de la sociedad, utilizan Internet para interactuar con otros individuos. La *interacción* está, según el interpretativismo, directamente ligada al proceso *socialización*, la cual se da desde las edades más tempranas hasta las más adultas. Para estudiar la interacción, en este caso en particular, debe tenerse en cuenta que una mayor o menor parte puede darse de forma virtual. Esto es a lo que Rifkin (2010) denomina relación *parasocial*. Según el autor consiste en una interacción ilusoria. En *La civilización empática* (2010) habla de una transformación de las relaciones parasociales con la revolución de las comunicaciones, la cual ha logrado transformar la interacción, reestructurando la teoría de la dramaturgia goffmaniana.

La herramienta de *socialización* más estudiada es el *lenguaje*, el cual “(...) tiene la virtud de ofrecer la posibilidad de ser empleado como conciencia y como comunicación y mantener separadas las operaciones respectivas.” (Luhmann, 1996: 208) El *lenguaje* “(...) sirve a la conciencia como vehículo (...) para la fijación de sentido que se presenta como un requerimiento absolutamente necesario.” (Luhmann, 1996: 209) Esta investigación pone en cuestión la utilización de un lenguaje compartido, la *jerga*, la cual es (...) una lengua de grupo que expresa y refuerza la cohesión del mismo y favorece la identificación de sus miembros”<sup>10</sup>. A su vez, es un elemento que funciona como

---

<sup>10</sup> Extraído

en:[http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/comunicacion/variedades\\_lengua/lenguajerga.htm](http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/comunicacion/variedades_lengua/lenguajerga.htm)

distinción, para diferenciarse del *otro*.

La teoría de la dramaturgia propone que los individuos desarrollan, ensayan una *fachada*, para lograr un buen desempeño en el *set* (escenario). Según Goffman (2009) los *encuentros*, situaciones en las que los individuos toman contacto y desempeñan sus roles dramáticos.

La *representación* es otra característica de ese encuentro, que Rifkin define como “(...) toda la actividad que realiza un participante dado en una ocasión dada y que sirve para influir de cualquier manera sobre el resto de participantes.” (1010:550)

Rifkin extrae la idea de James Williams de que las personas tienen tantas personalidades como grupos sociales que frecuentan en su día a día. Esta es una idea muestra como los actores se adaptan a las diversas situaciones, como la *conciencia dramática* hace que las personas se preparen para lo que van a vivir anticipadamente, al igual que los actores de teatro que preparan sus escenas.

En lo virtual, la presentación del *self*, que refiere a lo que el otro ve de nosotros cuando interactuamos en la vida cotidiana, se da en un plano hiperreal, donde las relaciones cara a cara pierden su papel protagónico. En un gran adelanto a su tiempo, Baudrillard (1978) explica la complejidad que tienen estas nuevas configuraciones de identidad para investigarse, ya que los individuos eligen lo que mostrar ante las diferentes redes, sin posibilidad en primera instancia de los que ven esa faceta, de comprobar la certeza de la misma. “Goffman divide al individuo en dos partes: una, el actor, su soporte material, físico, biológico, cognositivo, y otra, el personaje, que está constituido por la imagen que el individuo tiene de sí mismo” (Wolf, 1982: 27) En este caso, los *gamers* también deben tomar un cierto rol en la red virtual, a través de uno o más personajes que manejen, del *chat* en caso de que exista la posibilidad.

Para Goffman los individuos estamos actuando todo el tiempo, realizamos un papel dramático en la vida cotidiana, lo que hace difícil revelar lo que está por detrás de las máscaras. La complejidad de estas situaciones radica en no ser cara a cara, donde lo visual cambia. En el caso de los juegos *online* sólo puede conocerse el desempeño en un juego o lo que la otra persona escribe en el *chat*. En el caso de que la persona sea conocida, pueden estar comunicados a través de algún programa que facilite un contacto

audiovisual.<sup>11</sup>

## La identidad

En el proceso de construcción de identidad la interacción social es el medio por el cual se adquieren fuentes de sentido y la “(...) la interiorización de los roles y estatus impuestos (Margel, 2010: 40). Existen innumerables identidades sociales con las que identificarse. Según Amartya Sen (2008) “(...) habría un número de identidades potencialmente viables y relevantes que se podrían evaluar en términos de su aceptabilidad y de su importancia relativa (p.57).

Gilberto Giménez en *La identidad social o el retorno del sujeto en sociología* (1992) describe a la identidad de forma muy similar a como Goffman trabaja el concepto de *carrera*, adjudicando también un doble carácter de subjetiva y a la vez relacional, y se construye y se afirma en la interacción social. Puede afirmarse que la *trayectoria* y la construcción de la identidad no son separables, sino que es en el transcurso de la primera que la segunda se desarrolla.

Según Beatriz Muros “(...) puede que algunos de los factores implicados en la construcción de nuestra identidad social sean reconocibles en la formación de nuestra identidad virtual. Por tanto se pueden establecer paralelismos entre la vida real y la virtual que conllevan a patrones comunes de identidad en el individuo. Dos: La identidad virtual es fluida; se basará, al igual que la social, en ajustes provocados por la naturaleza de las circunstancias.” (2011: 52) la identidad *virtual* como la *real* son maneras de construir identidad, pero la “naturaleza de las circunstancias” no es la misma.

En este sentido “(...) la celeridad de las transformaciones tecnológicas y de las comunicaciones mediadas, por ejemplo, por Internet, nos conduce a percibir una sociabilidad donde la co-presencia física ya no es central en las relaciones entre las personas”. (Geysler, 2010:38) Esto radicaría en, por ejemplo, una presentación goffmaniana del *self* con características diferentes, donde en el *escenario* los actores no se encuentran presentes físicamente.

Según Dubet (1989) se debe “(...) primero distinguir las distintas lógicas de la identificación social y de mostrar que ésta es necesariamente compleja y heterogénea ya

---

<sup>11</sup> Un ejemplo es el programa Skype u otra plataforma de conexión audio o audiovisual vía Internet, es decir, que pueden escucharse e incluso verse en tiempo real mientras juegan.

que nos lleva a varios niveles de la acción social. (...) la construcción de la identidad social es inseparable de una concepción sociológica del sujeto.” (p.520). La identificación de una persona bajo el término *gamer* es una de las tantas lógicas de identificación que pueden coexistir en un sujeto, a su vez relativa a uno o más niveles de la acción social, y puede ser analizada según las lógicas que plantea Dubet. Los niveles de acción social en los que el individuo se encuentre son también en referencia al *otro*: por ejemplo puede ser hijo y también padre estudiante y también trabajador, etc. A su vez, como se explicó anteriormente, cada lógica de identificación social conlleva su propia concepción sociológica, inseparable según Dubet de la “concepción sociológica del sujeto”.

Para un análisis referente a las identidades, Dubet es sin duda un autor que no puede ignorarse. El autor explica: “Mientras más compleja y dinámica es la sociedad más se concibe al proceso de identificación como un elemento central del orden social. (1989: 521)

Tomando a las identidades como un concepto polisémico, Dubet reconoce cuatro niveles del concepto de *identidad*.

1) *La identidad como dimensión de integración*: son “(...) los roles y estatus que le son impuestos o que ha adquirido y a los cuales somete su *personalidad social*”. (Dubet, 1989: 521) Es un recurso para el individuo y su adaptación a la sociedad, siendo el mismo un receptor de normas y valores culturales y a su vez un factor en sí mismo de cambio y generador de sus propias relaciones sociales. Tomando los aportes de Durkheim respecto al estado anómico que puede generar la sociedad en el individuo, en el no sentirse parte de la misma, la integración es justamente una fragilidad que se presenta en los individuos en la actualidad, los cuales no encuentran soporte en los mecanismos del Estado de pertenencia. Esto se asocia a la mención de Durkheim respecto a los tipos de solidaridad *mecánica* y *orgánica*.

Los individuos logran una mayor integración en cuanto a su propia habilidad para integrar diversos grupos sociales que refuerzan su propia identidad, ya que la solidaridad *mecánica*, en la que tomaba gran parte el Estado, está en decadencia. Es por eso que este nivel de identidad no puede concebirse sin tomar en cuenta los grupos que integran los individuos, los cuales ayudan a construir y refuerzan su identidad.

2) *La identidad como un recurso*: este nivel refiere a la utilidad justamente como un recurso, una herramienta para lograr sus fines, para lograr acciones. En esta visión el individuo toma mayor protagonismo, por el hecho de “(...) poseer una identidad es un

recurso de poder y de influencia” (Dubet, 1989: 527)

3) La *identidad como compromiso*: este nivel tiene una importante diferencia respecto al anterior. El actor tiene la capacidad de aceptar o de manifestarse contra las pautas culturales. La visualización más explicativa de este hecho son los movimientos sociales, en los que el actor prioriza su creencia por sobre las pautas culturales legitimadas.

4) La *identidad y trabajo del actor*: el actor como trabajador activo de su propia identidad, relacionando los tres niveles de identidad anteriores. Dubet hace incapié en su multidimensionalidad.

Retomando la teoría de las identidades, George Mead, desde la psicología social, es considerado un referente en cuanto a estas temáticas. En su obra *Espíritu, persona y sociedad* (1982) se refiere a la identidad como un proceso dinámico de construcción del sujeto, en el cual se construye a *sí mismo*. Este último concepto tiene, según este autor, dos partes: por un lado el *yo*, el cual refiere a los valores del propio individuo, los cuales son capaces de lograr un cambio y una conducta *innovadora* (1982). Por otra parte el *mi*, el cual “(...) representa la adopción de las actitudes de los colectivos, de la sociedad” (Margel; 2010: 50)

## Ocio

El término *ocio* etimológicamente proviene del latín *otium*, que significa reposo. Según el Diccionario de la Real Academia Española, el término se define: “cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad”.<sup>12</sup> Sin embargo, teóricos de las ciencias sociales han estudiado al tema desde otras perspectivas. Tal es el caso de Cuenca (2000) filósofo y especializado en recreación, quien tiene una del *ocio* como un estado de actividad. Según Baudrillard (1979) el *ocio* “(...) es una *actividad*, una prestación social *obligatoria*. El tiempo en ella no es “libre”, está *sacrificado*, gastado.” (71) Implica el empleo de un tiempo, el cual “(...) es imprescindible diferenciarlo tanto del tiempo libre, como del tiempo liberado (Cuenca, 2000: 22). En el caso de los *gamers* éste tiempo de *ocio* sería el que dedican a aquellas prácticas relacionadas a los videojuegos.

Cuenca distingue entre distintos tipos de *ocio*: el *activo*, el *sustancial*, el *creativo* y el *solidario*: el *activo* “(...) es aquel en el que te implicas, con el que reacciones y pones algo

---

<sup>12</sup> Extraído en: <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=oSF0LDjdADXX2ibEa8tX>

<sup>13</sup> Extraído en: <http://es.thefreedictionary.com/Ocio>

de ti. (...) Contribuye a un aumento de mayor satisfacción vital, entendido como bienestar físico, psicológico y social.” (Cuenca, 2000: 22); el *ocio creativo*, que “(...) encuentra su ámbito de realización más cercano en lo cultural, área que se caracteriza por separarse de lo instintivo y lo fácil” (Cuenca, 2000:22); el *ocio solidario*, cuyo desarrollo otorga satisfacción y sentido al actor. Es lo que en sociología de las identidades se suele llamar *f fuente de sentido*; y finalmente está el *ocio serio*, que refiere a la búsqueda de satisfacción en la actividad, en la que pone como ejemplo las actividades de voluntariado o los *hobbies*. Según el autor una característica particular de este tipo de *ocio* es, entre otras, la identificación.

#### **IV. Estrategia metodológica**

La metodología de *La realidad de los gamers y los gamers en la realidad* consistió en una estrategia principalmente cualitativa, con la utilización de un método cuantitativo como técnica de muestreo. El universo del estudio lo conformaron en este caso las personas que se consideran *gamers* y residen en Montevideo. El área geográfica se delimitó por conveniencia y a su vez porque es, según la WIP+UY 2013 (2015) la localidad con mayor cantidad de hogares con acceso a Internet, y con menor *brecha digital*.

El estudio fue dividido en cuatro dimensiones, las cuales responden al objetivo general y los específicos de la investigación.

La primera dimensión consistió en la **trayectoria** de los individuos en el entorno del *gaming*. *Puntos de inflexión*, como el comienzo del *gaming* en sus *carreras*. En este sentido, toman importancia las personas que acompañaron esos momentos y las influencias que ellos consideran fueron importantes en el desarrollo de su identidad como *gamers*.

Los **significados** asociados al *gaming*. Esta arista del estudio intentó relevar los significados en torno a considerarse *gamer*, el *lenguaje* propio del *gaming* y sobre el sentido de la pertenencia al *grupo*.

En la tercera dimensión, este estudio intenta explicitar las **percepciones** que los *gamers* tienen sobre sus prácticas individuales y colectivas, así como de otros *gamers* y cómo piensan son vistos ante la alteridad *no gamer* acerca del *gaming*.

Como técnica de muestreo, se utilizó en principio una encuesta vía *online*. Para su difusión fue compartido el link que llevaba a la misma a través de la red social Facebook.

En cuanto a entrevistas se utilizó un tipo de muestreo *relacional-fluctuante* que permitió un efecto de *bola de nieve* entre entrevistados, es decir, de obtener más entrevistados a través vínculos relacionales a partir de los sujetos a los que se llegó a través de la encuesta.

El tipo de entrevista elegida fue la *semi-estructurada*, que consiste en“(...) una serie de temas que debe trabajar a lo largo de la entrevista, pero puede decidir libremente sobre el orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular la pregunta” (Batthyány, 2011: 90). Se realizaron veintiséis entrevistas a *gamers* mayores de edad residentes en Montevideo.

## **V Análisis:**

### **“Press start button”**

Los *gamers* respondieron tener contacto con dispositivos como computadoras y consolas teniendo cinco años e incluso menos. Esto según Angeriz (2013) es acorde a la realidad en Uruguay.

El acceso a Internet es algo más tardío, pero anterior a la adolescencia para la mayoría. Según la WIP+UY (2013), el grupo conformado por personas que hacen uso de internet hace 11 años o más es el más reducido, grupo al que todos los entrevistados según sus relatos pertenecen.

En edades tempranas, la familia tiene una importancia fundamental para proceso de socialización de un individuo en su etapa de socialización primaria, que como anteriormente se explicó en el marco teórico, corresponde a la *internalización*.

Muchos recuerdan en su niñez ver a su padre u hermanos jugando. Cuando se pregunta sobre las figuras femeninas de la familia (madre y/o hermana), la relación con los videojuegos es nula o de mera aceptación de la práctica.

Algunos contrapusieron esta situación a la actualidad, pensando como sus madres hoy en día juegan algunos videojuegos. En este sentido, la mayor popularización del videojuego y el mayor acceso a las TICs a través, por ejemplo, de las tiendas de Android, Iphone, permiten el acceso a una casi ilimitada cantidad de aplicaciones de entretenimiento.

Los padres son, también en la infancia, los proveedores de dispositivos que permiten acceder a los videojuegos, pero a su vez, según los entrevistados, quienes imponen los límites de su uso.

Los individuos marcaron en varias ocasiones una diferencia entre su generación de *gamers* y la actual. La infancia y adolescencia de muchos entrevistados transcurrió en los

*cyber*, jugando con amigos y otras personas, o yendo a casa de amigos a jugar a las distintas consolas. Para ellos, este *encuentro*, esta interacción fue fundamental en su desarrollo como *gamers*.

La llegada y la popularización de Internet marcó una nueva etapa para muchos *gamers*. Varios comentan que con las nuevas facilidades para el acceso a los juegos *online* terminaron para muchos las idas a los *cyber* y comenzaron a jugar más en sus casas, y se lamentan que las nuevas generaciones no hayan tenido la experiencia *cara a cara* de jugar videojuegos.

El abaratamiento de tecnologías (hasta ese entonces aún no todas eran TICS ya que la Internet aún no era del todo común) y el avance en materia de gráficos en la primera parte de la década del dos mil fue, según los entrevistados, una razón importante para adquirir nuevos equipos, mejores y más preparados para poder jugar los nuevos *videojuegos*.

Sin embargo, no es hasta generar cierta independencia económica que varios comentan la libertad de poder adquirir mejores equipos para los videojuegos y así independizarse también en las prácticas virtuales, haciendo que para esta actividad sea menos frecuente presencia física del otro, y, por tanto y a pesar de poder jugar *online*, una actividad más individual. Esta etapa suele coincidir con el pico de tiempo que le dedican a los videojuegos, en la adolescencia, y al momento en que comienzan a pensarse como *gamers*, siendo un *punto de inflexión* importante en *carrera* como *gamers* y comienzan a sentirse identificados con el término.

### **¿Qué es el *gaming* para los *gamers*?**

Debido a la heterogeneidad de las respuestas de los entrevistados fue imposible llegar a una definición que englobe a todas. Sin embargo, al momento de describir qué era un *gamer*, en la mayoría de las definiciones estuvo presente que es la adolescencia el auge del *gaming* porque visualizan mayor disponibilidad para jugar videojuegos. A medida que van creciendo este tiempo lo sienten más escaso, lo que hace que lo valoren más.

Esta disponibilidad de tiempo está ligada también a un *ocio* compartido, en el sentido de que las prácticas virtuales en la infancia y adolescencia suelen ser en conjunto con un padre, hermano, amigo. El *gamer* es aquel que disfruta de jugar videojuegos, al menos eso es algo que en su totalidad los encuestados mencionan. A partir de esto (que algunos tomaban como “base” otros como “único requisito”) surgen las diferencias en las definiciones.

Sin embargo, la mayor parte de los entrevistados difirieron en mayor o menor medida. A



continuación se muestran algunos ejemplos:

- a) ser competitivo al momento de jugar;
- b) poseer conocimientos sobre las TICS que permiten a los *gamers* jugar videojuegos. Algunos *gamers* valoraron el esfuerzo por entender el funcionamiento de las tecnologías, ser independientes para armarlas y repararlas.
- c) Tener “pasión” por los videojuegos. La utilización de esta palabra da a entender un involucramiento emocional de los sujetos;
- d) Ser “hábil” para los videojuegos;
- e) haber incorporado la *cultura gamer*, un concepto sobre el que sin duda habría que indagar, ya que alude a un conjunto de significados que hacen una *cultura* propia de esta identidad;
- f) pasar mucho tiempo jugando videojuegos;
- g) jugar todo tipo de juegos y
- h) estar informado acerca de las novedades relacionadas al *gaming*.

a) Retomando el marco teórico, el *ocio serio* consiste en una búsqueda de satisfacción por aquel que lo practica. Varios *gamers* la encuentran en aquellos videojuegos que son competitivos y/o desafiantes. La intencionalidad de los individuos explícita de jugar videojuegos para ser mejores y vencer a otros rivales, para poder competir con su pares e incluso llegar a participar de campeonatos nacionales (o internacionales) de esos juegos.

El *ocio serio* es justamente aquel que permite expresar ciertas destrezas, conocimiento sobre aquello que produce disfrute en un individuo. Los *Esport* (ver glosario) cada vez se vuelven más famosos y dan más dinero a aquellos que participan en los torneos, por lo que cada vez se vuelve más atractivo profesionalizarse en los videojuegos.

Las posibilidades de vivir de esto son muy pocas, por lo llegar al profesionalismo es hoy en día muy difícil aún, por lo que un abordaje desde la identidad de trabajo no sería necesario por el momento.

Para definir algo que no todos internalizan de la misma forma, las personas (que tienen diferencias en sus *carreras*, una *situación biográficamente determinada* diferente) se vieron obligadas a utilizar significaciones propias de sus mundos de vida, a explicar el concepto en base a experiencias propias y conocimientos previamente adquiridos en el entorno. El que haya habido gran diversidad en las definiciones explicita las diferencias en cómo perciben el *gaming*, y cómo lo viven.

Otro aspecto importante es que los entrevistados teniendo puntos de contacto y de diferencia con otros *gamers*. Al momento de definir, siempre lo hacían en tercera persona del plural al definirse a *sí mismo* en el *otro* sin otra referencia que las propias experiencias en el entorno, fue algo a propósito planeado, y muy rico en su variedad de respuestas.

Con esto la conclusión que puede sacarse es que, de entre los entrevistados de esta investigación, existe una gran heterogeneidad en sus prácticas, en cómo viven el *gaming*, que los lleva a definirlo subjetivamente de manera muy distinta.

Por otra parte, también mencionaban que los juegos más difíciles y que les exigen mayor capacidad de resolver situaciones complicadas son los que más les gustan, muchas veces estos son, por ejemplo, de crear personajes y desarrollar distintas historias, las cuales pueden tener múltiples finales. En este sentido, toma parte el *ocio creativo*, ya que se los individuos gustan de generar su propia historia y de sortear los obstáculos que se les interpongan utilizando los recursos que van encontrando. Esto se da particularmente en juegos como los *RPG* o de *aventura*.

b) Todos los sujetos parecen tener incorporados, en sus mundos de vida, conocimientos y significaciones que han adquirido día a día y los han convertido a algunos más y otros menos expertos en el uso de la tecnología. Muchos de los entrevistados además de jugar videojuegos tenían amplio conocimiento de computadoras, de tecnología en general. Varios tenían realizados cursos e incluso sus trabajos estaban relacionados al diseño de videojuegos, o trabajaban programando páginas web, realizando el soporte técnico para una empresa, entre otras cosas.

El conocimiento que van adquiriendo no solamente les permite independizarse en el correcto mantenimiento de las TIC, sino también utilizarlos como una fuente de ingreso, como algunos *gamers* que comentaron haber realizado en algún momento trabajos, “changas” reparando dispositivos de otras personas. Este conocimiento a su vez muchas veces es aprendido de forma autodidacta, a través de internet. Esto indica claramente que los *gamers* ya han realizado la *apropiación* de las TIC, la cual es la segunda brecha digital de la que suelen hablar los académicos que la estudian: “al apropiarse de las TIC (...) se apropian también de las condiciones de acceso y uso de esas TIC, incluyendo las diferencias apuntadas en materia de brecha digital y cognitiva. La apropiación se produce por la participación de hecho en la actividad que se lleva a cabo con las TIC. Inicialmente, esta actividad se realiza de forma gradual y asistida, pero luego el usuario encuentra

caminos propios e independientes.” (Crovi, 2007:75) En el caso de los *gamers*, son los padres, hermanos y luego amigos quienes asisten la apropiación de las tecnologías, pero luego de apropiarse se vuelven independientes al respecto.

c) “(...) la sociología «de» la emoción tiene como fin el estudio de las emociones haciendo uso del aparato conceptual y teórico de la sociología. (...) la naturaleza de las emociones está condicionada por la naturaleza de la situación social en la que los hombres sienten. (Bericat, 2000: 150) Sería interesante indagar sobre las emociones, la “pasión” que los *gamers* sienten por el juego, de dónde proviene y cómo se expresa.

d) Habilidades mentales y físicas, que según la mayor parte de los entrevistados se *internalizan* y van mejorando con el tiempo, siendo la propia práctica el vehículo para lograrlo. Para otros, las habilidades son innatas, no dependería de ningún proceso de conformación de identidad *gamer*.

e) La *cultura gamer* podrían ser todos aquellos códigos y significaciones que forman parte del entorno, pero que aún sería muy difícil detallar. Sin embargo, es interesante tener en cuenta que varios la mencionan como algo consolidado.

f) El factor de tiempo fue mencionado principalmente para la etapa de la adolescencia en la que se incorporan, según los *gamers*, la mayor parte de los significados relativos al entorno.

g y h) Refieren a significados que algunos plantean como imprescindibles para ser considerados *gamers*. Por un lado que en la *carrera* hayan jugado una gran variedad de juegos

### **Los *gamers* y las relaciones *parasociales***

Gran parte de los entrevistados respondieron haber tenido o tener amistades que habían conocido en juegos *online* o a través de redes sociales. Al parecer, los *gamers* logran establecer vínculos con personas que según ellos no necesariamente llegan a conocer en persona.

Algunos comentaban que se unían a *clanes* no sólo para relacionarse con otros sino para mejorar su desempeño en los videojuegos y aprender de otros. Esto es utilizar a la

identidad como un *recurso*, tal y como se veía anteriormente con Dubet. En estas instancias de *encuentro*, hacen uso de las significaciones que han incorporado, de su experiencia en la interacción, y se relacionan con otros videojugadores. Ellos buscan interactuar con otros *gamers* y formar nuevos vínculos, amistades, siendo el videojuego *online* el principal vehículo mencionado para lograrlo. Esto es afín a la identidad como *integración*. Parte de los entrevistados al momento de la entrevista se encontraban en pareja que habían conocido mediante juegos *online*, amigos *gamers* en común. Aquí entra en juego nuevamente el *habitus* para entender su *encuentro*, tanto en sus amistades como con sus parejas, destacando que estas relaciones *parasociales* en varias ocasiones, según los entrevistados, dejan de ser únicamente en ese nivel.

Sin embargo, el mayor tiempo que pasan con sus amistades *gamers* es jugando a través de *Internet*, en juegos *multijugador*. Las relaciones *parasociales* para los *gamers* constituyen una forma de interacción con otros y también para llevar a cabo sus prácticas en los videojuegos. La interacción se da mediante el *chat* que los propios juegos ofrecen o también programas como *Skype* que permiten escuchar, hablar e incluso ver a la otra persona, lo que resignifica nuevamente las formas de *interacción* y las vuelve más cercanas a las físicas. Los entrevistados comentaban que esto era algo muchas veces gradual, comenzaba en el juego, seguía por redes sociales, luego por *Skype* y finalmente a los encuentros *cara a cara*.

### **Lenguaje de la jerga gamer:**

Para aquellos usuarios que frecuentan foros, grupos de Facebook y juegos online, es muy común que se utilicen ciertos términos propios del ámbito de los videojuegos. La mayoría de estas palabras son en inglés, muchos de ellos acrónimos. Algunos entrevistados comentaban que en una época los juegos estaban en inglés y ellos debieron adaptarse al idioma del juego, así como también para hablar con personas de otro país, cuando por ejemplo los servidores eran de Estados Unidos (caso del *League of Legends*, juego que mencionan casi en su totalidad los entrevistados), lo que explicaría su aprehensión forzada del idioma.

Incluso al momento de distinguir entre los tipos de juegos que existen los términos a los que acudieron fueron: *shooter*, *RPG (Rol Playing Game)*, entre otros.

Como conclusión de esto, puede decirse que el compartir un lenguaje propio de la *jerga gamer* es parte de la identidad como *integración* que habla Dubet (antes vista en el marco teórico), que a su vez refuerza la identidad propia del grupo, y un proceso de

internalización que tienen los sujetos cuando toman contacto con el entorno del *gaming*.

### **No todo es lo que parece: percepción vs. realidad**

La importancia de lo que piensa el *otro* o la *alteridad* radica en que la identidad es, en definitiva, “(...) una relación transpersonal y transcultural entre el *yo* y el *otro*, puesto que no hay identidad sin el *otro*” (Alsina, 1999: 55). Anteriormente se vio, en el marco teórico, que Giménez decía algo muy parecido.

Al preguntar acerca de la existencia de un estereotipo, las respuestas fueron unánimemente afirmativas. Los entrevistados contrapusieron el estereotipo que pensaban la alteridad tenía con el ellos mismos era siempre diferente. “. La carga simbólica que conlleva la palabra *gamer*, *jugadores de videojuegos*, y otros términos relacionados tienen una es para ellos muy negativa. Algunos relacionaban los estereotipos con el hecho de que los gamers no hayan sido históricamente demasiado visibles, permaneciendo a la sombra de los estudios sobre los cambios que las TICS han generado en la sociedad.

Según Alsina (1999), los estereotipos producen y reproducen el orden simbólico ya establecido en la sociedad, legitimando la desigualdad en el reparto de los privilegios y las diferencias sociales, poniendo en un escalón más alto al grupo propio por encima del *otro*. En sus palabras “(...) suponen la atribución a los individuos particulares de las supuestas características de su cultura”. (p.83) En el caso de los *gamers*, estos comentan sentirse disminuidos por la alteridad *no-gamer*, y atribuidos de características que consideran no tienen.

Respecto a las noticias que ven de los medios de comunicación, catalogan a las mismas como negativas ya que la información que en ellas aparece no la ven como certera. Muchos de ellos se expresaban molestos por el hecho de que la culpa hacia los videojuegos no está fundada en algo científico, y que muchas de las noticias que aluden a desastres relacionados a los videojuegos son de Estados Unidos o de Korea, un contexto muy diferente.

Independientemente de si esto es real, de si ocurre, es muy importante lo que los individuos perciben que los demás piensan, porque, en definitiva, influye en cómo ellos lo viven. Es, en definitiva, lo que expresa el teorema de Thomas.

### **¿Y lo que ellos piensan de sí mismos?**

Varios sujetos expresaron que por muchos años los gamers permanecieron con un bajo perfil respecto al *gaming*, por desconocer si el *otro* también tenía ese gusto o por el estereotipo de la sociedad. Según expresaron varios entrevistados, redes sociales y los propios gamers han ido generando cambios de comportamiento, así como también la tecnología en conjunto con la sociedad han tenido una evolución significativa, al punto de que la última se ha vuelto más tolerante hacia los *gamers*.

Algunos manifiestan sentirse solitarios en sus prácticas virtuales, e incluso confirman esta parte del estereotipo que piensan la alteridad tiene de ellos. Sin embargo, en la interna *gamer* perciben cambios que visualizan en las redes sociales o en la masificación de los *eventos*, nuevas características de los *gamers* que rompen con lo solitario de las prácticas haciendo las nuevas generaciones más expuestas en lo *virtual* y *real*. Sin embargo, no todos los gamers parecen haber tenido ese cambio de percepción respecto a la sociedad así como tampoco de sí mismos o de su entorno.

### **La rutina de los *gamers***

En su rutina, la mayor parte de los *gamers* dejaron claro en sus discursos que tienen otras prioridades antes que jugar. Casi la totalidad de ellos dijo estar en ese momento estudiando, incluso al mismo tiempo que estaban trabajando. Era en función de estas actividades, sumadas a los tiempos de *ocio* u otras actividades (familia, pareja, amigos) que los *gamers* pueden jugar, informarse de videjuegos, etc.

Este tiempo se para la mayoría en las noches, una vez que han finalizado con sus otras responsabilidades. Es por eso que las prácticas se reducen conforme van creciendo y con ello aumentando las responsabilidades.

### **El contacto con otros *gamers*: la identidad como *recurso***

El contacto con otros *gamers* se da en el mundo *virtual* y en el mundo *real*. En el mundo *virtual* mediante redes sociales, foros, videojuegos de tipo *multijugador*, etc. Lo que para muchos entrevistados comenzó en los *cybers* o cibercafés con el sistema de *LAN* o en la casa de algún amigo, hoy en día el sistema de juego primordial son los juegos *online* debido al auge de la Internet ya mencionada disminución de la brecha digital. La actividad del *gaming* es, para muchos individuos, una motivación para tener contacto con otros.

A esta forma de contacto se le suman los *eventos*. Desde hace ya algunos años, se realizan

eventos que reúnen todo tipo de público, que los *gamers* reconocen como *freakys*, *otakus*, entre otros. Todos los entrevistados manifestaron estar enterados de que estos eventos suceden algunas veces en el año, incluso muchos mostraron estar informados respecto de los próximos eventos y/o haber concurrido a algunos de forma reciente

En algunos casos, la percepción sobre los eventos es que no están dirigidos específicamente al público *gamer*. Sin embargo, algunos de los entrevistados comentaban disfrutar de asistir a estos lugares, donde para ellos la *comunidad gamer* pasa de ser algo intangible a volverse física.

En estas instancias es cuando aquellos individuos que discutían en los foros, donde lo único que se sabía del *otro* era el *nick*, se podían ver más rasgos de esa persona. La presentación del *self* antes *virtual* se vuelve en este tipo de eventos *real*. Tal es el caso por ejemplo del *cosplay*, que podría ser otro elemento vinculado al *gaming* y otra fuente de entretenimiento. Varios entrevistados comentaban que les gustaba ir y ver los distintos *cosplay* que las personas realizaban. Esto recuerda a la teoría de la dramaturgia goffmaniana, donde en este caso el atractivo para los *gamers* es realizar o ver actuaciones en las cuales se valora a aquellos que logran un mayor parecido a los personajes que más les gustan.

### **El encuentro virtual**

En la presentación del *self* virtual, lo que es posible conocer del otro son muy pocas cosas. En primera instancia, lo primero que aparece es el *Nick*<sup>14</sup>. Esto es lo único que puedo ver del otro al momento de jugar online. Luego aparecen los personajes que utilizan y todo lo referente a ellos: apariencia, *costume*<sup>15</sup>, objetos que se equipan, como por ejemplo las armas que se usan (en caso un juego de tipo *shooter*), etc. Todo contribuye a formar una cierta imagen, que es lo que los demás jugadores pueden ver.

El *nick* es un nombre de usuario, un alias que el jugador puede elegir al momento de comenzar un juego determinado. Lo que los jugadores pueden saber del *otro* que juega con o contra él es únicamente este nombre. Es lo único que puede saberse de la otra persona con la que se está jugando, además de su desempeño. Es así que el nombre de

---

<sup>14</sup> Nombre que elige un usuario, por el cual es el que los demás que participan, por ejemplo, en el mismo juego, lo reconocen.

<sup>15</sup> Vestimenta, en el caso de los juegos que permiten cambiar la apariencia de los personajes.

usuario es la *presentación del self* dentro de los juegos, la primer impresión (la cual para la socialización es muy importante) hacia el otro.

Por lo general, los sujetos usaban para cada juego el mismo *nick*, o tenían dos o tres, los cuales suelen alternar según el juego. Por otra parte, los entrevistados comentaron conocer a ciertos *gamers* famosos por su desempeño, a los cuales identifican sólo por sus nombres de usuario en los juegos, o en los *gameplays* y/o *streamings*.

Es por eso que el *nick* es muy importante para estudiar la identidad *virtual*. Para su elección, algunos usan nombres que consideran graciosos, otros uno que los diferencie del resto, que nadie tenga de forma de que sus pares puedan identificarlos fácilmente.

Es parte de la construcción de la identidad *gamer* de cada sujeto, la refuerza, e incluso puede utilizarse para identificarse con un *clan* (videojugadores que juegan en un mismo equipo). En algunos juegos puede formarse un equipo permanente con otros usuarios, y se suele utilizar un formato similar a este “URUnombre” donde “URU” sería por ejemplo el nombre del *clan*, o un nombre que identifica a los jugadores según el país de origen.

### **La Comunidad *Gamer***

El término *comunidad* es un concepto manejado de forma cotidiana por los miembros de la sociedad. Según Bauman, “(...) la comunidad es un lugar <cálido>, un lugar acogedor y confortable. (...) En una comunidad podemos contar con la buena voluntad mutua. Si tropezamos y caemos, otros nos ayudarán a volvernos a levantar.” (2003: p.6) Es“(...) un concepto con un valor polisémico, pero como idea global obedece al imperativo antropológico de encuentro social y a la necesidad de crear sentido y dar forma a la sociedad humana, (...) uno se siente miembro activo de grupo, lo cual es determinante para la propia identidad del sujeto.” (Moreno y Suárez, 2010: s/n)

El término surgió en las entrevistas, al momento de indagar sobre el contacto con otros *gamers*. De forma cuasi-unánime los entrevistados hablaron de la existencia de una comunidad *gamer*. Sin embargo, hubo distintas apreciaciones al respecto, de las cuales pueden distinguirse al menos dos tipos generales de comunidad: aquellos que respondieron que la comunidad *gamer* la conforman las personas que de “UGA- Uruguay Gamers Association”, un grupo de Facebook; otros utilizaron el término para algún juego en particular, para los cuales también habían grupos de Facebook en los cuales interactuaban con otros videojugadores. Otros aludieron a comunidades que en algún momento se disolvieron, foros que fueron clausurados (*Lan Party* fue el más nombrado).



Para algunos representa un medio de ayuda para salvar aquellos obstáculos que los videojuegos, recordando la utilidad de la comunidad a la *razón instrumental* de la que hablan Adorno y Horkheimer; otros buscan conocer e intercambiar distintas opiniones con otros que sepan del tema, o informarse respecto a videojuegos o novedades del ambiente *gamer*. Por otra parte, otros entrevistados respondieron que la comunidad se visualizaba en los eventos que tenían como público objetivo a la población *gamer*, por un lado quienes organizaban esos eventos y por otro las personas que a ellos asistían. Cada comunidad descrita requeriría su pertinente estudio sociológico.

Las comunidades virtuales rompen los esquemas de las comunidades tradicionales. Bauman dice que su causa radica en “(...) el golpe moral a la <naturalidad> del entendimiento comunal: la emancipación del flujo de información respecto al transporte de los cuerpos. Una vez que la información pudo viajar con independencia de sus portadores, y a una velocidad muy superior a la de los más avanzados medios de transporte (como en el tipo de sociedad en la que todos vivimos hoy en día), ya no podía trazarse, y mucho menos sostenerse, la frontera entre el <interior> y el <exterior>. (2006: El término *comunidad* constituye un salvavidas a las formas inestables de identidad actuales, parte de lo que Bauman llama modernidad líquida. Según lo explica Bauman “Las actividades sociales y las formas socialidad que crecen más en los últimos años están relacionadas con las prácticas de ocio y consumo” (2010: p.83)

## **VI Conclusiones**

Son más las incógnitas que deja el estudio que respuestas. Algunas cosas sí son claras: es un universo diverso desde múltiples aspectos: el significado de ser *gamer* es diferente según cada persona. En otras palabras, para ninguno implica lo mismo ser *gamer*, ni tampoco lo viven de igual manera. Incluso entre sí mismos se perciben distintos en su forma de vivirlo, al punto de que algunos entrevistados tenían algunas categorías para diferenciarse, las cuales definían en función de lo que para ellos significaba el *gaming*.

Al indagar en aspectos biográficos de los entrevistados, surgió que en la *socialización primaria*, desde edades tempranas, los *gamers* ya habían tenido contacto con los videojuegos, muchas veces motivados por sus padres, hermanos, tíos o amigos. En general, comentan tener alguna persona de referencia que les inculcó lo que varios llaman *cultura gamer*, un elemento sobre el que valdría la pena profundizar a futuro. También existen gran cantidad de significados y conocimientos que se adquieren, según ellos, de forma autodidacta, con la cual se ayudan de la información disponible en Internet a través

de las TICs, las cuales mostraron tener una importante apropiación de la tecnología.

Todos los entrevistados mencionaron haber tenido desde su infancia varios dispositivos que les permitieron el acceso a los videojuegos. Con su evolución como *gamers* y luego de la incorporación al mercado laboral, los *gamers* logran una mayor libertad para adquirir tecnología actualizada que les permite jugar videojuegos más demandantes tecnológicamente, frente a los cuales los entrevistados demuestran tener vasto conocimiento, así como también de sus equipos informáticos y consolas.

Un aspecto importante que refuerza la identidad de los *gamers* es el lenguaje propio que tiene la *jerga gamer*, del cual la mayoría de las palabras son en inglés (por una probable influencia de Estados Unidos) y que interiorizan a través de los juegos *online* y las redes sociales.

Respecto a la interacción virtual, la presentación del *self* en el entorno virtual en la que toman parte los encuentros situacionales entre *gamers* corresponden al *nick*, a la jugabilidad del otro y a lo que se hable en el *chat* (estas características varían según el videojuego). Aquí toma parte el *nick*, que los *gamers* parecen elegir nombres que hacen referencia a aspectos que consideran parte de su identidad.

En la jugabilidad surgieron algunas diferencias de género, en la que algunos entrevistados comentaban visualizar un peor desempeño de usuarias mujeres. Esto llevó a un emergente también en el *chat*, en el cual las mujeres comentaron sentir que hombres se dirigían de forma diferente, así como también en las redes sociales. Esta problemática plantea un interesante campo de estudio a futuro. Por otra parte, fue a través también del *chat* que los individuos comentaron la presencia de *flamers*, de personas que cometen violencia verbal a otros videojugadores. Sobre este aspecto también sería interesante profundizar.

Los *gamers* entrevistados afirmaron que existe un estereotipo que tiene la alteridad sobre sus prácticas, algunos explicitando experiencias anteriores en las que se han sido tratados de forma diferente por el la alteridad no-*gamer*, principalmente por adultos. Sin embargo, perciben un cambio positivo en este sentido, el cual piensan es por la mejor adaptación tecnológica de la sociedad. Independientemente de si realmente el estereotipo existe, es importante lo que los individuos perciben que los demás piensan, porque, en definitiva, influye en cómo ellos lo viven. Es, en definitiva, lo que expresa el teorema de Thomas.

El contacto con los otros *gamers* se da, como se esperaba en las hipótesis, principalmente de forma *virtual*, en la que construyen relaciones *parasociales*, que no requieren de la co-

presencialidad física.

Algunos elementos vinculados al entorno del *gaming* que surgieron fueron el *stream*, el *gameplay* y el *cosplay*, que de alguna forma se desligan de las relaciones *parasociales* y por lo tanto del anonimato que antes caracterizaba a los videojuegos. Sin embargo, estos tres elementos difieren en gran medida en la práctica, y cada uno debe ser estudiado la profundidad que merecen.

Los *gamers* ven a otros jugar para mejorar sus habilidades (esto para el caso del *stream* y los *gameplays*). Al visualizar a la persona que muestra cómo está jugando, lo físico se vuelve relevante, y la presentación del *self* toma nuevas formas, aún dentro del entorno virtual.

En cuanto a los *cosplays*, estos se visualizan principalmente en los eventos, que son un espacio en el que de forma pública los *gamers* tienen la oportunidad de asistir e interactuar con, por ejemplo, *otakus* y *freakys*. Estas instancias de interacción personal si bien son frecuentadas por la menor cantidad de los entrevistados, todos comentaron estar al tanto.

Esta investigación tuvo como objetivo dar los primeros pasos en conocer la construcción de la identidad de aquellos individuos que tienen el *gaming* incorporado en su identidad. Como investigación de carácter exploratorio, las intenciones fueron trazar diferentes líneas que requieren ser investigadas en profundidad por la sociología a futuro.

## Bibliografía

- Angeriz, E., 2013. *Utilización de las tecnologías de la información y comunicación por niños y niñas, en ámbitos formales e informales*, Montevideo: Facultad de Psicología.
- Batthyány, K. & Cabrera, M., 2011. *Metodología de la Investigación*. Montevideo: Facultad de Ciencias Sociales.
- Baudrillard, J., 1979. *La crítica de la economía política del signo*. 3era ed. Ciudad de México: Siglo veintiuno.
- Bauman & Bauman, Z., 2006. *Comunidad, en busca de seguridad en un mundo hostil*. Segunda edición ed. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A..
- Becker, H., 2010. *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*. Madrid: Siglo XXI.
- Berger, P. & Luckmann, T., 2001. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bericat, E., 2000. La sociología de la emoción y emoción de la sociología. *Papers*, Issue 62, pp. 145-176.
- Blumer, H., 1982. *Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora.
- Bourdieu, P., 1977. *La Ilusión Biográfica*. s.l.:Anagrama.
- Bourdieu, P., 1979. *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Castells, M., 2001. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Buenos Aires: Alianza.
- Correa, M. d. C., 2011. *Las representaciones sociales de las TIC en los adultos*. Montevideo: ObservaTIC.
- Covi, D., 2007. Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. En: *Tecnologías de la información en la comunidad académica de la UNAM: acceso, uso y apropiación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 65-79.
- Cuenca, M., 2000. *Ocio humanista: Documentos de estudio de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- De Marinis, P., Gatti, G. & Irazuzta, I., 2010. *La comunidad como pretexto, en torno al resurgimiento de las solidaridades comunitarias*. Barcelona: Anthropos Editorial, Rubí.
- Dubet, F., 1989. *Sociología de la experiencia: Estudios sociológicos VII*. Ciudad de México: Colegio de México.
- Entertainment Software Association, s.f. *Essential facts about the computer and video game industry*. [En línea]  
Available at: <http://essentialfacts.theesa.com/Essential-Facts-2016.pdf>  
[Último acceso: 25 agosto 2016].
- Geysler, M., 2010. Acerca del concepto de la identidad. En: *Identidad social*. Ciudad de México: El Colegio de México, pp. 35-72.
- Goffman, E., 2009. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. 2da ed. Buenos Aires: Amorrortu.
- Luhmann, N., 1996. *Introducción a la teoría de los sistemas*. México: Anthropos.

- Moreno, A. & Suárez, C., 2010. *Las comunidades virtuales como nuevas formas de relación social: elementos para el análisis*. Madrid: Universidad Complutense.
- Muros, B., 2011. El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), pp. 49-56.
- Reporte índigo, 2014. *El negocio de ser gamer*. [En línea]  
Available at: <http://www.reporteindigo.com/indigonomics/el-negocio-de-ser-gamer-Vega>  
[Último acceso: 23 enero 2016].
- Rifkin, J., 2010. *La civilización empática*. Madrid: PAIDÓS.
- Ritzer, G., 2002. *Teoría Sociológica Moderna*. Madrid: McGrawHill.
- Schutz, A., 1964. *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Universidad Católica del Uruguay, 2015. *ucu.edu.uy*. [En línea]  
Available at: [http://ucu.edu.uy/difusiones/2015/pdf/Informe\\_WIP\\_Uruguay\\_Final.pdf](http://ucu.edu.uy/difusiones/2015/pdf/Informe_WIP_Uruguay_Final.pdf)  
[Último acceso: 15 noviembre 2015].
- Wolf, M., 1982. *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.