

Procesos de apropiación y construcción de cultura Gamer en Villavicencio

Daniel Fernando González Moreno

Director del trabajo de grado

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades

Maestría en Comunicación

Villavicencio

2020

Contenido

	Pág.
Introducción	17
Objeto de investigación	21
Planteamiento del problema	21
Formulación del problema	23
Justificación	24
Objetivos del proyecto	26
Objetivo general	26
Objetivos específicos	26
Marco Teórico	27
Estado del arte	27
Cultura y Cultura Gamer	30
Cultura regional como entorno de desarrollo de la cultura Gamer	40
Posturas frente a la Cultura Gamer	44
La cultura Gamer desde la Mediación Cultural	49
Gamer como cultura y no como síndrome (adicción)	51
Diseño metodológico	57
Paradigma de investigación	57
Tipo de investigación	58
Enfoque de investigación	59
Fases de la investigación	60
Alcance de la investigación	61

Población y muestra de investigación	62
Diseño de la investigación	63
Técnicas e Instrumentos de recolección de información	65
Encuesta	65
Grupo de enfoque	66
Observación no participante	67
Resultados	68
Presentación de resultados	68
Encuesta	68
Lenguaje	69
Simbología	78
Cultura	88
Cotidianidad	101
Historia y conocimiento	119
Entrevistas individuales	123
Los objetivos de un joven dentro de la cultura Gamer	125
Grupo de enfoque	144
Problemáticas que enfrenta la comunidad Gamer en Villavicencio	144
Villavicencio no tiene una comunidad Gamer organizada	145
Falta de reconocimiento estatal	149
Las empresas no ven viable el ámbito competitivo de los videojuegos en Villavicencio	151
La cultura de la piratería afecta la cultura Gamer	153

Propuestas para mejorar estas problemáticas de la comunidad Gamer en Villavicencio	157
Observación no participante	159
Creación de comunidades y eventos de cultura Gamer en Villavicencio	161
Creación de la comunidad LoL Villavicencio en Facebook	162
Creación del grupo Gamers Villavicencio en Facebook	164
Torneo Copa de Leyendas Villavicencio	166
Creación de la comunidad Clash Royal villavo en Facebook	168
Creación de la comunidad Fortnite Villavicencio en Facebook	170
Creación de la comunidad Free Fire Villavicencio en Facebook	171
Creación de la comunidad FIFA Villavicencio en Facebook	172
Evento Geek and Games festival -GEGA Fest	173
Empresas en Villavicencio relacionadas con la construcción de cultura Gamer	175
Movimiento alternativo de Cultura, Contracultura y Ocio – MACCO	176
Innova Game SAS	178
Esports Villavicencio	179
Discusión de resultados	182
Análisis cuantitativo y cualitativo de la variable apropiación	184
Apropiación del lenguaje – cuantitativo	185
Apropiación de la simbología – cuantitativo	186
Apropiación de la cultura – cuantitativo	187
Apropiación en la cotidianidad – cuantitativo	188
Apropiación de la historia y el conocimiento – cuantitativo	189

Apropiación del lenguaje - cualitativo	193
Apropiación de simbología – cualitativo	194
Apropiación de cultura – cualitativo	194
Apropiación en la cotidianidad – cualitativo	196
Apropiación de la historia y el conocimiento - cualitativo	196
Análisis cuantitativo y cualitativo de la variable construcción	197
Construcción del lenguaje – cuantitativo	199
Construcción de la simbología – cuantitativo	200
Construcción de la cultura – cuantitativo	200
Construcción de la cotidianidad – cuantitativo	204
Construcción del lenguaje – cualitativo	207
Construcción de simbología – cualitativo	209
Construcción de cultura – cualitativo	211
Construcción de cotidianidad – cualitativa	212
Construcción de la historia y el conocimiento – cualitativo	213
Análisis de la influencia de la cultura Gamer en Villavicencio	214
Influencia de la cultura Gamer en el lenguaje local	216
Influencia de la cultura Gamer en la simbología local	217
Influencia de la cultura Gamer en la cultura local	218
Influencia de la cultura Gamer en la cotidianidad local	219
Influencia de la cultura Gamer en el conocimiento y la historia local	221
La Mediación Cultural como parte de la influencia de la cultura Gamer	222
Conclusiones y Recomendaciones	225

Conclusiones	225
Recomendaciones	231
Referencias bibliográficas	234
Anexos	237

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 – Breve reseña histórica de los videojuegos	160
Tabla 2 - Matriz cuantitativa – Variable apropiación	184
Tabla 3 - Matriz cualitativa – Variable apropiación	190
Tabla 4 - Matriz cuantitativa – Variable construcción	198
Tabla 5 - Matriz cualitativa – Variable construcción	205
Tabla 6 - Matriz de correlación mixta– Influencia de los videojuegos en Villavicencio	214

Lista de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1 - ¿Ha jugado videojuegos con personas de otros países?	70
Gráfica 2 - ¿Ha jugado videojuegos que estén en un idioma diferente al español?	72
Gráfica 3 - ¿Ha jugado videojuegos con personas de otros países? – Femenino y Masculino	74
Gráfica 4 - ¿Ha jugado videojuegos que estén en un idioma diferente al español? - Femenino y Masculino	74
Gráfica 5 - ¿Ha aprendido nuevo vocabulario (palabras) de los videojuegos? - Femenino y Masculino	74
Gráfica 6 - ¿Ha aprendido nuevo vocabulario (palabras) de los videojuegos?	75
Gráfica 7 - Los videojuegos en los que participa actualmente, los juega con personas que viven en - Femenino y Masculino	77
Gráfica 8 - Ve usted el computador como	79
Gráfica 9 - Ve usted el computador como - Femenino y Masculino	81
Gráfica 10 - Ve los videojuegos como	82
Gráfica 11 - Ha dialogado con otras personas sobre los videojuegos que le gustan	85
Gráfica 12 - Ha dialogado con otras personas sobre los videojuegos que le gustan - Femenino y Masculino	85
Gráfica 13 - Se identifica con algún personaje de videojuego o con algún videojuego como tal	87
Gráfica 14 - Se identifica con la cultura de Villavicencio	89
Gráfica 15 - Se identifica con la cultura de Villavicencio - Femenino y Masculino	90

Gráfica 16 - Desarrolla su identidad personal por internet, es decir, se muestra como es en realidad	91
Gráfica 17 - Desarrolla su identidad personal por internet, es decir, se muestra como es en realidad - Femenino y Masculino	93
Gráfica 18 - Se identifica con algún tipo de comunidad virtual	94
Gráfica 19 - Se identifica con algún tipo de comunidad virtual - Femenino y Masculino	96
Gráfica 20 - ¿Cree que los videojuegos son una cultura?	97
Gráfica 21 - Cree que los videojuegos son una cultura - Femenino y Masculino	98
Gráfica 22 – En qué sectores de la ciudad ha podido observar el desarrollo de los videojuegos	102
Gráfica 23 - En qué sectores de la ciudad ha podido observar el desarrollo de los videojuegos - Femenino y Masculino	104
Gráfica 24 - Dedicar tiempo a los videojuegos (por lo menos 1 hora diaria)	105
Gráfica 25 - Dedicar tiempo a los videojuegos - Femenino y Masculino	108
Gráfica 26 - ¿Qué dicen sus padres de los videojuegos?	110
Gráfica 27 - ¿Qué dicen sus padres de los videojuegos? - Femenino y Masculino	112
Gráfica 28 - Entre sus amigos y familiares ¿Cuántas personas conoce que juegan videojuegos?	114
Gráfica 29 - Entre sus amigos y familiares ¿Cuántas personas conoce que juegan videojuegos? - Femenino y Masculino	117
Gráfica 30 - ¿Sabía usted que los eSports son un deporte reconocido en el ámbito mundial?	120

Gráfica 31 - ¿Sabe lo que es un MOBA, MMO o MMORPG?	121
Gráfica 32 - Sabe usted que en Villavicencio se adelantan campeonatos, ligas profesionales y semiprofesionales de videojuegos en línea	122

Lista de imágenes

	Pág.
Imagen 1 – Campeonato de Spacewars realizado por la empresa Atari – 1980	136
Imagen 2 – Eventos de la comunidad LoL Villavicencio	163
Imagen 3 – Publicidad Game Fest 2019	165
Imagen 4 – Publicidad Copa Leyendas Villavicencio	167
Imagen 5 – Equipo Chiguiros of Love campeones de Copa Leyendas Villavicencio	167
Imagen 6 – Publicidad torneo Clash Royal en Villavicencio	168
Imagen 7 – Buscador de clanes en Clash Royale	169
Imagen 8 – Comunidad Fornite Villavicencio en Facebook	170
Imagen 9 - Comunidad de Free Fire Villavicencio en Facebook	171
Imagen 10 - Comunidad de FIFA Villavicencio en Facebook	172
Imagen 11 – Publicidad GEGA Fest 2019	173
Imagen 12 – Publicidad sobre ¿qué es el GEGA Fest?	174
Imagen 13 – Logo de la entidad MACCO	177
Imagen 14 – Logo de la entidad Innova Game SAS	177
Imagen 15 – Publicidad de la final de la Liga Local Villavicencio 2018	178
Imagen 16 – Eventos realizados por la entidad Esports Villavicencio	179
Imagen 17 – Logo publicitario de la Asociación Colombiana de Esports – ACOES	181

Lista de anexos

	Pág.
Anexo A. Encuesta	238
Anexo B. Grupo de enfoque	242

Resumen

Esta investigación busca dar cuenta de cómo las dinámicas de construcción cultural en entornos virtuales influencia la apropiación y construcción de procesos referentes a la cultura Gamer y como esta cultura puede llegar a influenciar los diferentes espacios e interacciones de los jóvenes en la ciudad de Villavicencio.

La metodología implementada en el proceso de investigación es mixta con un método exploratorio en donde se dio paso a la recolección de información a través de encuestas, entrevistas a grupos de enfoque y a una observación no participante en el desarrollo de la cultura Gamer en Villavicencio.

Este proceso se enmarca en la Mediación Cultural como línea de investigación en la que se plantea el reconocimiento de realidades sociales y relaciona la forma en que la comunidad construye una comprensión del mundo y como interactúa en este constructo, por lo que se propone un análisis respecto a la influencia de la cultura Gamer dentro del territorio de estudio acorde a: la inclusión a Internet, los videojuegos como tendencia comercial y la creación de espacios locales referentes al ámbito Gamer. Para llegar a estas propuestas se analizó la influencia en el lenguaje, la simbología, la cultura, la cotidianidad y el conocimiento de los jóvenes respecto a los procesos de construcción de esta cultura.

Se concluye que la influencia de la cultura Gamer en los procesos de construcción y apropiación identitaria de los jóvenes se encuentra presente dentro de los espacios de interacción locales, en el conocimiento frente a las dinámicas relacionadas a los videojuegos y en la cotidianidad de los jóvenes, aunque no se presenta una identidad hacia

los videojuegos ni una organización respecto a procesos de construcción cultural Gamer de forma constante o que se acompañe de una amplia inclusión por parte de la comunidad.

Palabras claves: Cultura, Cultura regional, Identidad, Cultura Gamer, Comunidad virtual.

Abstract

This research seeks to account for how the dynamics of cultural construction in virtual environments influence the appropriation and construction of processes related to Gamer culture and how this culture can influence the different spaces and interactions of young people in the city of Villavicencio.

The methodology implemented in the research process is mixed with an exploratory method, which led to the collection of information through surveys, interviews with focus groups and a non-participant observation in the development of the Gamer culture in Villavicencio.

This process is framed in Cultural Mediation as a line of research in which the recognition of social realities is proposed and relates the way in which the community builds an understanding of the world and how it interacts in this construct, for which an analysis is proposed regarding to the influence of the Gamer culture within the study territory according to: the inclusion of the Internet, video games as a commercial trend and the creation of local spaces related to the Gamer field. To arrive at these proposals, the influence on language, symbolism, culture, everyday life and knowledge of young people regarding the processes of construction of this culture was analyzed.

It is concluded that the influence of the Gamer culture in the processes of construction and identity appropriation of young people is present within the local interaction spaces, in the knowledge of the dynamics related to video games and in the daily life of young people, although there is no identity towards videogames or an

organization regarding Gamer cultural construction processes on a constant basis or that is accompanied by a broad inclusion by the community.

Keywords: Culture, Regional Culture, Identity, Gamer Culture, Virtual Community.

Introducción

En el estudio de las diferentes culturas, o subculturas, inmersas dentro de las diferentes sociedades, se pueden encontrar una infinidad de comportamientos, intereses y diálogos que son los que marcan la diferencia unas de otras. Algunas de estas culturas son creadas por creencias o comportamientos de oposición (gobierno, sociedad), por la congregación de intereses afines (música, películas, comida), otras en busca de lograr cambios sociales en mejoría del contexto que los rodea (organizaciones sociales informales), en fin, las razones que dan paso al desarrollo de colectivos sociales que permiten desarrollar diferentes formas o procesos de construcción cultural son variadas y sus comportamientos son implementados de formas complejas dependiendo del contexto en el que estas se desarrollen.

En el caso de la cultura Gamer estos contextos se basan inicialmente en las herramientas tecnológicas usadas para acceder a estos, las cuales pueden ir desde celulares, consolas, computadores, entre otras, y la participación en dichos entornos en los últimos años ha tenido una mayor visualización en el panorama global ya sea como una economía creciente dedicada al entretenimiento, como una temática para la creación de contenidos audiovisuales en diferentes plataformas en internet (YouTube, Twitch, Facebook, entre otras) o como una competencia deportiva que alberga entornos profesionales, semiprofesionales y amateurs dependiendo del territorio en el que se realicen.

Para visualizar este contexto creciente la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento –ADESE-, presenta que los videojuegos se han

convertido “en el cuarto mayor mercado de consumo de Europa, con una facturación de 822 millones de euros, cifra que supera los 614 millones del mercado cinematográfico o los 172 de las artes escénicas” (Antón, R. & García, G. 2014, p.100).

Desde el punto de vista comunicativo se presenta a los videojuegos “dentro de un sector ya de por sí innovador que experimenta con alternativas desde el punto de vista comunicativo, explorando segundas pantallas y generando un consumo televisivo a través de nuevas vías como el streaming y el video bajo demanda” (Anton & García, 2014, p.100), es decir, se rompe una nueva barrera en la que cualquier observador puede ser emisor y, al mismo tiempo, compartir con otros emisores.

En el contexto de Colombia se puede observar la presencia de estos juegos electrónicos en escenarios competitivos los cuales son transmitidos y compartidos por plataformas en Internet, en la creación de comunidades/colectivos que se reúnen en diferentes redes sociales entorno a videojuegos mundialmente reconocidos como League of Legends, Overwatch, Fortnite, Clash Royale, entre otros.

Este auge en la participación dentro de los videojuegos se plantea inicialmente como parte de la población juvenil puesto que son quienes acceden con mayor frecuencia a los entornos virtuales y, como una generación ligada a constantes avances relacionados con las TICs, son quienes participan en el consumo y creación de contenidos en diferentes partes de la red.

De esta forma cada país, territorio, ciudad o pueblo puede llegar a ser parte de la construcción de cultura Gamer, pero la influencia que esta cultura pueda llegar a tener dentro de la persona inmersa en este contexto depende de la identidad que la misma

persona construya en su cotidianidad y en sus interacciones con otros individuos dentro de su comunidad.

Esta identidad se entiende como “la expresión de símbolos, valores, sentires y aspiraciones de una persona dentro de un contexto” (Giménez *et al.*, 2016). Aquí se plantea que esta identidad no se basa solo en la región o territorio en la cual viva la persona y esto se debe a la ruptura de las barreras (fronteras) que las tecnologías de la comunicación han representado en la sociedad actual, es decir, que un individuo puede verse representado por símbolos, valores y sentires de un colectivo que esta fuera de su región o en algunos casos dispersos en diferentes regiones.

Es por esto por lo que el análisis de la influencia que esta cultura Gamer puede presentar dentro de un espacio geográfico, en este caso la ciudad de Villavicencio, se presenta como objetivo de este proyecto basándose en dos variables para entender este proceso: apropiación y construcción.

La apropiación de la cultura Gamer depende de la interacción que el individuo tenga con los entornos relacionados a los videojuegos no solo como un contacto directo y de participación activa, sino que también en los espacios cotidianos en los que el individuo se desenvuelve, las personas con las cuales interactúa y los contenidos relacionados a los cuales tenga exposición.

La construcción de cultura Gamer es donde se puede llegar a visualizar la influencia que esta tiene dentro del individuo puesto que las acciones que tome con relación a los espacios o contenidos relacionados a los videojuegos pueden promover el desarrollo de esta cultura. Por lo tanto, se pretende relacionar los objetivos por los cuales se participa en estos

entornos al asociar estos con el tiempo invertido, las expectativas que pueda llegar a tener y los intereses que la población objetivo presenta en las encuestas, entrevistas y análisis de tejido histórico de los videojuegos en Villavicencio, planteadas como técnicas de recolección de información.

Es por esto por lo que la cultura Gamer y su influencia dentro de la cultura e identidad local en los jóvenes se propone como problemática de estudio ya que la creciente influencia que estos espacios presenta en el contexto global puede llegar a transformar los procesos comunicacionales que los jóvenes tienen o pueden plantearse como una nueva herramienta o espacio de interacción con objetivos diferentes a otros ofertados por la red de internet.

De igual forma esta cultura puede no solo afectar esta interacción en espacios virtuales sino que puede llegar a influenciar la cultura local en la que se encuentren los individuos que participan en estos entornos, es decir, la cultura local y su forma de construir e interactuar en comunidad puede encontrar en los videojuegos nuevas formas de ser, sentir y actuar presentando así nuevas oportunidades para que los jóvenes participen ya sea como una diversión o entretenimiento o con un compromiso mayor en el cual pueda llegar a ser parte de lo que se reconoce mundialmente como los deportes electrónicos - eSports-.

Objeto de investigación

Planteamiento del problema

El reconocimiento de los procesos culturales que se llevan a cabo dentro de una región o localidad conlleva el entendimiento de gran variedad de comportamientos, sentires y pensamientos que se desarrollan en la cotidianidad de cada persona, conformando así una identidad.

En el caso de la cultura Gamer, donde la comunicación y la interacción es mediada por juegos electrónicos en su mayoría de las veces, se presenta una realidad más compleja de estudiar puesto que estas interacciones no son visibles en un territorio específico, sino que son mediadas por las TICs.

En la ciudad de Villavicencio la construcción cultural relacionada al entorno de los videojuegos por parte de la población juvenil presenta procesos que se han venido desarrollando desde poco menos de una década a la actualidad, iniciando por encuentros por parte de los participantes fuera del entorno de los videojuegos para conocer mejor a la comunidad e impulsarla o realizando eventos para competir entre ellos por motivación personal más que beneficios económicos que pudieran proponerse.

Se puede ejemplificar este proceso histórico cultural de Villavicencio la Copa Leyendas Villavicencio realizada en el Hotel GHL en 2016, el cual realizó una convocatoria metropolitana y contó con la participación de alrededor de 600 observadores y más de 40 equipos participantes, siendo su relevancia debido a que anteriormente no se

habían presentado eventos con una convocatoria masiva ni una asistencia organizada alrededor de una puesta en escena.

A partir de este evento se dio paso a la creación de ligas locales como lo fue la Liga Local Villavicencio (LLV) y la Liga Campeones Villavicencio (LCV), las cuales se realizaban en el transcurso del año y en su parte final daban paso a un evento en el que se reunían los equipos finalistas y unos observadores que asistían a la puesta en escena de este encuentro.

De igual manera en años recientes se han creado empresas e instituciones privadas que buscan promover la cultura Gamer a través de la formalización y profesionalización de los jugadores participantes en estos videojuegos y en los eventos como tal. Tal es el caso de entidades como Esport Colombia como entidad local que dio paso a la formación de la Asociación Colombiana de Deportes Electrónicos -ACOES-, la fundación MACCO que promueva entre sus objetivos el apoyo a la cultura Gamer y Geek entre otros, la sociedad Innova Games que promueve la participación y eventos alrededor de los videojuegos, entre otras entidades que han dado paso a la realización de eventos recientes como el Games Fest 2018 y 2019, el GIGA Fest, entre otros.

Estos sucesos y procesos presentados alrededor de la cultura Gamer y enmarcados en el territorio de Villavicencio, muestran la presencia que esta cultura tiene dentro del entorno local y al ser una cultura que desde sus inicios se ha desarrollado mayormente fuera del continente hispanohablante, la apropiación de procesos de construcción cultural que realizan las diferentes comunidades/colectivos y los mismos individuos dentro de Villavicencio se plantean como específicos a las oportunidades y aceptación que tiene la sociedad local.

Esta apropiación y esta construcción que se analizará a lo largo de esta propuesta de investigación, son las variables que permitirán entender hasta qué punto la cultura Gamer se encuentra inmersa dentro de las identidades y la cultura local, puesto que ya se visualiza un proceso de proyección desde la comunidad Gamer en Villavicencio hacia la comunidad en general, enfocada más hacia los jóvenes que a entidades públicas y privadas. Este proceso hasta el momento se ha desarrollado en base a eventos relacionados a diferentes videojuegos que son tendencia en el panorama global, nacional y local.

Es por lo anterior que se busca analizar la influencia que la cultura Gamer pueda llegar a tener dentro del contexto de Villavicencio en su proceso de construcción y apropiación, teniendo como referentes procesos realizados en países europeos y algunos latinoamericanos en los cuales esta cultura hace parte de su cotidianidad e identidad regional.

Formulación del problema

Ante lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo los jóvenes de la ciudad de Villavicencio apropian y construyen la cultura Gamer dentro de la cultura local?

Justificación

Este proyecto de investigación se realiza con la finalidad de analizar los procesos de apropiación y construcción cultural se están desarrollando en el municipio de Villavicencio alrededor de la cultura Gamer, ya que a lo largo de esta investigación se evidencia casi una década de esfuerzos por parte de los individuos locales que hacen parte, y se identifican, de esta cultura y buscan promoverla.

De igual forma se propone la necesidad de entender que estas prácticas, y espacios dedicados a estas, plantean nuevas formas de interactuar y comunicar en la población juvenil, e interesada, dentro de la cultura local, lugar en el que las interacciones online y offline alrededor de los videojuegos ha ido ampliando su alcance.

Esta problemática toma una prioridad mayor cuando se entiende que los videojuegos como empresa de consumo a nivel global ha visto un continuo crecimiento en los últimos años y esto se da por la continua participación e inversión (tiempo, dinero) que las personas dedican a estos procesos.

Se pretende presentar los mundos virtuales de juego como espacios de construcción cultural relacionados con el desarrollo de cultura local dentro de la ciudad de Villavicencio, pues este proceso de apropiación y construcción cultural rompe las barreras geográficas y abre paso a la influencia de diferentes formas de ser, pensar y actuar en la población del municipio.

El estudio de esta problemática sienta un precedente a futuras investigaciones dentro de la UNAD, puesto que no existen investigaciones que aborden el estudio de estos

espacios de interacción y comunicación que busquen analizar las diferentes influencias que pueden llegar a tener los videojuegos dentro del territorio nacional, y al abordarlo desde el núcleo problémico de la Mediación Cultural, propuesta por la Maestría en Comunicación, se puede llegar a comprender los videojuegos como un espacio y una práctica de mediación en la cual se permite apropiarse y construir cultura en base a las diferentes personas/jugadores que participan en estas dinámicas.

Esta investigación presenta para la UNAD una oportunidad de desarrollar nuevas investigaciones alrededor de los videojuegos y específicamente de la cultura Gamer donde se puede profundizar y conjugar la triangulación concerniente a: la comunicación, la mediación cultural y todo lo relacionado a la interacción videojuego-jugador en su construcción de cultura.

.

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Analizar los procesos de apropiación y construcción de cultura Gamer de los jóvenes de la ciudad de Villavicencio a fin de entender la influencia que esta presenta dentro de la cultura local.

Objetivos específicos

- Identificar el lenguaje y simbología referentes a la cultura Gamer comprendidos en la cotidianidad de los jóvenes de Villavicencio.
- Describir las experiencias relacionadas a la construcción de cultura Gamer en Villavicencio evidenciando las posibles diferencias que puedan presentarse entre hombres y mujeres.
- Establecer un diálogo de saberes con jóvenes participantes en la cultura de Gamer de Villavicencio.
- Identificar los impactos que el proceso de apropiación y construcción de la cultura Gamer ha tenido dentro del tejido histórico en Villavicencio.

Marco teórico

Este capítulo da inicio con la presentación del Estado del arte referente a la temática de investigación propuesta y posteriormente se estructura en cinco apartados en donde se realiza un acercamiento a los conceptos o palabras claves que se enmarcan en la investigación: Cultura, Cultura Gamer, Cultura regional, Mediación Cultural, que de una u otra manera tienen una incidencia marcada en los procesos relacionados con la cultura Gamer en el municipio de Villavicencio.

Estado del arte

En el ámbito Latinoamericano la cultura Gamer se ha venido desarrollo en los últimos años al presentarse la región como un nicho comercial y cultural creciente en relación al crecimiento de otras regiones, esto puede deberse a diferentes componentes como la inclusión tecnológica creciente en el continente, la globalización, la permeación del internet en la cotidianidad, etc., lo cual presenta un contexto en el que la producción de espacios, contenidos y lenguajes identitarios a dicha cultura estén cobrando especial fuerza en los ámbitos de cada localidad.

Se presenta a continuación algunos estudios relacionados al estudio de la cultura Gamer, los cuales fueron desarrollados en Latinoamérica como posible referente a la problemática de investigación propuesta en este documento, estos son:

El primer estudio realizado por Rosales Peralta (2013), con el título “Gamers: Identidad y representación en las culturas lúdicas ecuatorianas” (p. 14), cuyo planteamiento del problema presenta que “es necesario estudiar los procesos de representación y

construcción identitaria que se llevan a cabo en las comunidades virtuales, específicamente los clanes de videojuego, más allá de los límites de Internet” (p. 14), y a partir de este planteamiento, desarrollando una técnica de etnografía y observación participante, relaciona la cultura gamer con el ámbito tecnológico, los espacios en los cuales se representan los componentes de cultura, la organización y relación de colectivos/comunidades con su entorno social y, por último, propone las dinámicas de construcción de identidad y cultura.

El estudio de Rosales Peralta (2013) propone los componentes de la cultura gamer en relación con: espacios, grupos o colectivos sociales y las dinámicas socio-técnicas, lo cual presenta un modelo viable para ser ejecutado en la presente propuesta de investigación debido a su flexibilidad en el manejo de las herramientas de recolección de información, de las cuales se puede nombrar el análisis Socio-técnico, análisis Socio-semiótico, etnografía y etnografía virtual.

El segundo estudio realizado por Federico Álvarez (2015), con el título “Cultura fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers”, cuyo planteamiento del problema muestra “desde una perspectiva socioantropológica y comunicacional, cabe reflexionar sobre los usos y reappropriaciones que hacen los jóvenes fans de los objetos de la cultura de masas japonesa que viven en la Ciudad de Buenos Aires” (p. 45), lo cual va más allá de la temática de estudio manejada en esta propuesta de investigación, puesto que se muestra un precedente cultural que viene a ser Japón y como llega este a afectar o influir en otras regiones, lo cual a la problemática manejada no presenta un precedente pertinente, pero en el contexto de desarrollo de prácticas e identidades de la cultura Gamer se presenta el marco teórico y metodológico como aporte para este proyecto.

La metodología planteada por Álvarez (2015) se basa en una observación participante, enmarcada dentro de una metodología etnográfica, en la cual la intención del investigador de ser participe dentro de la comunidad de estudio puede llegar a mostrar una realidad diferente a la que se observa alejando el objeto de estudio para analizarlo, permitiendo deducir conclusiones basadas en experiencias y concepciones empíricas y no solo teóricas.

Además de estos estudios realizados en Latinoamérica se presentan como referentes sucesos que impulsaron el desarrollo de la cultura Gamer en el ámbito nacional y local, lo cual como un análisis de tejido histórico puede llegar a presentarse como una fuente de información en el desarrollo de esta propuesta de investigación, además de poder analizar los resultados que estas eventos y experiencias arrojaron.

En Colombia el Salon del Ocio y la Fantasia (SOFA) se perfila como un espacio o suceso pilar del desarrollo de la cultura Gamer, entre otras culturas relacionadas a la temática del evento, siendo esta una reunión nacional para dar paso al encuentro de individuos con intereses comunes ya sea en el ámbito cultural, comercial o competitivo. En 2019 se contó con una asistencia de aproximadamente 150.000 personas de diferentes partes del país, los cuales se reunieron en Bogotá para participar en los espacios relacionados a cultura Gamer, cultura Geek, cultura Cosplay, cultura Otaku, entre otros.

La creación de la Liga Nacional de League of Legends en 2014 se creó bajo la premisa de que “en Colombia se demostró tener una escena prometedora, estable, y con un número elevado de competencias y equipos competitivos” (League of Legends, 2014), la cual se viene desarrollando cada año y se proyecta para desarrollarse en otros países además de México, Chile y Argentina en las que ya se encuentra en desarrollo.

En Villavicencio el referente más grande referente a la cultura gamer fue el campeonato “Copa de Leyendas Villavicencio” realizado en el año 2016 en torno al videojuego League of Legends y contó con la participación de aproximadamente 44 equipos, más de 300 jugadores, y una asistencia de más de 5 mil personas aproximadamente en su evento de finales realizado el 7 de mayo en el Gran Hotel.

Estos estudios y sucesos se plantean como antecedentes que aportan un contexto teórico y empírico frente al desarrollo de la cultura Gamer, y un acercamiento a los conceptos claves de identidad y cultura en los cuales se enfoca este proyecto en busca de relacionarlos con el ámbito de cultura local y su posible influencia dentro de esta.

Cultura y Cultura Gamer

La cultura Gamer se presenta como una forma de interacción, tanto en internet (online) como directamente (offline), la cual toma como fundamento o punto de encuentro los entornos virtuales de juego en cualquiera de sus formas, categorías y objetivos. Se habla de la cultura Gamer cuando dos o más personas comparten, ya sea dentro o fuera del juego, intenciones relacionadas a un videojuego específico. Este entorno de videojuegos, a pesar de la percepción y el entendimiento común, trasciende en muchas ocasiones el objetivo de diversión y se concreta en metas y procesos que demandan el esfuerzo económico, técnico (habilidad), tecnológico y de tiempo, como en cualquier otra forma o actividad en el que pueda desarrollarse la persona.

El análisis de los videojuegos como proceso de construcción cultural en el que se desarrollan procesos identitarios por parte de las personas participes, hace importante el

entender como esta cultura creciente influencia las culturas locales, las cuales son aquellas que se implementan dentro de un territorio o región, y como a través de las interacciones que se realizan alrededor de estos espacios, ya sean presenciales o virtuales, se presentan comportamientos y sentires no relacionados a las tradiciones e identidades locales.

Estos procesos de construcción cultural pueden referirse al desarrollo de lenguaje propio, a las costumbres, a las creencias, a los significados dados a objetos, a las identidades en su contexto cotidiano, a la forma de interactuar y comunicarse con otras personas, entre otros muchos aspectos que hacen parte de la expresión de las personas.

Es así como las personas de acuerdo con sus intereses, sentires y comportamientos que están ligados a la identidad, a la cultura y al sentido de pertenencia de una persona hacia una actividad, buscan espacios que sean acordes a sus intereses y al participar en estos empiezan a desarrollar y construir procesos de interacción que permiten a la persona desenvolverse libremente.

Los espacios virtuales en los cuales la persona puede participar, puesto que no todos estos dan paso a la interacción y a la retroalimentación, pueden llegar a presentar diferentes formas en las que la persona es influenciada sobre diversas culturas y esto es lo que permite que se pueda entender una misma actividad o creencia desde diversas perspectivas. Por ejemplo, cuando se habla de desarrollar el lenguaje en los entornos virtuales, la perspectiva de emisor o receptor puede cambiar en cualquier momento ya que el individuo puede presentarse como un consumidor de contenidos o puede llegar a ser un creador de dichos contenidos las cuales estarán siendo compartidas en el lenguaje del emisor a personas que pueden compartir el mismo lenguaje o uno diferente, y es la interacción con estos espacios en donde se puede llegar a formar una influencia dentro de la identidad propia del

individuo, siendo así parte de un proceso de construcción cultural en los que se encuentra inmerso a lo largo de su cotidianidad.

Estos espacios virtuales se proponen como entorno para la construcción inicial de cultura Gamer en donde se desarrollan lenguajes, sentires e identidades relacionadas a los videojuegos a través de las interacciones que se desarrollan en estos y es posteriormente que los individuos que interactúan en espacios virtuales dan paso a la interacción fuera de red (offline) y es en este punto donde se encuentra la cultura virtual y la cultura local. En el entendimiento de esta forma de cultura Ardevol (2003) hace referencia a estas interacciones como cibercultura, manifestando:

los estudios online/offline han mostrado los límites de la comprensión de la cibercultura como una cultura online, así como la necesidad de incluir en nuestra descripción de la interacción social en la Red en el contexto cultural más amplio, teniendo en cuenta las relaciones de género, la identidad étnica, las diferencias sociales y territoriales, la negociación de significados compartidos que se dan en red y fuera de la red y como ambas experiencias de participación (fuera y dentro de la comunidad) se entremezclan en la vida cotidiana. (p. 11).

Aquí Ardevol reúne las interacciones online/offline dentro de ámbito en la red como una forma de cultura en donde las interacciones singulares de cada individuo sobrepasan el ámbito online e influyen en la vida cotidiana. Lo cual no se presenta como un proceso que se repita en todas las circunstancias puesto que a través de las interacciones offline se puede dar a conocer a otros la construcción cultural o las actividades que se realizan dentro de los entornos virtuales de juego.

Estas interacciones toman relevancia dentro de un contexto global, puesto que los individuos pueden conectarse entre así a través de los espacios virtuales de juego, en los cuales se profundiza la comunicación a través de las tecnologías asequibles, se representan a través de estas interacciones y se proyectan hacia la sociedad y el entorno en el cual se desempeñan, es decir, las interacciones en la red desde el momento en que se realizan tienen un alcance mayor debido a las tecnologías de la información y la comunicación en relación a los procesos de interacción tradicionales y aún si el alcance no es mayor, en el caso de que el mensaje no sea recibido por una gran cantidad de individuos, por lo menos se puede decir que la velocidad a la que se difunde la información o se realizan las interacciones permite que haya una mayor cantidad de participantes y que estos interactúen en un menor tiempo.

Estas interacciones que están cargadas de diferentes componentes culturales provenientes de individuos en diferentes territorios presentan un espacio en el que se encuentran inmersos “el intercambio simbólico, las redes virtuales, las nuevas formas de representar la realidad, la comunicación en tiempo real, los sentidos colectivos, el lenguaje virtual, los giros lingüísticos (...)” (Sandoval, 2007, p. 66). Estas interacciones en la red influyen la cotidianidad/cultura de la persona o colectivo que participa en los diferentes espacios virtuales o interacciones en red.

Estas interacciones en los mundos virtuales de juego dan paso a la creación de un lenguaje virtual creado a partir de estos representado a través de expresiones, términos y palabras para expresarse e incluso formas de diálogo y discurso los cuales varían de acuerdo con el entorno de juego que se comparte. Se podría hablar de una intersección de diferentes mundos y culturas representados a través de estos videojuegos que entran a

interactuar con un individuo y dentro del cual se promueve el encuentro de personas con objetivos e ideas similares para la formación de colectivos.

Al entender estas interacciones de cada uno de los individuos y enmarcarlos dentro de un espacio (virtual) específico con objetivos afines, se puede hablar de estos como una comunidad y al estar alojadas en un ambiente virtual Sandoval (2007) las denomina “comunidades virtuales” en las cuales:

se han comenzado a reconfigurar identidades en unos casos e identificaciones en otros, tanto del individuo como de la colectividad, todo ello a partir del cambio o de nuevas adscripciones de pertenencia en la Sociedad de la Información; generados por la desterritorialización física de los espacios off line y la posterior reterritorialización virtual de los ambientes on line. (p. 77).

Este concepto de comunidad virtual se vincula estrechamente con el concepto de cultura de Gamer, puesto que sin las interacciones online alrededor del ámbito del videojuego no se podría entender cómo se desarrollan los procesos de construcción cultural pues estas comunidades virtuales son la fuente de las interacciones online/offline desarrolladas en la comunidad Gamer.

Refiriéndose específicamente al entorno de los videojuegos e implementando su influencia social dentro de la realidad se habla de este entorno como una comunidad de juegos y respecto a esto se dice que una comunidad de juegos puede exhibir patrones de emergencia que trascienden cualquier mundo virtual en particular, pero estos se hacen explícitos a través de interacciones únicas a los recursos de cada ecosistema de juegos (Peacer & Artemisa, 2009).

De aquí se puede decir que la influencia de las interacciones presentes en estas comunidades de juegos trasciende el ámbito del juego/virtual y llegan a influir en la cultura/realidad del individuo y, al mismo tiempo, muestra que estos “ecosistemas de juegos” pueden presentar interacciones únicas a este entorno. Aquí se podría decir que estas interacciones únicas, al relacionarse con los procesos de comunicación e interacción del individuo con su entorno online/offline, presentan un aporte en el desarrollo de la identidad del individuo y en su reconocimiento de este dentro de una comunidad/sociedad/colectividad.

Los anteriores escritores son solo algunos de los que, desde aproximadamente la década de los 90s, han realizado estudios sobre la influencia que interacciones virtuales tienen sobre la cultura de los individuos, las comunidades y las sociedades en general. Los resultados y conclusiones frente a esta influencia varían de acuerdo con el espacio geográfico en donde se desarrolla el estudio puesto que aspectos económicos, culturales, sociales e incluso religiosos, entre otros aspectos, afectan como ven las personas estos entornos de interacción virtual.

En Latinoamérica se pueden encontrar investigaciones respecto a las comunidades virtuales con base en temáticas como las redes sociales, los medios de comunicación, la internet en muchos aspectos y otros; pero respecto a los videojuegos como punto de encuentro e influencia cultural en las generaciones jóvenes no se encuentra una amplia gama de referencias, por lo que autores como Álvarez (2015) de Argentina, y Rosales (2013) de Ecuador, son algunos de los pocos escritores que se encuentran desarrollando el enfoque de los videojuegos como influencia en la cultura Latinoamericana.

En España tanto los autores como las instituciones educativas, han visualizado a los videojuegos como una emergente que afecta la economía, la comunicación, la sociedad y la cultura. En razón a estos se han realizado estudios alrededor de esta temática desde la cual se denota una diferencia en las percepciones, ya que la influencia que los videojuegos tienen dentro de las diferentes culturas locales a través del mundo es inherente.

Es así como se pretende analizar esta influencia que ha tenido la cultura Gamer dentro de los procesos culturales de la ciudad de Villavicencio a través de encuestas, entrevistas, estudios de grupos focales y análisis de comunidad local a fin de entender como la cultura Gamer, como cultura virtual o que se desarrolla en entornos virtuales, se encuentra presente en la localidad y como esta cultura puede presentarse como un ámbito que aspira a un mayor reconocimiento y aceptación acorde a los objetivos que las comunidad y empresas globales tienen frente al desarrollo de los videojuegos y las actividades que se realizan alrededor de estos.

Para entender como la cultura Gamer se presenta o se propone como una cultura, se pretende analizar los componentes que hacen parte de una cultura a través de diferentes referentes teóricos y como inicio se presenta una advertencia por parte de Tejeiro (2008) quien manifiesta que “el mundo de los videojuegos no nos puede dejar insensibles, ni podemos ingenuamente entender que su relevancia está constreñida a un tiempo de ocio que no tiene más relevancia” (p.15), por lo que se recomienda al lector de este documento que deje atrás aquellos preconceptos o nociones respecto a los videojuegos y lea con naciente interés el nuevo conocimiento.

En el entendimiento del concepto de cultura se puede decir que esta es un “atributo y producto propio de las sociedades humanas que no pueden ser explicados en términos de

herencia biológica” (Martínez *et al.*, 2014, p.104), por lo que se infiere que el individuo nace libre de toda influencia cultural y es a través de su desarrollo que aprende y aprehende comportamientos, pensamientos e ideales respecto a su entorno y lo que está más allá de este.

Más adelante Martínez (*et ál.*, 2014) amplía el concepto al incluir en la cultura “el modo de vivir y de concebir la existencia de un determinado grupo desde lo que pudiéramos llamar su nivel de conciencia” (p. 109,110), lo cual relaciona al individuo a su entorno en una relación mutua, de convivencia y en constante interacción y concluye más adelante que la cultura “es algo dado, no susceptible de ser explicado en términos de herencia biológica, que se transmite en lo que se ha dado en llamar "tradición externa" y a lo que los seres humanos no pueden aspirar deliberadamente” (p. 110).

Es interesante cómo aquí se puede observar el concepto de cultura como algo único de cada persona y al mismo tiempo relacionado a las interacciones con el entorno. Definen al individuo dentro de un colectivo y al mismo tiempo definen al colectivo en sus comportamiento y objetivos, es como una red que conecta a las personas que interactúan entre sí y cada individuo es un nodo que piensa, siente y se relaciona de forma única dentro la red.

Es así como el concepto de cultura hasta este punto se puede expresar como algo creado a partir del entorno, moldeado por la tradición/comportamiento de la comunidad en que se vive e influenciado por las interacciones del individuo. Para complementar este concepto Giménez (2003) habla sobre la cultura y como esta se relaciona con en el espacio-tiempo en cual se desarrolla diciendo que:

La organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en “formas simbólicas”, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados, porque para nosotros, sociólogos y antropólogos, todos los hechos sociales se hallan inscritos en un determinado contexto espacio-temporal. (p. 5).

Aquí se relaciona al individuo con el entorno, en donde uno da sentido al otro en una unión indisoluble, organizada y esquematizada de acuerdo al lugar y tiempo en donde se desarrolle, enmarcado objetivamente para darse a conocer a otras personas, es decir, los significados y sentidos dados a los recursos culturales o interacciones relacionadas a la construcción cultural deben presentarse de una forma que tengan sentido en las personas inmersas dentro de la comunidad y deben ser entendibles para aquellos que se relacionan o interactúan inicialmente dentro de dichas comunidades, por lo que las formas simbólicas de las que se habla a pesar de no tener un significado compartido globalmente se proponen de tal forma que den sentido a los individuos.

Giménez (2003) hace una aseveración que cabe resaltar al decir que no existe cultura sin sujeto ni sujeto sin cultura, es decir, la cultura solo se puede percibir a través del individuo y no existe individuo que no haya interiorizado la cultura de su entorno, pues es a partir de este es que se adquiere sentido y reconocimiento fuera de él mismo.

Al observar esta relación sujeto-cultura o sujeto-comunidad dentro del contexto de cultura Gamer se puede decir que todo aquel que participa dentro de los mundos virtuales de juego, sin importar la herramienta o el tiempo que se use para participar en este entorno, está siendo influenciado por esta cultura, pero es a partir de las interacciones que se tienen

no con el mundo virtual de juego sino con los demás participantes dentro de este contexto, que se produce el proceso de construcción cultural.

Teniendo en cuenta los conceptos anteriormente presentados tenemos que la cultura es algo inherente a la persona/individuo que hace parte de una comunidad y/o sociedad/es y que, al mismo tiempo, contribuye al proceso de construcción de cultural. Este proceso no se transmite a través de la herencia biológica sino por medio de las tradiciones, comportamientos y pensamientos exteriorizados en las interacciones del individuo con el colectivo, es decir, personas externas al individuo pueden influir dentro del desarrollo del ser, pero es dicha persona quien define como construir su identidad y exteriorizarla al contexto social en el cual se desenvuelve.

El videojuego sin un jugador no tendría sentido, bajo esta premisa el jugador que no participa dentro del juego no podría ser llamado jugador, por lo que la relación indisociable que existe entre cultura e individuo también está presente en la relación jugador y videojuego.

A partir de aquí se hablará de las actividades que se desarrollan dentro del entorno de los videojuegos y como estos requieren no solo el interés del jugador/individuo sino que presentan algunos requerimientos tales como tecnología, acceso a internet (cuando son juegos en línea), acceso al juego (cuando este no tiene licencia gratis) e inversión de tiempo para un desarrollo de acuerdo no solo a los objetivos que presenta el juego sino al enfoque o énfasis que tendrá el jugador dentro de este entorno.

Cultura regional como entorno de desarrollo de la cultura Gamer

Inicialmente se propone que la comunidad Gamer se compone de aquellos individuos con intereses y comportamientos afines a este entorno y que se exteriorizan o comparten a través de las interacciones tanto en la realidad como en los diferentes mundos propuestos a través de los videojuegos. Estos videojuegos son variados tanto en temáticas, objetivos y dinámicas de juego por lo cual pueden o no dar prioridad a la reunión y el juego en el equipo, pero sin importar los requerimientos de participación colectiva, las interacciones que se desarrollan a través de estos videojuegos van más allá de realizar actividades dentro del mundo virtual y ahí es donde se desarrollan entornos complementarios que permiten la participación de varios jugadores en los objetivos del juego o en la construcción cultural del mismo.

Dentro de esta relación entre cultura e individuo se propone analizar la relación entre el jugador y la cultura regional, que es donde se muestra finalmente la influencia que estos comportamientos traen tanto en la cotidianidad de la persona como parte de un territorio (Villavicencio), en las relaciones que este individuo desarrolla como parte de una/s comunidad/es (en sentido humano) y de una o varias sociedades (en sentido social).

Para entender esta relación Giménez (1999) representa el territorio cultural como: “frecuentemente superpuestos a los geográficos, económicos y geopolíticos, son el resultado, como se ha visto, de la apropiación simbólico-expresiva del espacio” (p. 127), es decir, esta relación parte del espacio en donde se encuentra el individuo y como este espacio hace parte de una división geopolítica (municipio, departamento, país), y como este individuo participa en las aprehensiones simbólicas que se presentan en dicho espacio.

Como se había presentado anteriormente la cultura es inherente al individuo debido a que esta cobra sentido a través de su interacción con otras personas, pero aquí se resalta la interacción que se realiza con el espacio en el cual se desenvuelve diariamente el sujeto y en como los comportamientos, tradiciones y sentires que se desarrollan en el territorio hacen parte del desarrollo cultural del individuo.

Es por esto por lo que Giménez (1999) analiza esta relación de cultura local con la cultura del individuo y la expone en 3 puntos:

- *La cultura como comunicación*, es decir, como conjunto de sistemas de símbolos, signos, emblemas y señales, entre los que se incluyen, además de la lengua, el hábitat, la alimentación, el vestido, etc., considerados no bajo su aspecto funcional, sino como sistemas semióticos.
- *La cultura como stock de conocimientos*, no sólo la ciencia, sino también otros modos de conocimiento como las creencias, la intuición, la contemplación, el conocimiento práctico del sentido común, etc.
- *La cultura como visión del mundo*, donde se incluyen las religiones, las filosofías, las ideologías y, en general, toda reflexión sobre "totalidades" que implican un sistema de valores y, por lo mismo, dan sentido a la acción y permiten interpretar el mundo (p. 128).

Estos aspectos hacen referencia a las interacciones humanas desarrolladas por la persona, los conocimientos que hacen parte inherente del desarrollo histórico y cultural del territorio donde el individuo se enmarca y a las creencias y sentires que hacen parte del entendimiento del individuo como parte de un colectivo los cuales le ayudan a comprender su entorno.

De esta forma el entendimiento cultural de un territorio se relaciona a la aceptación de saberes, sentimientos y comportamientos por parte de la comunidad expresados a través de la creación de colectivos o instituciones que promocionan dichas creencias para presentarlas a otras personas. Esto hace parte no solo del componente cultural, sino que también está relacionado con los aspectos económicos y políticos.

Después de haber analizado la relación individuo-territorio y como el desarrollo cultural de las personas está relacionado con el territorio en el cual se desenvuelven, se pretende hacer una correlación entre el jugador y el territorio en el cual recibe su influencia cultural.

El individuo/jugador al ser parte de un territorio esta intrínsecamente influenciado por la cultura local por lo que se puede decir que existe una relación territorio-jugador. A partir de este entendimiento se puede decir que la cultura local se presenta como una constante y el rol que el individuo pretenda tomar dentro del territorio estará influenciado por la cultura que se desarrolla en este espacio, es decir, los nuevos comportamientos que se generen a partir de la influencia de individuos externos al territorio y a la cultura estarán condicionados a los procesos de apropiación cultural que tanto la sociedad-territorio como la comunidad-personas hayan desarrollado hasta ese momento.

En el desarrollo de la cultura Gamer dentro de Villavicencio se encuentra que es a partir de los últimos años que el proceso de apropiación de la cultura Gamer por parte de las colectividades y los individuos se ha venido desarrollando de acuerdo a la percepción y aceptación que la población tiene sobre estas prácticas y ha ido implementando estos procesos de acuerdo a las oportunidades que se han presentado en el ámbito local.

Este concepto de apropiación parte de un precedente global en el cual los videojuegos son comprendidos y aceptados primeramente como un entretenimiento y a partir de esta aceptación como un espacio de interacción y diversión, llegando a ser en algunos casos reconocidas estas prácticas como deportes, en la cual participan individuos/jugadores de diferentes lugares dejando de lado los límites geopolíticos y desarrollando relaciones sociales acordes a los objetivos del mundo virtual que pueden llegar a trascender en la realización de eventos con encuentros presenciales.

De esta forma la relación entre el jugador y el territorio hacen parte del desarrollo cultural de la persona, ya que el individuo puede crear una comunicación, un conocimiento y visión del mundo tanto a partir del entorno/territorio en el que se encuentra como dentro del mundo virtual donde se participa y es así como estos componentes culturales se encuentran presentes dentro del individuo ya sea en forma de un choque cultural, como una relación paralela frente a la construcción cultural del individuo o como una relación en la que un proceso cultural descarta al otro.

En este punto se puede decir que el desarrollo de los procesos de construcción cultural en un flujo de información constante como el que se maneja en esta sociedad tecnológica, ha ocasionado varios cambios en la representación del individuo como parte de un territorio, ya que los límites geográficos, y geopolíticos, han sido descartados a causa de la red de Internet y es por esto que los procesos de construcción cultural están relacionados más hacia las interacciones del individuo, con quienes y en que entornos, que a los espacios presenciales en los que estos comportamientos y sentires se desarrollan.

Posturas frente a la Cultura Gamer

Volviendo a las palabras de Tejeiro (2008), las perspectivas que se presenta frente a los videojuegos dentro de la cotidianidad y desarrollo del individuo, por lo menos en Colombia y más específicamente en Villavicencio, presentan una visión tradicional del juego como etapa de la persona que en algún momento se deja de lado para dar paso a actividades más importantes.

Algunas de las razones por las cuales estas perspectivas se presentan con mayor fuerza en Colombia, según las entrevistas y charlas realizadas dentro del proceso de trabajo de campo, es por la religiosidad y la tradición familiar que aún hoy día se puede observar en la cultura colombiana. Si se observa a los individuos que hacen parte del núcleo familiar colombiano, cualquiera que sea su composición o la tradición, el pensamiento recurrente es compartir el tiempo libre con la familia y aun cuando aquellos jóvenes buscan divertirse o desarrollarse fuera del núcleo familiar, se transmite la idea de que estar con la familia y compartir las festividades (fin de año, cumpleaños) es algo normal.

Esta situación en otros países latinoamericanos como México, Argentina, Perú, en los cuales algunos de los entrevistados de estos respectivos países, hablan de que la cultura local varía en relación con el apego del joven a compartir tiempo con su familia, en el cual este toma sus decisiones e invierte más tiempo con su círculo social que con su propia familia sin importar la temporada en que se encuentre. Por lo cual, la tradición familiar fue perdiendo influencia en el componente cultural y el joven accede a entornos con mayor libertad.

En el marco del 1er Festival de Cultura Geek en Villavicencio el entrevistado No. 5 quien es cofundador de la sociedad TeamSimulator y coach de equipos de eSports en Latinoamérica advierte que: “en Colombia los padres tienen gran influencia en las decisiones que toman los jóvenes al momento de decidir en que van a estudiar y en que van a trabajar, y por esto ven las carreras tradicionales como el camino para lograr una estabilidad. Y en el cumplimiento de los logros personales del joven como parte de la sociedad, y puesto que a ellos (los padres) les funcionó; lo mejor que pueden hacer sus hijos es seguir este modelo para conseguir lo mismo o más de lo que ellos llegaron a alcanzar” (Entrevistado No. 5).

A partir de este entendimiento de la cultura colombiana, que puede variar de un municipio a otro y al compararlo con la cultura de otras naciones, se puede entender el por qué la cultura Gamer es vista con recelo no solo por parte de las pasadas generaciones (padres, abuelos), sino que este temor como parte del entorno en el que se desarrollan las juventudes ha influenciado en la toma de decisiones y acciones frente a esta cultura.

Otro componente que puede llegar a influir en el sustento de la tradición dentro de un territorio sea cual sea este, es el porcentaje de acceso a internet, ya sea fijo o móvil, por parte de la población de dicho territorio. Respecto a esto la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL- en su informe “El estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe- 2017” muestra que el número de hogares con acceso a internet en Colombia en 2010 se encontraba por debajo del 20% de la población y ya para el 2016 se encuentra alrededor del 45% de la población nacional.

Para el primer trimestre del año 2018, según “Boletín trimestral de las TIC” del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -MINTIC- en

Colombia, las conexiones a internet banda ancha, ya sea por conexión a internet fija o móvil, ascendió a los 30,4 millones de conexiones lo cual representa aproximadamente un 60% de la población.

Esto puede demostrar inicialmente como en la última década se ha ido aumentando el número de hogares, y por lo tanto individuos, que tienen acceso a Internet y es por esto que se ha dado cabida a la influencia de nuevos procesos de comunicación y de interacción a través de la de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TICs-, pero al mismo tiempo esto presenta que hasta hace unos años las influencias externas a la cultura en Colombia han ido aumentando con el flujo de información y al interactuar con esta se da paso a una influencia dentro de los pensamientos, comportamientos y sentires de estos mismos.

El acceso a Internet en el territorio colombiano, según el informe de la CEPAL, se realiza en proporciones similares entre hombres y mujeres, por lo que las oportunidades para participar en diversos entornos virtuales se visualizan inicialmente en igualdad de oportunidades, y en cuanto al rango de edades que más accede a Internet se presenta que está entre los 15 y los 24 años.

Un último componente relativo al auge de la cultura Gamer, y de los videojuegos en sí, es la expansión que este entorno ha tenido tanto en la parte económica, deportiva y de audiencia pues según el “2019 Global Games Market Report” de la empresa Newzoo, empresa mundial en juegos y análisis de deportes electrónicos, a finales del año 2019 se encuentran más de 2500 millones de personas que se identifican como Gamers, lo que es aproximadamente un 30% de la población mundial, los cuales se proyectan a generar más de 152.000 millones de dólares en el año 2019.

Respecto a Latinoamérica, según el informe de Newzoo, se generaron cerca de 5.600 millones de dólares en la industria de los videojuegos que representan aproximadamente el 4 % del mercado global de juegos, mostrando un crecimiento de 11.1 % respecto al año 2018. En el continente hispano hablante el reconocimiento de los videojuegos en su ámbito competitivo, y en algunos casos deportivo, no se compara al de países europeos, asiáticos e incluso a la aceptación que han tenido estas prácticas en Estados Unidos donde se puede observar el apoyo que las diferentes administraciones públicas brindan a los equipos y el compromiso y preparación que tienen los jugadores que participan en competencias de videojuegos.

En el encuentro realizado en Villavicencio con gestores de la comunidad Gamer locales, se pudo dilucidar algunas de las razones de la falta de apoyo estatal frente al desarrollo del entorno deportivo de los videojuegos, entre los que se puede concluir aspectos como: la falta de organización y directrices por parte de los diferentes colectivos, la falta de equipos locales que puedan representar la localidad, la afectación que la piratería tuvo en la adquisición de videojuegos y la falta de disposición para invertir en un proceso de desarrollo profesional en este entorno, entre otras razones que se ampliarán más adelante.

Este proceso de apropiación y construcción cultural alrededor de los videojuegos ha visto un desarrollo en Villavicencio en los últimos tres años pues se ha venido aumentando el número de eventos metropolitanos que buscan proyectar a la comunidad Gamer en la localidad. Entre los eventos se encuentran: Copa de Leyendas Villavicencio, Liga Local Villavicencio, Liga de Campeones Villavicencio, Festival de Cultura Geek, Game Fest,

entre otros, por lo que se pretende presentar inicialmente como las realidades latinoamericanas se pueden ver reflejadas en Colombia y en el contexto local estudiado.

Estos datos anteriormente presentados son referentes al momento de dar inicio al análisis de la influencia de los videojuegos dentro del contexto cultural de Villavicencio y presentan el cómo los videojuegos como punto de encuentro e interacción pueden influir en los individuos de la comunidad local. Estas nuevas formas de interacción a través de la Internet presentan cambios que Rheinhold (1994) divide en tres niveles y que, a pesar de la antigüedad de su estudio, se adaptan a la presente investigación:

Primero, como humanos, tenemos percepciones, pensamientos y personalidades (ya formadas por otras tecnologías de la comunicación) que son afectadas por las formas en que utilizamos el medio y la manera en que éste nos use. El segundo nivel de cambio posiblemente desencadenado por las Comunicaciones Mediadas por Computadoras -CMC-, es el nivel de la interacción persona a persona, donde se producen las relaciones, las amistades y las comunidades. El tercer nivel de cambio posible en nuestras vidas, el político, deriva del nivel social medio, puesto que la política siempre es una combinación de comunicaciones y poder físico, y el papel de los medios de comunicación entre la ciudadanía es particularmente importante en la política de las sociedades democráticas. (p. 28-30).

En este tercer nivel presentado por Rheinhold (1994) se presentan unos cambios referentes a las dinámicas políticas y comunicativas presentes en los procesos de interacción digital, lo cual se puede visualizar dentro de la cultura Gamer en Colombia a través de los esfuerzos que los colectivos y/o empresas locales y nacionales han realizado para organizar y reforzar la comunidad Gamer buscando no solo el reconocimiento legal

dado por las normativas colombianas, el cual se dio a través de la Ley 1554 de 2012, sino la proyección social que se tiene frente a los videojuegos como influencia dentro del contexto de desarrollo de las juventudes.

Este desarrollo colectivo relacionado a la cultura Gamer, el cual parte del esfuerzo individual y de la sumatoria de identidades en el contexto local, se propone como objetivo a través del estudio de la apropiación y la construcción cultural de jóvenes en Villavicencio y como estos procesos influyen aspectos económicos, sociales y culturales.

La cultura Gamer desde la Mediación Cultural

El entendimiento de la mediación cultural según Badillo, Torres, López & Martínez (2015), propuesto dentro de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH, de la UNAD implica:

El reconocimiento de realidades sociales complejas donde participan sujetos con diferentes capacidades de poder e incidencia sobre el estado de cosas o hacia la transformación social mediante su agencia política que lucha por la democracia, por tanto, las acciones comunicacionales desde donde se quiere afectar dicho contexto han de dar valor a lo existente como un hecho histórico construido y a los deseos de futuro en los que quieren estar y como quieren ser en el mundo. (p. 9).

De igual forma propone unas subcategorías entre los componentes de la mediación cultural entre los que se encuentran:

a) Derechos culturales; b) Inclusión y empoderamiento informativo, expresivo y comunicativo; c) Procesos de cohesión o conformación de tejido social desde la solidaridad y para la generación de comunidad; d) Afirmación de identidades y subjetividades individuales-colectivas, la interculturalidad y el reconocimiento de las diversas expresiones en perspectiva comunicacional; e) Lenguajes, discursos y simbolismos; f) Massmediación; y g) Aprendizajes y saberes vitales. (p. 11).

La subcategoría en la cual se pretende enmarcar este proyecto de investigación es la referente a “lenguajes, discursos y simbolismos”, en la cual Badillo (*et al.*, 2015) incluye las:

Construcciones de lenguajes, estéticas y simbolismos particulares (míticos, religiosos, institucionales) en contexto, y su uso en las formas de expresar el mundo en que se vive. Relacionada con las prácticas cotidianas y formas de hacer que se puedan leer significativamente, más allá de la expresión verbalizada. (p. 11).

Esta construcción de lenguajes, discursos y simbolismos, los cuales se toman como parte de la construcción de identidad y cultura dentro de la persona, parte de la interacción que el individuo tenga de su entorno el cual se encuentra mediado, en mayor o menor grado, por las tecnologías de la información y la Internet como espacio en que se desarrollan estas interacciones.

Es así como el joven de Villavicencio que interactúa a través de estos espacios virtuales con personas en diferentes territorios quienes poseen diferentes lenguajes, discursos y simbolismos, se ve influenciado en sus procesos de construcción cultural al

punto que se inicia un proceso de apropiación dentro de los intereses y la identidad del individuo, y finalmente se construyen o crean estos procesos de acuerdo a las oportunidades dadas dentro del contexto del joven.

En el caso de la cultura de Gamer como influencia externa al territorio, puesto que el desarrollo que se realiza en Villavicencio parte de la imitación o replicación de procesos realizados en otras regiones y países, este proceso de mediación cultural incluye no solo las prácticas que enmarcan la dinámica de los videojuegos, sino que se encuentra inmerso en esto las percepciones y sentires que la comunidad global ha venido desarrollando dentro de estos espacios los cuales vienen a influenciar al joven quien es parte de un territorio y al mismo tiempo es parte de una comunidad global de jugadores entendida en este proyecto de investigación como cultura Gamer.

Los procesos en que esta comunidad y la cultura desarrollada dentro de sus participantes dependen de la percepción que el entorno que rodea a sus participantes presenta y de la proyección que los mismos integrantes de esta comunidad tengan frente al desarrollo local de estos procesos y es de aquí que parte la problemática propuesta en este proyecto de investigación y se enmarca dentro de la mediación cultural como línea de investigación a fin de entender como los videojuegos como medio de interacción influyen el desarrollo cultural de los jóvenes en Villavicencio.

2.6. Gamer como cultura y no como síndrome (adicción)

Este apartado pretende presentar brevemente la postura del investigador frente a algunas de las posturas negativas enmarcadas dentro del desarrollo de los jóvenes y niños, o

de cualquier otra edad, dentro del ámbito de los videojuegos y cómo las posibles acusaciones que se realizan alrededor de las actividades y acciones realizadas por aquellos que participan activamente en estos entornos, no pueden ser generalizadas o son parte de una falta de información y conocimiento respecto al desarrollo de estas actividades.

Primeramente, y como se ha evidenciado a lo largo de este estudio, debemos entender que los videojuegos son una práctica arraigada en el desarrollo de las comunidades globales, o por lo menos en aquellas en donde los recursos tecnológicos son suficientes para acceder a estos, y por lo tanto, como manifiestan Tejeiro y Pelegrina (2008): “no nos puede dejar insensibles, ni podemos ingenuamente entender que su relevancia está constreñida a un tiempo de ocio que no tiene más relevancia” (p. 15), advertencia que toma fuerza cuando observamos la influencia que puede llegar a tener estos espacios y estas prácticas dentro de los procesos identitarios de los jóvenes en la construcción de lenguajes, discursos y simbolismos.

A partir de aquí se entiende que los videojuegos al ser un entorno en el cual participan una cantidad considerable de personas de variadas regiones, cuando se accede a estos entornos de acuerdo a los intereses del jugador es posible encontrar a otros jugadores que compartan los mismos intereses y gustos, por lo tanto la creación de conexiones emocionales y el aumento de la interacción y la comunicación en estos entornos de videojuego tiene la tendencia a aumentar y, por ende, se presenta una mayor presencia de tiempo en estos entornos virtuales de juego.

Para ejemplificar el aumento de esta tendencia se puede observar como el fenómeno de los eSports o deportes electrónicos dentro del panorama global de los videojuegos ha ocasionado que cada vez más personas participen en eventos locales o publiquen a través de

sus redes sociales noticias, retransmisiones u otro contenido audiovisual referente a los videojuegos al punto en donde las comunidades virtuales con temáticas de videojuegos presentan mensualmente un aumento en su número de seguidores o suscriptores como en el caso de las comunidades de Fortnite, Clash Royale, Free Fire, League of Legends, entre otros.

Esto ocasiona que dentro de los entornos familiares y sociales cercanos del jugador no se comprenda los cambios en la cotidianidad de la persona/jugador y por lo tanto, se presente una alarma frente al desconocimiento que se tiene por parte de los padres y acompañantes de estos jóvenes o la crítica que puede llegar a presentarse en personas mayores.

Es por esto que después de la advertencia que nos presenta Tejeiro y Pelegrina (2008) quienes describen el escenario actual en el que los jóvenes empiezan a dedicar más tiempo a los entornos virtuales de juego, y al uso de los recursos tecnológicos como medio de acceder a estos entornos, diciendo:

El resultado de todo ello es la gran cantidad de padres y madres, profesores o ciudadanos en general, que se sienten desbordados por un medio que ni conocen en profundidad ni llegan a comprender. ¿Cuáles son las actitudes más apropiadas que deben mantener hacia el uso de los videojuegos por los niños (y jóvenes) ?, ¿deben conocerlos?, ¿deben aceptarlos?, ¿deben controlarlos?, ¿son tan negativos como parecen?, ¿generan adicción?, ¿cuánto tiempo pueden jugar sus hijos/as?, ¿socializan o aíslan? (p. 19)

De igual forma proponiendo un caso más allegado al ámbito Latinoamericano, Álvarez (2015) citando a Bajtín (1987) en su estudio sobre los Gamers y Otakus dentro de la población argentina presenta el posible entendimiento que se tiene frente al ámbito de los videojuegos, además de otras culturas, diciendo:

A partir de distintos programas o noticieros televisivos que representan a los otakus y cosplayers¹⁸ estereotipándolos como “vagos” que realizan actividades “inútiles”, “ridículos” que se disfrazan a pesar de ya no ser niños, “enfermos” que pueden perder toda noción de la realidad al caracterizar personajes ficticios o figuras risibles y parodiabiles –en el sentido moderno de la noción de “parodia”, es decir, una burla negativa por la cual quien satiriza establece una distancia jerárquica respecto del objeto parodiado, al cual juzga y sanciona”. (p. 48).

Aspecto que ha ido cambiando con el desarrollo constante de los diferentes colectivos y comunidades locales dedicadas a la cultura Gamer hasta el punto en el que:

Se pasa de pensar en los fans como “enfermos” o “peligrosos” a entenderlos como sujetos receptores cuyas prácticas de consumo tienen una lógica específica en la configuración de universos simbólicos propios y la construcción de sus identidades culturales, relacionales y diferentes de un otro no fan, que realizan sobre la base de los objetos de la cultura masiva. (p. 49).

Es de esta forma que el entendimiento de los diversos procesos de construcción cultural que se pueden desarrollar en esta era interconectada se plantea como una necesidad tanto para las nuevas como para las anteriores generaciones, ya que por lo menos en el caso

de la cultura Gamer, y de las que se desarrollan paralelamente a esta, se proyecta que van a seguir creciendo y no solo en el aspecto del número de jugadores, sino en la visualización a través de la publicidad, tanto en la red como en los medios de comunicación global y local, en la inversión económica que realizan las empresas y los usuarios de estos, y en la cultura que se presenta como resultado de la influencia que pueden llegar estos entornos en las personas.

De esta forma se entiende la cultura Gamer como un proceso de construcción cultural con un lenguaje propio, que puede diferir respecto al mundo virtual (jerga), con una simbología que puede variar del entendimiento social y con unas prácticas de interacción y comunicación que afectan la cotidianidad y la identidad de las personas/jugadores en su desarrollo personal y, por ende, como comunidad Gamer como tal.

Por último, respecto a la acusación respecto a los videojuegos como actividad que dirige al joven hacia un aislamiento social, nuevamente Tejeiro y Pelegrina (2008) manifiestan que:

Las críticas que denuncian a los videojuegos como promotores de aislamiento social o como inhibidores del desarrollo social del niño (joven) no parecen justificadas. En todos los casos es necesario observar las variables de personalidad y cognitivas asociadas como elemento fundamental. El uso de los videojuegos no parece causar problemas en las relaciones sociales de los jóvenes, y la utilización de los medios electrónicos no sustituye por sí mismo la comunicación y la interacción con las personas reales. (p. 115).

Dentro de este análisis que realizado el investigador pretende resaltar una parte que se encuentra acorde a su opinión frente a estas acusaciones y es la referente a que en los casos en que se presente este aislamiento u otros comportamientos que afecten el desarrollo social de la persona, se hace necesario realizar un análisis de la persona en específico antes de llegar a conclusiones que relacionen las problemáticas del caso específico con los entornos en los cuales el padre, maestro o educador no se encuentre de acuerdo, como puede ser el ámbito de los videojuegos.

Es así como se puede concluir que estas prácticas que se desarrollan alrededor de los entornos de videojuegos ya sean como individuo o dentro de comunidad, parten de la forma en que la persona apropia y desarrolla su identidad y lo proyecta hacia otros. Algunas personas pueden ser más acordes a los entornos virtuales de juego y otros a desarrollarlo en entornos offline, como en muchos aspectos se debería buscar un equilibrio, pero esto parte de las decisiones de la persona y no se pretende dar razones para participar o no dentro de estos entornos.

Se pretende expresar que las problemáticas que puedan presentarse dentro de los mundos virtuales de juego o a causa de estas prácticas, parten de la forma en que la persona/jugador ha desarrollado su entorno personal y la forma en que esta persona se proyecte en sociedad, puesto que la forma en que se interactúa con otros dentro de los entornos virtuales de juego es una extensión de cómo es el jugador en sus interacciones diarias y directas, es decir, los mundos virtuales de juego son un espacio más en que el individuo/jugador interactúa y es basado en su comportamiento e identidad como este jugador participa en estos.

Diseño metodológico

Paradigma de investigación

El paradigma propuesto para este proyecto de investigación es el interpretativo puesto que permite abordar problemáticas de estudio que no pueden ser entendidas completamente a través de una metodología cuantitativa y, al mismo tiempo, acoge dentro de su metodología las experiencias y la interacción que los sujetos de estudio tienen con su entorno y con la problemática estudiada dentro de la investigación.

En este sentido Martínez nos dice que este paradigma nos lleva a “aceptar que los seres humanos no descubren el conocimiento, sino que lo construyen” (2013, p. 4) y es este conocimiento que se crea a través de nuevas experiencias, nuevas formas de interacción y comunicación como las que se están presentando en esta sociedad de la información que se hace necesario el entender como se construye cultura en estos nuevos espacios como lo son los virtuales.

Es a partir de las interacciones en mundos virtuales de juego que se plantea el paradigma interpretativo como parte de la metodología de la información pues Martínez manifiesta respecto a este proceso que:

Elaboramos conceptos, modelos y esquemas para dar sentido a la experiencia, y constantemente comprobamos y modificamos estas construcciones a la luz de nuevas experiencias. Por lo tanto, existe una ineludible dimensión histórica y sociocultural en esta construcción. (Schwandt, 2000, citado en Martínez, 2013, p.4)

Es así como estas nuevas experiencias socioculturales deben ser analizadas para entender como influncian o como se manifiestan dentro de la cotidianidad de una población puesto que en el caso de la cultura Gamer en Villavicencio es un proceso cultural que ya se encuentra inmerso en la población y es esta investigación la que pretende entender cual son la influencia que estos procesos tienen dentro de la cultura local.

Tipo de investigación

La investigación “*Procesos de construcción y apropiación de cultura Gamer en la ciudad de Villavicencio*” se desarrolla en un panorama amplio e inexplorado, tanto en el ámbito local como nacional, como es el caso de la cultura de los videojuegos y su influencia dentro de los procesos culturales de los jóvenes. Debido a la complejidad que esta investigación requiere para su abordaje se plantea la implementación de un enfoque de investigación mixto en el cual se pueda inicialmente conocer la percepción cuantitativa que la población objetivo tiene respecto a la cultura de los videojuegos y posteriormente profundizar que espacios y procesos locales desarrollan esta cultura o tienen como temática el ámbito de los videojuegos.

Este enfoque metodológico es presentado por Sampieri (*et al.*, 2014) como:

Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (p. 534)

El problema de investigación planteado se centra en la realización de inferencias respecto a los aspectos culturales, sociales y económicos que la población objetivo tiene respecto al ámbito de los videojuegos y como a través de estos procesos relacionales o de interacción mediado por mundos virtuales, o que tiene como enfoque temático estos, se presenta una influencia dentro de la cultura de la ciudad de Villavicencio.

Enfoque de investigación

Se presenta el enfoque mixto como un proceso en el cual se “evidencia datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias” (Lieber & Weisner, 2010, citado en Sampieri *et al.* 2014). Es así como el enfoque mixto presenta varias ventajas entre las cuales se pueden aplicar a esta investigación las siguientes:

- Lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno.
- Producir datos más “ricos” y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis.
- Posibilidad de tener mayor éxito al presentar resultados a una audiencia hostil.
- Desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación, o bien reforzarlas (Brannen, 2008, citado en Sampieri *et al.* 2014, p.537)

Esta perspectiva mixta permitirá producir inferencias más profundas frente a una problemática tan compleja como son los procesos de construcción cultural, lo cual puede variar debido al espacio (ciudad, barrio, lugar de estudio), al estrato socioeconómico, a la

inclusión en entornos virtuales por parte de una población y al manejo que tengan los individuos de las TICs, entre otras variables que pueden arrojar resultados diferentes en cada muestra de estudio.

Es por esto por lo que el enfoque mixto presenta una serie de posibilidades para abordar la temática respectiva a la cultura de manera más asertiva y, al mismo tiempo, sienta un precedente para esta línea de investigación.

En razón a lo anterior la investigación plantea un método exploratorio en el cual se parte de la recolección de información cualitativa y cuantitativa implementada dentro de la población de estudio y posteriormente se realiza una triangulación de resultados a través de matrices de análisis.

Fases de la investigación

El primer momento de este proyecto de investigación comprende el acercamiento del investigador a la población de estudio a través de las instituciones de educación superior en las cuales se solicitó encuestas a estudiantes de primer semestre de los diferentes pregrados que ofertara la institución.

En una segunda etapa se realizó una convocatoria a individuos específicos quienes participan dentro de la cultura Gamer local en diferentes ámbitos (coach, promotor de eventos, jugadores) a fin de conocer sus experiencias respecto a la apropiación que han tenido de esta cultura y como se ha desarrollado en Villavicencio.

Esta convocatoria fue nombrada “Mediación cultural: construyendo cultura Gamer” a la cual acudieron 8 personas las cuales expresaron el desarrollo que tienen alrededor de la

cultura Gamer y las experiencias que tienen desde diferentes perspectivas como: logística de eventos sobre videojuegos, empresario con temática Gamer, coach de equipos profesionales y semiprofesionales, entre otros.

En una tercera etapa se realizó 4 entrevistas personales con personas quienes conocieron de la convocatoria anteriormente presentada pero no asistieron y son parte del desarrollo, o lo han sido, de la cultura Gamer en Villavicencio.

En una cuarta etapa referente al trabajo de campo se realizó un análisis histórico de las diversos eventos y encuentros realizados por parte de la comunidad Gamer local presentando evidencias compartidas a través de canales de información públicos (blogs, redes sociales, páginas web), mostrando un desarrollo precedente y como estos procesos han promovido la construcción de un tejido histórico.

Para finalizar se realizó un análisis de toda la información recolectada a través de las diferentes herramientas de recolección propuestas y se dio paso a relacionar los resultados con las fuentes teóricas que previamente se habían propuesto para entender la problemática de investigación propuesta.

Alcance de la investigación

La investigación se realizó en la ciudad de Villavicencio iniciando en el mes de noviembre del año 2017 y la última información que se presenta como evidencia de investigación data de diciembre del año 2019.

Población y muestra de investigación

La población objetivo de la investigación se centra en jóvenes con edades entre los 15 y los 24 años de la ciudad de Villavicencio. Este rango de edad se eligió según informe “El estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe” realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-, en el cual se presenta que las personas entre los 15 y los 24 años presentan una mayor inclusión y uso de la red de Internet, por lo que se puede decir que tienen más posibilidad de ser parte del proceso de construcción cultural que se está analizando.

De igual forma en Colombia según MinTIC en su “Boletín trimestral de las TIC” a inicios de 2018 presenta que en Colombia desde 2010 llegando al año 2018 a un aproximado de más de 30 millones de personas, más del 60 % de la población nacional, quienes se han visto inmersos en un proceso de continua inclusión a herramientas de la información y la comunicación y, por ende, a procesos de interacción y participación en espacios virtuales. Estos datos se confirman en el departamento del Meta en “Boletín Técnico 2018” del DANE en el que se muestra que más de un 80 % de la población metense ha usado Internet desde diferentes lugares y herramientas TIC. Por último, para definir la población y la muestra para esta investigación se tomó datos del “Censo Nacional de Población y Vivienda – 2018” en donde se presenta la población municipal de Villavicencio en rangos de edad y se definió que aproximadamente la población objetivo sería aproximadamente 90.000 personas, un 18,4 % de la población total, en edades entre los 15 y los 24 años.

Para abordar esta población se eligió un proceso de muestra probabilística en la cual se eligieron grupos de estudiantes de primer semestre de diferentes universidades y carreras

de oferta local, los cuales tienden a estar dentro del rango de edad que se eligió para la población objetivo. En la implementación de técnicas de recolección de información con estos grupos parte de la muestra, se pudo acceder a la participación de 239 jóvenes y a partir de estos datos se realizó la fórmula correspondiente a la elección de la muestra arrojando los siguientes resultados:

- Nivel de confianza: 95 %
- Margen de error: 6.33 %
- Muestra: 239

Los 239 jóvenes estudiantes de 1er semestre de universidades como: Corporación Universitaria del Meta, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Fundación Universitaria Unipanamericana, Universidad de los Llanos en diferentes carreras profesionales y técnicas que estas instituciones ofertan.

Diseño de la investigación

El estudio de la temática de cultura Gamer en el contexto global ha empezado a desarrollarse desde la academia y desde la empresa privada. Como se pudo observar en el Estado del arte del presente documento, en Europa los videojuegos se han posicionado como un economía creciente y estable en la población general por lo cual se puede decir que ha tenido una gran aceptación, y en la región Hispanohablante se han realizado estudios en países como Ecuador, Argentina, Perú y México. En este territorio entidades como Newzoo quienes manejan analíticas referentes a videojuegos presenta en su informe “2019

Global Market Report” un aumento en la inversión de la población en estos ámbitos llegando a una cifra de más de 5.000 millones de dólares en este año.

Estas cifras presentan que el contexto de los videojuegos contempla un aspecto de estudio relevante y correlativo a los contextos culturales, sociales y económicos de los espacios territoriales en los que se desarrollan y en Villavicencio no se observa un desarrollo investigativo ni un precedente que muestra cómo este proceso cultural se está llevando a cabo.

Es por esto por lo que Sampieri (*et ál.* 2014) plantea un diseño de investigación transeccional exploratorio en el cual “se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (no experimentales y experimentales)” (p. 155). Este diseño de investigación permite al investigador indagar en profundidad de acuerdo con las posibilidades que la problemática de estudio tenga de acceder a diferentes fuentes de información y así, sientan un precedente para posteriores investigaciones que profundicen o desarrollen la temática de estudios culturales relativos a los videojuegos.

De igual forma al ser una problemática de investigación con variables que pueden cambiar constantemente puesto que las herramientas tecnológicas para acceder a los contextos de videojuegos, la oferta de videojuegos, la proliferación de diversas comunidades con diversos objetivos alrededor de este ámbito, entre otros escenarios, tienden a desarrollarse continuamente dependiendo de las posibilidades que se brinden en el entorno y de cómo estas comunidades locales apropien la cultura Gamer global que se transforma a un ritmo acelerado cada día. Es por esto por lo que el diseño transeccional

exploratorio implementado en un rango de tiempo de 2 años (2018-2019) y con un breve análisis histórico local sienta una base para posteriores estudios.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

La investigación al manejar un enfoque de investigación mixto y un diseño transeccional exploratorio implementó técnicas de recolección cuantitativos y cualitativos a fin de abordar la complejidad del problema de investigación referente a los procesos de construcción y apropiación de cultura Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio. Estas técnicas de recolección fueron:

Encuesta

Se planteó implementar el método de encuesta a 239 jóvenes estudiantes de 1er semestre de universidades localizadas en Villavicencio, entre las cuales se eligieron las siguientes instituciones, de acuerdo con su disposición, para la implementación de la encuesta: Corporación Universitaria del Meta, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Fundación Universitaria Unipanamericana y Universidad de los Llanos, en diferentes carreras.

La encuesta se divide en segmentos con el fin de analizar el lenguaje, la simbología, la apropiación y el conocimiento respecto a este proceso cultural con el fin de visualizar un panorama general entre los jóvenes de Villavicencio y así dar paso a la relación entre los componentes culturales desarrollados y las referencias teóricas presentadas en esta investigación.

De igual forma se analiza la influencia que la cultura Gamer puede llegar a tener en hombres y mujeres con el objetivo de entender más específicamente en que grupos de personas se han apropiado y construido procesos de cultura Gamer.

El modelo de encuesta consta de 19 de preguntas, dividida en cinco segmentos, entre las cuales se presenta la opción de respuestas únicas, respuestas múltiples y preguntas únicas con una ampliación de respuesta abierta, a fin de conocer y validar la respuesta elegida (véase anexo A).

Grupo de enfoque

Para la elección del grupo de enfoque se realizó una convocatoria a diferentes participantes de la comunidad Gamer de Villavicencio a través de una presentación de Prezi en la que se planteó como objetivo reunir a los diferentes sujetos de la comunidad gamer tales como: gestores culturales, entrenadores, jugadores profesionales, semi-profesionales y amateurs, investigadores, y miembros que participan y promueven esta cultura en la ciudad de Villavicencio, los cuales han tenido diversas experiencias frente a la construcción y apropiación de esta cultura en la región.

En esta actividad se presentan como temáticas de diálogo:

- Los videojuegos como cultura.
- Villavicencio como foco de trabajo alrededor de la cultura Gamer.
- Organización de la comunidad Gamer.
- Proyección para jugadores y gestores.

Además, se plantea un acercamiento a diferentes jóvenes de manera individual con el fin de relacionar los resultados presentados por las encuestas a fin de analizar los razonamientos expresados en esta (encuesta) a través de experiencias de vida de jóvenes de Villavicencio.

Este grupo de enfoque que parte del interés inicial con la cultura Gamer y que se relaciona en su implementación con la participación dentro de este proceso de construcción cultural, puesto que sin experiencia al respecto no se hace viable la participación, permite conocer los procesos que se han desarrollado localmente alrededor de esta cultura y como estos procesos han influenciado a los individuos participantes de este diálogo.

Observación no participante

La observación no participante se realizó a partir de los procesos de construcción cultural que se hacen visibles ya sea a partir de eventos o encuentros que se realizan en diferentes partes de la ciudad o al registro que se presenta a través de entornos virtuales como son plataformas, redes sociales (Facebook, YouTube) o blogs administrados y relacionados al contexto local.

Es así como esta observación participante presentada evidencia a partir de imágenes y fotografías recopiladas a través de su observación y reúne en un análisis de tejido histórico relacionado al proceso que se ha desarrollado en la cultura Gamer dentro de Villavicencio.

Resultados

Presentación de resultados

En este apartado se analizan los resultados obtenidos a través de las técnicas de recolección de información implementadas en este proyecto de investigación relacionando cada una de estas técnicas con el desarrollo de los objetivos específicos propuestos.

De igual forma se realiza una correlación entre los resultados obtenidos en el trabajo de campo y las variables de investigación de este proyecto las cuales son: apropiación, construcción e influencia de la cultura Gamer en la cultural local.

Encuesta

A fin de conocer la influencia de la cultura Gamer dentro del municipio de Villavicencio se realizaron un total de 239 encuestas (véase anexo A). Esta encuesta enmarcada en 19 preguntas respecto a la influencia que los videojuegos tienen en aspectos como: el lenguaje, la simbología o significado que se le da a los recursos tecnológicos, el uso de estos para la participación en los videojuegos, la influencia que puede llegar a tener estos videojuegos en su cultura y cotidianidad y el conocimiento que se tiene sobre los videojuegos.

Inicialmente se realiza un análisis de cada una de las preguntas comprendidas dentro de la encuesta y seguidamente se hace una relación de este análisis con los aportes teóricos comprendidos a fin de dilucidar parte del objetivo de esta investigación respecto a la

influencia de la cultura Gamer en los jóvenes en Villavicencio. Este análisis se divide en los segmentos que forman parte de la encuesta.

Lenguaje

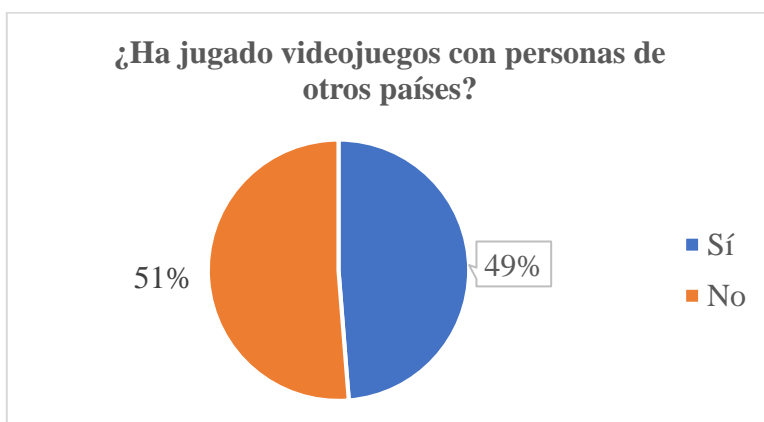
El lenguaje se presenta como una forma de expresión y creación de cultura dentro del entorno en que el individuo interacciona con otros, este lenguaje se verá influenciado por estas interacciones y al mismo tiempo influye en las personas a las cuales llegue el mensaje dado. Estos mensajes a través de la red tienen un alcance mayor tanto geográficamente como en cantidad de personas y, al mismo tiempo, el flujo de mensajes recibidos también aumenta.

Estas interacciones dadas en la red se pueden desarrollar en un espacio específico con una intención clara y delimitada que reúne personas con intereses relacionados, a estos espacios vamos a nombrarlas comunidad virtual. Esta comunidad virtual presenta factores tales como “membresía, límites, pertenencia, símbolos grupales, normas de esfuerzo y reto, apoyo entre miembros, conexión emocional entre los miembros, entre otros” (Méndez & Galvanovskis, 2011, p. 9), dando a entender que el individuo dentro de dicha comunidad virtual tiene unos objetivos acordes a los del colectivo y que en el momento en que rompen las reglas y normas de dicho colectivo puede ser expulsado, por lo que el acceso a las comunidades virtuales no es libre, sino que la persona adquiere una membresía de acuerdo a su comportamiento y participación dentro del mismo, por lo que se puede decir que las interacciones que se desarrollan en las comunidades virtuales requieren un esfuerzo por parte del individuo que hace parte de estas.

El acceso a los videojuegos puede ser global, es decir, un solo servidor donde la persona en cualquier parte del mundo puede acceder o se pueden presentar diferentes servidores para respectivas regiones, esto es debido a la velocidad de conexión que se tiene al juego lo cual puede brindar una conexión al servidor del juego más estable y rápida, caso contrario a si se opta por acceder a un servidor alejado del lugar de conexión. Estos tipos de acceso se muestran a fin de entender que el acceso que los jugadores pueden realizar al momento de participar en el videojuego representa la variedad de personas con las que se puede llegar a interactuar.

En algunos casos los servidores regionales pueden comprender varios países y las personas/jugadores que acceden a dichos servidores tienen diferentes formas de actuar, de comportarse y de hablar dentro del entorno del videojuego. Además, si se suma que la influencia del videojuego puede llegar a influir en las expresiones o palabras que el jugador utiliza al momento de expresar una idea presenta una influencia mayor inherente a dichas interacciones en este entorno.

Gráfica 1 - ¿Ha jugado videojuegos con personas de otros países?

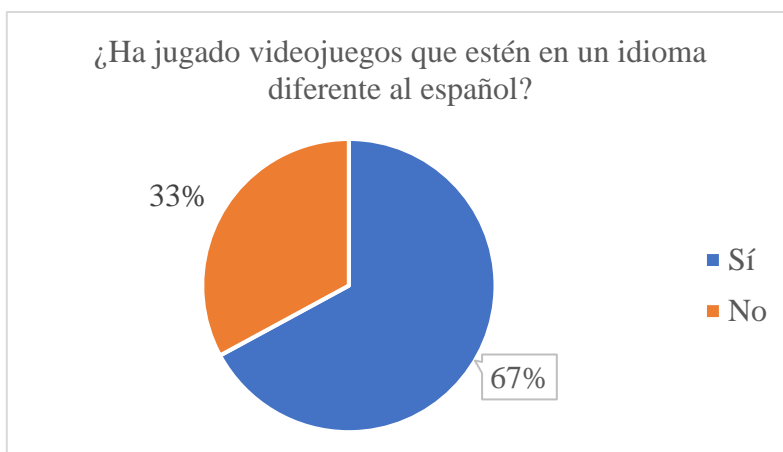


De acuerdo con la Gráfica 1 el 49% de los encuestados ha jugado videojuegos con personas de otros países, en su mayoría de países como México, Argentina y España.

Al relacionar las interacciones entre jugadores dentro de los entornos virtuales de juego se presenta que casi la mitad de los jóvenes rompen estas fronteras territoriales a través de estos espacios dando paso así a conocer e interactuar con procesos culturales diversos o diferentes al del contexto local o nacional experimentado por el jugador.

Al mismo tiempo se presenta una dificultad relativa al idioma que practica el jugador en la cotidianidad, o del cual tienen conocimiento suficiente para dar a entender sus ideas, y el idioma en que se comercializa el videojuego, además de los idiomas en los cuales la comunidad inmersa dentro de estos espacios virtuales de juego interactúa ya que las fronteras territoriales en entornos de videojuegos son dejadas a un lado en varias ocasiones y se da paso a interactuar no solo con otros idiomas sino con otros lenguajes, palabras o términos a los cuales se está acostumbrado. En la Gráfica 2 se puede observar que el 67% de los jóvenes encuestados han jugado videojuegos en un idioma diferente del español.

Gráfica 2 - ¿Ha jugado videojuegos que estén en un idioma diferente al español?



Para entender el alcance que este resultado representa se plantea dividir los juegos en online y offline, es decir aquellos en los que el jugador/individuo es el único que interactúa con el mundo virtual de juego -offline- y aquellos en los que el mundo virtual de juego es un entorno para dar paso a las interacciones con otros jugadores en tiempo real y que en algunos casos es requisito para cumplir con los objetivos planteados dentro de dicho juego -online-.

En los juegos offline el jugador interactúa con el videojuego y con base en sus experiencias puede interactuar con otros jugadores en espacios externos al entorno de juego, estos espacios pueden ser foros, blogs, chats, videos, entre otros, y es donde la delimitación del idioma se encuentra más marcada puesto que para que se presente una interacción entre jugadores estos deben compartir unos códigos de comunicación reconocidos por ambas partes para que exista un entendimiento mutuo.

En los juegos online se presentan diversos servidores de juego de acuerdo a áreas geográficas propuestas por la empresa creadora, en estos videojuegos online los jugadores

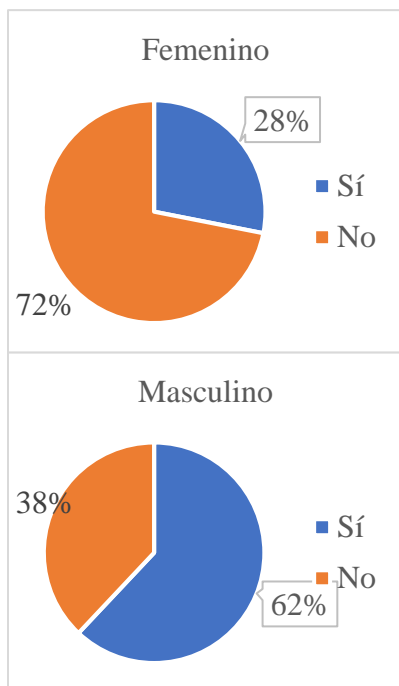
que acceden pueden provenir de diferentes regiones y pueden o no hablar un idioma diferente al principal planteado por el servidor del juego, por ejemplo, la participación de un jugador cuyo idioma principal es el inglés en un servidor de juegos latinoamericano, puede darse una situación en la cual no puede haber una comunicación real entre los jugadores.

Estas situaciones ocasionan que el jugador puede llegar a relacionarse con otros dentro del entorno virtual del juego y pueda llegar proponerse objetivos colectivos al punto de crear una afinidad no solo con el videojuego sino con la comunidad inmersa en estos espacios. De acuerdo con esta afinidad es que la persona/jugador se proyecta dentro de la comunidad virtual/Gamer en donde participa, al respecto de estas interacciones Crawford, Gosling & Light (2011) presentan que:

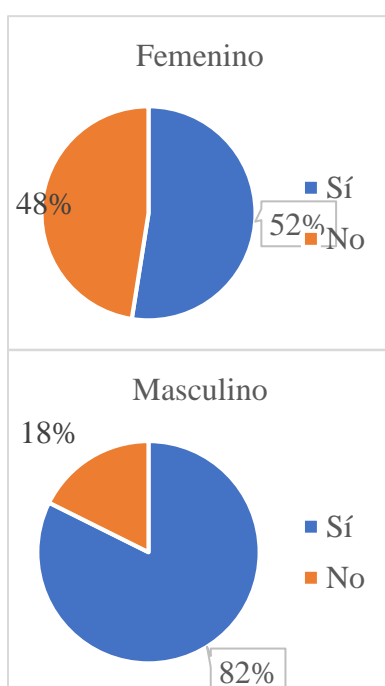
Somos nosotros los que interactuamos con una computadora y nosotros los que interactuamos con otras personas. Esta interacción puede ser "mediada", pero también lo es toda interacción, especialmente a través del lenguaje, así como los complejos patrones de presentación del yo que utilizamos en nuestra vida cotidiana, independientemente de si estamos en línea o no (p. 11, traducción propia)

Es por esto que, en el entorno de los videojuegos, y en la cotidianidad de la persona, las interacciones dependen de la apropiación de códigos de comunicación compartidos para que puede lograrse dichas interacciones ya que sin importar la mediación que se utilice es la comunicación con otras personas/jugadores lo que permite participar en base al entorno de juego y es desde aquí que se presenta la influencia de la que se habla con relación al lenguaje dentro de los videojuegos.

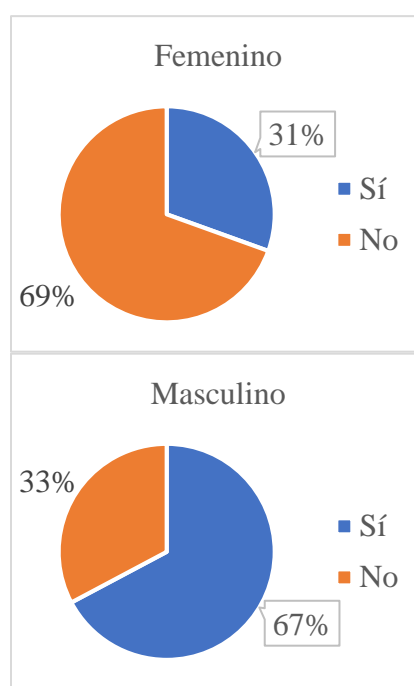
Gráfica 3 - ¿Ha jugado videojuegos con personas de otros países? – Femenino y Masculino



Gráfica 4 - ¿Ha jugado videojuegos que estén en un idioma diferente al español? - Femenino y Masculino



Gráfica 5 - ¿Ha aprendido nuevo vocabulario (palabras) de los videojuegos? - Femenino y Masculino



Estas interacciones con otros idiomas a través de los videojuegos, según las Gráficas 3, 4 y 5, se evidencia estar presentes en hombres y mujeres, aunque con diferentes proporciones ya que las interacciones de las mujeres con jugadores de otros países son bajas (28%) a pesar de que su acceso a videojuegos en diferentes idiomas al español se encuentra en 52%.

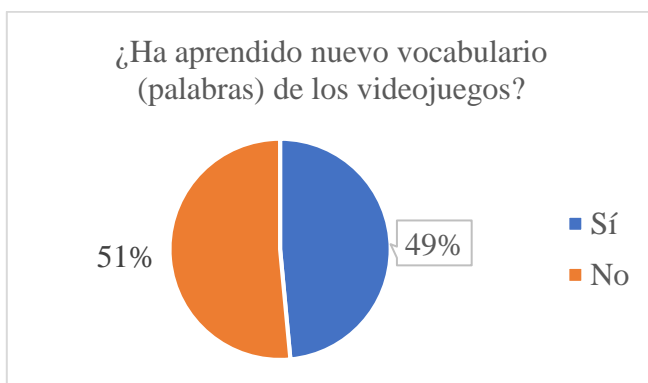
Esto presenta que la participación de mujeres dentro de los entornos virtuales de juego se evidencia, pero las interacciones con las comunidades en dichos espacios no son muy altas con relación a los hombres quienes en su mayoría (82%) han participado en

juegos diferentes al español y dentro de estos espacios han interactuado con personas o comunidades fuera de las fronteras nacionales (62%).

Al mismo tiempo se presenta que el lenguaje y la comunicación son una variable que afecta más a mujeres que a hombres, lo cual puede deberse a la diferencia en la participación en entornos virtuales de juego entre hombres y mujeres o a al cumplimiento del requisito referente al lenguaje para participar en juegos con idioma diferente al español en hombres que en mujeres, es decir, puede que el interés que se tenga por interactuar con las comunidades inmersas en los espacios de juego sea la razón de que los hombres apropien el lenguaje del juego (67%) o puede deberse a que el conocimiento de idiomas diferentes al español sea mayor en hombres que en mujeres. De esta última premisa no se tiene ninguna evidencia por lo cual se descarta y se toma como relevante al proceso de investigación el interés de la persona por interactuar con los entornos virtuales de juego y con las comunidades participes en estos.

Respecto a la pregunta tercera de la encuesta respecto a si ¿Ha aprendida nuevo vocabulario (palabras) de los videojuegos? Los jóvenes respondieron:

Gráfica 6 - ¿Ha aprendido nuevo vocabulario (palabras) de los videojuegos?



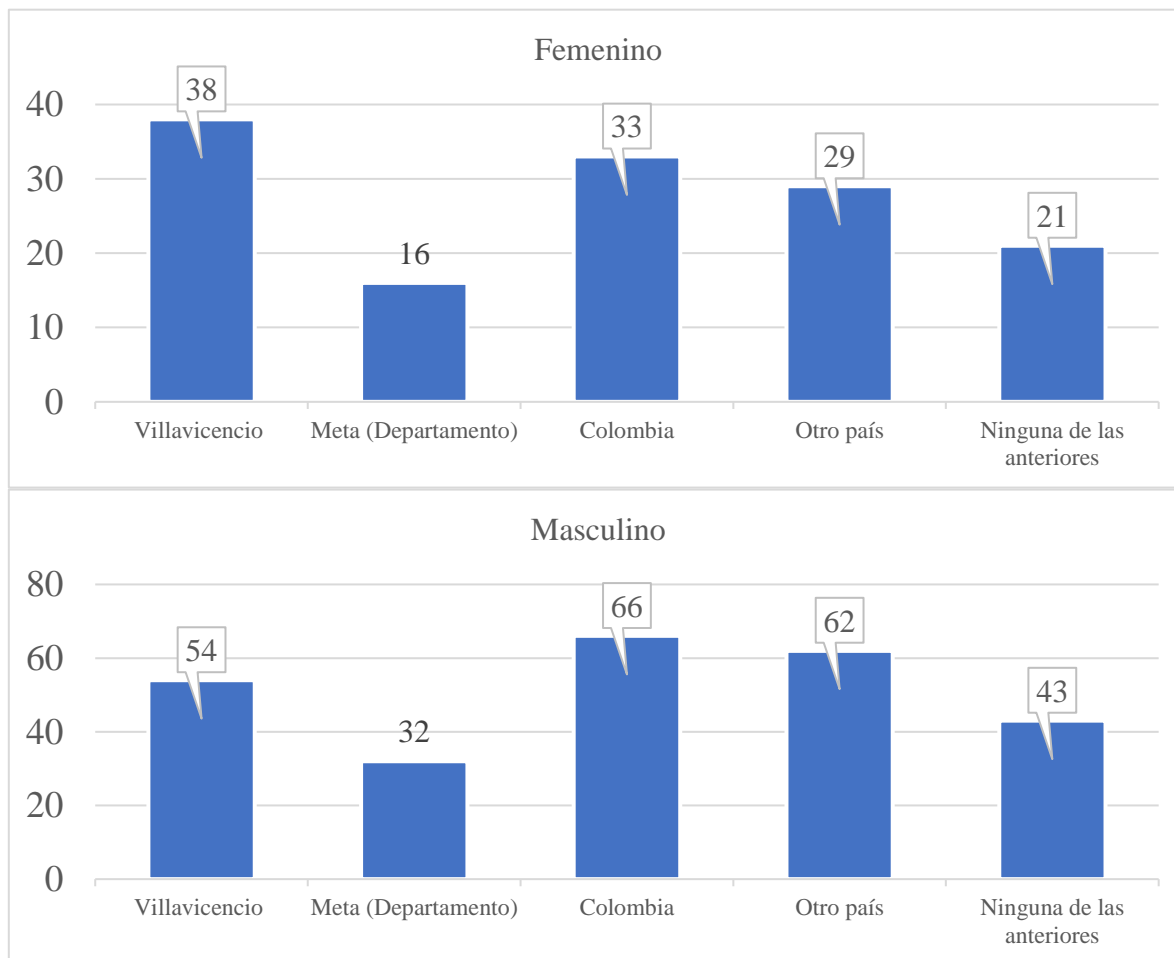
Esta pregunta es una premisa que se planteó para confirmar en las entrevistas realizadas durante la ejecución del trabajo de campo, la cual es que el vocabulario usado en los videojuegos influye en la forma de habla y expresión usada en la cotidianidad de la persona, ya sea palabras o conceptos en otros idiomas que se refieren a objetos, lugares o situaciones que puede que se usen normalmente en la cotidianidad o no. Este nuevo vocabulario aprendido se encuentra presente en el 49% de los jóvenes encuestados.

Dentro de los ejemplos presentados se hizo referencia en su mayoría a palabras en inglés o nombres de juegos en otros idiomas, también se presentaron expresiones cortas a situaciones que se pueden presentar tanto en el videojuego como en la cotidianidad, tales como una forma de felicitar a otro como *GG* (Good Game) o *GJ* (Gran jugada), o en situaciones en las que se comete una equivocación como *Shit* (mierda), *Damn* (maldición), entre otras situaciones.

De igual forma la influencia que el vocabulario hablado dentro de los videojuegos tiene en la persona/jugador es promedio ya sea por el compromiso que estos tienen frente a los objetivos colectivos dados por el videojuego o a la inversión de tiempo en estas comunidades virtuales de videojuegos.

Respecto a las interacciones de las mujeres dentro de entornos virtuales de juego se puede decir que estas se comunican o comparten con personas allegadas, o por lo menos conocidas, puesto que en la Gráfica 7 estas interacciones se dan más con personas de Villavicencio, en comparación los hombres interactúan más con personas fuera de la ciudad e incluso con jugadores de otros países.

Gráfica 7 - Los videojuegos en los que participa actualmente, los juega con personas que viven en - Femenino y Masculino



De la Gráfica 7 se puede decir que las interacciones realizadas dentro de los entornos de videojuegos se realizan con personas de otras ciudades o de otros países, esto puede deberse a la organización dichos entornos y sus respectivas comunidades, o entidades que los promueven, se encuentran más desarrolladas fuera del contexto local en relación con el apoyo dado por parte de jugadores locales. Otra razón que se propone es que puede haber una falta de conexión emocional decantada del compromiso frente a los objetivos colectivos dentro del videojuego por parte de los jugadores locales.

En este punto se presenta una de las características que presentan las comunidades virtuales, y en este caso a las comunidades Gamer, y es en lo que hace referencia a la pertenencia o participación dentro de estas ya que se puede interactuar en más de una comunidad con personas ubicadas en distintas regiones. En la anterior gráfica se muestra que a pesar de que el número total de interacciones entre hombres (214) y mujeres (116) mantiene una amplia diferencia, los individuos/jugadores con los cuales se interactúa se encuentran, en distintas proporciones, ubicados fuera del contexto local.

Es por estos resultados que se puede observar que el idioma presenta una leve barrera en la búsqueda de colectivos activos en el entorno de videojuegos, que estos colectivos son más buscados más por hombres que por mujeres por lo que se puede decir que estos primeros son más afines a los objetivos de la comunidad Gamer y del videojuego como tal, mientras que los segundos buscan interactuar con personas conocidas y allegadas; y que la influencia del vocabulario o lenguaje nuevo es mayor en los hombres que en las mujeres, aunque está presente en casi la mitad de los jóvenes que participan e interactúan en estos entornos virtuales de juego.

Simbología

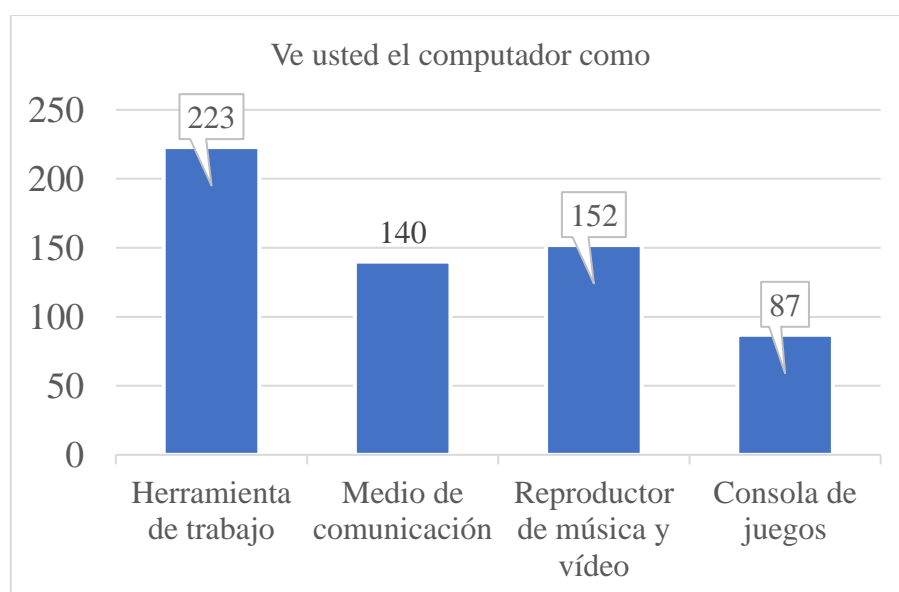
En el proceso en el cual se realizan las interacciones con otras personas, ya sea a través de un contacto directo o en la red, los entornos o las herramientas pueden llegar a adquirir un significado ligado al proceso de construcción de cultura, es decir, cuando la mediación tiene unos efectos directos en el proceso de comunicación entre dos o más personas.

Respecto a la inmediatez y a la transformación de estas mediaciones Tejeiro & Peregrina (2008) presentan que:

(...) en el sentido de que un número creciente de niños tienen un aparato de televisión, un reproductor de cintas de vídeo, o un ordenador personal en su propia habitación, pudiendo recurrir a ellos cada vez que lo desean. También es importante el creciente cambio desde los medios unidireccionales a una comunicación más interactiva con el usuario (p. 49)

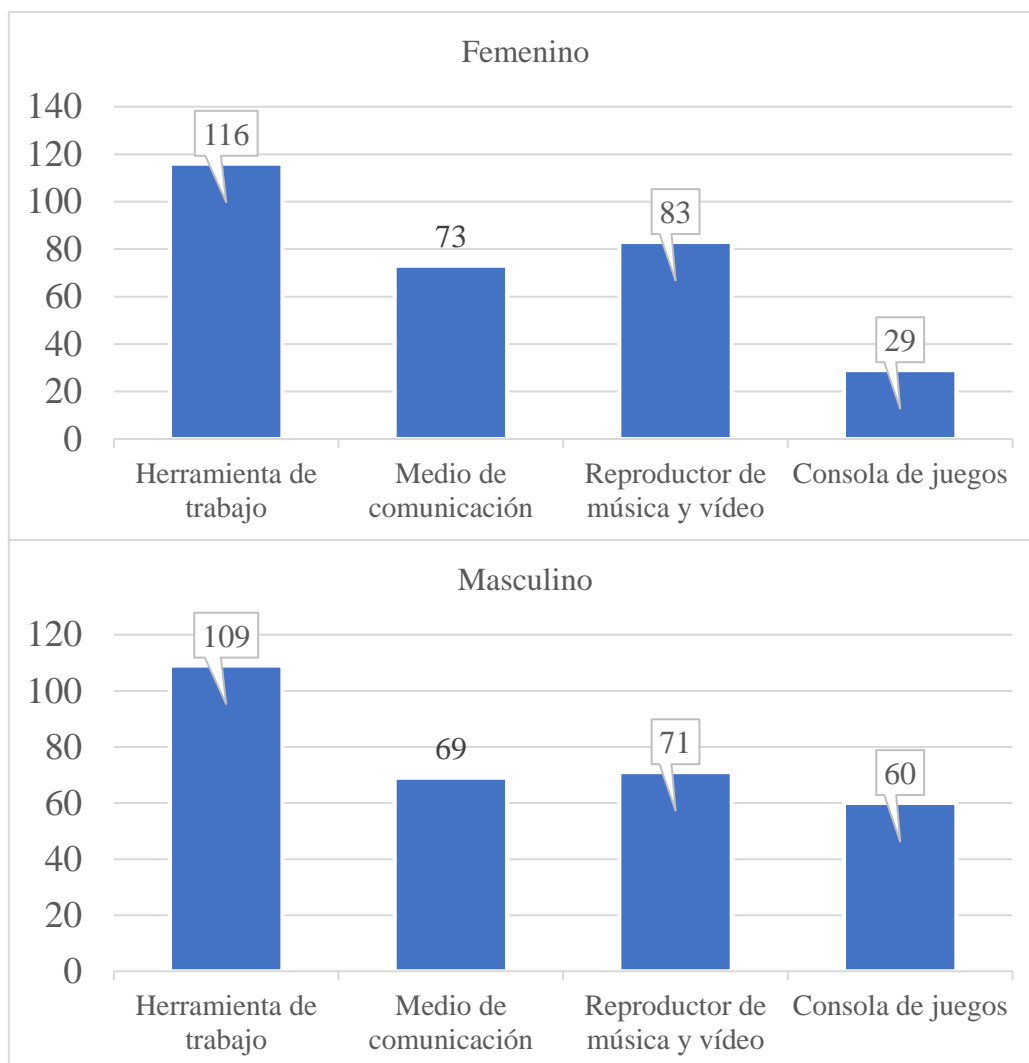
Es por esto por lo que al analizar el significado que estos medios tienen dentro de los procesos de construcción y apropiación de cultura, se puede llegar a entender si los procesos que se realizan dentro de estos entornos virtuales, sin importar a través de que herramienta se acceda, influyen los significados que se le dan a las interacciones en estos entornos como parte de la identidad y la cultura del individuo.

Gráfica 8 - Ve usted el computador como



En la Gráfica 8 se puede observar que el computador, como herramienta principal dentro de la cotidianidad y donde la interactividad se puede ver mayormente reflejada en relación con otras, posee un significado adoptado por los jóvenes en el cual se observa como principal el de herramienta de trabajo, es decir, el computador es una forma de acceder y desarrollar sus actividades laborales y académicas (93%), y de igual forma a través de este pueden comunicarse con otros (58%) y ser parte de comunidades virtuales o espacios de entretenimiento audiovisual de acuerdo a sus intereses y gustos (63%). En menor medida (36%), en relación con las otras opciones, la visión del computador como una herramienta de juego es menor de lo cual se puede que aquellos que no optaron por esta opción pueden acceder a entorno de videojuegos a través de otras herramientas tecnológicas o pueden participar dentro de estos entornos a través del computador, pero no lo ven como tal.

Gráfica 9 - Ve usted el computador como - Femenino y Masculino

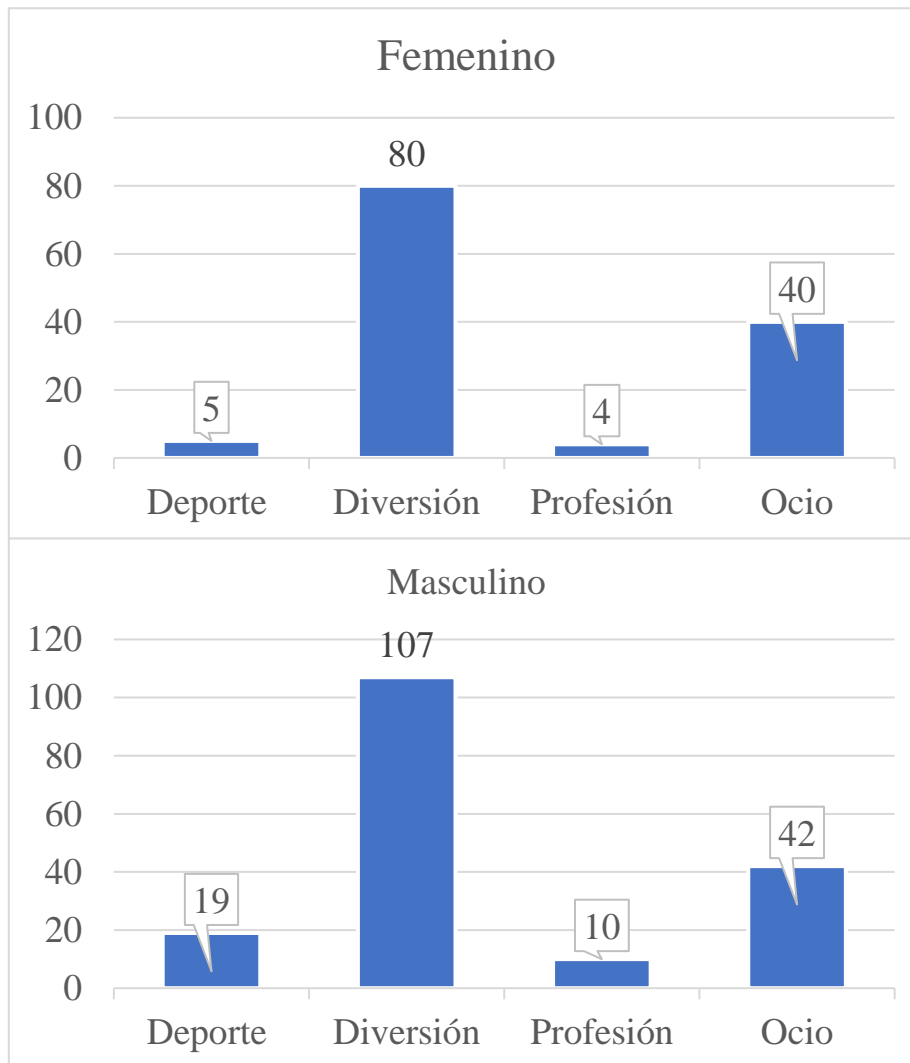


Al observar el significado dado al computador dentro de la cotidianidad entre hombres y mujeres se puede observar, en la Gráfica 9, que la percepción del computador como herramienta de trabajo, como medio de comunicación o como herramienta de acceso a contenidos audiovisuales no presenta una diferencia mayor, en cambio al observar esta herramienta como consola de juegos, o medio de acceso a estos, la diferencia se sobrepasa de 1:2 (29:60). A partir de esta gráfica se puede decir que la percepción respecto al computador mantiene una proporción entre hombre y mujeres con la única excepción en lo

referente a los videojuegos, es decir, los hombres entre las otras percepciones que tienen sobre el ordenador ven esta herramienta como una forma de acceder a mundos virtuales de juego.

Esto no deja de lado que tanto mujeres como hombres, de acuerdo con su grado de adquisición o afinidad frente a una herramienta, accedan a mundos virtuales de juego por otros medios como pueden ser celulares, tabletas, entre otros.

Gráfica 10 - Ve los videojuegos como



En la Gráfica 10 se puede observar la diferencia en la percepción que se tiene respecto a los videojuegos como actividad dentro de la cotidianidad del joven presentando que se observa a los videojuegos como una diversión o una forma de ocio en proporciones parecidas entre ambos grupos (hombres-mujeres). En cambio, la percepción de esta actividad como deporte (9,6%) o profesión (5,8%) no sobrepasa el 10%, de lo cual se podría decir que el compromiso que se tiene frente a los videojuegos es mínimo dentro de los jóvenes de Villavicencio, ya que las percepciones que se muestran a través de estos resultados visualizan a los videojuegos como una actividad que en algún momento finalizará o en la cual la inversión de esfuerzo (tiempo, dinero) no influirá en otras actividades que se realizan en la proyección del joven a futuro.

Es así como la forma en que se accede a los entornos virtuales de videojuego, específicamente el computador, como mediador entre el individuo y las diferentes comunidades virtuales accesibles dentro de la red no presenta una relación fuerte con la actividad de los juegos, ya sean online u offline, por lo tanto, se puede decir que el computador no se relaciona directamente, dentro de la cultura o percepción de los jóvenes en Villavicencio, con el ámbito de los videojuegos en la cotidianidad de estos.

Ahora al referirse a esta simbología dentro del entorno de videojuegos se pretende dar a entender al significado de los comportamientos dentro del mismo o el valor que se le da a esta actividad o interacciones dentro de este espacio, el cual puede variar de persona a persona, o de colectivo a colectivo, en cualquiera de los diversos mundos virtuales de juego que existen. Al referirse a estas significaciones Ardevol (2003) advierte que “para que la interacción entre los participantes en estos juegos tenga sentido, son necesarios la creación y el intercambio de significados, es decir, la construcción colectiva de un contexto de

inteligibilidad” (p. 9), lo cual presenta que esta simbología es construida por los mismos jugadores de manera colectiva y se presenta de una forma que pueda ser entendida por aquellos que accedan a este entorno.

Más adelante Ardevol (2003) sigue diciendo que “los jugadores participan en la construcción cultural creando objetos y acciones en un espacio compartido, con un lenguaje común, y con el establecimiento de unas reglas de comportamiento” (p. 9), de lo cual partiendo del análisis relacionado al lenguaje como mediador de la interacción para acceder a diversas comunidades virtuales de juego, se puede decir que permiten que esta construcción cultural se lleve a cabo de acuerdo a los intereses y objetivos del colectivo que desarrolle dichos procesos en el espacio compartido.

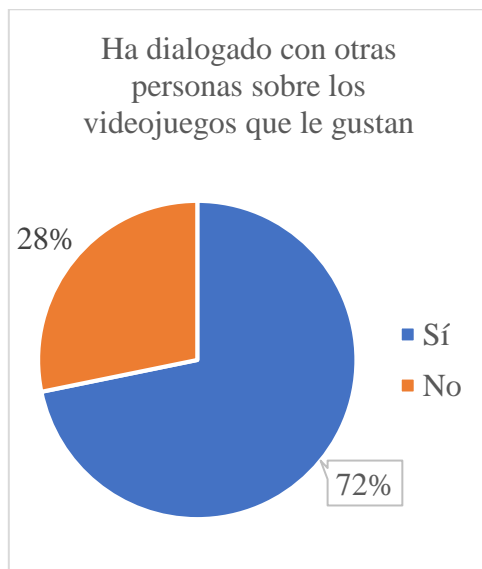
Esto puede significar que aun dentro de un mismo videojuego en el cual se comparte un espacio común al cual se puede acceder masivamente, los significados que se le dan a las organizaciones, las comunicaciones, los espacios, las normas y las jerarquías pueden variar, por lo que la mayor diferencia que estos procesos de construcción cultural tiene en entornos virtuales y en entornos offline hace referencia al tiempo que estos procesos tienen y a las diversas transformaciones que han llevado a un orden, ya sea estable o no, reconocido en las regiones donde este se aplique.

Los entornos virtuales de juego, los cuales en este punto se diferencian de las comunidades de juego las cuales no requerían un acceso a la red, parten del grado de identidad que la persona/jugador tiene con el videojuego en el cual se desarrolla, esta identidad depende de la afinidad que los componentes que hacen parte de este entorno tienen con la persona o de la conexión emocional que se presenta con otros jugadores en el

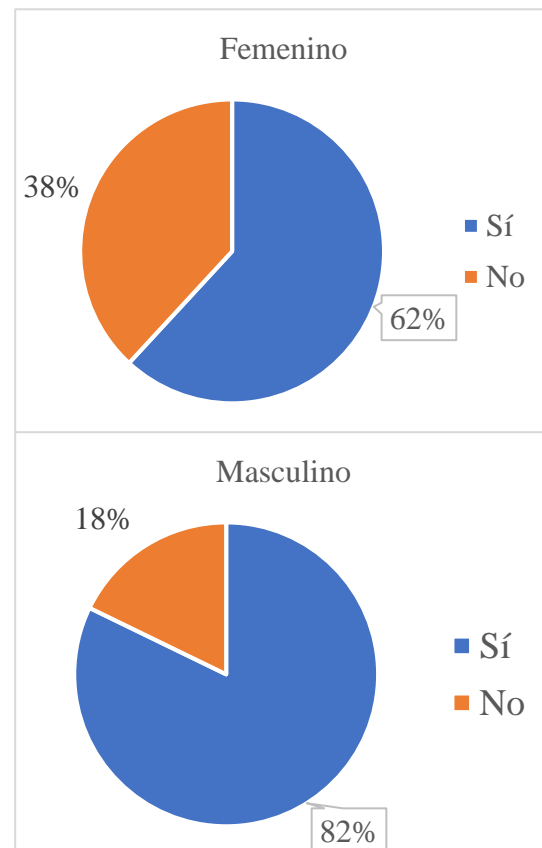
desarrollo de actividades dentro del mundo virtual de juego e incluso se pueden presentar estas dos razones en el mismo jugador.

Es así como la identidad que una persona/jugador tiene por un entorno de videojuego puede ser parte de su desarrollo cotidiano y respecto a esta influencia se puede visualizar el grado de identidad que los jóvenes tienen respecto a los videojuegos en su discurso cotidiano o en la interacción con otras personas, ya sea de forma directa o en la red, ya sea por apoyo u oposición.

Gráfica 11 - Ha dialogado con otras personas sobre los videojuegos que le gustan



Gráfica 12 - Ha dialogado con otras personas sobre los videojuegos que le gustan - Femenino y Masculino



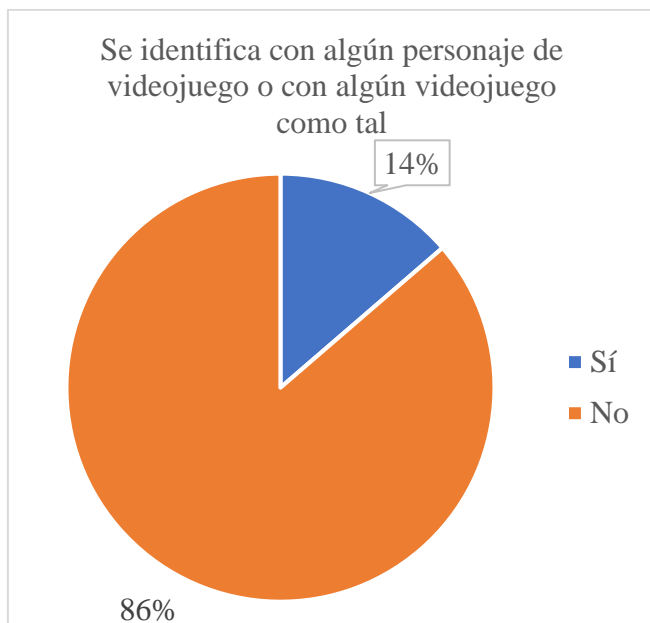
En la Gráfica 11 y 12 se puede observar que sí se presenta una identidad frente a los videojuegos basados en la socialización que se realiza en base a esta actividad presentando que en general las interacciones basados en esta temática tienen una proporción de 72% y al presentarlos en grupos de hombres (82%) y mujeres (62%) se puede observar una influencia clara de los videojuegos en su entorno en sus interacciones.

Para ejemplificar esta influencia se presenta un estudio realizado en Estados Unidos por Pearce (2008) a la comunidad virtual del juego de Uru en donde se presenta que:

Los juegos están comenzando a impregnar cada aspecto de nuestras vidas. Los vemos cada vez más integrados en nuestras redes sociales, teléfonos móviles y dispositivos de juego, y en dominios tan diversos como la educación, la capacitación militar y corporativa, el activismo e incluso la política (p. 54).

Lo cual muestra que los videojuegos son parte de la cotidianidad de los jóvenes en esta región y se podría llegar a decir implícitamente que son parte de la identidad y de la cultura de aquellos quienes participan en estos, pues las formas y temáticas para acceder a un videojuego acorde a nuestros intereses son variados y la decisión de socializar estos intereses es lo que permite que esta actividad convierta estas interacciones en una construcción cultural que parte del individuo hacia la sociedad.

Gráfica 13 -Se identifica con algún personaje de videojuego o con algún videojuego como tal



Se observo existe una socialización respecto a los videojuegos dentro de Villavicencio, pero en la Gráfica 13 se muestra que esta socialización no representa un proceso identitario en aquellos que participan en los entornos virtuales de juego, es decir, a pesar de interesarse, socializar y compartir sobre los videojuegos afines a la persona/jugador, estos procesos se muestran como expresiones temporales de dicha persona al observarse que 86% de los jóvenes no se identifican con algún videojuego o personaje dentro de estos mundos virtuales, por lo que se puede decir que en el momento en que se juega y se socializa sobre lo realizado en estos espacios no trasciende o representa una importancia para el individuo.

A partir de este resultado se infiere que la participación dentro de los entornos virtuales de videojuegos es una actividad que se realiza sin un objetivo a largo tiempo sino como un momento que brinda una satisfacción o distracción para el jugador.

Es así como los significados y simbologías que se dan a los videojuegos, dentro de la población estudiada, está presente como parte de la cotidianidad y desarrollo cultural de estos, pero no se presentan objetivos a largo plazo ya que el videojuego es un espacio-tiempo en busca de la satisfacción propia del individuo.

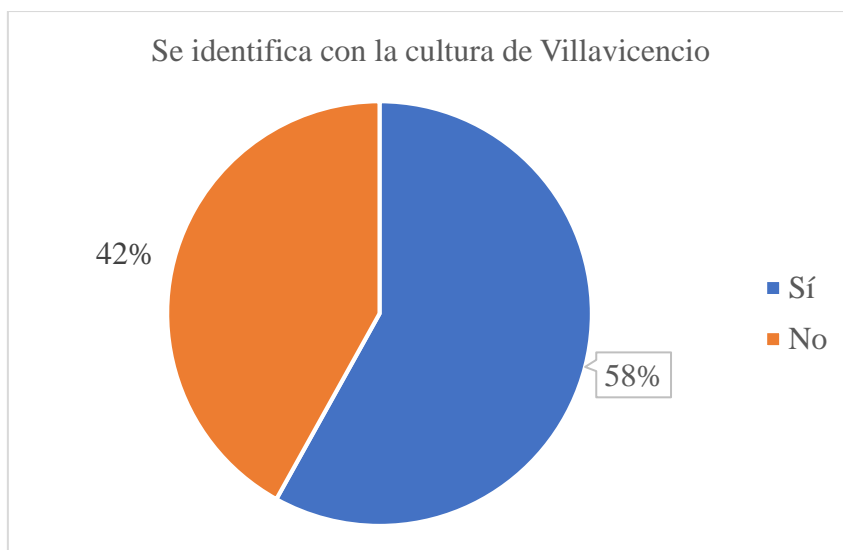
Esto puede deberse al poco desarrollo que las comunidades locales de juego tienen o la falta de conexión emocional con personas que compartan los intereses que se tienen respecto a la variedad de videojuegos dentro de la industria, pero en lo que respecta a Villavicencio se presenta que existe una identidad poco desarrollada que está presente superficialmente en la cotidianidad de los jóvenes.

Cultura

Al ver que la cultura local se presenta como un proceso ineludible en el que el individuo hace parte de las diferentes sociedades en las que busca identificarse no solo con actividades y/u objetos de su interés sino con otras personas que comportan este mismo interés, se observa que actualmente esta búsqueda de colectivos/sociedades han aumentado lo que podríamos denominar como “choques culturales”.

Esto choques culturales hacen referencia a la situación en que el individuo que se ve influenciado por diferentes valores, comportamientos y sentires, y es el mismo el que decide que tanto apropiarse una cultura y como construirla desde su propio imaginario o cotidianidad.

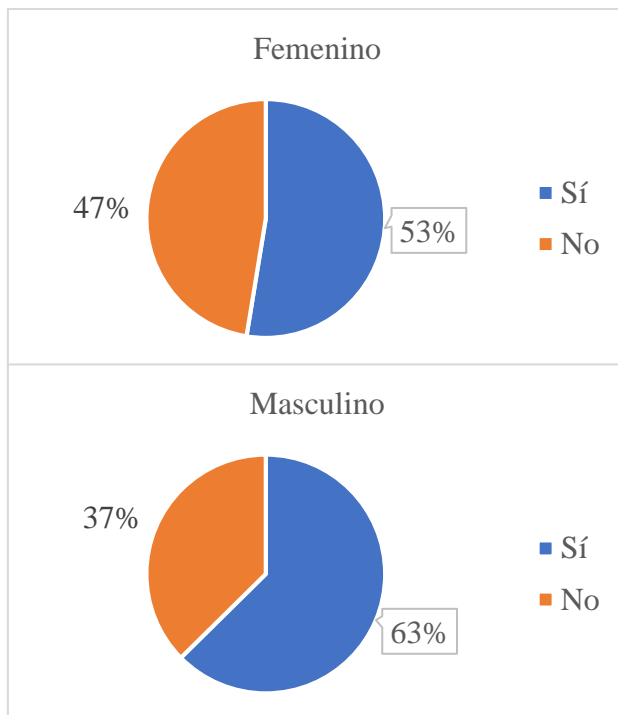
Dentro de la encuesta se presenta una pregunta respecto a la apropiación de cultura local y en la Gráfica 14 se observa lo siguiente:

Gráfica 14 - Se identifica con la cultura de Villavicencio

Al observar que los jóvenes encuestados son estudiantes de 1er semestre de diferentes carreras, todas estas de modalidad presencial, se podría decir que la mayoría de estos residen en la ciudad de Villavicencio, por lo tanto, se toma como premisa que la influencia de la cultura local se encuentra presente en los jóvenes encuestados por algún tiempo. A partir de esto se observa que el 42% de los jóvenes no se identifican con la cultura local, lo cual puede deberse a la continua interacción con personas de otros ámbitos, ya sea nacionales o extranjeros, o sencillamente a la diversidad de influencia mediática, en especial la internet, dentro de los procesos de comunicación e interacción de los jóvenes, entre otros razonamientos.

Esto presenta que los jóvenes de Villavicencio han construido, o construyen, una identidad relacionada a los procesos culturales locales y para profundizar esta identidad se expone en la Gráfica 15 los resultados por parte de los grupos encuestados a fin de relacionar los resultados.

Gráfica 15 - Se identifica con la cultura de Villavicencio - Femenino y Masculino

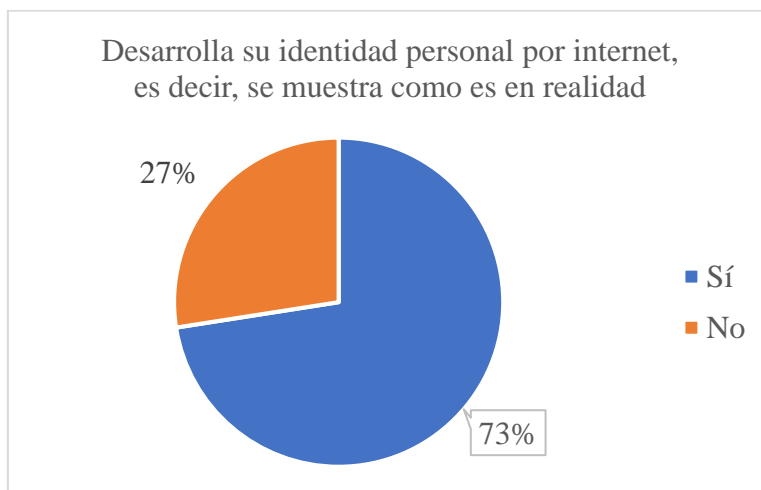


En la Gráfica 15 se puede observar que la cultura local se encuentra inmerso dentro de los procesos de identitarios y de construcción cultural en ambos grupos y de aquí se puede presentar un razonamiento para que la cultura Gamer no haya sido ampliamente aceptada ya que se puede presentar una prevalencia de la cultura local en perspectiva con la cultura Gamer.

En ambos grupos más del 50% de los jóvenes encuestados se identifican con la cultura local, por lo que se puede decir que las tradiciones, las costumbres y sus significados dentro de la identidad de cada individuo, ya sea que haya sido transferida de sus padres o aprendidas a través de la interacción directa con las mismas, mantienen una importancia mayor que puede llegar a obstaculizar o frenar el desarrollo otros procesos culturales entre los que se denota la apropiación y construcción de cultura Gamer.

Al observar que la influencia que la cultura local presenta en los jóvenes de Villavicencio, se pretende entender la proyección que estos individuos tienen dentro de estos espacios virtuales al preguntar si estos desarrollan su identidad en estos espacios y desenvuelven tal y como son en su cotidianidad.

Gráfica 16 - Desarrolla su identidad personal por internet, es decir, se muestra como es en realidad



En la Gráfica 16 se puede observar que un 27% de los jóvenes presentan variaciones entre sus interacciones directas y como se desenvuelven en entornos virtuales, lo cual puede deberse a comportamiento variados de los cuales no se pretende profundizar, pero presenta una precedente al grado de compromiso por parte de los jóvenes respecto a la participación en comunidades virtuales.

En este caso se podría decir que los encuestados presentan una identidad respecto a la/s comunidad/es virtual/es en las cuales se desenvuelven, es decir, existe un grado de compromiso con la comunidad virtual en el cual se desarrolló y a partir de esto, podría existir una proyección real del individuo en el mundo virtual de juego en el cual se participa o como lo expresa Blanchard (2007) se presentan “sentimientos de

membresía, identidad, afiliación y vinculación al grupo que interactúa principalmente a través de una comunicación electrónica dentro de una comunidad virtual” (citado en Méndez & Galvanovskis, 2011, p.11).

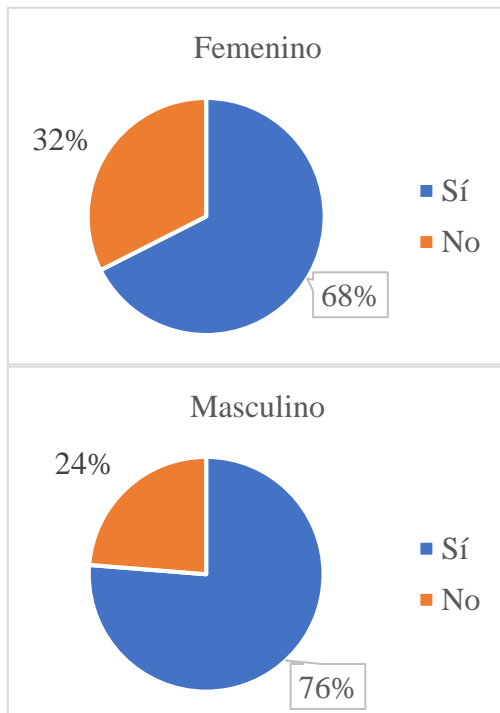
De igual forma respecto a las motivaciones de un individuo para ser parte de una comunidad virtual Cheon & Ahn (2009) exponen desde su estudio algunas de estas motivaciones y las resume en 5, las cuales son:

a) valor hedónico, relacionado con el placer de participar; b) altruismo, sentir la obligación de ayudar; c) entendimiento, compartir su conocimiento; d) social, socializar, tener conexiones emocionales y hacer amigos; e) carrera, aumentar el conocimiento propio, aumentar el ego por la participación y mejorar la autoestima (...) (citado en Méndez & Galvanovskis, 2011, p. 11)

Ya sea que algunas de estas razones no se encuentren presentes en los jóvenes de Villavicencio al momento de unirse o participar dentro de una comunidad virtual, o que existan otras razones, se puede decir que estas actitudes promueven el desarrollo y la proyección de las comunidades virtuales, las cuales buscan darse a conocer ya sea por ego propio o como forma de hacer conexiones emocionales con otras personas.

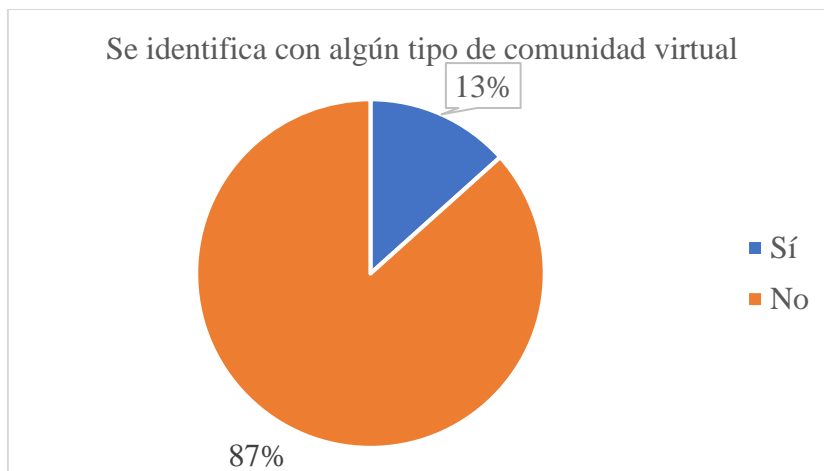
Lo que se presenta como relevante en este punto es la proyección que el joven presenta dentro de estos entornos virtuales, entre los cuales se incluyen los mundos virtuales de juego, en los cuales se interactúa en base a unas actividades u objetivos dados a aquellos que acceden y participan dentro de dicha comunidad virtual.

Gráfica 17 - Desarrolla su identidad personal por internet, es decir, se muestra como es en realidad - Femenino y Masculino



La diferencia que se presenta en la Gráfica 17 entre la forma en que proyectan su identidad en espacios virtuales hombres y mujeres puede deberse a los objetivos con que cada grupo interactúa en los diferentes espacios virtuales y el compromiso que estos tienen no solo con los objetivos propios sino con los del colectivo en el cual se encuentran inmersos.

De estos objetivos colectivos, y de las interacciones de quienes se esfuerzan en alcanzarlos, se podría decir que proviene la identidad o la capacidad de apropiarse y construir procesos culturales dentro del entorno virtual en el que se desarrolla, y es por esto por lo que participación y el conocimiento respecto al colectivo en el que se encuentra una persona es la base para generar o proyectar el concepto de identidad.

Gráfica 18 - Se identifica con algún tipo de comunidad virtual

En la Gráfica 18 se visualiza que el 87% de los jóvenes no se identifican con alguna comunidad virtual, esto puede deberse a que no reconocen lo que es una comunidad virtual como tal o simplemente no se identifican con los espacios virtuales en que se desenvuelven.

Esta falta de identidad frente a comunidades virtuales puede presentarse debido a la falta de espacios que cumplan con los procesos de interacción y comunicación acordes al individuo, por el desconocimiento de estos espacios o por la alineación que se les da a estos espacios respecto a la cotidianidad y/o realidad del individuo, entre otras posibles razones. En un análisis sobre comunidades virtuales Sandoval (2007) presenta que:

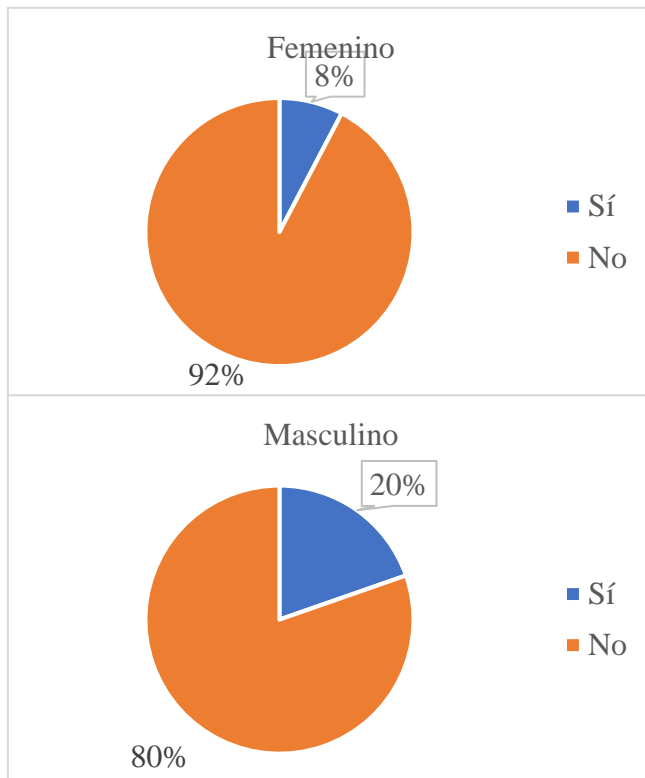
(...) la existencia de comunidades virtuales ha comenzado a reconfigurar identidades en unos casos e identificaciones en otros, tanto del individuo como de la colectividad, todo ello a partir del cambio o de nuevas adscripciones de pertenencia en la Sociedad de la Información, generados por la desterritorialización física de los espacios off line y la posterior reterritorialización virtual de los ambientes on line (p.77)

Esto presenta un razonamiento frente a la falta de identidad de los jóvenes en Villavicencio respecto a las comunidades virtuales comprendidas en la localidad, aunado a la cultura local arraigada dentro de la población en donde la persona ve los espacios virtuales no como algo irreal sino como algo ajeno que no se desarrolla notablemente dentro de su espacio-tiempo. Por lo tanto, el desarrollarse dentro de estos entornos exclusivamente en la red no genera el grado de compromiso e identidad que estos colectivos pretenden.

De aquí se podría decir que la proyección de interacciones en comunidades virtuales dentro del espacio-tiempo de Villavicencio, es mayormente dado en espacios virtuales y no se ha organizado de alguna forma en que la relación offline-online de estas interacciones dadas lleguen a generar una identidad y un compromiso dentro de los individuos, es decir, se quedan en las interacciones en red y no trascienden la realidad de los individuos.

Teniendo en cuenta que dentro de las respuestas dadas a esta pregunta (Gráfica 18) las únicas comunidades virtuales identificadas, presentada como respuesta abierta de la pregunta, hacen referencia a videojuegos y redes sociales, lo cual puede deberse a la falta de conocimiento respecto a lo que comprende una comunidad virtual, a la falta de participación proactiva (no pasiva) dentro de dichas comunidades, a la alineación de las interacciones en red frente a lo que se entiende como construcción cultural, al desinterés frente a los demás individuos como parte de una comunidad virtual y, por ende, de los objetivos colectivos en busca de un interés propio, entre otras posibles razones.

Gráfica 19 - Se identifica con algún tipo de comunidad virtual - Femenino y Masculino

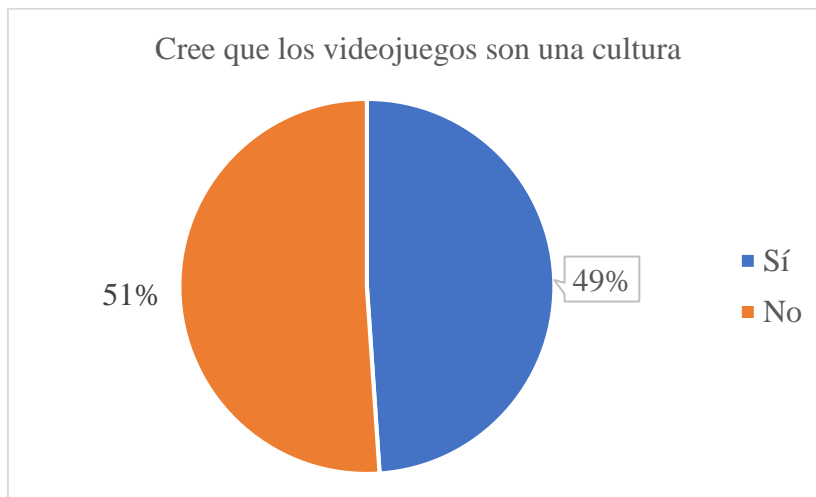


Con relación a como se presenta esta identidad respecto a las comunidades virtuales en hombres y mujeres, la Gráfica 19 presenta que en ambos grupos no se evidencia dicha identidad, pero en los hombres se observa una mayor participación dentro de comunidades existentes. Como se ha dicho anteriormente esto puede deberse a la mayor inversión de tiempo que estos dedican a los entornos virtuales, a los objetivos que estos tienen para entrar a la red y los compromisos paralelos entre los colectivos existentes y de los del individuo, entre otras formas de participación que este grupo ha manifestado a lo largo de esta investigación.

Ahora entrando específicamente en comunidades virtuales referentes a videojuegos se preguntó a los jóvenes si “¿Cree que los videojuegos son una cultura?”, mostrando precedentes anteriores no se muestra una identidad con los entornos virtuales

ni con los entornos virtuales de videojuegos, por lo que la perspectiva que se presenta frente a los videojuegos como proceso de construcción cultural es importante.

Gráfica 20 - ¿Cree que los videojuegos son una cultura?

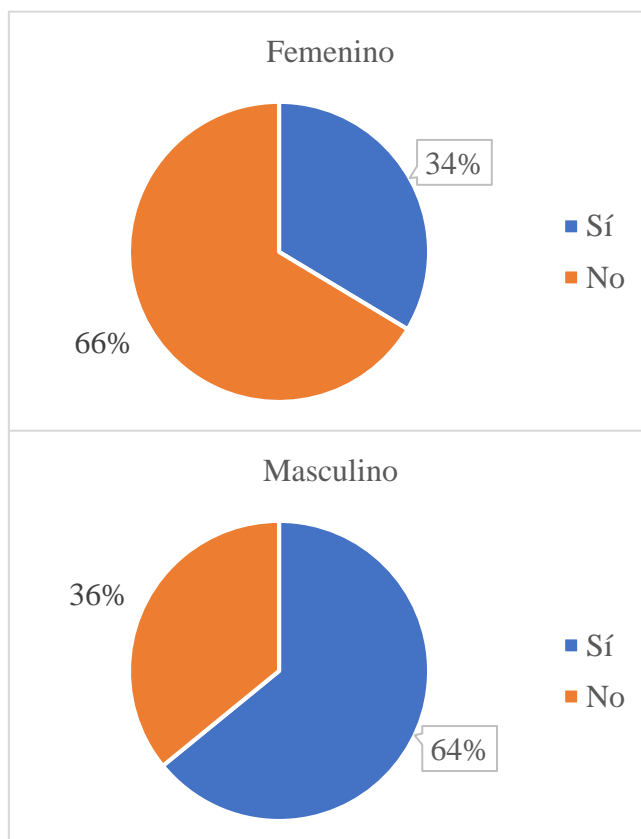


Es en la Gráfica 20 donde el proceso de apropiación y construcción de procesos culturales dentro de los entornos de videojuegos se muestra y se evidencia que en el 49% de los jóvenes encuestados se evidencia una aceptación de estos espacios como cultura por parte de aquellos que participan, activa o intermitentemente.

Frente a esta percepción de los entornos virtuales de videojuegos Burn & Carr (2006) presentan que “al considerar la importancia social y cultural de los juegos en línea, se destacan lo que ven como tres motivaciones clave para jugar juegos en línea, que clasifican como "lúdico", "representación" y "comunitario" (citado en Crawford *et al*, 2011, p. 63), de lo cual se podría decir que en estos jóvenes se muestra por lo menos una de estas motivaciones, lo que lleva a la aceptación y reconocimiento de estos espacios como parte de la cultura del individuo.

De igual forma, el no reconocer los espacios de videojuegos como un proceso de construcción cultural puede deberse a la falta de las motivaciones presentadas por Crawford (*et al*, 2011), y por lo tanto alienan estos procesos de interacción frente a la proyección de objetivos dentro de sus cotidianidades. El no sentirse representado por un colectivo, el no interactuar con de la comunidad inmersa en el mundo virtual de juego, el no compartir los objetivos propuestos por estos colectivos o el no ver el videojuego como extensión del ser y de sus procesos de comunicación e interacción cultural son las perspectivas que se presentan frente a aquellos que no ven el entorno de los videojuegos como una cultura.

Gráfica 21 - Cree que los videojuegos son una cultura - Femenino y Masculino



La relación entre la aceptación de los videojuegos como cultura, según se observa en la Gráfica 21, es que este rechazo o falta de reconocimiento frente a los videojuegos es muy diferente entre hombres que entre mujeres ya que la relación casi alcanza 1:2 con relación a la aceptación de estos espacios y/o actividades como cultura.

Después de haber observado la percepción de los jóvenes encuestados frente a la construcción cultural en entornos de videojuegos, Pearce & Artemisa (2009) presentan un panorama de lo que son estos espacios hoy en día diciendo que:

Todos los ecosistemas de juego (...) son aldeas globales dirigidas por corporaciones. Algunas de estas aldeas globales se han expandido al estado de las mini-naciones. World of Warcraft tiene una población del tamaño de Hungría, y Habbo Hotel tiene más "ciudadanos" que Alemania (p. 73).

Es así como estos ecosistemas de juego se encuentran en un inherente desarrollo dentro del entorno global, ya sea debido a la masiva conexión a la red en proporciones diferentes de acuerdo a la región que se identifique, al aumento de la creación, promoción y aceptación de estos entornos como medio de entretenimiento, a que estos entornos virtuales de juego encajan con las nuevas formas de comunicar e interactuar a través de las tecnologías de la información y la comunicación, entre las posibles razones.

Respecto a estos razonamientos se plantea como enfoque principal la aceptación de estos procesos y la construcción cultural que se realiza dentro de estos entornos virtuales de juego, los cuales influyen el imaginario personal al punto en que la concentración de individuos con intereses afines ha creado unos objetivos tales como ser el mejor, jugar mejor como equipo, ganar un reconocimiento, etc.

Dichos objetivos han sido creados tanto por miembros de la misma comunidad como por externos que promueven estas dinámicas a través competencias, torneos, ligas, campeonatos, encuentros o como sea que se le reconozca al proceso de medir la habilidad que se tiene frente a otra persona a fin de salir victorioso.

Esto no quiere decir que aquellos que están inmersos dentro de este entorno cultural Gamer y no participan en estos encuentros, que enfrentan la habilidad de los jugadores, se encuentran alineados a los objetivos propuestos por estos mundos virtuales, a la construcción de procesos culturales y a la interacción dentro de estos espacios ya que la participación en estos, cualquiera que sea el objetivo, permite que se presente un aumento en la influencia y el reconocimiento de estos entornos, ya sea para bien o para mal, a fin de darlo a conocer a otras personas.

Respecto a esta conexión entre el jugador y el mundo virtual Coleman & Dyer-Witthford (2007) expresan que:

(...) en general todos los mundos virtuales dependen de las múltiples interacciones de los miles de usuarios, todos ellos usan el juego, pero ninguno es propietario del juego, tienen en un sentido muy amplio, un componente de bien comunitario (...) (citado en Heredia, 2011, p. 943).

Lo cual presenta no solo la conexión de estos entornos virtuales de juego y el jugador, sino que el mundo adquiere sentido a través de las decisiones y acciones que el jugador toma dentro del espacio e historia propuesta, y es el jugador quién a través de su identidad y proyección cultural previa construye y se apropia de los contextos que brinda el juego, es decir, el jugador se empieza a denominar como “propias” las acciones, decisiones, logros, pérdidas y objetivos alcanzados dentro del videojuego y,

por lo tanto, es aquí donde estas acciones e interacciones vienen a denominarse en lo que se analizó como cultura o proceso de construcción cultural.

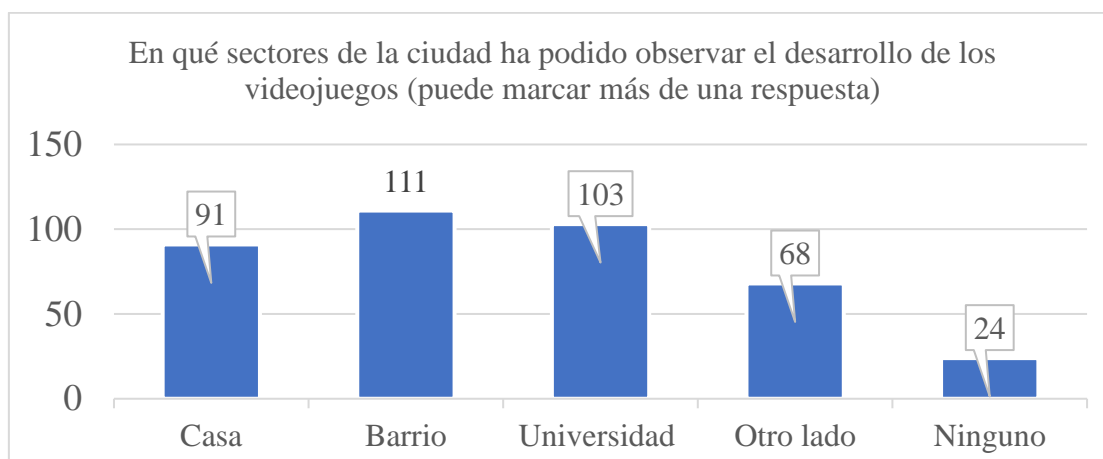
Cotidianidad

En este segmento se empieza a deducir el contexto que presenta Villavicencio respecto al ámbito de los videojuegos, partiendo del punto en que se entiende la cultura como una práctica o comportamiento, ya sea individual o colectiva, que se desarrolla en la cotidianidad de las jóvenes.

En esta cotidianidad los jugadores o Gamer participan en mayor o menor grado dentro de los entornos virtuales de juego, por lo tanto se presentan diferencias entre estos, al igual que las hay entre aquellos que no ven los videojuegos como una cultura y los que sí, ya que como dice Aarseth (2000), “cada juego envuelve un proceso de conocimiento y este proceso es diferente en diferentes tipos de jugadores, dependiendo de sus capacidades previas, su motivación y el contexto” (citado en Heredia, 2011, p. 46).

Es por esto que la inversión de tiempo que se hace, los objetivos por los cuales se participa e interactúa dentro de estos entornos de juego y el contexto personal del jugador que puede impulsar u obstaculizar el desarrollo de este individuo dentro del juego haciendo referencias a aspectos como: la economía, el apoyo o falta de este por parte de los padres, la habilidad de la persona, la indecisión para participar o interactuar en el contexto de juego, etc.; lo cual representa la forma en que se vive, se apropia y se construye la cultura Gamer en cada persona.

Gráfica 22 – En qué sectores de la ciudad ha podido observar el desarrollo de los videojuegos



La participación que se evidencia en la Gráfica 22 dentro de los diferentes espacios del contexto local presenta que solo 24 personas (un 10%) no tienen conocimiento sobre este ámbito, en contrariedad a esto la visualización de los videojuegos en otros espacios parte de la cotidianidad del joven se encuentra presenta dicha actividad.

De esto se puede inferir que el joven se participa o interactúa a través de los entornos virtuales de juego: en el barrio, donde se empieza a socializar con amigos y personas cercanas sobre los videojuegos; en las universidades, en eventos que giran alrededor del tema de los videojuegos y en la cual se presenta participantes, observadores u estudiantes sin ninguna relación, el ámbito de los videojuegos; y la casa que se presenta como el tercer espacio donde se desarrollan los juegos y esto puede deberse al control que los padres, u otras personas de autoridad, ejercen sobre el joven.

En la opción “Otro lado”, se puede llegar a hablar de diversos lugares locales no presentes en las opciones dadas como también en espacios externos como otras ciudades y fuera del territorio nacional, en donde se busca estar en conexión con el desarrollo de la comunidad Gamer.

Esta actividad referente en los entornos virtuales de juego es expresada por Muriel (2018) como una actividad en la que “la producción de experiencias diseñadas es, a todos los niveles (social, cultural, económico y político), una constante” (p. 340), es decir, los videojuegos son una forma más de crear experiencias reales de vida en donde la única diferencia que se plantea es la necesidad de tecnologías que medien la conexión entre los mundos virtuales y los jugadores, y entre los mismos jugadores dentro del espacio de juego.

Ampliando el entendimiento de las experiencias reales de vida concebidas a través de la red, Muriel (2018) sigue diciendo que:

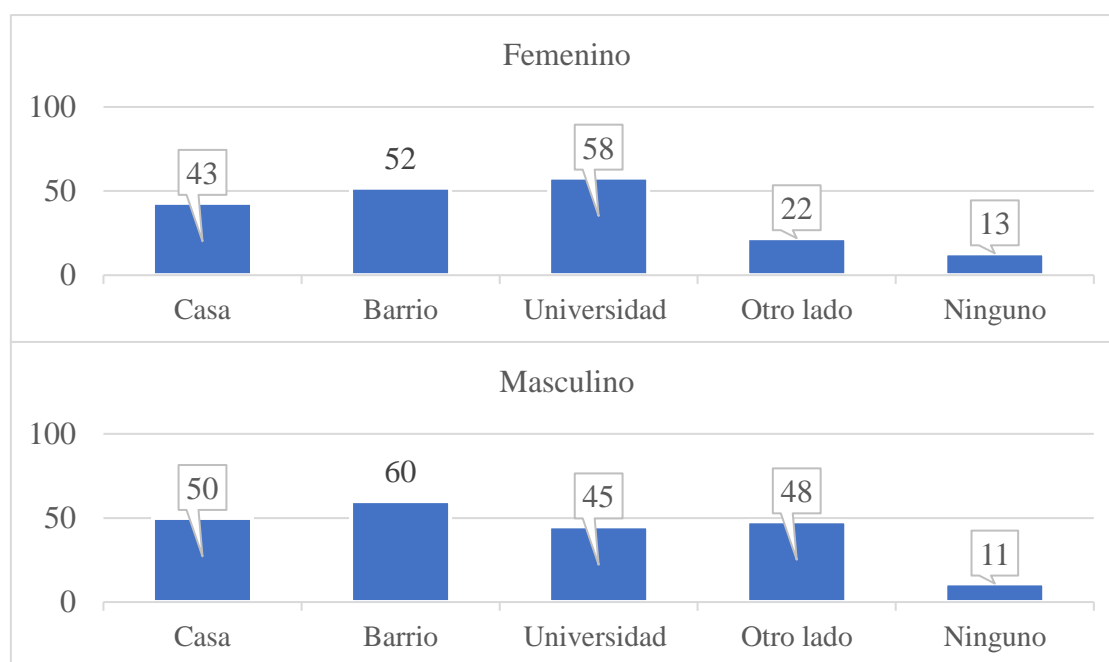
(...) esta tendencia (la de experiencias) también alcanza otros aspectos de nuestra realidad social, tales como las relaciones sociales (donde las interacciones sociales se traducen en la acumulación, exhibición, y producción de experiencias en redes sociales y aplicaciones de citas), la política (ciudadanos involucrados en experiencias de democracia participativa a través de proceso de voto online y discusión de documentos políticos, asambleas ciudadanas, y activismo de redes sociales), y el trabajo (usando métodos de gamificación, coaching y autoemprendimiento) (p. 342)

Estas experiencias que desarrolla el jugador tanto en su ámbito real como virtual son las que dan paso a la participación en comunidades virtuales de juego las cuales, como se ha visto anteriormente, manejan un orden y una jerarquía en los diferentes entornos en los cuales se desarrollan a fin de promocionar de este ámbito.

Estas normativas y ordenes jerárquicos existen en estas comunidades, tanto online como offline, son creadas por los mismos jugadores/individuos y son proyectadas hacia la sociedad a través de eventos, competencias, streaming (grabación

de participación dentro del juego), entre otras muchas formas, a fin de ganar no solo un reconocimiento sino de proyectar una identidad frente al proceso cultural que se está desarrollando.

Gráfica 23 - En qué sectores de la ciudad ha podido observar el desarrollo de los videojuegos - Femenino y Masculino



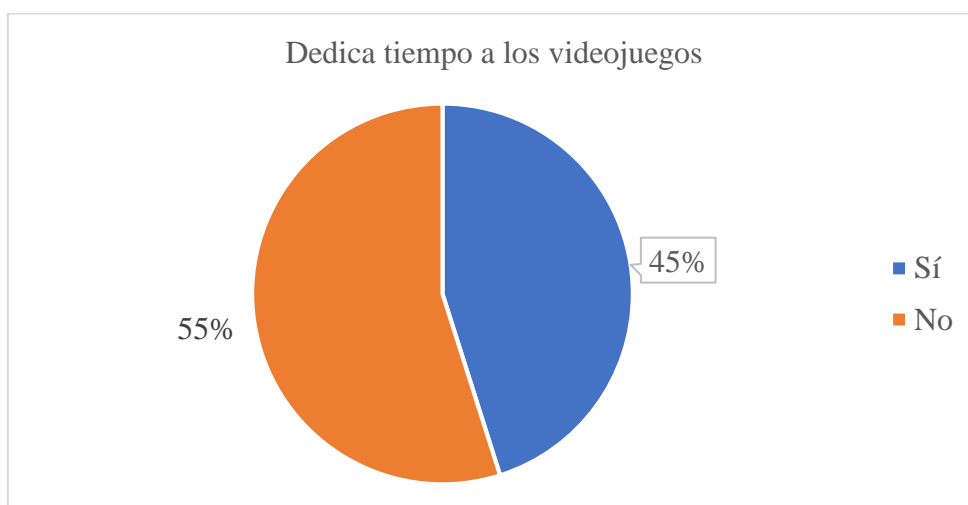
Al analizar los dos grupos respecto a la visualización del desarrollo de los videojuegos en el contexto local, se observa en la Gráfica 23 que los hombres presentan un desarrollo o participación mayor en la casa, el barrio y en espacios fuera de localidad, lo cual puede deberse a su interés propio, a la socialización de este ámbito en personas allegadas o a la intención de conocer más sobre el contexto de los videojuegos en un contexto más amplio, ya sea nacional o global.

En el caso de las mujeres el desarrollo se visualiza en diferentes sectores con diferente recurrencia, pero es en la universidad donde más se puede observar el desarrollo de este contexto de los videojuegos, por lo que se puede concluir que a pesar

de que no participan activamente en este ámbito, son conscientes de los eventos y el desarrollo de comunidades que se están implementado en las comunidades jóvenes desde el espacio de estudio hacia el resto de la población de Villavicencio.

A continuación, se presenta la inversión o dedicación de tiempo a la participación y desarrollo en los mundos virtuales de juego, o espacios externos que se relacionan, como un componente relevante ya que como se ha podido observar, el compromiso y la participación de los hombres es mayor que en las mujeres dentro de los entornos virtuales de juego, pero en ambos grupos la identidad frente a estos procesos de construcción cultural no se encuentra ampliamente desarrollada.

Gráfica 24 - Dedicar tiempo a los videojuegos (por lo menos 1 hora diaria)



En este punto se puede observar que, según la Gráfica 24, la mayoría (55%) de los jóvenes no dedica tiempo en los videojuegos o el tiempo invertido es menor al presentado en la pregunta, lo cual puede deberse a que no existe algún compromiso o identidad respecto a este entorno como se ha visualizado en preguntas anteriores. Respecto a aquellos jóvenes que sí dedican tiempo (45%) la respuesta más presentada

fue de 3 a 6 horas semanales (28), otros dijeron que de 7 a 10 horas (16) e incluso hubo respuestas que en las que se presentaba que dedicaban más de 10 horas a la semana.

Esto presenta que a pesar de que la cantidad de personas que aceptaron participar en entornos de juego durante más de una hora diaria fuera menor al promedio, se puede observar una inversión de tiempo en estos entornos lo cual difiere en el grupo de estudio al dedicar más tiempo unos que otros.

Es desde aquí que al observar cómo la población encuestada dedica tiempo alrededor de los entornos de videojuegos, ya sea online o no, esto puede estar relacionado con el compromiso que presentan en el desarrollo de su propio imaginario, puesto que se participa en aquello que es afín a los intereses del individuo y que representa un sentimiento satisfactorio haciendo referencia a la diversión, la aventura, el nuevo conocimiento, el desarrollo de habilidades, el interés por nuevos mundos virtuales, etc., los cuales son motivaciones que se enmarcan en la cotidianidad de la persona en su proceso de apropiación y construcción de cultura.

Es por esto, que esta inversión de tiempo se vuelve parte de la cotidianidad, por ejemplo, al decir que se invierte al menos una hora o más diaria se hace evidente que el videojuego hace parte de nuestro contexto social, cultural y comunicativo. Aquí Tejeiro & Pelegrina (2008) presentan que:

Es evidente que cualquier nueva actividad de ocio consume un tiempo que, necesariamente, debe detraerse de otras actividades. Pero pretender que los videojuegos desplazan de forma automática a otras actividades de ocio es una propuesta muy simplista, que no tiene suficientemente en cuenta otros aspectos como el papel concreto de los juegos dentro de la realidad social concreta del usuario. Así como los nuevos procesos cognitivos y habilidades que incorpora, a

veces sin renunciar a procesos y habilidades de otras actividades anteriores, que a su vez suele incorporar (p. 119)

Aquí Tejeiro & Pelegrina (2008) presentan el videojuego como un entorno en donde se desarrollan procesos cognitivos y habilidades relacionadas a la cotidianidad del individuo/jugador, al igual que los componentes social y comunicativo desarrolladas en el entorno virtual de juego, proceso en el cual no se deja de lado unas actividades de otras siendo cada una de estas actividades parte del desarrollo de la persona.

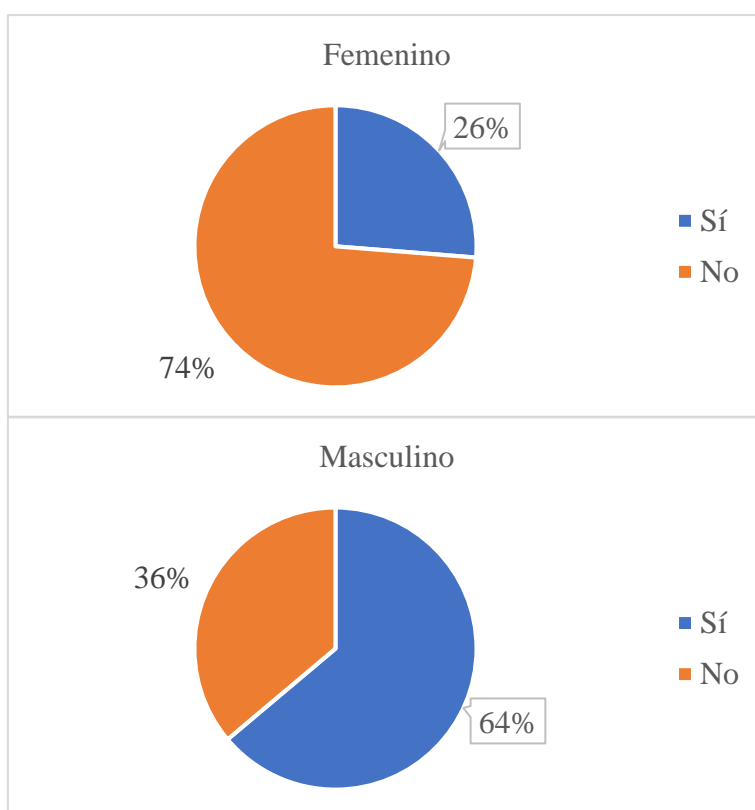
En este punto los videojuegos se presentan como parte del constructo cultural de los jóvenes en Villavicencio en el que se observa una dedicación de tiempo (Gráfica 26) y una percepción respecto a este tiempo como construcción cultural (Gráfica 22), se observa este proceso en diferentes entornos del contexto local (Gráfica 25) por lo que la aceptación y apropiación de estos entornos transforman las prácticas y formas de comunicar e interactuar entre aquellas que participan en estas actividades ya sea dentro de los virtuales de juego o en la cotidianidad de la persona.

Respecto a las motivaciones que llevan a los individuos a participar en mayor o menor grado dentro de estos entornos virtuales de juego Heredía (2011) expresa que “los mundos virtuales otorgan un lugar al trabajo de la imaginación, al posibilitar esta tensión global-local en un lugar nuevo” (p. 101), es decir, allí la persona se relaciona con aquello acorde a su imaginario proyectándose a sí mismo en estos mundos virtuales y separándose de su espacio local para ir en busca de colectivos y mundos virtuales que permitan al individuo, en sus procesos de entretenimiento y/u ocio o en su búsqueda de grupos sociales cuyos objetivos sean afines a los propios, crear un espacio en el que

Después de analizar la relación entre la inversión de tiempo y la influencia de estos procesos culturales, se presenta el escenario en el que la persona no se proyecta

como un individuo socialmente activo dentro de una comunidad virtual de juego ya sea porque la persona no es acorde a los objetivos del juego o de las comunidades inmersas en estos videojuegos, se puede decir que el individuo/jugador hace parte de las dinámicas sociales del juego, puesto que la empresa que crea el mundo virtual así como la comunidad inmersa dentro de este son conscientes de este tipo de jugadores y son parte de las historias que se cuentan dentro y fuera del videojuego y, por lo tanto, son parte de la construcción de un proceso histórico en donde los logros e hitos no solo se miden en metas y objetivos alcanzados dentro del juego, sino en sucesos que involucran personajes en contra de las dinámicas del mismo juego.

Gráfica 25 - Dedicar tiempo a los videojuegos - Femenino y Masculino



En la Gráfica 25 se presentan las respuestas de los grupos (hombres-mujeres), de la cual se podría determinar la razón, o una de las razones principales, por las cuales la

influencia del ámbito de los videojuegos y de la cultura Gamer se puede observar más en hombres haciendo referencia al tiempo que dedican estos a participar, comunicarse y desarrollar su identidad en estos espacios.

Uno de los factores que podría influir en la dedicación de tiempo a los videojuegos en la zona, son las tradiciones nacionales y locales que se presentan como un factor de toma de decisiones relevante en el desarrollo cultural e identitario de los jóvenes y en las actividades que estos realizan en su cotidianidad, es decir, la percepción social que se tiene en la localidad frente a las actividades que deben realizar hombres y mujeres, lo cual es una premisa que se propone en base a las percepciones presentadas hasta el momento pero que no se profundizan al no ser parte central de la problemática de estudio.

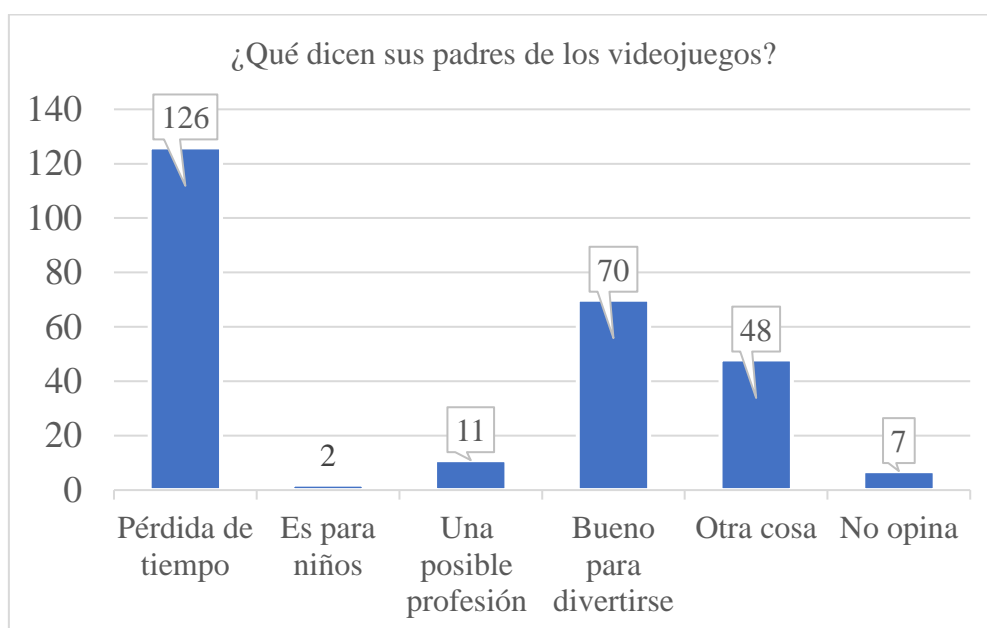
Aquí cabe resaltar la percepción que Tejeiro & Pelegrina (2008) tienen frente a la relación que tienen los padres e hijos frente al manejo y aceptación de las tecnologías de la información y la comunicación, y a los procesos de interacción que los menores puedan tener en estos espacios al decir que:

Los progenitores suelen sentirse más incómodos con la tecnología que sus hijos/as, y especialmente ante la rapidez con que se suceden los cambios tecnológicos. Por el contrario, la mayoría de los niños (jóvenes) no se sienten amenazados por los medios informáticos y tienden a abrazarlos con entusiasmo (p.52).

A partir del estudio realizado por Tejeiro & Pelegrina (2008) se presenta una premisa frente a la percepción de los padres frente a la participación de los jóvenes/hijos en los espacios virtuales y al relacionarlo con su época de juego cuando se compartía con personas dentro de su espacio en actividades que requerían un esfuerzo físico lo

cual era visto como un proceso normal de comunicación, socialización y recreación para sí mismos y al día de hoy en el que estos procesos cambian o se transforman es cuando se presenta la desconfianza, el rechazo y la alineación frente a los espacios virtuales de juego lo cual se ve reflejado en la Gráfica 26 al evidenciar que los padres de los jóvenes encuestados, en su mayoría, ven los videojuegos como una pérdida de tiempo.

Gráfica 26 - ¿Qué dicen sus padres de los videojuegos?



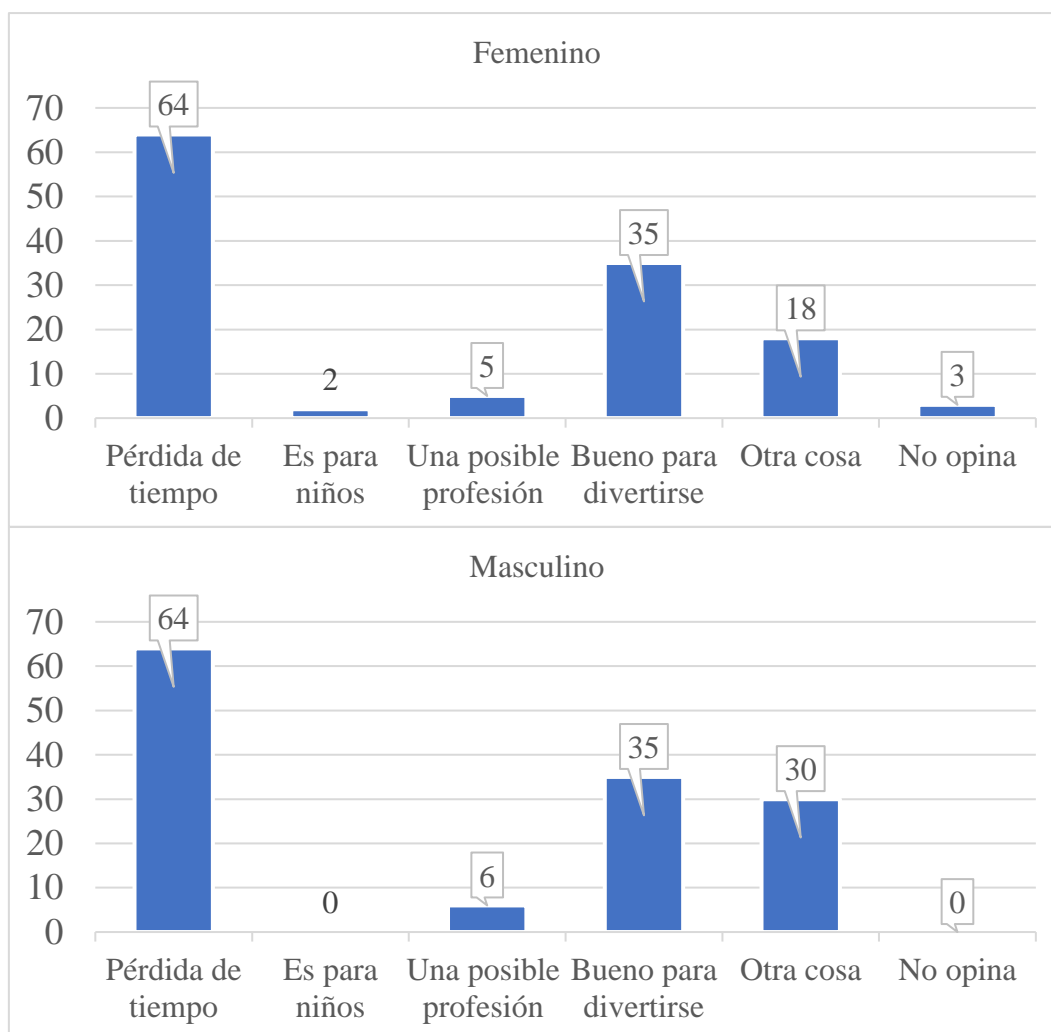
En esta gráfica se observa que los padres a parte de percibir los juegos como una actividad que hace a los jóvenes perder el tiempo en relación con otras actividades que para ellos son más productivas o beneficiosas viendo el juego como diversión y así aceptando esta dinámica como una parte del desarrollo del joven sin trascendencia en el aspecto de construcción cultural, dedicación o incluso como profesión y esto se observa cuando menos del 5% (11) de los padres de los jóvenes los observan para esta finalidad.

Dentro del desarrollo del ámbito de los videojuegos en Villavicencio, se han realizado procesos que buscan dar información sobre cómo es que este entorno se

proyecta actualmente enfocado tanto en jugadores como hacia los padres presentando apartes como: los requisitos que el joven que participa debe tener, las oportunidades y los riesgos que se pueden presentar pues como en cualquier otro deporte en el que se requiere una inversión económica, personal y/o física, lo cual puede afectar al joven en su participación en estas dinámicas; y buscan dar a conocer que este ámbito no tiene como resultado la alienación social, dependencia, rebeldía, violencia, entre otras cosas negativas a las que se ligan los videojuegos desde hace algunas décadas.

Estas organizaciones se presentarán más adelante junto al grupo de enfoque y la presentación de tejido de histórico en donde se presenta el trabajado que se ha realizado en la apropiación y construcción de la cultura Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio.

Gráfica 27 - ¿Qué dicen sus padres de los videojuegos? - Femenino y Masculino



En la Gráfica 27 se puede observar que esta opinión por parte de los padres de los jóvenes encuestados no se define por el sexo o la edad del hijo/a que conoce, participa o es consciente de este ámbito en su cotidianidad, ya que tanto en hombres como en mujeres se proyectan las mismas tendencias frente a los videojuegos y la influencia que debería tener en el desarrollo del joven.

A través de esta respuesta se podría decir que uno de los principales obstáculos en el desarrollo de la cultura Gamer en Villavicencio es el que representan los padres quienes influyen en la toma de decisiones y en la aceptación de actividades que hacen parte de la apropiación y construcción de cultura Gamer.

Es de tener en cuenta que de acuerdo con los resultados de la Gráfica 27 en donde los padres no aprueban que los jóvenes de desenvuelvan en este ámbito de los videojuegos, Tejeiro & Pelegrina (2008) hablan respecto a esta realidad diciendo que:

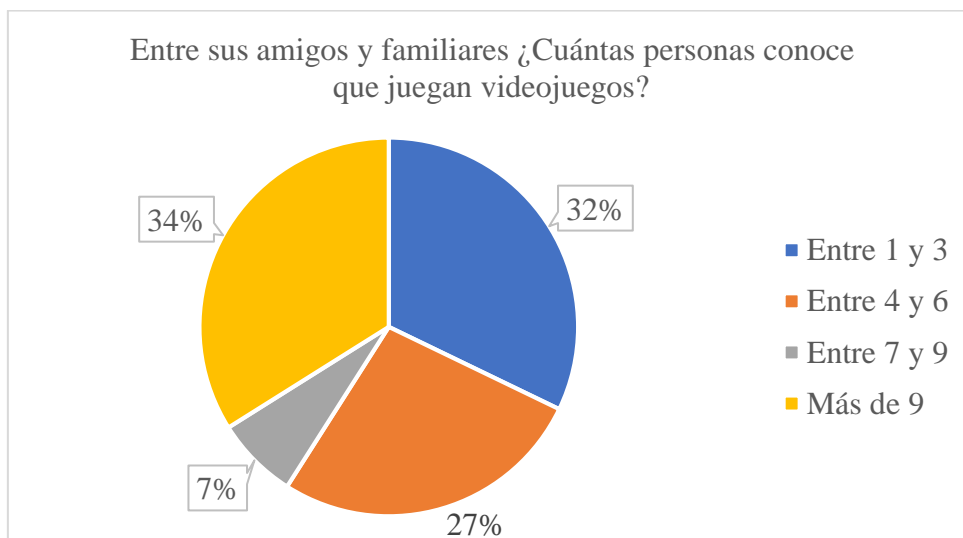
Los estudios han tendido a centrarse en dos aspectos concretos: el conocimiento de ese mundo que tienen los adultos, y el grado de control que ejercen sobre dicha práctica. Y en líneas generales, los trabajos coinciden en señalar que son pocos los padres y madres que conocen el grado de uso de videojuegos por parte de sus hijos/as, y escaso el porcentaje de los que se preocupan por dicha actividad o ejercen control sobre ella (p. 52)

Teniendo en cuenta que las formas de acceder al ámbito de los videojuegos se basan en las tecnologías crecientes que permiten a las personas conectarse a la red desde diferentes herramientas, son los jóvenes quienes toman las decisiones al momento de interactuar en estos espacios. La influencia de los padres se plantea como parte importante y/o sustancial en el desarrollo de los ideales y la identidad de los hijos/as, pero la interacción en un espacio tan globalizado como Internet es lo que ha permitido que estos ideales e identidades choquen con las de otras personas y colectivos externos a la cultura de la familia/local, por lo que el joven plantea en su desarrollo no solo las perspectivas que sus padres plantean frente al joven sino que se presentan una variedad de opciones en las que se puede elegir diferentes opciones a las que su entorno familiar/local le había propuesto y es aquí cuando el ámbito de los videojuegos se presenta como una opción, la cual los padres no conocen y por lo tanto no la perciben como una posibilidad.

Después de haber analizado la influencia que los padres pueden, o no, llegar a tener dentro de la participación del joven en los entornos virtuales de juego y la proyección que estos tengan dentro de estos ámbitos, también se pretende analizar como

el círculo social cercano, el cual se plantea estar comprendido por familiares y amigos, pueden llegar a influenciar el conocimiento frente al desarrollo del entorno de los videojuegos, la participación colectiva que se tenga dentro de estos entornos virtuales de juego y la posibilidad de trascender el entorno de videojuego online y proyectarse dentro de espacio local de los participantes en forma de actividades, eventos, competiciones o encuentro entre personas que comparten los mismos pensares frente al desarrollo y participación de los videojuegos.

Gráfica 28 - Entre sus amigos y familiares ¿Cuántas personas conoce que juegan videojuegos?



En la Gráfica 28 se analiza la influencia que los amigos y familiares puedan llegar a tener dentro de componente social e interactivo del joven en su desarrollo cotidiano, puesto que partimos de que la cultura es un componente inherente a la interacción del individuo dentro de un colectivo y se dan sentido mutuamente, por lo tanto, se podría decir que las personas con las cuales interactuamos diariamente van a ser parte, en mayor o menor grado, del desarrollo de nuestra identidad y cultura.

Se puede observar que el 34% han visto, hablado o jugado con más de 9 personas que participan en los videojuegos, lo que representa una influencia o exposición representativa dentro del desarrollo de la persona en comunidad respecto a este ámbito. Aquellos jóvenes que tienen un grupo de entre 4 y 9 personas, representados en un 34%, mantienen una observación, ya sea participante o pasiva, dentro del ámbito de los videojuegos. De la misma forma aquellos que presentan por lo menos una persona conocida o familiar que participa representa el 32% de los jóvenes encuestados, de los cuales se podría decir que, a pesar de no tener influencia significativa dentro del contexto personal del joven, hay una vía de información mínima por lo cual se da a conocer la comunidad y la cultura Gamer.

Ahora se presenta esta influencia como punto de partida dentro de la construcción de procesos culturales de desarrolló acorde a los intereses y decisiones del individuo como parte de una sociedad, reconocida aquí como amigos o familia, y desde esta exposición dentro de su grupo social cercano se puede llegar a dispersar la influencia de una idea, comportamiento y/o actividad, es decir, a partir del conocimiento de una sola persona y de la participación de esta dentro de un ámbito no conocido anteriormente y diferente a los referentes anteriores que se tenían, se puede llegar a dar la posibilidad de que más personas, teniéndose a sí mismo como punto de inicio, puedan llegar a ser influenciadas por estos procesos de construcción cultural.

Es importante aclarar que esto no significa que el aumento en la participación y el conocimiento del ámbito de los videojuegos vaya crecer indefinidamente al punto de alcanzar una influencia en el 100% de la población, ya que los requerimientos para ser parte de estos ámbitos (tecnológicos, intereses, tiempo) pueden plantear en la persona que empieza a conocer sobre este entorno dejar de lado actividades, intereses y

relaciones sociales construidas anteriormente, en las que el individuo puede no estar de acuerdo y decide no participar ni conocer más sobre esta temática.

Tejeiro & Pelegrina (2008) plantean como parte importante el análisis del círculo social y expresan que:

(...) la mayoría de los jugadores utilizan los videojuegos acompañados por sus amistades y/o por sus hermanos o hermanas, que un buen número de amigos de los jugadores de videojuegos también practican esta forma de entretenimiento (...), y que la mayoría de las personas que se inician en la práctica de videojuegos lo hacen de la mano de otra persona en su entorno social y/o familiar (p. 50)

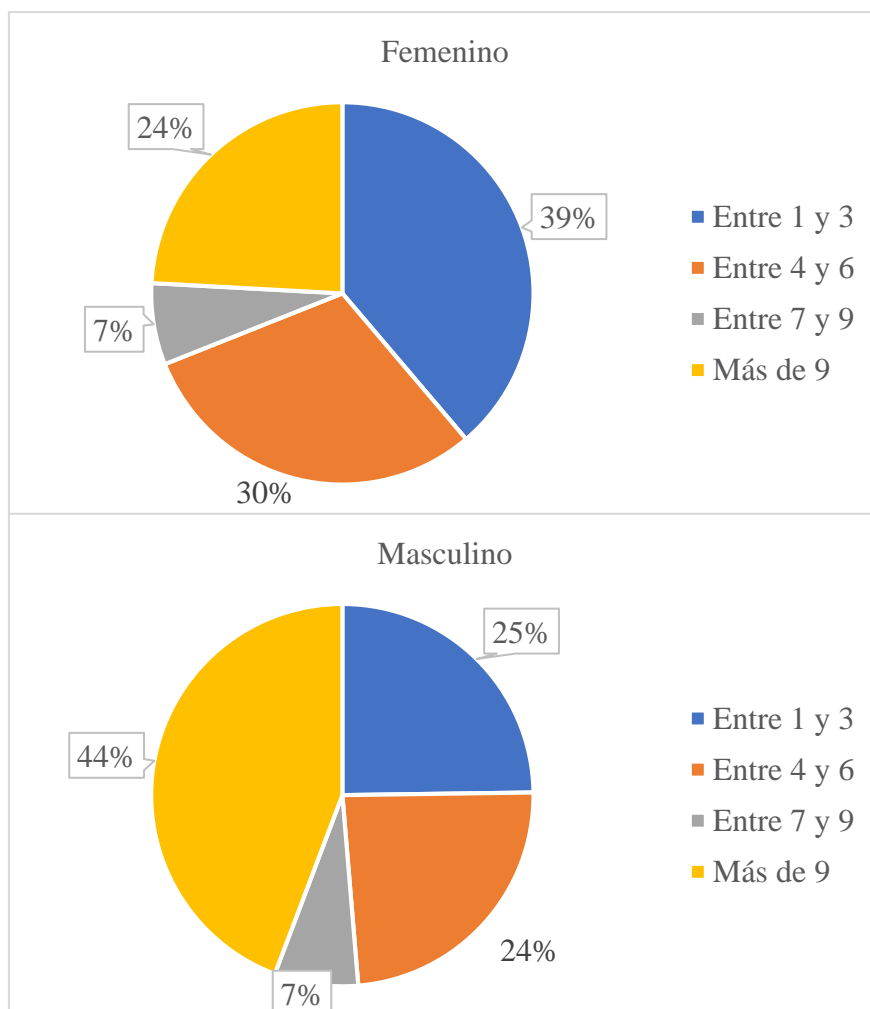
Es así como podemos decir que el primer requisito para que una persona pueda ser parte de los procesos de construcción cultural Gamer es el conocimiento de la existencia de estos espacios y las dinámicas que se desarrollan en estos, ya sea en el contexto local o global, puesto que es ahí cuando la persona puede decidir participar según crea pertinente.

De esta manera se podría decir que el reconocimiento de la cultura Gamer dentro de su contexto cercano (local, social, comunicacional) es de donde se presenta la oportunidad para que la persona decida si participa dentro los procesos de apropiación y construcción cultural que se desarrollan en esta comunidad ya que la participación de personas allegadas al individuo/jugador puede ocasionar que exista un mayor compromiso o competencia dentro frente a los objetivos planteados en los entornos virtuales de juego.

Esta participación no se enmarca solamente en la interacción dentro del mundo virtual de juego, sino que también hace referencia a una participación en eventos

(locales, nacionales o extranjeros), en comunidades de externas al juego (foros, guías, streaming), entre otras muchas formas en las que las personas podrían entrar a participar en el ámbito de construcción de cultura Gamer.

Gráfica 29 - Entre sus amigos y familiares ¿Cuántas personas conoce que juegan videojuegos? - Femenino y Masculino



En lo que se refiere al círculo social entre los grupos de hombres y mujeres, como se observa en la Gráfica 29, se puede relacionar otra de las razones por las cuales los hombres tienen una participación más amplia en el ámbito de los videojuegos y esta es que las personas cercanas al individuo (hombre) participan en este ámbito en mayor

número, por lo cual los videojuegos pueden o tienden a ser una temática de diálogo y acción recurrente entre el círculo social del joven.

En el caso de los hombres el 44% de su círculo social se encuentra formado por más de 9 personas que participan en los videojuegos, mientras que en las mujeres es de un 24%, de lo cual se puede concluir que la cantidad de interacciones del joven frente a los videojuegos es más amplia en hombres que en mujeres y, al mismo tiempo, la influencia que este ámbito puede presentar es mayor en hombres que en mujeres aunque en ambos grupos se encuentre presenta dicha influencia.

Respecto a las oportunidades de interactuar no solo en el ámbito de los videojuegos sino en como estos se desarrollan dentro de la localidad y la cotidianidad de las personas dentro Villavicencio, depende de la proyección que los individuos/jugadores y los colectivos propongan en los diferentes espacios que hacen parte de cotidianidad de la persona. Esta proyección se plantea como parte integral dentro de las diferentes interacciones de las jóvenes puesto que son parte de la construcción cultural y de la identidad de la persona en relación con su entorno.

Respecto a estas interacciones Crawford (*et al*, 2011) dice que:

Somos nosotros los que interactuamos con una computadora y nosotros los que interactuamos con otras personas. Esta interacción puede ser "mediada", pero también lo es toda interacción, especialmente a través del lenguaje, así como los complejos patrones de presentación del yo que utilizamos en nuestra vida cotidiana, independientemente de si estamos en línea o no (p. 11).

De acuerdo con este entendimiento de las interacciones en red, sin importar el medio tecnológico que se use ni la temática o el entorno que se use como punto de encuentro con otras personas, son parte de la cotidianidad de la persona y, por ende,

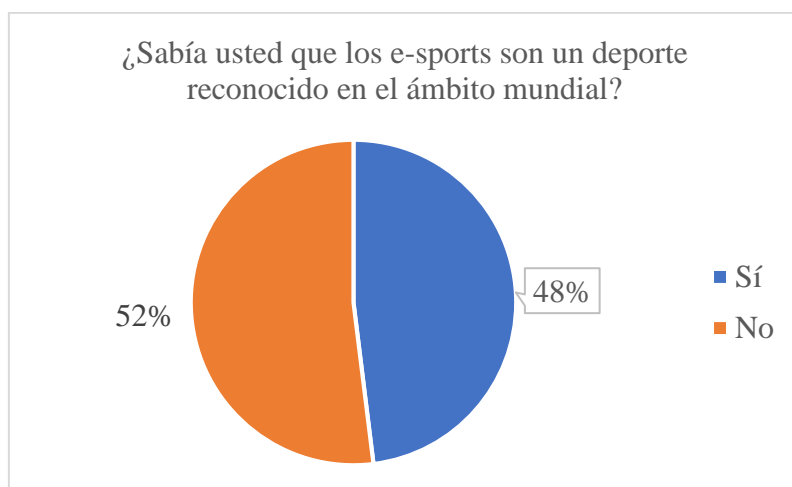
parte del desarrollo de esta en relación con su entorno y en la formación de su identidad dentro de este.

Esto representa que estos mundos virtuales de juego como mediación entre diferentes jugadores/individuos y colectivos hacen parte de la construcción cultural local en donde se presenta el individuo o colectivo, puesto que la cultura que se plantea en el espacio geográfico influencia a la persona y de la misma forma la persona quien se encuentra inmerso en diferentes procesos de construcción cultural en la red influencia la cultura o los procesos de construcción cultural dentro de este mismo espacio.

Historia y conocimiento

Estas preguntas hacen referencia al desarrollo de los videojuegos en un contexto local y global, al conocimiento de los géneros de videojuegos online más ampliamente jugados en esta industria y en la difusión de información de estas comunidades y cultura respecto a las diferentes regiones. Se realizaron tres preguntas en las cuales no se pretende profundizar demasiado, ya que son más un análisis del conocimiento que los jóvenes encuestados tenían respecto al ámbito de los videojuegos como competencia, deporte, industria y en lo referente a los objetivos propuestos por el mundo virtual; y así finalizar con el grado de reconocimiento que el ámbito competitivo de los videojuegos tiene dentro de Villavicencio

Gráfica 30 - ¿Sabía usted que los eSports son un deporte reconocido en el ámbito mundial?

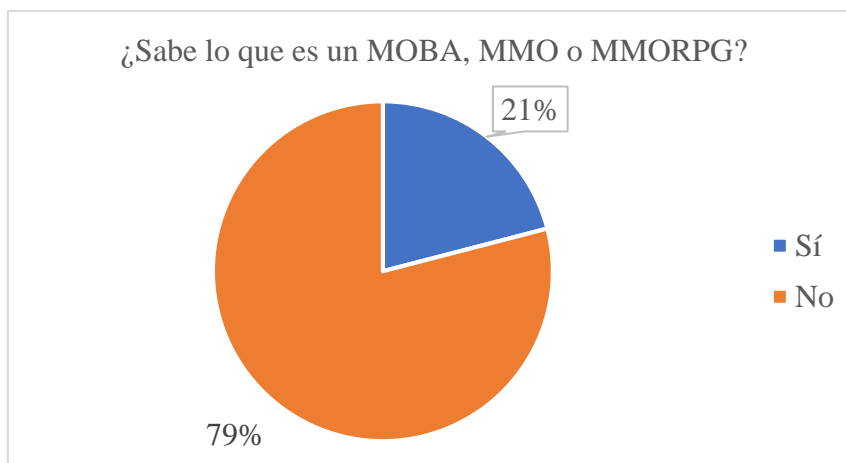


El ámbito global de los videojuegos ha crecido exponencialmente en los últimos años y la participación en eventos en alcance mundial ha ido de los miles a los cientos de millones en las últimas décadas, y dentro de los jóvenes encuestados, según la Gráfica 30, menos de la mitad (48%) conocen estos eventos que congregan jugadores y equipos de todo el mundo. El 52% de los jóvenes que no conocen sobre este ámbito a escala mundial puede deberse al desinterés frente al ámbito competitivo de los eSports o simplemente al no observar a los videojuegos como un deporte o una industria organizada, también se presenta la opción de que no perciba los videojuegos más allá de una diversión o un ocio como se observó anteriormente.

Aquí se propone diferenciar los eSports de los videojuegos en general, puesto que los eSports hacen referencia al entorno deportivo en el que equipos oficiales son quienes han desarrollado a sus jugadores de manera profesional (entrenamiento, sueldo, régimen físico y mental) para ganar competencias reguladas comprendidas en diferentes áreas tales como ligas latinoamericanas, europeas, asiáticas, etc., presentando a sus mejores equipos para un enfrentamiento generalizado.

Además, se presenta como un requisito, no oficial, que la audiencia que visualice e interactúe con los contenidos competitivos de estos enfrentamientos entre equipos tengan un reconocimiento para que diferentes empresas apoyen estos espacios de competencia y las dinámicas que se presentan detrás de escena como deporte (coach, comentaristas, entrenadores), siendo así beneficioso para ambas partes (empresas-equipos).

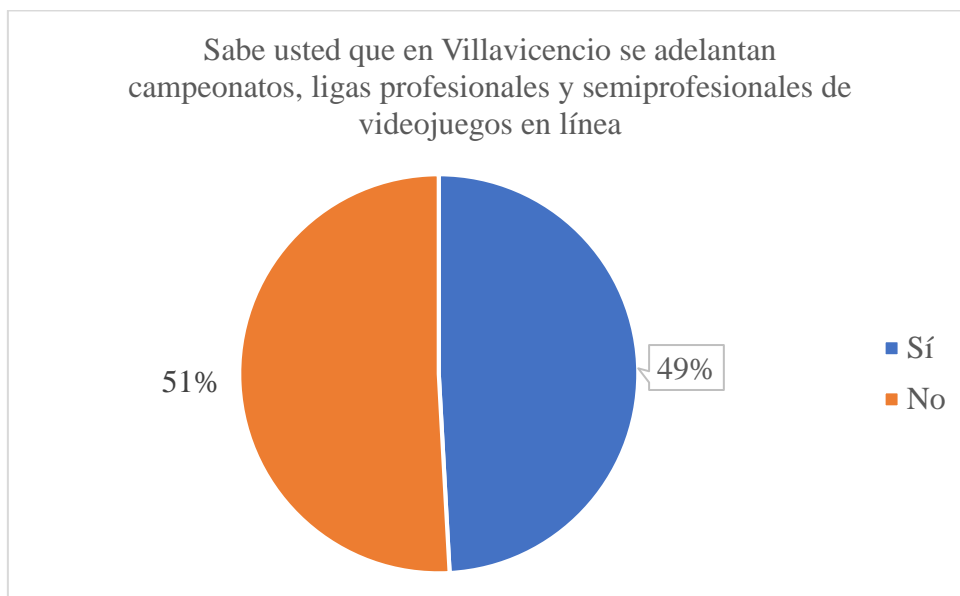
Gráfica 31 - ¿Sabe lo que es un MOBA, MMO o MMORPG?



Estas siglas presentadas dentro de la pregunta, como se muestran en la Gráfica 31, representan algunos de los géneros de videojuegos online más jugados en el ámbito global. Los MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) se refiere a juegos como League of Legends, Smite, DOTA 2, entre otros; los MMO (Massively Multiplayer Online) son videojuegos online con servidores en donde la gente puede entrar en tiempo real con personas de otras regiones; y los MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) son los mismos MMO con un desarrollo del personaje enfocados en una función y representado en niveles. Este conocimiento se presenta en aquellos jóvenes que tienden a investigar y buscar información sobre los videojuegos en los que

participan, y se puede observar que solo el 21% conocen el significado o traducción de estos conceptos.

Gráfica 32 - Sabe usted que en Villavicencio se adelantan campeonatos, ligas profesionales y semiprofesionales de videojuegos en línea



De igual forma que en el ámbito global, en Villavicencio se adelantan torneos y ligas amateurs, semiprofesionales y profesionales de videojuegos en línea. En los cuales cualquier persona que tenga la habilidad y participe puede llegar a una representación a mayor escala dentro del desarrollo deportivo.

El conocimiento de este desarrollo competitivo, como muestra la Gráfica 32, llega al 49%, lo cual a pesar de no ser una mayoría se presenta como una población representativa dentro de los jóvenes encuestados. El 51% de la población que no conoce sobre el desarrollo local de los videojuegos, al igual que el global, puede deberse al desinterés o la desinformación respecto a este ámbito, pero a diferencia del contexto global, la difusión local de los diferentes eventos competitivos o deportivos no se encuentra estructurado ni organizado, que al contrario, se encuentra fragmentado en

diferentes entidades, grupos o colectivos que realizan esfuerzos individuales por difundir este ámbito, lo cual puede ser una de las razones por las cuales no se conoce el desarrollo competitivo de este ámbito competitivo o deportivo de los videojuegos.

Entrevistas individuales

Como se ha analizado hasta el momento la cultura Gamer se encuentra presente, en mayor o menor medida, dentro de los diferentes espacios y procesos de construcción cultural locales de la ciudad de Villavicencio, teniendo como precedente los resultados presentados en las encuestas y analizando cada uno de los contextos en los cuales los jóvenes pueden llegar a apropiarse y construir cultura Gamer.

Es por esto que a continuación se pretende hacer un análisis referente al desarrollo que han tenido los individuos y colectivos que participan o laboran alrededor de la temática de los videojuegos en su cotidianidad, las razones por las cuales están participando dentro de este contexto, los obstáculos relacionados a los procesos y circunstancias personales, las proyecciones que la comunidad Gamer tiene dentro de la ciudad de Villavicencio y los retos que se plantean para aumentar el alcance, reconocimiento y aceptación como entorno de construcción cultural en la localidad.

Este análisis se planteó a través de las experiencias de diferentes personajes que son participes en la construcción de cultura y comunidad Gamer en Villavicencio, siendo estos: gestores, líderes, participantes competitivos, fanáticos y empresarios, quienes se identifican de cierta manera con el contexto de los videojuegos y a través de su cotidianidad relacionan los videojuegos con su desarrollo profesional, académico, deportivo, social y comunicacional.

De igual forma se relacionarán algunos componentes teóricos que sustentan que los comportamientos y procesos realizados por estos personajes hacen parte del concepto de construcción cultural y que a pesar de no contar con el suficiente reconocimiento local y estatal, son espacios que permiten a los jóvenes, adultos y niños, participar de acuerdo con los compromisos y expectativas dentro de la comunidad Gamer.

Es así como los videojuegos en un contexto cultural se encuentran inmersos dentro de las realidades de los niños, jóvenes y adultos en diferentes proporciones y entienden el ámbito de cultura Gamer de diferentes maneras, respecto a esto Tejeiro & Pelegrina (2008) en su estudio sobre la psicología de los videojuegos presentan que:

Se ha construido una cultura en torno a los iniciales videojuegos, que como una telaraña ha ido hasta envolviendo enseres de la vida cotidiana, como teléfonos móviles o agendas electrónicas, que ha dado lugar en muchas ciudades a la apertura de nuevos locales destinados a este fin, y que repercute enormemente en el uso del tiempo, en la forma de comunicarse, en el conocimiento virtual de compañeros de videojuego, en temas de conversación, en identificación con grupos y, por supuesto, en valores que podrán adquirirse o conculcarse, según cual sea la forma de abordar la cuestión (p. 19)

La cultura Gamer presenta una variedad de mundos virtuales a los cuales se puede acceder, como dicen Tejeiro & Pelegrina (2008), a través de una herramienta tecnológica (computador, celular, tableta) en la cual se instala un software para acceder al mundo virtual de juego que se pretende, y más allá de estos mundos, se encuentran los mundos virtuales en red que requieren una conexión a la Internet a fin de acceder a estos desde cualquier parte y en cualquier momento.

Este espacio-tiempo que se maneja dentro del entorno virtual de juego es lo que permite que la persona pueda acceder a este en el momento que se desea, puesto que en las ocasiones en que el juego es offline, el tiempo dentro del mundo virtual se pausa hasta el momento en que el jugador decida seguir adelante, contrario al juego online en el que el mundo sigue en constante dinámica con los jugadores que se encuentren conectados construyendo sus propios objetivos y cumpliéndolos.

Esta percepción del tiempo-espacio percibida a través de los videojuegos se proponen como espacios atemporales en el sentido en el que sin importar en el momento o lugar desde donde se conecte el jugador las dinámicas del juego van a ser constantes, es decir, las diferencias entre una conexión y otra por parte de un mismo jugador serán las relacionadas a la cantidad de jugadores conectados, a posibles eventos especiales que se lleguen a realizar o a fallas que se presenten dentro del funcionamiento del mundo virtual del juego, pero solo en estos casos las dinámicas dentro de los videojuegos llegan a ser diferentes.

Los objetivos de un joven dentro de la cultura Gamer

El entrevistado No. 1 es un joven que vive en Villavicencio, a la fecha presenta la edad de 22 años y expresa su participación en el contexto de videojuegos desde los 9 años. Su primer acercamiento a los videojuegos se realizó gracias a su abuela, quien compró un computador y fue desde ahí que dio inicio a conocer diferentes programas que tenían como temática los videojuegos e incluso algunos programas educativos que tienen unas secciones dedicadas a los videojuegos, como es el caso del programa Encarta. Su primer acercamiento a los videojuegos online lo realizó en el mundo virtual

de Habbo, en el cual el objetivo principal es socializar y dentro del cual se puede participar en minijuegos y retos.

En el momento en que se realiza la entrevista es un estudiante universitario, que trabaja a tiempo parcial y dedica al menos hora al día al ámbito de los videojuegos y organiza sus días entre estos diferentes espacios al decir que: “yo siempre he tenido una característica que es responsabilidad, entonces yo primero organizo mis tareas, organizo mi tiempo, organizo que tengo que hacer en el trabajo, organizo trabajos de la universidad. (...) Cómo lo manejo entonces, tiempos libres, fines de semana que no estoy trabajando o con mis amigos que es una parte importante” (Entrevista No. 1)

De aquí se puede observar que a pesar de las diferentes responsabilidades que este joven tiene, en primera instancia, participa en videojuegos y dentro de su cotidianidad dedica tiempo a estos entornos; no separa los aspectos sociales, académicos y laborales, ya que dedica a cada uno el tiempo que cree conveniente; y, por último, percibe el entorno virtual de juegos como punto de encuentro para socializar con su círculo social cercano.

También se puede observar que a pesar de la influencia que los videojuegos tienen en este joven, se desarrollan las responsabilidades que se exige o espera de él por parte de la sociedad/familia, lo cual resulta en que el desarrollo del este joven dentro de los entornos de videojuegos sea esporádico y pasajero e incluso cuando se da la oportunidad de socializar sobre estos entornos a su familia se presenta que: “Uno les cuenta que esto es un deporte más, mire que existe un mundial, ellos me han visto ver mundiales que yo los pongo en el televisor, pero ellos lo ven más como un vicio, porque siempre dicen “es que usted está viciado al juego y no le pone cuidado a su universidad” (...)” (Entrevista No. 1)

Esto sucede en casos como el del Entrevistado No. 1 en el que las expectativas que presentan hacia él son: “La sociedad espera que uno sirva a la sociedad y quizás lo que a uno le gusta hacer quizás no apoye a la sociedad tanto, sino que es lo que uno le gusta hacer, pues para eso es el desarrollo para ver diferentes opciones, seguir avanzando y pues eso es un método de avance, porque digamos no todo el mundo tiene la capacidad para jugar fútbol, para jugar basquetbol, no todos tienen las capacidades físicas” (Entrevista No. 1).

Es así como las expectativas que se tienen dentro de la misma localidad frente a la proyección o decisiones que el joven tome en su futuro, presentan una influencia considerable y no se refiere solo a que el individuo pueda llegar a conseguir las metas que se proponga dentro de las proyecciones que este mismo haga, sino que se plantea o imparte desde la niñez una responsabilidad heredada de cumplir con las expectativas de la sociedad y ser útil para la misma. En la percepción que presenta el Entrevistado No. 1, existen momentos en los que la sociedad no se proyecta en línea con los objetivos individuales, llevando a una reflexión sobre lo que se debe hacer, cómo se debe hacer y cuál es la función del joven dentro de esta sociedad.

Al final se presenta una realidad dentro de la cultura de Villavicencio respecto a las preferencias que tiene algunos jóvenes referentes a los videojuegos y es que: “(...) son mis hobbies, yo pienso seguir haciéndolo, seguir con mi carrera, ya el otro año me gradúo, seguir con mi familia, con la parte social que tengo, que es difícil mantenerlo y mantener un nivel adecuado en el juego, porque tú puedes jugar y no ser muy bueno, pero por qué no eres bueno, porque no le dedicas horas de tiempo que le dedican otros jugadores, como cualquier otra cosa, tú no te vas a volver experto si no repites, si no prácticas, si dedicas un poco de tiempo a cada cosa entonces eres un poco de cada cosa” (Entrevista No. 1)

El resultado de estas expectativas sociales es “ser un poco de cada cosa” ya que los objetivos propuestos en la localidad en la que se encuentra inmerso no son acordes a las del individuo, lo cual no significa que se deje de lado la participación en el entorno de los videojuegos, pero sí se genera una participación que carece de compromiso para la persona que demerita los procesos y dinámicas que se desarrollan en estos contextos.

Es así como los mundos virtuales permiten que las personas/jugadores puedan participar y recrearse a sí mismos a través de diferentes herramientas, en diferentes espacios y de diferentes maneras. Estas oportunidades que brindan los entornos virtuales de juego en el que se puede participar activamente y mejorar o, por el contrario, se accede sin un objetivo claro como una forma de diversión, presenta un escenario en el que:

El contexto social de los mundos virtuales en línea, combinado con la maleabilidad de los medios digitales, crea posibilidades para que la cultura de los fanáticos se cultive dentro del propio mundo imaginario, así como en las formas extra-virtuales (...) siendo la más típica el fandom tradicional (Peacer & Artemisa, 2008, p. 73)

Como decía el joven, anteriormente referido, no todas las personas tienen las habilidades físicas para practicar una actividad o un deporte, aquí se plantea los videojuegos como ambos, y no todas las personas pueden dedicar a sus intereses una inversión considerable de tiempo lo cual no significa que no se puede generar un gusto por estas actividades por lo que, como nombra Peacer & Artemisa (2008), se puede llegar a crear el “fandom tradicional” o un grupo de aficionados a una actividad, pasatiempo o deporte. Esta cultura de aficionados se alinea con los objetivos de la cultura Gamer puesto que el apoyo brindado, el reconocimiento dado y los objetivos planteados dentro de la localidad respecto a la actividad escogida son los mismos.

En el caso de la cultura Gamer se puede acceder a esta con diferentes roles cada uno de acuerdo con las objetivos y capacidades propuestas por la persona y es así como la cultura se apropia y construye a partir de las interacciones que estas personas realizan dentro del espacio-tiempo en que se efectúan estas interacciones. En el proceso en el cual se fue creando la comunidad de videojuegos en Villavicencio, cualquiera que sea el juego que se tenga como temática y punto de encuentro, tanto las personas que compiten entre sí como aquellos que observan y animan estas competencias son parte sustancial de la cultura Gamer y a este colectivo se suman aquellas personas que no solo observan y animan estos entornos sino aquellos que aporten desde sus campos de experiencia al desarrollo de estos mundos virtuales tales como los desarrolladores, las empresas de desarrollo y de sponsors, los profesionales que participan en la puesta en escena, etc.

A continuación, se presenta al Entrevistado No. 2 quien a la fecha es estudiante de Ingeniería de Telecomunicaciones con una edad de 20 años y quien expresa participar en los entornos de en la cultura Gamer al decir: “En mi tiempo libre dedico mucho tiempo prácticamente a los videojuegos, sobre todo a lo que es LoL que es el juego que más se ve aquí en la comunidad de Villao, es entretenido y juego con mis amigos. Hace poco estuvimos en un torneo y es bacano, uno conoce gente y esa sería la clase de cultura que tenemos acá y veo que cada año va creciendo, los torneos van creciendo” (Entrevista No. 2)

Y al igual que en el caso del Entrevistado No. 1, la percepción que los padres tienen respecto a la participación en este entorno de videojuegos es: “En mi casa mi papá es muy estricto con todo esto, de hecho como el ve que yo dedico mucho tiempo a todo esto (videojuegos) dice “usted debería estudiar algo y no andar perdiendo el tiempo

en eso”, esa es la cantaleta todo el día entonces yo vengo acá (Gaming House) como para salir de mi casa pues siempre están como encima, entonces mejor me libero un rato, me desestreso un rato, libero la mente y es bacano, de hecho creo que aquí hay unos amigos, juego con ellos hablo un rato y la paso bien” (Entrevista No. 2)

Aquí se puede observar como a pesar de la influencia que los padres tienen dentro del desarrollo del joven, en las decisiones de este y en su proyección futura, el joven enfatiza los videojuegos y las interacciones dentro de este entorno como una liberación de estrés y como un momento agradable para interactuar con amigos para pasar un rato agradable.

Pero esta actividad no se planteó solo como una forma de diversión pues como se puede observar en otras actividades, la habilidad que se tiene puede no llegar a un nivel suficiente para participar en un ámbito competitivo, presentándose otras opciones como la participación como aficionado o los aportes especializados, como se presentaron anteriormente, y depende de la persona el decidir como aportar al desarrollo del ámbito donde se alinean sus intereses. En este caso el aporte que se proyecta hacer es: “(...) ahora estoy con mis estudios, yo digo “primero mi estudio y hay si mirar nuevas ideas”, nuevos proyectos. De hecho, ahora lo que estoy estudiando es para realizar un proyecto, yo quiero montar una empresa de esto (videojuegos), me parece interesante pues esto cada día está creciendo más, los muchachos cada día se interesan más en los videojuegos, la juventud de hoy en día crece jugando y me parece que es una buena idea de negocio, y yo lo voy a emprender” (Entrevista No. 2)

Es de esta forma que la proyección planteada en el entorno de los videojuegos no se separa respecto a los objetivos académicos y profesionales, sino que alinean en la preparación académica para poder fortalecer los objetivos y metas planteadas, en este caso el de crear empresa en el ámbito de los videojuegos, lo cual para ser llevado acorde

a los requerimientos tanto tecnológicos (respecto a las características que ha tener una máquina para que el software de un programa o juego pueda funcionar de la mejor manera), legales (de acuerdo a los requerimientos dados por las Cámaras de Comercio locales), sociales (que el espacio sea agradable y brinde un impacto en la persona que entra) y económicos (que la idea este planteada de forma en que beneficie al emprendedor), es necesario que la persona cuente con un conocimiento en estas áreas y además conozca a la comunidad Gamer la cual va a ser su principal público objetivo.

Al analizar como estas expectativas relacionadas al ámbito de cultura Gamer, en cualquier de sus formas y objetivos, se presenta que la influencia cultural de estos entornos puede observar en las expectativas que se estos jóvenes plantean, algunas de las cuales se presentan con más posibilidad de cumplirse de acuerdo al entorno local que se presenta mientras que otras son más idealistas o difíciles de conseguir como por ejemplo, llegar a ser un jugador profesional con un equipo local o ganar el reconocimiento de equipos de otros lugares para participar en eventos oficiales en algunos de los tantos videojuegos que presentan ámbitos deportivos.

De esta forma el mismo videojuego no solo influencia la cultura del joven, sino que empieza a transformar las realidades de este frente a las oportunidades que se presentan en estos entornos. Sandoval (2007) habla sobre estas transformaciones diciendo que:

(...) se nos presentan con el intercambio simbólico, las redes virtuales, las nuevas formas de representar la realidad, la comunicación en tiempo real, los sentidos colectivos, el lenguaje virtual, los giros lingüísticos y en todos aquellos entramados sociotécnicos que impone la utilización de la red (p. 66)

Al mismo tiempo el individuo/jugador no solo aporta en la construcción cultural dentro de su localidad, lo cual lleva a los cambios culturales antes nombrados por Sandoval (2007), sino que su participación en la cultura Gamer empieza a demostrarse como parte de su identidad y esto se puede ver explícitamente cuando este joven dice que “realmente me siento parte de la comunidad Gamer (...), son como otra familia, uno lo ve más o menos así” (Entrevista No. 2).

Es en este punto donde se presentan los componentes sustanciales para la aceptación de los videojuegos como cultura, el reconocimiento de los objetivos reales del individuo/jugador dentro de estos entornos, el constante crecimiento de las ofertas de videojuegos y de mundos virtuales que nacen y, sobre todo, dando sentido a los videojuegos en sí, los jugadores y espectadores que participan y construyen, en conjunto y/o colectivo, son parte de la cultura Gamer.

Levis (2013) en su análisis sobre los videojuegos como un fenómeno de masas presenta que el individuo/jugador “sin proponérselo (...) participa en la creación de una nueva narración colectiva, hipermedial y neoteatral, en la que se difuminan los límites entre autor, actor y espectador” (p. 229), esta narración colectiva parte de la unión de diferentes objetivos dentro de un mismo espacio, ya sea virtual o real, y un misma temática (dependiendo del juego o actividad que se pretenda impulsar), puesto que las interacciones que se realicen en busca de lograr estos objetivos dejaran un precedente para que otras personas conozcan y participen en las dinámicas que representan estas actividades y en la construcción de cultura que se encuentra inmersa en estos espacios como es en el caso de la cultura Gamer como actividad presente dentro de la localidad de Villavicencio, en la cual se ha ido generando una construcción cultural y ha creado un tejido histórico respecto a los esfuerzos de diferentes personas y colectivos en busca de organizar y difundir la cultura Gamer.

En busca de realizar un análisis de las diferentes razones por las que una persona participa dentro de la comunidad Gamer y como al mismo tiempo apropia, construye, y se proyecta a sí mismo dentro de esta comunidad, se presenta a la Entrevistada No. 3 quien hasta hace un tiempo participo activamente como gestora de comunidades Gamer, sobre todo en la comunidad de LoL, apoyando la realización de eventos y publicitando las diferentes competencias metropolitanas que se realizan hasta el día de hoy. Su participación como gestora de comunidad Gamer fue: “En la universidad fui la promotora de lo que en ese tiempo era una competencia de Gaming que se gestó para la semana cultural, eso fue algo que se mantuvo durante todo mi período como representante estudiantil en la universidad, y pues me quedaba bastante fácil gestionar los recursos pues por mi cercanía con las personas correctas necesarias para gestionar ese tipo de proyectos. Entonces en ese tiempo pude gestionar el torneo, yo no ponía nada sino que todo lo ponía la universidad, la universidad siempre fue muy presta para esas cosas, en ese tiempo se desarrollaban torneos de LoL interuniversitario donde estaban invitadas diferentes universidad pero no participaban sino 4 universidades, también se hacían torneos de “FIFA”, de “PES”, de “Crash Royale”, de “Just Dance”, y eso le gustaba mucho a la gente y eso se llenaba bastante porque nadie se le midió a hacer algo así en las semanas culturas” (Entrevista No. 3)

Aquí se presentan dos aspectos relevantes para este estudio, el primero referente a la participación activa de mujeres dentro de la participación competitiva en la cultura Gamer y en la parte gestora de espacios, de lo cual se podría decir que los objetivos de esta comunidad no son más afines a un género sino que dependen enteramente de la persona y los gustos que ésta llega a desarrollar; y segundo, es la incursión de los videojuegos en los espacios universitarios y la representación que se realiza al participar en estos eventos en nombre de un sentido de pertenencia con la universidad o como una

forma de probar sus habilidades frente a otros equipos enmarcado en un espacio universitario.

Esto presenta una realidad en la que los espacios en los cuales se pueden crear procesos de construcción de cultura Gamer no están ligados a los cibercafés o las reuniones en hogares para divertirse a través de consolas de juego u otras tecnologías, sino que los espacios para construir cultura Gamer se generan en diferentes áreas de la ciudad y de la cotidianidad de los jóvenes.

En este punto se propone profundizar el sentido de pertenencia que una persona puede desarrollar al interactuar dentro de un entorno como lo es el de los videojuegos, pues nos damos cuenta de que los espacios virtuales incentivan la comunicación entre los individuos/jugadores participantes y aquí se muestra como este sentido de pertenencia es desarrollado por una mujer en un entorno donde las interacciones y la población en general es mayoritariamente hombres. Frente a este sentido de pertenencia dentro de los entornos virtuales de juego la entrevistada manifiesta: “Ser mujer es horrible, es una mierda, asqueroso, yo recuerdo mucho que cuando empecé a jugar, ponlo 2011 o 2012, yo generalmente jugaba un poquito de WoW, un poquito de LoL, en ese tiempo no jugaba mucho y me la pasaba jugando pues jueguitos de Steam y esas cosas que no eran en sí online, entonces con LoL si fue como un baldado de agua que la gente supiera en el servidor como el norteamericano que uno era una mujer, entonces yo por muchos años, eso fue como en el 2014, por muchos años yo escondí mi identidad, mi género, pues era muy feo que solo por el hecho de ser mujer pensarán que íbamos a perder o pues todo lo demás” (Entrevista No. 3)

Se puede observar entonces que, en los entornos virtuales de juego como en muchos otros deportes en su inicio, la relación de participación entre hombres y mujeres es marcada y al relacionarlos con el crecimiento de la cultura Gamer en Colombia, y en

Villavicencio, la participación de ambos grupos se encuentra marcada, aunque dicha diferencia se ha ido reduciendo en la última década (2010-2019).

En el análisis de este desarrollo histórico de los videojuegos se presenta una rapidez en la inclusión de mujeres dentro de los espacios competitivos y deportivos de los videojuegos ya que a diferencia de otros deportes de alto rendimiento físico (fútbol, baloncesto, entre otros), los videojuegos requieren más una capacidad de concentración, trabajo en equipo y desarrollo de la habilidad que se logra a través de la práctica.

Para ejemplificar esta rapidez en la inclusión de las mujeres dentro de los entornos virtuales de juego se toma como ejemplo el fútbol, deporte en el cual la entidad más antigua es la Asociación Inglesa de Fútbol fundada en 1863, la cual se presenta como punto de partida para la profesionalización de este deporte y para la fundación de otras entidades que regulan las normativas del fútbol y en el reconocimiento de los equipos y partidos oficiales. Fue hasta 1969 que la Federación de Fútbol (FA), reconoció oficialmente la rama femenina del fútbol y desde ese momento se fomentó los diferentes espacios competitivos en esta rama deportiva, es decir, transcurrió más de un siglo para el reconocimiento de las mujeres dentro del entorno deportivo del fútbol y aún más tiempo para la organización y desarrollo de las mujeres dentro de este ambiente deportivo.

En lo que se refiere a la historia deportiva de los videojuegos en lo que se puede llamar competencia, en Estados Unidos la compañía Atari en 1980 realizó el primer torneo a gran escala del videojuego Spacewars en el cual compitieron más de 10 mil personas y coincidentemente la ganadora fue Rebecca Heineman; más adelante y, siguiendo esta tendencia en los siguientes años, la compañía Nintendo organizó en 1990 el primer Nintendo World Championship, realizado en Estados Unidos, compitiendo en los videojuegos Super Mario Bros., Tetris y Rad Racer.

Imagen 1 – Campeonato de Spacewars realizado por la empresa Atari - 1980



Fuente: Full Esports

Por lo que se podría decir que el origen ampliamente reconocido de los videojuegos en su escenario competitivo son estos dos eventos en los cuales se puede observar que la división de hombres y mujeres en la participación de este entorno no tuvo relación con la que se presenta en el fútbol, anteriormente analizado, o en otros deportes tradicionales.

En el escenario global de los deportes electrónicos -eSports-, la implementación de equipos femeninos no se dio sino hasta mediados del año 2012 cuando la Federación Internacional de Deportes Electrónicos (FSIE) realizó una rama competitiva femenina en los videojuegos TEKKEN y StarCraft II.

Es así como en 3 décadas la participación de las mujeres se formalizó presentando un aumento en la participación de este grupo en los entornos virtuales de juego y se transforma la visión que se tiene de la participación de las mujeres en estos entornos a lo que, según manifiesta la entrevistada, se puede proyectar como: “(...) una cuestión de tiempo en que las mujeres ya se puedan destacar común y corriente cuando

ya en este momento poco a poco se están derribando las barreras respecto a los géneros que deben existir para poder jugar un juego” (Entrevista No. 3)

Las representaciones y las construcciones culturales que se evidencian dentro de los entornos virtuales de juego permiten que cualquiera pueda proyectarse así mismo dentro de estos entornos, conocer a otras personas e interactuar con estas y a pesar de la barrera que la misma comunidad Gamer (los jugadores) tiene referente al género, es una situación que se está dispersando gracias a la participación de las mujeres no solo en los ámbitos competitivos sino en los entornos cotidianos de estos mundos virtuales.

El planteamiento que se hace respecto a estas posibilidades no puede ser entendidas a través de análisis teóricos, puesto que las reacciones que cada persona/jugador tiene respecto al juego y su accionar dentro de este no está relacionado a una constante, es decir, como hemos visto la cultura local y la identidad es parte de lo que el jugador proyecta dentro del entorno virtual de juego, por lo que sin importar si son de un mismo espacio geográfico sus interacciones, comunicaciones y sentires frente a un mismo juego pueden llegar a variar gradualmente.

De la misma forma se entiende que los videojuegos son una actividad que en un principio estaba dirigida a niños y jóvenes mientras que hoy día se pueden observar que en estos mundos virtuales de juego participan personas con un rango de edad muy diferente a los que planteaba el juego inicialmente. Es por esto por lo que la forma de relacionarse con otros dentro de un entorno virtual de juego se maneja de la misma forma en que interactuamos con otras personas en la realidad ya que depende del espacio y tiempo en que se hable y los temas que se busque para entablar un diálogo.

Esta forma de relacionarse en los entornos virtuales de juego por lo tanto puede presentarse de maneras más fáciles para uno que para otros, puesto que la percepción

sobre estos entornos y los objetivos dentro del mismo pueden no ser los mismos, por lo tanto, la persona buscará interactuar con aquellas personas que puedan aportar en el cumplimiento de sus objetivos y así crear conexiones emocionales que se impulsan en los entornos virtuales de juego.

Frente a la forma de relacionarse e interactuar con otros jugadores la entrevistada presenta su experiencia al decir que: “Jugar videojuegos, me abrió a mí la vida social como un hijuemadre, pues no sé si es porque yo sea muy sociable o lo que sea, pero gracias a los juegos, es que literalmente todo mi círculo de amigos actual es referente a eso (risa) (...). Si estamos acá (Villavicencio) ya llegamos todos y estamos todos juntos, entonces yo creo que los videojuegos, pues para mí son todo lo contrario a de pronto un estigma de encierro, de que te hace quedar en la casa, pues para mí ha sido todo lo contrario” (Entrevista No. 3)

Es así como esta realidad muestra que los videojuegos son una forma o un medio más para conocer a otras personas e interactuar con estas e incluso presentan la oportunidad de participar en diferentes espacios, online u offline, y con diferentes temáticas que pueden ser equivalente a la infinidad de mundos virtuales de juego que existen y es respecto a esta construcción diaria y colectiva que Ardevol (2003) habla de estas realidades como algo que “está ahí fuera, tampoco en la pantalla, sino algo que construimos y experimentamos de una forma mediada. La interconectividad genera contextos de interacción a partir de acciones simuladas que pueden ser compartidas por los distintos usuarios” (p. 15).

Es por esto, que los videojuegos se plantean como una construcción colectiva e interconectada que trasciende los espacios y reúne a los jugadores en la red para que recreen y reconstruyan sus identidades y puedan apropiarse y construir cultura.

El último caso que se propone analizar es el de Entrevistado No. 4 quien es oriundo de Argentina y estuvo trabajando en la ciudad de Villavicencio como gestor de cultura Gamer junto con la Asociación TeamSimulator y ha participado dentro de los entornos virtuales de juego desde diferentes roles y a la fecha se dedica a: “(...) la parte de logística y planificación de equipos para Lich eSports y para la Universidad de Carolina, también me encargo del manejo de la marca junto a mi compañero y las conexiones con las mismas. Actualmente también soy encargado y coach del equipo de “Overwatch” de la universidad” (Entrevista No. 4)

En este caso se plantea la realidad de un joven que proviene de un contexto cultural diferente y estuvo que trabajando en Villavicencio para implementar proyectos de promoción de cultura Gamer junto con otras personas, por lo tanto, se brinda la oportunidad de hacer un paralelo de primera mano frente al desarrollo que ha tenido la comunidad Gamer entre la comunidad y cultura de Argentina con la de aquí se ha desarrollado en Colombia y en Villavicencio.

Para iniciar este paralelo este joven presenta la edad en que comenzó a participar en el entorno de los videojuegos y como eran las comunidades de videojuegos en esa época a lo que respondió: “Empecé a jugar aproximadamente como a los 12 años, en la época de los cibernets, donde estaba haciendo boom el “Counter Strike” junto con otros juegos como el “Age of Empires” y “Mu Online (...). Las comunidades de juegos en mi época eran muy chicas la verdad, solamente habían 2 o 3 grandes como Área 51, un cibercafé que hacía torneos de Counter Strike a nivel nacional, pero fuera de eso eran comunidades relativamente chicas, era más que nada entre cibernets o internamente de los cibernets” (Entrevista No. 4)

Aquí se muestra un panorama parecido al que se puede observar en Villavicencio hasta hace tres años, más o menos, pues fue por esta época en que se

presentaron inicialmente eventos a gran escala enfocados al entorno de los videojuegos, en donde las actividades locales referentes a los videojuegos estaban enmarcadas dentro de competencias entre cibercafés y torneos internos entre las personas/jugadores que asistían a estos lugares.

De igual forma la participación que este joven ha tenido respecto a la cultura Gamer enmarca no solo los ideales, o la proyección de su entidad, dentro de su espacio-tiempo, sino la de un colectivo en el que se llevaban a cabo diferentes actividades que permitieran lograr un reconocimiento de la comunidad Gamer dentro de los contextos locales en los cuales se trabajaba, dichas actividades expresadas por él fueron: “Aparte de como jugador también fui encargado de comunidad, también fui logística de eventos para comunidad y también trabajé en eventos como tal, esos fueron como mis aportes. De la parte de jugadores, encargado de equipos o dueño de equipos, y ahora en la parte de logística, también en la parte de ventas de computadoras para toda el área gaming y promoción para equipos” (Entrevista No. 4)

Es por esto por lo que se plantea una de las falencias, que más adelante se analizarán, que tiene la cultura Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio y es el subestimar estos entornos dentro del desarrollo de la persona y a causa de esto, la inversión de tiempo que se realiza a la construcción y promoción de estos entornos de videojuegos no pueden llevarse a cabo.

Se toma como ejemplo a los jóvenes anteriormente presentados quienes a pesar de tener proyectos relacionados a la temática de los videojuegos, el tiempo que dedicaban al desarrollo de estos o la participación en los mismos se veía relegada a los tiempos libres o a la socialización con el círculo social, y la causa de esto en ambos casos era la presión de los padres a dejar de lado la participación en los videojuegos pues según ellos podría ser contraproducente para su desarrollo personal y profesional.

En el caso de la entrevista No. 3, y como ella lo expresa, se disfrutó de “muchísima suerte” para lograr gestionar la comunidad Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio y a pesar del tiempo y las conexiones emocionales que se realizó con las personas que participaban dentro de este entorno, su proyección actual no presenta al entorno de los videojuegos como una opción para su desempeño laboral y/o profesional, ya sea por las dificultades que presentaba el seguir apoyando la comunidad en su vida personal, la falta de apoyo, la no organización dentro de la misma comunidad o cualquier otra razón personal que puede tener.

Frente a la cultura local y la posible influencia que los videojuegos pueden tener en esta, el joven expresó que: “La verdad llegamos con muchas expectativas y demás, pero nos dimos cuenta que había un bloque muy duro que teníamos que romper ya que la cultura colombiana todavía no estaba para algo así, no estaba asimilada para los videojuegos y demás, por temas sociales, religiosos, ese tipo de aspectos era muy difícil ya que los jugadores colombianos son muy buenos la verdad, hay muchos que sobresalen pero ese estigma social de no querer dedicarse a lo suyo y de hacer un esfuerzo para luego dedicarse a los estudios” (Entrevista No. 4)

Pero aún frente a la cultura que no había asimilado la temática de los videojuegos dentro de sus expectativas sociales se consiguieron logros y metas de las cuales él habla al decir: “(...) fue ahí cuando quisimos hacer Copa de Leyendas Villavicencio, un evento que la verdad junto con otras personas dejamos un punto de partida para todos los eventos que se realizaron a partir de ese momento en esa ciudad. Hubo colaboración de mucha gente y de muchas marcas, tuvimos la suerte de ser patrocinados por Logitech, y la verdad se realizó un evento muy bonito, muy lindo, de la cual se generó mucho “hype” y mucha expectativa para los eventos siguientes y digamos que también fue una pequeña semilla que dejamos para otras organizaciones de

cómo se debía realizar un evento, temas temáticos, respecto a organización, respecto a movimiento de la gente, patrocinios, todo eso en general, ya que habían otras organizaciones que lo venían haciendo pero a la gente no le terminaba de convencer” (Entrevista No. 4)

Es desde el análisis del desarrollo histórico de los videojuegos dentro de la ciudad de Villavicencio que se plantea este evento “Copa de Leyendas Villavicencio” como un hito en la relación a los eventos a gran escala dentro de la localidad y como un impulso para el reconocimiento que la comunidad Gamer logró conseguir al reunir a equipos locales, y de otras ciudades, para competir en una puesta de escena enmarcada en los enfrentamientos finales reuniendo a una grupo de personas de diferentes edades para observar un entorno virtual de juego.

Después de este evento, realizado en el año 2016, se empezaron a consolidar diferentes comunidades de juego locales dentro de espacios virtuales en las cuales se buscaba reunir a las personas de la misma ciudad, quienes participaban y compartían los mismos espacios virtuales de juego a fin de consolidarse y definirse como una comunidad de juego de Villavicencio, como es el caso del fan page de Facebook llamado Fortnite Villavicencio, LoL Villavicencio, Fifa Villavicencio, entre otros.

Es así como en los últimos tres años, los jóvenes de Villavicencio han empezado a identificarse y darse a conocer, por lo menos a través de redes sociales, como jugadores pertenecientes a diferentes de comunidades Gamer en donde participan, comentan y comparten las experiencias que se viven dentro de los entornos virtuales de juego.

Es en este desarrollo de la identidad de la persona/jugador con la comunidad Gamer que se da inició a procesos más organizados, los cuales que pueden llegar a tener

una influencia aún mayor en el individuo y, por ende, dentro de la comunidad local. Como puede ser el caso de la participación especializada (profesional) como aporte a la comunidad, la participación como fanático, la gestión o logística de eventos de comunidad Gamer o la participación como jugador competitivo dentro de los diferentes espacios deportivos que se han ido creando en localidad y fuera de esta.

En este último caso en el que un individuo se proyecta dentro de un ambiente competitivo se habla sobre unos requisitos que se deben cumplir para llegar al cumplimiento de este objetivo, los cuales son: “Un jugador profesional requiere muchas cosas la verdad: concentración, ganas, decisión por sobre todas las cosas, la posibilidad de querer mejorar, la posibilidad de autosuperación y por sobre todo la determinación de querer ser el mejor, creo que eso son disciplinas muy básicas que tiene que tener un player para ser profesional y constancia por sobre todas las cosas también” (Entrevista No. 4)

Estos requisitos proyectan en el jugador/individuo que pretende llegar a plantearse ser jugador profesional el tomar una decisión que, como se ha visto en la cultura de Villavicencio, puede llegar a enfrentar las perspectivas que otras personas tienen frente a los videojuegos. Estas contrariedades se basan en la cultura aprehendida dentro del espacio-tiempo en el cual el joven se encuentra, se desarrolla y se proyecta.

Hasta que no se llegue primeramente a un reconocimiento general de los videojuegos como una forma de desarrollo profesional o laboral, no cambiará la percepción que se tiene sobre los mismos juegos. Teniendo en cuenta que se considera como una economía que crece anualmente y una comunidad que es aceptada por miles de millones de personas en el mundo, por lo que no es una actividad de unos cuantos. Además, se debe brindar el apoyo que sea necesario al ámbito deportivo, tanto por la

población como por el Estado, para que la sociedad, y sobre todo los jóvenes, puedan ver un apoyo al momento de plantearse como meta desarrollarse en este entorno.

En algunas ciudades colombianas como Cali, Medellín y Bogotá, e incluso en el ámbito nacional a través del Ministerio de las TIC, se están brindando apoyo a desarrolladores de videojuegos, a equipos locales, a eventos relacionados con este entorno y por lo tanto se podría decir que a la comunidad Gamer como tal, dentro de sus diferentes opciones de participación, en la población en Villavicencio desconoce estos incentivos y siguen guardando la percepción de los videojuegos como algo sin sentido o esporádico, lo cual no permite su desarrollo a la misma velocidad con la que estos entornos de videojuegos de están desarrollando en Latinoamérica y en el plano global.

Grupo de enfoque

A partir de aquí se presenta el análisis de problemáticas respecto a la cultura Gamer el cual se realiza a través de un diálogo de saberes realizado el 20 de octubre de 2018 con diferentes gestores de comunidad Gamer en Villavicencio, se analiza algunas de estas problemáticas anteriormente presentadas y en base a las experiencias y conocimientos de estos personajes dentro del desarrollo de la cultura Gamer se analiza las realidades y sucesos que no han permitido que esta cultura haya ganado el reconocimiento y/o la aceptación en un ámbito de crecimiento mundial.

Problemáticas que enfrenta la comunidad Gamer en Villavicencio

En el desarrollo de este documento de investigación se han ido presentando las diversas formas en que la cultura Gamer influencia y se encuentra inmerso dentro de la cultura de Villavicencio, de forma general en las encuestas y de forma más específica en

las entrevistas realizadas, y a través de estos análisis se han ido presentando algunas de las razones por las que la cultura Gamer, a pesar de su reconocimiento mundial, todavía se ve con escepticismo y/o recelo al percibirse como una actividad sin beneficio para quien participa, que puede llegar a crear una dependencia e incluso llevar a la persona a alinearse de la sociedad y de su entorno.

Es así como dentro de las problemáticas que se han presentado están la cultura tradicional (costumbres) y religiosa que se vive dentro del territorio nacional y que se observa en Villavicencio, la dependencia de los jóvenes frente a la aceptación de los padres al tomar decisiones que lleven a que este se desarrolle en estos ámbitos, el incumplimiento de los requisitos tecnológicos y de conexión a la red para acceder a los entornos virtuales de juego, e incluso se presentaron las expectativas sociales que se ciernen sobre los jóvenes lo que impide que estos tomen decisiones en base a lo que les gusta hacer y decidan hacer lo que la sociedad necesita, o exige, de ellos.

Villavicencio no tiene una comunidad Gamer organizada

Dentro de las problemáticas planteadas dentro de la localidad se ha enunciado la falta de organización por parte de las comunidades Gamer en Villavicencio, pero en el dialogo de saberes desarrollado con gestores de esta comunidad se observa que la falta de organización también hace referencia a los jugadores y fanáticos, a las empresas locales que podrían apoyar el desarrollo de este ámbito, a las entidades estatales que no dan reconocimiento al desarrollo de estos ámbitos y a algunos gestores que entran a participar en este ámbito sin objetivos claros y dejan malos precedentes para el desarrollo de la comunidad, es decir, la falta de organización y/o unificación de esfuerzos por parte de las personas que apoyan o trabajan alrededor de esta temática y

de la comunidad en sí misma, está dando una proyección en la que la inversión en este ámbito no es viable.

Frente a la percepción que la localidad tiene respecto a los videojuegos entrevistado No. 7, gerente comercial de Colombia Esports – Villavicencio, habla de 3 grupos importantes a los cuales se les deben informar las dinámicas que los videojuegos tienen hoy día, estos grupos son: los institutos educativos, las empresas y los padres. Respecto al primer grupo expone: “Nosotros (Colombia Esports) ya dimos charlas en colegios que fue INEM, Caldas, CASD y que pasaba para ellos, primero nos tocó un mes, y se le digo más, para que los colegios dijeran “sí”, porque es que decían (los colegios) “¿qué le van a contribuir al estudiante” “si quieren, estén en la charla” y se le dieron 2 charlas porque tocaba primero dividirlos de 9° a 11 y de 9° a 6° porque ya a los otros tocaba otro tipo de charla, y cuando llegamos a la charla muchos cambiaron ese chip y dijeron “bueno, de eso lo pueden vivir pero bajo su responsabilidad y es educar” (Entrevista No. 5)

Aquí se muestra que cuando las instituciones educativas visualizan una organización visible y representada en las actividades o propuestas que se presentan, estos espacios de educación pueden llegar a ser un punto de información tanto para los estudiantes que pueden llegar a interesarse en participar en estas temáticas o para los docentes y directivas, quienes ven estos espacios como oportunidades en las que el estudiante analice si participa en estas actividades y espacios, y las opciones que existen dentro de estos entornos.

De igual forma este joven habla sobre la percepción de las empresas frente a los videojuegos y sigue expresando: “(...) las empresas veían y aún lo ven que eso (los videojuegos) no da dinero, pero no da dinero por qué, porque no se muestra, porque falta espacios y los que lo muestran lo quieren así instantemente (...). Pero qué es lo que

pasa, que va a seguir pasando, pero eso va a ser difícil de quitar, entonces se van al mejor postor (...)” (Entrevista No. 5)

Al hacer una relación entre las actividades económicas, dentro de los contextos deportivos, que más producen aportes es en lo referente a la publicidad y al merchandising, las empresas se promocionan a través de los equipos que forman parte de los diferentes escenarios competitivos, pero en el caso de los videojuegos en Villavicencio estos escenarios no han tenido suficiente reconocimiento. Por otro lado, las mismas empresas locales no reconocen a los videojuegos en su entorno competitivo, cualquiera que sea el juego, y no ven que el alcance que ellos esperan sea el viable para realizar una inversión en el apoyo de equipos locales, es decir, los equipos locales que no han tenido reconocimiento ni méritos, como la misma comunidad Gamer que no ha sido aceptada por la población, es lo que ocasiona que las empresas no vean viables la inversión y el apoyo en estas actividades.

Por último, la perspectiva que este joven ha experimentado respecto a la postura de los padres es: “(...) el padre no va a hacer de que usted juegue, de que usted se eduque bajo esto porque para mí los juegos son una perdedera de tiempo y plata, y yo a usted lo saque de las máquinas cuando chiquito (...), así de simple” (Entrevista No. 5)

Esta percepción presenta que esta problemática se repite en más de uno de los jóvenes que participan dentro de la comunidad Gamer e incluso, como se vio en las encuestas, se plantea como el reto más grande que los gestores, y la misma comunidad, debe lograr es la de informar y concienciar a los padres respecto a las dinámicas que representan los videojuegos hoy día.

Dentro del dialogo de saberes también se hizo referencia a comunidades o lugares de reunión y encuentro destinados a la participación en videojuegos que crearon

precedentes negativos frente a lo que es la comunidad Gamer, el entrevistado No. 5 ejemplifica algunas de estas comunidades en Villavicencio y dice que: “(...) lastimosamente las caras de eso en ese momento eran “Huevox” y eran “1089” y el negocio funciona, pero se quedó estancado, se quedó ahí, no evolucionaron, entonces los padres veían eso, solo eso, y no empezaron a ver que los videojuegos empezaron a crecer, se volvieron una carrera, se volvieron un estudio, se volvieron un montón de cosas” (Entrevista No. 5)

Estas comunidades o espacios de reunión o encuentro en algunos casos pueden llegar a crear percepciones negativas frente a la población en general ya que no proyectan lo que puede llegar a ser la comunidad Gamer, sino que se quedan en la prestación de un servicio en un espacio, en muchos casos sin normativas, en donde la persona accede y se va sin brindar un contexto a lo que hoy día son las dinámicas de los videojuegos como tal.

Aquí se pretende separar aquellos espacios que pretenden fomentar la participación y la competencia entre las personas/jugadores que se encuentran inmersas dentro de los contextos de videojuegos, que crean conexiones emocionales entre sí y se identifican a sí mismo como miembros de la comunidad Gamer, espacios en los que se crean normas básicas de convivencia y se brindan equipos acordes a los requisitos y exigencias que brindan los juegos, espacios temáticos que brindan diferentes servicios a fin de que la persona/jugador conozca y comparta sobre los videojuegos.

Contrario a esto existen espacios que buscan aglomerar personas/jugadores sin presentar normativas o donde no existe una atención a los comportamientos de las personas que se encuentran participando en estos, espacios que no interactúan y no se identifican con una comunidad o un colectivo, conformándose como realidades que pueden llegar a presentar precedentes negativos y una mala proyección hacia la

localidad de Villavicencio. De igual forma estos precedentes negativos no aportan al desarrollo de la comunidad Gamer, pero si buscan verse beneficiados de los videojuegos y de las dinámicas relacionadas a este contexto creciente que se observa en estos días.

Falta de reconocimiento estatal

El reconocimiento de los videojuegos, en su ámbito competitivo, por parte de las entidades estatales que debieran impulsar el desarrollo de las prácticas deportivas han tenido avances reducidos en lo que se refiere a la aceptación de estas prácticas como un deporte, lo cual afecta al reconocimiento de empresas y espacios dedicados a desarrollar estas actividades y al apoyo dentro de los procesos que se requieren para que un equipo de jugadores quienes se proyecten como profesionales dentro del área de los videojuegos en cualquiera de sus variantes.

Este apoyo no se refiere solo a aportes monetarios sino a los posibles incentivos como el aporte de profesionales que acompañen el entrenamiento y la práctica del jugador, la creación de espacios públicos destinados a estas prácticas, la oferta de capacitaciones tanto para jugadores como para profesionales de acompañamiento deportivo, etc., pues como en cualquier otro deporte el ámbito competitivo de los videojuegos requiere un acompañamiento al jugador en el proceso que se realiza y dicho apoyo debería prestarse tanto por el Estado, como por empresas privadas que reconozcan estas dinámicas e impulsen el desarrollo de estas prácticas dentro de la región.

Respecto a la falta de apoyo del Estado el entrevistado No. 5 ejemplifica esta falta de reconocimiento al mencionar: “(...) cuando nosotros creamos TeamSimulator y nosotros llegamos a Colombia, creamos legalmente la empresa y entonces dijimos

“listo, ¿qué somos nosotros?, nosotros somos marca para hacer eventos enfocado en los videojuegos, venta y transporte de computación y todo lo que tenga que ver, manejo manager y coach, y como íbamos a hacer el proyecto de un LAN Center, entonces comida y manejo de comida”, entonces cuando fuimos a buscar el Rut y los números de cada uno, nos llevamos una sorpresa, no aparece videojuego, por lo menos en ese momento (...)” (Entrevista No. 5)

Hasta hace unos años (2017) la Cámara de Comercio de Villavicencio creo un código de registro para que las empresas dedicadas a los videojuegos pueden registrarse y funcionar legalmente en sus actividades de promoción y práctica de estos. Pero este avance se ve reducido cuando el reconocimiento del individuo, como participante de este ámbito, no es reconocido legalmente pues el entrevistado No. 5 más adelante sigue diciendo: “(...) la política colombiana no te ayuda, porque yo soy de In Designs, cuando yo me iba a sacar el Rut personal, yo dije “Yo soy In Designs”, no aparece, “diseñador de videojuegos enfocado en redes”, tampoco, “¿qué hay relacionado con videojuegos?”, lo único que encontré fue juguetería” (Entrevista No. 5)

Esto presenta que se reconocen las empresas dedicadas al ámbito de los videojuegos dentro de la economía local pero no se reconoce a la persona como profesional dentro de este ámbito, puesto que a pesar de que en Colombia no existan entidades (por lo menos no hasta la realización de esta investigación o que se tenga conocimiento) que oferten carreras técnicas, tecnológicas o profesionales relacionados con los videojuegos, en otros países como Argentina y México se ofertan carreras de diseño de videojuegos, programador de videojuegos, jugador profesional, artista de videojuegos, entre otros.

Es por esto, que se puede decir que la falta de reconocimiento no solo se da en los contextos profesionales o deportivos, sino que el apoyo en los contextos económicos

se realiza en beneficio de estos y no de la población local que participa en estos ámbitos de videojuegos. Para ejemplificar esta falta de apoyo el entrevistado No. 7 presenta su experiencia al decir que: “(...) yo hubiera querido el año pasado meter a la Alcaldía y la Gobernación al evento, pero sabe por qué no lo hice, porque me dijeron “¿cuánto vale el evento?, yo por qué tengo que venderle algo que estoy haciendo yo, y ahorita es lo mismo “¿cuánto vale?”, entonces no los volvimos a tocar” (Entrevista No. 5)

De igual forma la entidad que debería promover el deporte en Villavicencio, como lo es Idermeta, presenta una participación en el desarrollo de los videojuegos expresada por el entrevistado No. 7 al expresar con enfado: “¿Saben para lo único que han entrado Idermeta? Para cobrarnos el impuesto por deporte, cuando esto no es deporte en Colombia” (Entrevista No. 5)

Es así como la falta de reconocimiento y apoyo estatal al reconocer el ámbito competitivo de los videojuegos como un práctica deportiva y, al mismo tiempo, el esperar que las empresas y colectivos declaren impuestos de acuerdo con los eventos y actividades económicas que se realizan dentro de la localidad es lo que ha llevado a la comunidad Gamer a buscar el apoyo de empresas privadas en el desarrollo de los videojuegos enmarcado en el poco reconocimiento que este ámbito presenta por parte de la administración local.

Las empresas no ven viable el ámbito competitivo de los videojuegos en Villavicencio

En este aspecto se presenta un efecto dominó en el que la comunidad Gamer no se encuentra organizada, el reconocimiento del Estado es bajo y el compromiso que se requiere para desarrollar el ámbito competitivo de los videojuegos se ve frenado por la

cultura y las costumbres locales, y al observar esto las empresas observan que el invertir dentro de los entornos de videojuegos no es tan rentable como se esperaría y que no existe suficiente reconocimiento de estos ámbitos para que valga la proyección en estos espacios.

El entrevistado No. 5 presenta dos problemáticas que tienen las empresas al observar la viabilidad de la inversión en los entornos de videojuegos: “El primero, es que la empresa está sentada esperando a que le llegue, pero el público no conoce cómo llegarle, y segundo, que las empresas que hay acá, aquí en Colombia, tienen un presupuesto tan limitado porque el consumo es mínimo” (Entrevista No. 5)

De esta forma ejemplifica algunas de las empresas que en algún momento apoyaron el escenario competitivo de los videojuegos y que debido a esta falta de viabilidad en donde la responsabilidad es compartida, entre la empresa que oferta y el jugador que consume, se dio paso a que: “Pentium se fue, EVGA cambio de *Community Manager* y ahorita el que esta, está totalmente alejado por el tema que paso con GG Colombia hace unos años; MSI cambio, ahora el MSI es este muchacho que estaba en Inwin, Dermatel desapareció completamente, Logitech tiene un problema terrible con las empresas acá consumidoras y a donde va este problema, la ignorancia del público” (Entrevista No. 5)

Aquí se presenta una problemática referente a las relaciones entre la empresa-consumidor, y es que el consumidor no quiere invertir en el desarrollo de estos ámbitos de videojuegos en lo referente a tecnologías (procesadores, tarjetas gráficas, Ram) y merchandising (mercancía referente al videojuego), pero sí exige que se las puestas en escena sean lo suficientemente impactantes y que se brinde el suficiente apoyo en la participación en estas prácticas por parte de las empresas, y el Estado, cuando estas mismas no ven la retribución que otros deportes o prácticas pueden llegar a conseguir.

Al final lo que las empresas dicen a los gestores y líderes de comunidad es que: “Tiene que culturizar, sí es cierto, pero hay una cosa, nosotros no podemos culturizar gratis es imposible hacerlo gratis, necesitamos que las empresas nos ayuden” (Entrevista No. 5)

Es por esto que los diferentes contextos de los videojuegos deben desarrollarse con el mismo objetivo y es el de informar a la población sobre lo que representa actualmente los contextos y dinámicas de los videojuegos, y promover en las personas participantes dentro de dicha comunidad que la identidad se desarrolle tanto en los mundos virtuales de juego como dentro de los contextos cotidianos, lo cual puede llegar a permitir que este reconocimiento puede llevarse a cabo por parte de empresas privados y públicas, de familiares y amigos, con el fin de organizar y proyectar dicha comunidad como una forma de construcción cultural y social dentro de la ciudad de Villavicencio.

La cultura de la piratería afecta la cultura Gamer

Como se ha visto anteriormente la inversión dedicada a los videojuegos en Latinoamérica comprende apenas el 4% (aproximadamente 5600 millones de dólares) de la inversión global, según la empresa de análisis de videojuegos Newzoo, entre el año 2018 y 2019, lo cual presenta que la participación en la industria de los juegos en esta región hasta ahora se está viendo representada.

Una de las razones que se propone para que esta inversión, en proporción a otros países, sea tan baja es la cultura de la piratería que florece constantemente en nuestra sociedad. No se pretende analizar las razones ni los orígenes de esta costumbre o comportamiento, pero sí se relaciona este hecho con la inversión económica que los jóvenes y los padres, que hasta cierta edad son quienes proveen la diversión y el entretenimiento, realizan respecto a la adquisición de videojuegos originales, a la

compra de merchandising referente a estos, a la falta de apoyo frente a los eventos realizados en este contexto y a las compras de elementos dentro de los mundos virtuales.

Respecto a esta cultura de piratería relacionada a los videojuegos el entrevistado No. 9, CEO del local Gaming House en Villavicencio, menciona: “Uno de los problemas acá en Colombia y casi de Latinoamérica fue el problema de la ilegalidad, resulta que mientras que en Europa se compraba el juego original de la Play Station de cualquier juego, en Latinoamérica se pirateaba entonces el juego perdía valor” (Entrevista No. 5)

La pérdida de valor a la que hace referencia, sigue comentando, es la mínima inversión que se debía realizar para poder participar y adquirir los videojuegos comenzando con la Play Station 1, comprendida por la consola y los CD de videojuegos, los cuales se presentaban como algo desechable que podría ser cambiado o mandado a arreglar a bajo costo.

Incluso en la actualidad con las nuevas consolas que el mercado ha venido creando y vendiendo, se han realizado esfuerzos para que estas no puedan ser modificadas para funcionar con videojuegos piratas/ilegales, pero aun así el comercio ha visto la aparición de estos dentro del mercado, aunque con algunas restricciones dadas al comprador como lo son la falta de conexión a internet y la ausencia de soporte técnico y garantía por parte de la empresa que vende dicha consola.

Es así como al momento de observar la percepción que las localidades tienen respecto a los videojuegos se presenta que estos dicen: “(...) “pero es que los videojuegos no dan plata”, obvio es que ellos ven que el CD vale 5 mil pesos o 3 mil pesos, ellos no ven que actualmente un juego está valiendo 156 mil pesos o que hay

proyectos como la gente de Bucaramanga que están haciendo Cristal, el juego va a valer 45 mil pesos según lo que ellos dicen” (Entrevista No. 5)

Es así como la cultura de la piratería ha afectado el crecimiento y desarrollo de la cultura Gamer en las diferentes regiones en Latinoamérica y, por el análisis que se ha realizado, se podría decir que en Villavicencio es parte de las comunidades afectadas en donde los videojuegos han perdido valor a causa de la baja inversión que se requería para adquirir una consola o un videojuego como tal.

Ahora que el contexto global de los videojuegos se ha ido haciendo más visibles no solo frente a los jóvenes sino frente a la sociedad en general, y debido a los esfuerzos que las empresas creadoras, productoras y comercializadoras de videojuegos han realizado para evitar la ilegalidad/piratería en estos, se ha ido transformando poco a poco esta percepción a través de la publicidad y la promoción de sus productos/juegos en el que los beneficios que se presentan frente a un videojuego original, ha permitido que las comunidades virtuales de juego hayan visto un fortalecimiento y un aumento respecto a la adquisición de estos.

Pero se presenta en este momento una problemática que está relacionada a la falta de motivación para adquirir un videojuego original los cuales pueden llegar a costar entre €50 a €80 euros (cerca a los \$300 mil pesos colombianos), y al ser cotizado por un padre de familia, en la mayoría de los casos, puede no acceder a estos. En el caso de videojuegos independientes, Indie, o de otras categorías (carreras, aventura, acción, terror), los costos pueden ser más bajos pero las comunidades que se forman alrededor de estos pueden no llegar a ser tan concurridas.

También en el caso de videojuegos oficiales MMO como World Of Warcraft, Diablo 3, Overwatch, entre otros, en los cuales se presentan compras, o también

llamadas microtransacciones, dentro del videojuego los cuales pueden ser simplemente cosméticos o pueden llegar brindar una ventaja al aumentar las características básicas de un personaje (a través de armas, armaduras, consumibles, etc.), presentando estas compras como un modo de alcanzar una victoria o lograr un reconocimiento dentro del mundo virtual de juego más fácilmente.

Esta variedad de inversiones que se presentan dentro de la compra y participación en los videojuegos ocasionan que: “(...) si hablamos de un padre de familia que quiere regalarle una Xbox One a un hijo y el hijo quiere jugar Overwatch o juega otro título diferente, Call of Duty, dice “el Overwatch vale 150 mil pesos y el Call of Duty está en promoción, Call of Duty 1, en 70 mil pesos, yo le compro el Call of Duty”, ósea, no va a jugar un triple A online sino que va a jugar un triple A de hace 4 años atrás” (Entrevista No. 5)

Es por esto que la cultura de la piratería/ilegalidad no ha permitido que la población de Villavicencio pueda observar el verdadero valor de los videojuegos comprendido en los riesgos e inversiones que se realizan al momento de crear, producir y vender estos, observando en algunos casos al videojuego como algo como poco valor dando paso a la adquisición de videojuegos con un menor costo pero con fechas de lanzamiento antiguas en donde existen comunidades de baja población debido a la creciente oferta y/o evolución de los videojuegos.

El entrevistado No. 9 ejemplifica esta situación respecto a Call of Duty 1, en donde a este año se han lanzado más de 16 juegos de esta saga siendo el más reciente Call of Duty: Modern Warfare lanzado el 30 de mayo de 2019 y esto sin contar con los juegos derivados de esta saga. Esto mismo sucede en videojuegos como Fifa, PES, Assassins Creed, entre otros muchos que crean lanzamientos anualmente y en donde las comunidades migran, de acuerdo con su aceptación del juego y las mejoras que este

presenta, para ser participantes en mecánicas acordes a los nuevos mundos virtuales de juego creados.

Propuestas para mejorar estas problemáticas de la comunidad Gamer en

Villavicencio

Cuando se logra enunciar las problemáticas que afectan el desarrollo de una comunidad, se presenta que las personas interesadas en mejorar el desarrollo de la comunidad Gamer en Villavicencio, quienes participaron en el diálogo de saberes dando a conocer las diferentes historias y experiencias de vida de una comunidad la cual se encuentra fragmentada en diferentes colectivos y buscan intereses comunes en procesos separados, se concluyó y se propone a partir de este diálogo incentivar las siguientes prácticas:

“El boca a boca a diferencia de otras comunidades o de otras empresas, el boca a boca del mundo de los videojuegos es muy grande, es muy rápido, ósea, lo que está sucediendo acá en Villavicencio, lo que está sucediendo en Medellín, todo nos enteramos” (Entrevistado No. 5)

“Para romper ese estigma hay que crear estrategias de modo que se vinculen el ocio que consideran los padres, de los videojuegos, con lineamientos que vinculen la educación con los videojuegos” (Entrevistado No. 6)

“La cuestión es mostrar a las personas, a todos los espectadores que esto no es un entretenimiento sino también vamos a ir al área educativa, hoy en día la tecnología está abarcando todo” (Entrevistada No. 10)

“(…) el tratar de hacer o de fundamentar los videojuegos y la cultura de comprar, de pagar, de hacer una inversión en un equipo o de pagar en un ciber lo que realmente se tiene que pagar, es muy lento y es de enseñar” (Entrevistado No. 9)

“(…) el hecho de culturizar (…) es decirle al joven “usted quiere aprender, vea es que la información esta acá, estudie” “vea yo le doy a usted el acceso para que usted empiece a estudiar empírico y bien hecho”, no es necesario traer a nadie, aquí en Villavicencio, en Colombia, hay gente que está muy capacitada para tomar esos roles, ¿cuál es el asunto?, cogerlos, clasificarlos, “aquí está la información, hágale pues trabaje” (Entrevistado No. 8)

“(…) siempre buscar un ligamiento entre lo que significa deporte electrónico con educación, emprendimiento, cultura, todo lo que le interesa realmente a las marcas y a las entidades gubernamentales” (Entrevistado No. 7)

Estas prácticas reconocen las diferentes poblaciones que se encuentran enmarcadas en Villavicencio y que pueden llegar a promover, o por el contrario ralentizar, el desarrollo de la cultura Gamer y es así como las transformaciones que deben hacerse no deben comprender solo a aquellos líderes o gestores que se han dedicado desde sus oportunidades y experiencias al desarrollo de esta cultura, sino de la misma comunidad que ha seguido arrastrando estas problemáticas.

En el momento que la organización de los esfuerzos de la comunidad Gamer sea realizado dentro del contexto local, se podrá dar paso a procesos más amplios en los que se pueden llegar a involucrar aquellas poblaciones que actualmente se plantean como contrarias a los objetivos de la comunidad, como lo son los padres y el Estado, de forma en que estos sean conscientes de las oportunidades que los videojuegos brindan no solo

en el ámbito competitivo o profesional sino en el desarrollo de habilidades de concentración y trabajo en equipo, el desarrollo de las interacciones y comunicaciones, el fortalecimiento y apoyo a comunidades virtuales, el libre desarrollo de la identidad y la personalidad y la participación en procesos de construcción cultural acordes a los intereses de la persona.

Observación no participante

El desarrollo que la comunidad Gamer ha tenido dentro de la ciudad de Villavicencio está compuesto por sucesos y/o eventos que han permitido que la misma comunidad se reúna fuera de los contextos virtuales de juego y dando paso a la proyección en la localidad a través de espacios dedicados a la cultura del videojuego, a los aficionados que se encuentran a competir entre ellos o que se reúnen a observar encuentros, ya sea profesionales de otros lados o locales, o que crean una puesta en escena en el que el asistente puede participar de diversas maneras.

Esta comunidad Gamer se ha reunido alrededor de diferentes mundos virtuales de juego, ya que las comunidades giran o emigran de acuerdo con las tendencias que la industria presenta, aunque existen juegos que sin importar la época seguirán siendo tendencia y su fanaticada se encuentra comprometida con el videojuego como es el caso de videojuegos como The King of Fighters, FIFA o PES, entre otros.

Para observar como este desarrollo histórico se ha visualizado en Villavicencio se plantea presentar una breve reseña histórica de los videojuegos desde su primera propuesta alrededor de los años 60's hasta la actualidad y cuales se plantean que han sido los hitos más importantes en esta industria.

Tabla 1 – Breve reseña histórica de los videojuegos

Año	Videojuegos sobresalientes	Características
1961	Spacewar	Steve Russell, estudiante del MIT, creó un juego de ordenador interactivo cuyo escenario fue el espacio exterior. Al ser los ordenadores muy costosos no se pudo lanzar al mercado.
1971	Computer Space	Noland Bushnell, estudiante de Salt Lake City, crea un juego basado en Spacewar. El juego fue comercializado por Nutting Associates y vendió menos de 2000 ejemplares.
1972	Odyssey	Creado en 1967 por Ralph Baer y comercializado por Magnavox en forma de consola que se conectaba al televisor.
1974-1983	Space Invaders Atari Football Monaco GP Karate Champ Battle Zone Death Race y otros	Conversión de juegos arcade a consolas. Nacieron los juegos aventura, estrategia, simulación y juegos de rol en los ordenadores domésticos. Con 20 compañías que desarrollaban videojuegos para 1979 se facturaron 330 millones de dólares, para 1982 esta cifra se multiplicó por diez. Entraron al mercado compañías como Sega Enterprise Ltd. Y Nintendo Company Limited.
1983-1985		Mucha oferta de videojuegos y poca calidad. El precio de los videojuegos y los ordenadores replanteó la conveniencia de los consumidores. Los 3000 millones de dólares facturados en 1982 se convirtieron en 100 millones en 1985. Los sistemas y videojuegos anteriores a esta época se les conoce como “clásicos”.
1985-2000	Saga Street Fighter Super Mario Bros Sonic Tetris Tomb Raider y otros	Los arcades tuvieron un estancamiento técnico mientras que las consolas tuvieron un boom en sus ventas. Las compañías Nintendo, Sega y Nintendo se destacan. La crisis que hizo que en 1985 se facturaran 100 millones de dólares se convirtieron en 2300 millones en 1988. Las compañías lanzaron videojuegos que se convertirían en insignias como Mario Bros (Nintendo) o Sonic (Sega). La producción de juegos para ordenador aumentó, aunque por su calidad no destacaron.

		Para finales del siglo pasado se ha ido incrementando la rivalidad entre videojuegos de PC y consola.
2000 - actualidad	Las nuevas consolas creadas por Sony, Microsoft y Nintendo Videojuegos para PC eSports	Sony lanza su consola Play Station 2 y a la fecha en el mercado se encuentra la última consola denominada Play Station 4. Microsoft entra la industria en 2001 con Xbox y actualmente su tercera generación se denomina Xbox One. Los ordenadores personales al mejorar sus componentes técnicos entran en rivalidad con las diferentes consolas del mercado. Los eSports y sus eventos competitivos a nivel mundial reúnen a cerca de 300 millones de personas constantemente. Los gobiernos de Estados Unidos, Alemania y Corea reconocen los eSports como un deporte y sus jugadores como atletas. Twitch.tv se plantea como la principal plataforma para seguir los eSports.

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Tejeiro & Pelegrina (2008)

Creación de comunidades y eventos de cultura Gamer en Villavicencio

En Villavicencio este desarrollo de los videojuegos ha tenido como resultado la creación de diferentes comunidades de juegos que dieron inicio apoyadas en encuentros realizados dentro del entorno virtual de juego y que han ido construyendo una identidad dentro de la comunidad.

Como se mostró anteriormente estas comunidades están basadas en diferentes videojuegos y, por ende, en diferentes consolas y empresas que crean y distribuyen estos videojuegos, por lo que a continuación se presentarán algunas de las comunidades que se desarrollan en Villavicencio y que han realizado diferentes eventos en busca de reunir a la comunidad e impulsar la apropiación y la construcción de cultura Gamer.

Creación de la comunidad LoL Villavicencio en Facebook – 13 de agosto de 2012

Somos la comunidad más grande y activa de League of Legends en la ciudad de Villavicencio y los llanos orientales en general, aquí podrás encontrar torneos, actividades, integraciones y sobretodo mucho bardo v: ¡Te esperamos! (Fan Page LoL Villavicencio, 2012)

Esta comunidad creada por la empresa Esports Villavicencio se desarrolla con base en el videojuego League of Legends y a la fecha cuenta con más de 2400 miembros y 12 moderadores y administradores. Las comunidades que buscan impulsar y organizar la comunidad mantienen unas reglas o normativas para la participación de sus miembros a riesgo de ser expulsado del grupo, y se mantiene una constante participación y publicación de eventos, streaming por parte de los miembros y administradores e información sobre competencias realizadas con base en el videojuego.

La comunidad Gamer de League of Legends anteriormente se encontraba realizando torneos en los cibercafés de la época tales como Zona Gamer, Gaming House, entre otros, o encuentros que se realizaban en parques locales con el fin de que la misma comunidad se conociera y se identificaran dentro de la localidad con otras personas que compartieran intereses y gustos afines en al videojuego.

En 2017 se dio inició a la Liga de Campeones Villavicencio -LCV- que fue creada y publicitada por los administradores de esta comunidad y hasta la fecha se viene realizando mensualmente este evento.

Además, como se observa en la imagen 2, en este año 2019 se han realizado dos eventos de gran convocatoria en la ciudad de Villavicencio y es el medio oficial por el cual se muestran los resultados de la Liga de Campeones Villavicencio de League of Legends y se comparten las partidas que se desarrollan en este espacio competitivo.

Imagen 2 – Eventos de la comunidad LoL Villavicencio

The image shows the Facebook interface for the 'LoL Villavicencio' group. The left sidebar contains navigation options like 'Información', 'Conversación', 'Miembros', 'Eventos', 'Videos', 'Fotos', 'Archivos', 'Recomendaciones', and 'Video en grupo'. Below this is a search bar and a list of 'Accesos directos' to other groups. The main content area displays a grid of event photos at the top, followed by a navigation bar with 'Eventos' and 'Calendario' tabs, and buttons for 'Configuración' and '+ Crear evento'. The event list is organized by month and year:

- agosto**
 - Desafío de Campeones**
Domingo, 25 de agosto de 2019 a las 10:00
Julian David Moreno Riveros and 974 other guests
- junio**
 - Critical Techno**
Sábado, 29 de junio de 2019 a las 21:00
Danna Agudelo Barbosa and 1.993 other guests
- mayo**
 - Cineforo Video Juegos: Pipeline**
Viernes, 31 de mayo de 2019 a las 15:00
Jhohan Camilo González and 141 other guests
- Septiembre de 2018**
 - View Party Gamer: Final LLN**
Sábado, 8 de septiembre de 2018 a las 15:00
Jhohan Camilo González and 608 other guests
- Junio de 2018**
 - Liga Local Villavicencio- Apertura 2018**
Lunes, 11 de junio de 2018 a las 13:00
Alejandra Pérez Mondragón and 2.362 other guests
- Mayo de 2018**
 - GAME FEST - 2018**
Domingo, 13 de mayo de 2018 a las 11:00
Jhohan Camilo González and 1.407 other guests

Fuente: Fan Page LoL Villavicencio

Creación del grupo Gamers Villavicencio en Facebook – 05 de febrero de 2015

El grupo está pensado para compartir contenido gamer, interactuar y participar en competencias organizadas por Esports Villavicencio (Grupo Gamers Villavicencio, 2015)

Este perfil al igual que LoL Villavicencio fue creado por la empresa Esports Villavicencio y se crea con el fin de interactuar en base a las diferentes comunidades de videojuegos, sobre todo eSports, que se encuentran en la localidad.

A la fecha cuenta con 934 miembros y en este espacio interactúan comunidades virtuales como LoL, Fortnite, Free Fire, entre otros, en donde se promocionan eventos y encuentros que se realizan en Villavicencio relacionados con videojuegos o con tecnología, promoción de merchandising relacionado a la cultura de los videojuegos, anime, comics, entre otros; información referente al contexto regional y mundial de las comunidades de videojuegos e incluso ventas de consolas, juegos y herramientas tecnológicas relacionadas a la experiencia de juego.

Este grupo es el medio oficial por el cual se promociona el Game Fest Villavicencio que se realiza desde el año 2018 y que tendrá una segunda entrega este año que en principio estuvo planeada para realizarse el 20 de octubre de 2019 y se aplazó para realizarse el 22 de diciembre de 2019.

Imagen 3 – Publicidad Game Fest 2019

GAME FEST 2019
FESTIVAL DE ESPORTS, VIDEOJUEGOS Y ENTRETENIMIENTO

COLISEO ALVARO MESA AMAYA
VILLAVICENCIO, META

20 OCT 2019
8 AM

ESPORTS
FINAL LCV FINAL LEF

TORNEOS DIAMANTE
FIFA 19 FORTNITE HALO 2 CALL-DUTY BLACK OPS II
\$1'000.000 Premiación (cada uno) \$30.000 Inscripción

TORNEOS RUBÍ
BATTLEGROUND'S CLASH ROYALE POKÉMON MOBILE LEGENDS CTR AGE OF EMPIRES CS:GO SUPER SMASH BROS
\$300.000 premiación (cada uno) \$15.000 inscripción

Banda en vivo • Concurso Cosplayers • Zona de Retro • Venta artículos
Actividades • Rifas • Stands tecnología • Influencers invitados

ESPORTS VILLAVICENCIO U-13 CONGRESO efecty MSI logitech ASTRO ACDES ghl

Fuente: Perfil de Facebook de la empresa Esports Villavicencio

Como se puede observar en la imagen 3 en este espacio se promocionan las comunidades de videojuego de League of Legends -LoL-, Free Fire, Fifa, Fornite, Halo 2, Call of Duty – Blacks Ops II, Playerunknown’s Battleground – PUBG-, Pokemon Go, Mobile Legends, Crash Team Racing -CTR-, Age of Empires, Counter Strike y Super Smash Bros, que son algunos de los videojuegos en los cuales las personas/jugadores que se identifican con la cultura Gamer se reúnen a competir, lo cual presenta la variedad de comunidades que existen y las tendencias que se mantienen, ya que algunos de estos videojuegos tienen una fecha de lanzamiento de décadas atrás (como Halo 2 o CTR), y otros videojuegos alrededor de los cuales se siguen fortaleciendo sus diferentes colectivos y, por ende, los individuos que se identifican con estas comunidades.

Torneo Copa de Leyendas Villavicencio – 7 de mayo de 2016

COPA LEYENDAS es un torneo creado para todos ustedes con el ánimo de incentivar los eSports en la región y apoyar a todos aquellos que quieren cumplir su sueño de convertirse en jugadores profesionales. Los 4 equipos finalistas tendrán la oportunidad de coronarse campeones y llevarse a casa el Trofeo Leyendas con muchos otros espectaculares premios (Fan Page Copa Leyendas Villavicencio, 2016)

En las entrevistas realizadas se observó que la comunidad Gamer en Villavicencio tenía como punto de encuentro dentro de la localidad los cibercafés ubicados en diferentes sectores de la localidad en los cuales se realizaban torneos y competencias entre los asistentes a estos espacios, es decir, la convocatoria para participar en estos espacios competitivos estaba limitada a aquellos que asistieran a estos cibercafés o fueran allegados a quienes asistían, razón por la cual entre 2012 (creación de la comunidad LoL Villavicencio) y 2016, la comunidad Gamer no se proyectó en busca de un reconocimiento metropolitano sino que se desarrolló en base a la identificación de la población de Villavicencio interesada en los videojuegos y quienes participaban en competencias creando equipos para estos encuentros.

El Torneo Copa Leyendas Villavicencio fue el primer encuentro realizado en esta ciudad con convocatoria nacional en la cual participaron más de 40 equipos, aproximadamente 250 participantes, cuya final se realizó en el centro de convenciones del Gran Hotel. Tuvo un cubrimiento por medios nacionales como El Tiempo, medios especializados como Frikiup, emisoras como Los 40 principales Villavicencio, canales locales como CNC Villavicencio e incluso medios universitarios como el Periódico La Pluma de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Imagen 4 – Publicidad Copa Leyendas Villavicencio



Fuente: Facebook del evento Copa Leyendas Villavicencio

En este evento realizó una puesta en escena patrocinada por Centro Comercial Llanocentro, Sky Way agencias de viajes, Grand Hotel y Logitech, al cual asistieron más de 600 personas como observadores de la competencia entre los 4 equipos finalistas quienes competían por los premios que ofertaban por la primera y segunda posición.

El equipo ganador fue el equipo Chiguiros of Love y el evento principal contó con bandas musicales, Cosplayers y se podría decir que se posicionó como hito en lo relacionado a eventos de videojuegos dentro de Villavicencio.

Imagen 5 – Equipo Chiguiros of Love campeones de Copa Leyendas Villavicencio



Fuente: Facebook del evento Copa Leyendas Villavicencio

Creación de la comunidad Clash Royal villavo en Facebook – 03 de octubre de 2017

Organización para ligas y torneos de Clash Royale Villavicencio (Fan Page Clash Royale villavo, 2017)

El videojuego Clash Royale es un juego para móviles que en el año 2017 incursionó en el panorama mundial de los eSports con el campeonato Crown Championship denominado el primer mundial de Clash Royale.

En Villavicencio se han realizado diferentes torneos de este videojuego y el último se realizó en el cibercafé Games 1987 el 30 de junio de 2019.

Imagen 6 – Publicidad torneo Clash Royal en Villavicencio



Fuente: Fan Page Clash Royale villavo

Esta comunidad actualmente no ha tenido nuevos eventos a través del grupo de Facebook y se plantea que la razón de esto fue el lanzamiento del juego para celular Brawl Stars, creado por la empresa Supercell creadora de Clash Royale.

De cualquier forma, la presencia de colectivos dentro del mundo virtual de este juego se puede observar en el buscador de clanes en el cual, como se observa en la Imagen 7, se ven relacionados nombres con la palabra Villavicencio o villavo en el cual es posible que participen jugadores locales con personas allegadas o conocidos dentro de la localidad.

Imagen 7 – Buscador de clanes en Clash Royale



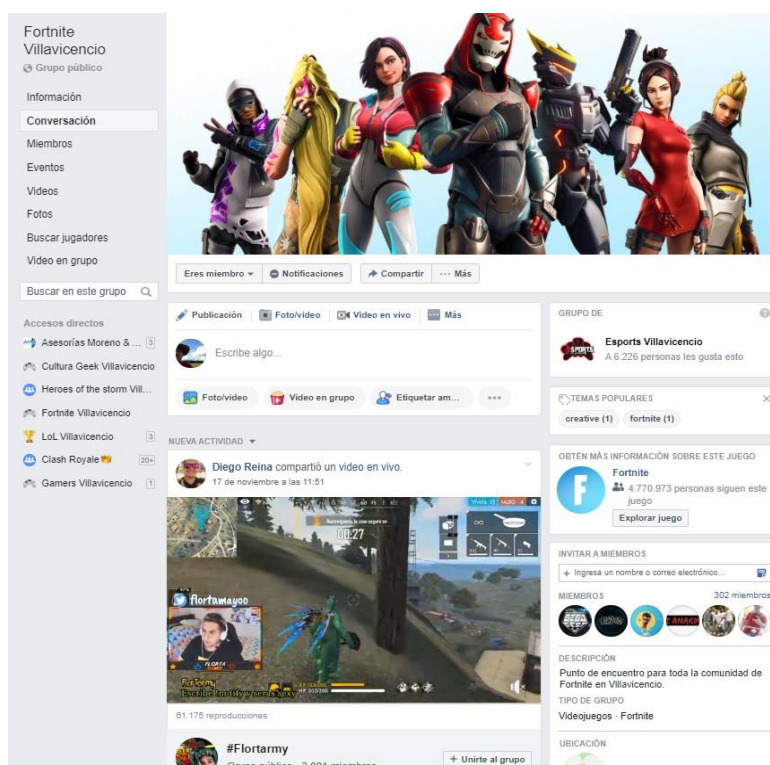
Fuente: Buscador de clanes Clash Royale

Creación de la comunidad Fortnite Villavicencio en Facebook – 13 de abril de 2018

Punto de encuentro para toda la comunidad de Fortnite en Villavicencio (Fan Page Fornite Villavicencio, 2018)

Esta comunidad comprende a la fecha 302 miembros y cuenta con publicaciones periódicas quienes participan en este juego lanzado inicialmente en septiembre de 2017 en la consola de Xbox y en fechas posteriores en diferentes plataformas como PC/Mac, Play Station, Ios, Android y Nintendo Switch, siendo una fortaleza la variedad de plataformas de acceso que tiene dando así la oportunidad al jugador de participar en este mundo virtual y en esta comunidad con cualquiera de las anteriormente presentadas.

Imagen 8 – Comunidad Fornite Villavicencio en Facebook



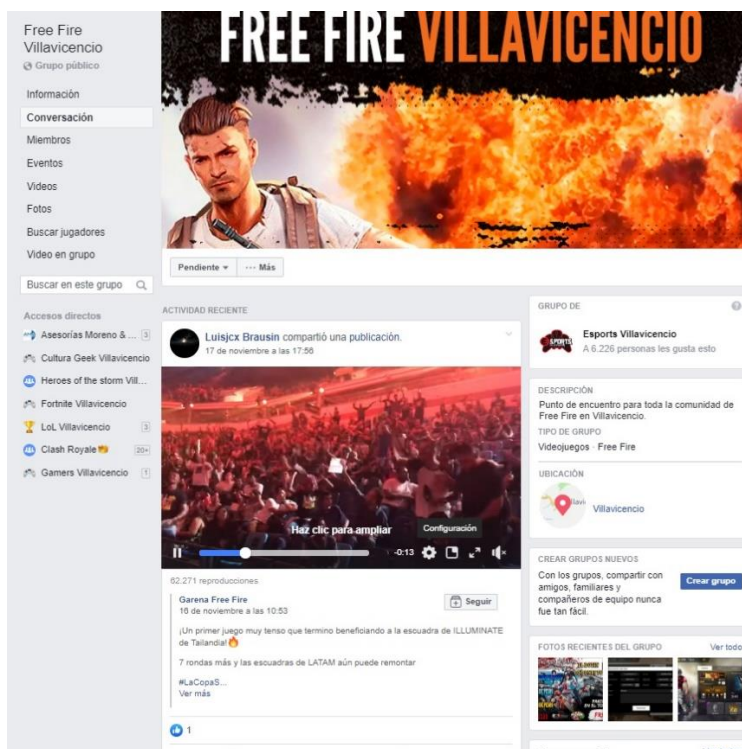
Fuente: Grupo Fortnite Villavicencio

Creación de la comunidad Free Fire Villavicencio en Facebook – 31 de agosto de 2019

Punto de encuentro para toda la comunidad de Free Fire en Villavicencio (Fan Page Free Fire Villavicencio, 2019)

El juego Free Fire es un juego para móviles gratuito lanzado en diciembre de 2017, esta comunidad en Facebook cuenta con 628 miembros y se encuentra activa pues las publicaciones de partidas en streaming por parte de los miembros y administradores, la retransmisión de torneos regionales y locales, la búsqueda de equipos para partidas, la publicidad de eventos locales relacionados al juego y a la comunidad de Free Fire, e incluso algunas publicaciones están relacionadas a la venta de tecnología o cuentas de este videojuego.

Imagen 9 - Comunidad de Free Fire Villavicencio en Facebook



Fuente: Grupo Free Fire Villavicencio

Creación de la comunidad FIFA Villavicencio en Facebook – 05 de septiembre de 2019

Punto de encuentro para toda la comunidad de FIFA en Villavicencio (Fan Page FIFA Villavicencio, 2019)

La comunidad de FIFA Villavicencio se presenta reciente a pesar de que este videojuego, en sus anteriores versiones, se ha presentado constantemente por más de 2 décadas (lanzado en 1993) y como se observa en la Imagen 10 cuenta actualmente con 18 miembros y 7 publicaciones en el último mes. No se puede observar el tema de las publicaciones pues esta información está restringida solo para miembros, pero podría hacerse referencia a eventos locales o encuentros relacionados a este videojuego en Villavicencio como se plantea en la descripción del grupo.

Imagen 10 - Comunidad de FIFA Villavicencio en Facebook

The screenshot displays the Facebook group interface for 'FIFA Villavicencio'. The cover image features three EA Sports FIFA Ultimate Team players. The group's description reads: 'Punto de encuentro para toda la comunidad de FIFA en Villavicencio.' The privacy settings are set to 'Privado' (Private). The group has 18 members and 7 new posts in the last 30 days. The group was created on September 5, 2019. The page also shows a list of administrators (Johan, Camilo, and Esports Villavicencio) and a section for 'Grupos sugeridos' (Suggested groups) with a link to 'ANIMACIÓN LIVE'.

Fuente: Grupo Free Fire Villavicencio

Evento Geek and Games festival -GEGA Fest – 10 y 11 de noviembre de 2019

Geek & Games Festival, es un evento de cultura y entretenimiento, que reúne a fanáticos del anime, comics, cultura pop, comunidades y videojuegos. Aquí podrás darte cita para compartir, aprender y divertirse (Fan Page Geek & Games Festival, 2019)

Este evento organizado por las empresas Innova Game SAS y la corporación de Movimiento Alternativo de Cultura, Contracultura y Ocio – MACCO-, que son entidades que buscan promover en Villavicencio, y en los Llanos Orientales, la cultura Geek relacionada a la tecnología, los videojuegos, el anime y el cómic, entre otros contextos culturales, realizado en el Parque Malocas de Villavicencio.

Imagen 11 – Publicidad GEGA Fest 2019



Fuente: Fan Page Geek & Games Festival

En este evento se presentan actividades como concursos de Cosplayer, Batalla de Bandas, presentación de artistas, competencia de videojuegos móviles, consolas y de pc, presentación de comunidades y coleccionistas relacionados a la cultura Geek, de igual forma se propone un pabellón para la exhibición de tecnología.

Además, dentro de los objetivos que se plantearon para la organización de la cultura Gamer en Villavicencio, se realizaron conferencias y charlas relacionadas a las dinámicas profesionales y empresariales del mundo Gamer, Cosplayer, entre otras, y se habló sobre las preocupaciones que tiene la sociedad frente a estas nuevas culturas como el caso de la adicción, la alineación social, entre otros.

Imagen 12 – Publicidad sobre ¿qué es el GEGA Fest?



Fuente: Fan Page Geek & Games Festival

Esta breve reseña histórica presenta las diferentes comunidades y eventos que han tenido y tienen relevancia dentro de la ciudad de Villavicencio, no se pretende decir que son los únicos que se han creado o realizado, pero son aquellos que han dejado unas evidencias y han creado un proceso visible para todo aquel que quiere conocer ya sea por redes sociales, blogs, contenidos audiovisuales u otra forma de registrar.

De igual forma se presentaron a la fecha cuales son las comunidades de videojuegos que presentan más presencia en la ciudad de Villavicencio, ya que la

variedad de opciones de mundos virtuales de juego está en constante crecimiento por lo cual estos son solo una parte de las actividades en la que las personas/jugadores participan en su cotidianidad y alrededor de las cuales se han creado comunidades no solo virtuales sino locales/presenciales que se reúnen, comparten, interactúan y crean conexiones emocionales.

Empresas en Villavicencio relacionadas con la construcción de cultura Gamer

Al realizar un análisis del contexto histórico que han tenido los videojuegos y la cultura Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio se presentó que algunas de estas comunidades son impulsadas por empresas registradas y reconocidas legalmente, es decir, en Villavicencio existen entidades privadas que promueven la cultura Gamer y buscan generar espacios en los cuales la comunidad se pueda reunir y dar a conocer a la población en general sobre las dinámicas que se realizan en este contexto.

Estas empresas buscan impulsar parte de la organización necesaria dentro de la cultura Gamer en la localidad puesto que estas están reuniendo a las personas con el objetivo de informar a la población entre la que se incluye las entidades gubernamentales a través del apoyo de eventos; los padres de familia a través de charlas, conferencias y sitios de contacto en los cuales puede conocer y preguntar sobre las dudas que se tengan; y de la misma forma hacia los mismos miembros de la comunidad creando espacios de interacción, competencia y capacitación para conocer sobre las oportunidades que se presentan dentro del contexto de los videojuegos.

Es por esto por lo que se presentaran estas empresas brevemente y algunos de los programas que han venido desarrollando en beneficio de la apropiación y construcción de cultura Gamer en Villavicencio.

Movimiento alternativo de Cultura, Contracultura y Ocio – MACCO

La entidad MACCO es una corporación que funciona desde el año 2015 la cual cuenta con registro en Cámara de Comercio, DIAN y otros entes de control, su página oficial se encuentra en Facebook bajo el nombre MACCO FEST y actualmente cuenta con 861 seguidores. Esta corporación tiene como objetivo:

El desarrollo de proyectos y actividades cívicas, culturales, artísticas, deportivas, educativas y ecológicas con la misión de establecer nuevos espacios de cultura y esparcimiento alternativo, asociados especialmente con las diferentes tribus urbanas, deportivas y subculturales (cultura japonesa/otakus, juegos rol, videojuegos, parkour y demás deportes alternativos, artes plásticas, entre otras) que constantemente han surgido en la región y el país con una acogida indiscutible por parte de niños, adolescentes y adultos jóvenes (MACCO FEST, 2019)

Imagen 13 – Logo de la entidad MACCO



Fuente: Facebook entidad MACCO

Esta entidad entre otras muchas actividades realizadas desde el año 2015 fue uno de los organizadores del GEGA Festival 2019 que se realizó en Villavicencio en el parque Las Malocas en donde se reunieron en torno a la cultura de los videojuegos, el anime, los cómics, entre otras.

Innova Game SAS

La entidad Innova Game SAS, In-Game, es una empresa formada en el año 2018 por jóvenes de la ciudad de Villavicencio que ya venían aportando a la comunidad Gamer como gestores y en la logística de eventos locales.

Imagen 14 – Logo de la entidad Innova Game SAS



Fuente: Facebook entidad Innova Game SAS

La descripción que estos mismos dan es:

INNOVA GAME IG SAS es una empresa llanera creada por seis jóvenes de la ciudad de Villavicencio, concebida con la vocación de desarrollar eventos sociales, artísticos y culturales en Colombia promoviendo la sana competencia, esto con el fin de incentivar, cultivar y generar una comunidad competitiva frente a los diferentes juegos electrónicos, vídeo juegos, juegos tradicionales, juegos de mesa, entre otros, desarrollamos eventos virtuales y presenciales para los diferentes jugadores tanto profesionales como no profesionales (Innova Game, 2019)

Dentro de los aportes que más resaltan de estos jóvenes anterior a la organización como entidad privada es la gestión y realización de la Liga Local Villavicencio que se realizó en 2017 y 2018 creando una puesta en escena para la culminación de esta y con una asistencia por parte de la comunidad Gamer local y otros interesados en conocer más sobre esta cultura.

Imagen 15 – Publicidad de la final de la Liga Local Villavicencio 2018



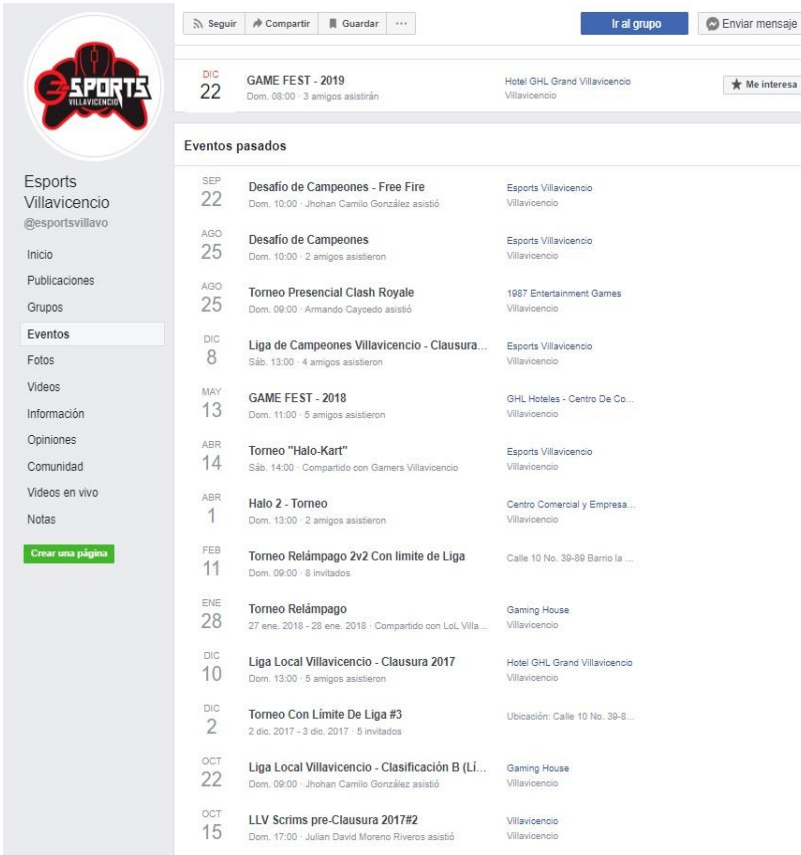
Fuente: Facebook de la organización Liga Local Villavicencio

De igual forma la entidad Innova Game SAS fue uno de los organizadores del GEGA Fest 2019 realizado el 11 y 12 de noviembre del año 2019.

Esports Villavicencio

La entidad Esports Villavicencio se propone como uno de los colectivos que han tenido una mayor presencia dentro de la ciudad, y que se han proyectado no solo a la comunidad Gamer que habita y consume videojuegos en la región sino a las empresas y otras entidades fuera de la zona, que también promueven y trabajan en el desarrollo de la cultura Gamer en Colombia.

Imagen 16 – Eventos realizados por la entidad Esports Villavicencio



The screenshot shows the Facebook profile of Esports Villavicencio. The profile picture is a logo with the text 'ESPORTS VILLAVICENCIO'. The page name is 'Esports Villavicencio' with the handle '@esportsvillavo'. The page is categorized as 'Eventos'. A list of past events is displayed, including 'GAME FEST - 2019', 'Desafío de Campeones - Free Fire', 'Desafío de Campeones', 'Torneo Presencial Clash Royale', 'Liga de Campeones Villavicencio - Clausura...', 'GAME FEST - 2018', 'Torneo "Halo-Kart"', 'Halo 2 - Torneo', 'Torneo Relámpago 2v2 Con límite de Liga', 'Torneo Relámpago', 'Liga Local Villavicencio - Clausura 2017', 'Torneo Con Límite De Liga #3', 'Liga Local Villavicencio - Clasificación B (L...', and 'LLV Scrims pre-Clausura 2017#2'.

Fecha	Evento	Ubicación
DIC 22	GAME FEST - 2019	Hotel GHL Grand Villavicencio Villavicencio
SEP 22	Desafío de Campeones - Free Fire	Esports Villavicencio Villavicencio
AGO 25	Desafío de Campeones	Esports Villavicencio Villavicencio
AGO 25	Torneo Presencial Clash Royale	1987 Entertainment Games Villavicencio
DIC 8	Liga de Campeones Villavicencio - Clausura...	Esports Villavicencio Villavicencio
MAY 13	GAME FEST - 2018	GHL Hoteles - Centro De Co... Villavicencio
ABR 14	Torneo "Halo-Kart"	Esports Villavicencio Villavicencio
ABR 1	Halo 2 - Torneo	Centro Comercial y Empresa... Villavicencio
FEB 11	Torneo Relámpago 2v2 Con límite de Liga	Calle 10 No. 39-89 Barrio la ...
ENE 28	Torneo Relámpago	Gaming House Villavicencio
DIC 10	Liga Local Villavicencio - Clausura 2017	Hotel GHL Grand Villavicencio Villavicencio
DIC 2	Torneo Con Límite De Liga #3	Ubicación: Calle 10 No. 39-8...
OCT 22	Liga Local Villavicencio - Clasificación B (L...	Gaming House Villavicencio
OCT 15	LLV Scrims pre-Clausura 2017#2	Villavicencio Villavicencio

Fuente: Facebook de la entidad Esports Villavicencio

Esta identidad se describe como:

Esports Villavicencio es una organización que tiene como objetivo principal fomentar, desarrollar y estructurar el deporte electrónico en la región promoviendo su reputación, popularidad y regulación, exponiéndolo como una tendencia cultural y deportiva por medio diferentes marcos competitivos proyectados a exportar talentos locales, generando visión de una escena competitiva eficaz y coherente con el contexto regional en el que se puedan desempeñar profesionalmente dentro del campo de los deportes electrónicos enlazando al jugador a un ambiente en el que puede indagar sus capacidades motoras y comunicativas en equipo e individualmente, sembrando al mismo tiempo espectáculo para los espectadores y seguidores en nuestros eventos y un

mercado viable para demás organizaciones y marcas (Esports Villavicencio, 2019)

En el proceso de construcción de cultura esta empresa ha desarrollado y trabajado con diferentes comunidades como algunas de las que se presentaron como parte del tejido histórico y otras como: Pokemon Go Villavo, Apex Legends Villavo, COD Villavicencio (Call of Duty), Counter Strike Villavicencio, PUBG Mobile Villavicencio y Mobile Legends Villavicencio.

Además, esta entidad representa a Villavicencio en la Asociación Colombiana de Esports en donde se reúnen las entidades Liga Élite (Barranquilla), Global E-sports (Bucaramanga), Agua Gaming Pro (Bogotá), Versus Colombia (Medellín), Void e'Sports (Cali) y Colombia Esports de Villavicencio.

Imagen 17 – Logo publicitario de la Asociación Colombiana de Esports - ACOES



Fuente: Facebook de la Asociación Colombiana de Esports

Es así como se presenta el desarrollo histórico de la cultura Gamer en Villavicencio, las realidades que viven algunos de los personas/jugadores en su cotidianidad y como los videojuegos son percibidos, a partir de sus experiencias, por sus

familias, allegados y por la sociedad; las problemáticas planteadas respecto a la comunidad Gamer en Villavicencio y como se proyectan los diferentes gestores para proponer soluciones a estas; y las entidades que actualmente están trabajando para el desarrollo de esta cultura.

El aumento de las conexiones que se presentan en Colombia aunado a la proyección que están teniendo las comunidades Gamer en diferentes regiones y los esfuerzos mancomunados que estos colectivos están desarrollando, se proponen como una base estable para que la apropiación y construcción cultural de la cultura Gamer, a pesar de todos los retos que se presentan, en Villavicencio y en otras regiones del territorio nacional.

Esto daría paso a que estos contextos sean entendidos por la posición que tienen hoy día en el contexto global como mercado, deporte y consumo mediático, y prepararían a la sociedad de Villavicencio (población, Estado) para el aumento que se proyecta en el ámbito de los videojuegos y de los eSports como ámbito competitivo dentro de estos.

Discusión de resultados

Dentro del proceso de investigación se plantearon tres variables que guían el proceso de investigación y se presentan en el siguiente orden: Apropiación, Construcción e Influencia. Las dos primeras variables conllevan el proceso del trabajo de campo y objetivos específicos de investigación en los cuales se recolectó información de la población de estudio representante del proceso local en Villavicencio; la tercera variable se presenta como la respuesta al objetivo general de investigación,

variable en la que se observa la influencia que estos procesos de construcción cultural Gamer inmersos dentro de la cultura local.

De acuerdo con el análisis de resultados descritos en el apartado anterior en el cual se presentan el proceso y las técnicas de recolección implementadas dentro de la propuesta de investigación, se describe en segmentos los aportes cuantitativos, cualitativos y mixtos que cada uno de estas apartes tuvo.

Para analizar cada una de las variables se dio paso a la división en subvariables a partir de las cuales, dependiendo del trabajo de campo realizado, se dividieron en cuantitativas o cualitativas y de igual forma se presenta una matriz mixta sobre la influencia de la cultura Gamer en la que se da una valoración y se argumenta dicho valor.

Estas subvariables son: Lenguaje, Simbología, Cultura, Cotidianidad e Historia y/u Conocimiento, las cuales se abordaron dentro de la presentación de los resultados y a través de las cuales se busca analizar los aspectos o prácticas que se han visto influenciados en el contexto local.

De igual forma se pretende evidenciar si estos entornos virtuales de juego han transformado las interacciones entre participantes, como se dan estas transformaciones o cambios propuestos como premisa de este estudio, si las interacciones con terceros no participantes dentro del entorno de juego se han visto influenciadas las relaciones e interacciones por parte de la comunidad local y cuál es la perspectiva que tienen diferentes grupos (jóvenes, padres) y entidades sociales (Estado, empresas) respecto a los videojuegos.

A partir de cada una de estas subvariables se presenta un análisis de estas posibles transformaciones y al final se propone una matriz mixta respecto a los resultados obtenidos dentro del trabajo de campo.

Análisis cuantitativo y cualitativo de la variable apropiación

En este segmento se da paso al análisis de la apropiación de cultura Gamer en la cultura del municipio de Villavicencio a partir de los resultados presentados anteriormente expresados a través de matrices de análisis (Tabla 2 y 3) en las que se separa los componentes cuantitativos y cualitativos de la variable apropiación.

Esta variable se entiende en este análisis como el proceso mediante el cual el joven, o interesado, conoce las prácticas y espacios referentes a la cultura Gamer y como estos procesos son aceptados dentro del desarrollo identitario del mismo, lo cual da paso más adelante a entender cómo se realiza el proceso de construcción cultural de estas dinámicas.

De igual forma se dividen los resultados entre grupos de hombres y mujeres con el fin de entender si estos procesos de apropiación se presentan uniformemente dentro de la población objetivo de estudio o si se presentan diferencias al momento de abordar y conocer sobre las dinámicas relacionadas a la cultura Gamer.

Tabla 2 - Matriz cuantitativa – Variable apropiación

VARIABLE APROPIACIÓN				
			Hombres	Mujeres
LENGUAJE	Interacción con personas externas al contexto local	Nacional	42%	20%
		Extranjero	62%	28%
	Interacción con otros idiomas		82%	52%
SIMBOLOGÍA	Identidad frente a los videojuegos		17%	11%
CULTURA	Reconocimiento de la cultura Gamer		64%	34%
COTIDIANIDAD	Espacios en los que se percibe la cultura Gamer		Barrio 51%	Universidad 48%
HISTORIA Y CONOCIMIENTO	Conocimiento de los procesos culturales locales		36%	6%
	Percepción global de la comunidad Gamer		68%	29%

Fuente: Elaboración propia

Apropiación del lenguaje - cuantitativo

La apropiación respecto al lenguaje en la que los individuos/jugadores interactúan en el entorno de videojuegos se realiza en mayor medida con personas externas al contexto local en el caso de los hombres, mientras que en las mujeres esta participación se encuentra presente, se muestra una amplia diferencia respecto a las interacciones con personas/jugadores fuera del país.

Estas interacciones con extranjeros dan paso a la presencia no solo de percepciones y opiniones diferentes al contexto en el que se desarrolla cotidianamente, sino a valores, tradiciones, expresiones, vocabulario y diálogos diferentes al que se tiene dentro del contexto local. En este aspecto se resaltan las dinámicas en cuanto al lenguaje que se emplean dentro de los entornos virtuales como por ejemplo las normas de netiqueta y en el caso de los videojuegos, los extranjerismos usados en las conversaciones, las contracciones de palabras, las palabras técnicas, entre otras cosas.

De igual forma la interacción con otros idiomas diferentes al español ocasiona que extranjerismo (anglicismos, galicismos, etc.) se convierten en parte de la jerga manejada dentro de estos ambientes, pero es dentro del componente cualitativo de esta subvariable que se ejemplifica esta influencia.

Apropiación de la simbología – cuantitativa

Respecto a la identidad que se puede formar al interactuar en un contexto específico y socializar alrededor de este, se puede decir que la identidad alrededor de los videojuegos no se ha apropiado o por lo menos no marca un proceso identitario dentro de los jóvenes.

Este proceso identitario es aquel en el que se reconoce como parte del desarrollo cultural y cotidiano del individuo las prácticas o procesos culturales en las cuales se participa o de las cuales se hace parte. En la Matriz Cuantitativa (Tabla 2) esta identidad referente a la apropiación de la cultura Gamer como entorno identitario no se encuentra desarrollada.

Estos procesos parten inicialmente del conocimiento o reconocimiento de procesos de construcción cultural desarrollados ya sea dentro del contexto local en los

que se desarrolla la persona/jugador o en la red, Internet o videojuegos, por lo cual y en base al desarrollo menor a una década presentado dentro de los resultados de la recolección de información, se podría decir que la apropiación identitaria de los videojuegos es baja o poco desarrollada.

Apropiación de la cultura – cuantitativa

En el caso de la apropiación de la cultura Gamer como parte del contexto local en el cual se perciben diferentes procesos de construcción cultural o actividades de promoción alrededor de esta temática, se plantea una diferencia clara entre hombres y mujeres, ya que los primeros reconocen el contexto de los videojuegos como una cultura y dentro de su contexto cotidiano observan, participan y/o desarrollan procesos relacionados a este ámbito, en cambio un tercio de la población de mujeres son las que reconocen estos procesos como una construcción cultural sin importar si participan en estos contextos o no.

Esta apropiación cultural puede variar de persona a persona ya que la aceptación de estos entornos depende del entorno en el cual se desarrolle el individuo, es decir, de los procesos culturales que se adelanten respecto a otras prácticas, del círculo social en el cual el individuo interactúa, de los recursos tecnológicos que se posean, de la visibilidad individual respecto a la información en el contexto global o local que se tenga respecto a los videojuegos, entre otros factores, los cuales se presentan en una cifra en este apartado y se profundizaran a partir de las experiencias compartidas en la matriz cualitativa de la variable apropiación.

Apropiación en la cotidianidad – cuantitativo

En la apropiación de la cultura Gamer y la percepción de esta dentro de la cotidianidad se presenta que hay una disparidad puesto que esta visualización en los hombres se da mayormente en el barrio donde reside el individuo, en cambio las mujeres son más allegadas a estos procesos en el entorno universitario.

Esto puede deberse a que alrededor de las residencias de los individuos/jugadores se presentan lugares de encuentro que son más acordes a sus gustos, en el cual los hombres son los que más buscan entornos cercanos que les permitan participar en esta práctica sin la presión que puede presentarse en sus hogares, es decir, un sentimiento de libertad y/o camaradería con otros jugadores.

Otro razonamiento que se presenta es que estos espacios cercanos al joven referente a los videojuegos prestan servicios con mejores recursos tecnológicos que los tienen en adquisición, esto puede decirse en cuanto a la gama del computador (procesador, tarjeta gráfica, RAM), a la velocidad de conexión a Internet o a la estabilidad de dicha conexión.

En el caso de las mujeres quienes perciben estas prácticas y/o procesos dentro de los espacios universitarios, en el caso de la población de estudio quienes son estudiantes de primer semestre, puede deberse a la promoción de eventos relacionados a los videojuegos, a la aceptación y apoyo de la universidad respecto a estas prácticas o, como en el anterior caso, a la posesión dentro de la universidad de recursos tecnológicos acordes a los requerimientos técnicos de estos videojuegos.

El entorno universitario al cumplir con varios de los requisitos para acceder a los entornos virtuales de juego, se plantean como puntos de promoción e implementación de prácticas y eventos relacionados a este entorno, por la que el espacio universitario se

plantea acorde a ambos grupos en el cual, dependiendo del apoyo de la institución, se pueden adelantar dichos procesos.

Apropiación de la historia y el conocimiento – cuantitativo

Respecto al conocimiento que se tiene de la comunidad Gamer se observa que hay un reconocimiento mayor en los contextos globales que locales. Como se presentó en la observación no participativa el desarrollo de comunidades alrededor de los videojuegos en Villavicencio, de manera que sea organizada y proyectada con evidencias, es perceptible desde hace menos de una década, cuando los videojuegos y la red en general adelantan un proceso de inclusión en el cual se busca que más personas tengan los recursos tecnológicos para acceder a la era digital y puedan ser parte de los procesos que se adelantan en estos espacios.

El internet como una herramienta que elimina las barreras de distancia y territorio viene desarrollando un proceso de inclusión global desde finales del siglo pasado (90's), en el contexto global, donde ya sea comenzaba a hablar de comunidades virtuales (Reinhold 1994, Harvey 1995, Deluze 1999) y en el caso específico de los videojuegos a finales de los 90 e la primera década del siglo (Levis 1997, Tejeiro & Pelegrina 2008, Peacer & Artemisa 2009).

Este desarrollo académico se vio impulsado además por los avances en las herramientas tecnológicas en el acceso a entornos de videojuegos los cuales iniciaron la creación de una tendencia tanto en la parte comercial, con empresas que sobresalían, como en videojuegos que se convertirían en hitos de la historia de este entorno. Es así como herramientas tales como consolas de mesa (Play Station, Xbox, Nintendo), consolas portátiles (PSP, Game Boy Advanced, N-cage), computadores de alta gama e

incluso celulares desde sus primeras versiones, se presentan como parte del desarrollo del entorno de videojuegos y forman parte de las experiencias de aquellos quienes poseían estas herramientas, los cuales interactuaban con otros para poder jugar o se acercaban a espacios de alquiler de estas herramientas para participar.

Esta apropiación del conocimiento y las experiencias del ámbito Gamer dependen de las herramientas con la cuales se dio paso a la participación ya que algunas de estas al no tener una conexión a Internet, dependían del encuentro presencial de diferentes jugadores para jugar o la reunión de varios de estos para tener una conexión local (mediante un cable telefónico), dando paso a la participación con terceros, allegados al círculo social.

En caso de tener la oportunidad de acceder a una conexión de Internet, y de que la herramienta de acceso oferte la oportunidad, se amplía la percepción respecto al desarrollo de los videojuegos en el contexto global.

Tabla 3 - Matriz cualitativa – Variable apropiación

VARIABLE APROPIACIÓN			
		Hombres	Mujeres
LENGUAJE	Interacción con personas externas al contexto local	<p>"Mi equipo de acá (Villavicencio), eran 2 de acá y 3 de Bogotá, éramos yo y una compañera del colegio y eran 3 amigos de allá en Bogotá" (Entrevistado No. 1)</p> <p>"Anteriormente hablaba con personas de muchos países, con gente de España, alemanes que sabían español, de aquí de Latinoamérica actualmente con chilenos, mexicanos" (Entrevistado No. 1)</p> <p>"Tengo un amigo en Estados Unidos</p>	<p>"Yo he conocido gente de todo el país y de otros países también gracias a esto y estoy muy agradecida (...) Para poner un ejemplo, mi mejor amigo es de México y todo empezó mientras jugaba LoL" (Entrevistada No. 3)</p>

		es un cucho, él juega en LAN (servidor de LoL)" (Entrevistado No. 2)	
SIMBOLOGÍA	Identidad frente a los videojuegos	<p>“Tengo actualmente 21 años, llevo en este cuento de los videojuegos 11 años, desde los 9 años juegos” (Entrevistado No. 1)</p> <p>“Tengo 19 años, actualmente estoy estudiando Ingeniería de Telecomunicaciones, segundo semestre, en mi tiempo libre dedico mucho tiempo prácticamente a los videojuegos, sobre todo a lo que es LoL” (Entrevistado No. 2)</p>	<p>“De mi infancia recuerdo mucho la primera consola que tuve que fue el “Play 1”, Play Station 1, entonces jugaba muchas cosas como el “Crash Car”, jugué mucho “Spiderman”, “Pepsiman” (Entrevistada No. 3)</p>
CULTURA	Cultura respecto a la adquisición de videojuegos	"Uno de los problemas acá en Colombia y casi de Latinoamérica fue el problema de la ilegalidad, resulta que mientras que en Europa se compraba el juego original de la Play Station de cualquier juego, en Latinoamérica se pirateaba entonces el juego perdía valor” (Entrevistado No. 9)	
	Reconocimiento de la cultura Gamer	"Esto cada día está creciendo más, los muchachos cada día se interesan más en los videojuegos, la juventud de hoy en día crece jugando" (Entrevistado No. 2)	<p>“Pues actualmente yo no siento que pertenezca a alguna comunidad (Gamer) en especial pues por mi trabajo, pero en un pasado muy cercano si participe de varias comunidades, sobre todo en la comunidad de LoL” (Entrevistada No. 3)</p>
COTIDIANIDAD	Espacios en los que se percibe cultura Gamer		<p>"La universidad siempre fue muy presta para esas cosas (...), se hacían torneos de “FIFA”, de “PES”, de “Crash Royale”, de “Just Dance” (Entrevistada No. 3)</p>

HISTORIA Y CONOCIMIENTO	Percepción local de la comunidad Gamer	<p>"Uno les cuenta que esto es un deporte más" (Entrevistado No. 1)</p> <p>"Siempre hay que buscar un ligamiento entre lo que significa deporte electrónico (videojuego) con educación, emprendimiento, cultura, todo lo que le interesa realmente a las marcas y a las entidades gubernamentales" (Entrevistado No. 8)</p>	
	Reconocimiento estatal	<p>"Cuando yo me iba a sacar el Rut personal, yo dije "Yo soy In Designs", no aparece, "diseñador de videojuegos enfocado en redes", tampoco" (Entrevistado No. 5)</p> <p>"Yo hubiera querido el año pasado meter a la Alcaldía y la Gobernación al evento, pero sabe por qué no lo hice, porque me dijeron "¿cuánto vale el evento?" (Entrevistado No. 7)</p> <p>"¿Saben para lo único que han entrado Idermeta? Para cobrarnos el impuesto por deporte, cuando esto no es deporte en Colombia" (Entrevistado No. 7)</p>	

Fuente: Elaboración propia

En esta matriz cualitativa se puede observar de manera más experimental cuales son las inferencias que se están planteando alrededor de los videojuegos ya que estas experiencias son las que presentan las diversas realidades en donde la apropiación de cultura Gamer, como variable inicial, hace parte del proceso de influencia dentro del contexto local.

Apropiación del lenguaje - cualitativo

En el caso de la apropiación del lenguaje desde este componente social o empírico se presenta que para las interacciones con personas externas al contexto local se plantean 3 inferencias.

La primera con relación a que no se necesita ser parte del mismo territorio de residencia para participar en conjunto o colectivo dentro de los entornos virtuales de juego, dejando de lado la relación espacio-territorial y planteando el entorno virtual como punto de encuentro.

La segunda inferencia hace relación al entorno virtual de juego como punto para ampliar el círculo social, ya que no es necesario dirigirse fuera del territorio para interactuar con otros individuos/jugadores, es decir, las conexiones emocionales no se desarrollan a través de un contacto directo sino a través de compartir intereses relacionados y dar paso a interacciones que profundicen dicho vínculo.

La tercera inferencia que se plantea es el grado de compromiso que se puede presentar en estos entornos de videojuegos ya que la participación en eventos competitivos o en el cumplimiento de objetivos dentro del mundo virtual de juego, donde en la mayoría de casos se requiere de un aporte económico para la inscripción del equipo o una inversión de tiempo para tener la habilidad o preparación, muestra que las relaciones creadas a partir de estos procesos culturales mantienen una trascendencia o relevancia dentro de la persona al punto de poder llamar a la persona amigos o incluso mejores amigos.

Es así como a través de los entornos de videojuegos el lenguaje trasciende el origen, teniendo en cuenta que se necesita un entendimiento mutuo para interactuar, con el fin de conseguir unas metas a corto (superar un rato, ganar una partida), mediano

(entrenar para un torneo, ir en grupo a mejorar habilidades) y largo plazo (forma un equipo oficial, ser parte de un gremio/colectivo organizado dentro de un juego), las cuales son planteadas por el colectivo y acogidas por el jugador.

Apropiación de simbología – cualitativo

Como parte de la identidad frente a los videojuegos se observa que estos dan inicio en la participación dentro de estos entornos a edades tempranas y de igual forma se plantean sucesos y experiencias que marcan el desarrollo personal de la persona como jugador.

Como se ha visto anteriormente existen diferentes herramientas que permiten a la persona acceder a los mundos virtuales de juego y es exponencialmente más grande la variedad de mundos virtuales de juego que existen, es así como a través de estos diferentes mundos que se desarrolla un precedente para que la cultura se apropie en el contexto local.

De igual forma se presenta que estas experiencias relevantes a pesar del tiempo transcurrido todavía hacen parte de la memoria y se encuentra presentes en ambos grupos de lo cual se puede decir que estos entornos de juego están en la generalidad de los jóvenes y es a partir de los intereses propios que se desarrollan y se apropian estos procesos culturales.

Apropiación de cultura - cualitativo

En la apropiación de la cultura Gamer hay un punto que cabe resaltar y es el referente a la cultura de adquisición o compra de videojuegos lo cual marca, desde el

inicio, la perspectiva que se tiene frente a estos entornos. Esta cultura está muy marcada no solo en el contexto local sino en el nacional, en el cual las personas recurren a adquirir videojuegos y tecnología para reproducir estos juegos que no son originales o en pocas palabras, piratas.

Estas prácticas de piratería se proponen como cultura al ser aceptadas e implementadas por el comercio y los consumidores, las cuales afectaron la percepción social que se tiene frente a los videojuegos ya que la facilidad (económica y comercial) para acceder a los productos relacionados a los videojuegos, infravalora el costo que se tiene al producir y comercializar respecto a este entorno.

Es actualmente donde se ven las consecuencias y las diferencias frente al desarrollo del entorno cultural de los videojuegos en los diferentes entornos de la sociedad colombiana, y de Villavicencio, cuando se puede observar que en países europeos como España, los videojuegos tanto en su desarrollo, en su arte, en su estudio y oferta académica y de participación competitiva se encuentra reconocido; en varios países de Asia como China o Corea esta práctica hace parte de la representación deportiva y cuenta con un apoyo pleno de las entidades públicas; e incluso en Estados Unidos se ha desarrollado un reconocimiento al punto en donde empresas con gran presencia en el ámbito de los videojuegos como Blizzard (StarCraft, Diablo, Overwatch) y Riot Games (League of Legends) han visto su formación en este entorno.

Ahora al observar este reconocimiento cultural en el contexto local se presentan individuos y comunidades que gestionan la organización y promocionan la participación dentro de estos entornos desde hace menos de una década lo que ha llevado al aumento del reconocimiento, aunque aún falta una organización que unifique estos esfuerzos para proyectarlos hacia lo que se está desarrollando en los contextos que se presentaron en otros países.

Apropiación en la cotidianidad – cualitativo

A partir de la apropiación de la cultura se puede hablar de una implementación de estos procesos dentro de las cotidianidades de los individuos/jóvenes siendo esta una inferencia que se realizó dentro del proceso de investigación, ya que se esperaba que al ser una práctica que se realiza a través de un computador, celular o consola, se vio afectada por la cultura de la piratería lo cual impedía la participación online de los juegos adquiridos que no fueran originales, por lo que se esperaba que las experiencias en juegos se realizaran individualmente en los diferentes hogares.

Pero se presenta aquí que los entornos fuera del núcleo familiar son aquellos en los cuales se visualiza más el desarrollo de cultura Gamer como es el caso de las universidades en donde se ha desarrollado una aceptación de estos entornos.

Esto no representa una realidad homogénea dentro del contexto local puesto que puede variar dentro de cada uno de los claustros académicos tanto en la aceptación como en la promoción de los mismos y de igual forma como se presentó en el Estado del Arte del presente proyecto de investigación, no se registra estudios académicos que den cuenta del desarrollo cultural relacionado a los videojuegos lo cual es una temática que tiene variadas formas de estudio para ser abordado puesto que está inmerso en diferentes ámbitos de la realidad social.

Apropiación de la historia y el conocimiento - cualitativo

Respecto al reconocimiento de la comunidad Gamer dentro del contexto local en general, se parte de una percepción negativa en la cual los jóvenes como los principales, y mayores, participantes dentro de este ámbito presentan este entorno como una afición o un entretenimiento, algunos que han profundizado más en la práctica y se han

informado más al respecto lo proyectan como un deporte; y aquellos individuos y comunidades que promocionan estas prácticas se proponen relacionar este entorno con las necesidades comerciales que tiene la ciudad y con los requerimientos necesarios para el reconocimiento estatal a través de un desempeño de actividades laborales basados en sus respectivas experiencias o conocimientos técnicos y/o prácticos.

En este aspecto relacionado al reconocimiento estatal en donde se presentan inconformidades que han frenado el desarrollo económico, cultural y de reconocimiento respecto a la cultura Gamer al punto en que los conocimientos profesionales y técnicos alrededor de los videojuegos no son reconocidos y, por lo tanto, las mismas empresas relacionadas a este ámbito son quienes han tenido que adelantar procesos de petición alegando y describiendo en qué consiste este ámbito y cuáles son las actividades que comprenden.

De igual forma cuando se ha socializado con entidades públicas locales como la Alcaldía, la Gobernación e incluso la institución que promueve el deporte y la recreación, como lo es Idermeta, el interés que se ha mostrado presenta una falta de apoyo a los procesos y es entendido como una forma de ingreso a las arcas públicas, lo cual puede no ser contrario a los procedimientos establecidos en las normativas referentes, pero si evidencia una falta de interés y compromiso frente al desarrollo de estos ámbitos en el contexto local.

Análisis cuantitativo y cualitativo de la variable construcción

En este apartado se analizará la variable construcción de cultura Gamer dentro de Villavicencio conociendo en este punto como los jóvenes conocen y apropian las prácticas y espacios inmersos en la localidad relacionados a esta cultura. Este análisis se

realiza a través de matrices de análisis (Tabla 4 y 5) en las que se separa los componentes cuantitativos y cualitativos de la variable construcción.

El desarrollo de esta variable toma como punto de apoyo los procesos mediante los cuales los jóvenes en Villavicencio han apropiado o conocen las dinámicas de la cultura Gamer y deciden participar en estas, ya sea de forma individual o colectiva. En esta participación se desarrollan interacciones que llevan a la creación de conexiones emocionales con los mundos virtuales de juego y con las comunidades que se desarrollan alrededor de estos, dando paso así a unos procesos de construcción que parte de estos espacios virtuales y pueden llegar a trascender al territorio local de la persona/jugador.

De la misma forma se aborda este análisis a través de grupos de hombres y mujeres con el fin de entender como estos procesos de construcción se desarrollan en cada uno de estos grupos.

Tabla 4 - Matriz cuantitativa – Variable construcción

VARIABLE APROPIACIÓN				
		Hombres	Mujeres	
LENGUAJE	Expresiones cotidianas relacionadas a los videojuegos	67%	31%	
SIMBOLOGÍA	Percepción de los padres respecto a los videojuegos	Pérdida de tiempo 54%	Pérdida de tiempo 53%	
	Percepción de los jóvenes respecto a los videojuegos	Diversión 91%	Diversión 66%	
CULTURA	Identidad en entornos virtuales	Construcción	20%	8%
		Proyección	76%	68%

	Socialización en torno a los videojuegos	82%	62%
	Identidad frente a la cultura local	63%	53%
COTIDIANIDAD	Dedicación diaria (1 hora)	64%	26%
	Interacción con individuos locales en el entorno de videojuegos	Más de 9 44%	Entre 1 y 3 39%

Fuente: Elaboración propia

Construcción del lenguaje – cuantitativo

En la construcción de un lenguaje relacionado al contexto cultural de los videojuegos se observa que la implementación de expresiones, vocablos y términos usados dentro del mundo virtual de juego se presenta en ambos grupos.

En el caso de los hombres al referirse anteriormente que estos desarrollan la cultura de los videojuegos más en su círculo social cercano (amigos, vecinos) a diferencia de las mujeres quienes son más conscientes en espacios como la universidad en el cual puede o no ser parte activa de estas prácticas, se puede dar razón de la diferencia en el desarrollo de la construcción e implementación de un lenguaje o vocabulario dentro de la identidad y diálogo de la persona.

De igual forma al relacionar la apropiación del lenguaje en ambos grupos se ratifica que el desarrollo en un lenguaje propio creado dependiendo de los mundos virtuales en que se participe, parte de la interacción no solo con el juego en sí sino con externos al ámbito local, los cuales desarrollan y/o crean expresiones para diferentes objetos, acciones, expresiones y situaciones que hacen parte de dichas prácticas. Estas expresiones se profundizan en el contexto cualitativo de la construcción del lenguaje.

Construcción de la simbología – cuantitativo

En la construcción de una simbología y un sentido de pertenencia frente a los entornos de videojuegos se puede decir que el compromiso frente a estos no va más allá de la autosatisfacción en la necesidad de diversión, es decir, no se observa una participación activa que muestre un apoyo en el desarrollo de los procesos culturales de los videojuegos y esta actitud se encuentra presente en niveles equilibrados en ambos grupos.

Esta percepción puede deberse a la falta de espacios que incentiven la participación de la comunidad dentro de procesos de capacitación e información respecto al desarrollo de los diferentes aspectos de los videojuegos y, a causa de esto, la opinión de los padres se plantea como un referente frente a la postura o toma de decisiones que se realizan frente a la participación, adquisición o apoyo a este entorno.

La percepción de los padres es en su mayoría negativa en ambos grupos al opinar que estos entornos no aportan o benefician al joven y por lo tanto se convierten en una pérdida de tiempo. Los razonamientos para esta percepción se analizan en la matriz cualitativa de la construcción cultural ya que es a partir de las experiencias de los mismos jóvenes donde se puede inferir dichos razonamientos y argumentos frente a estas posturas.

Construcción de la cultura – cuantitativo

Para reconocer como se construye la cultura de los jóvenes de Villavicencio en los ámbitos virtuales y a partir de este desarrollo conocer si tiene correlación al ámbito de los videojuegos, se infirió que la proyección cultural e identitaria se proyecta en la

mayoría de los jóvenes de manera real, es decir, se proyecta el joven de la forma en que verdaderamente es.

Esta inferencia toma valor en el momento en que se analiza cómo es la participación en Internet en donde el anonimato y el desconocimiento de las personas con las cuales se interactúa, no se relaciona con el contacto directo en la cotidianidad de las personas, en pocas palabras, muchas veces en Internet no se sabe con quien se está interactuando y en las ocasiones en las que se conoce a la persona, no se puede llegar a saber si el discurso que este maneja es verdadero al no haber un acercamiento a las realidades y pensamientos que este expresa.

Esta proyección marca un referente al momento de interactuar en entornos virtuales ya que se manifiesta que las intenciones con las cuales se accede a interactuar con el flujo constante de información y de personas parten de la proyección real de la identidad y la cultura de la persona.

En el momento en que esta proyección se implementa en los entornos virtuales de juego y va más allá al convertirse en una construcción de procesos culturales, es donde no se observa el apoyo o la participación de los jóvenes, puesto que se puede decir que estos se proyectan como observadores de los procesos que suceden en el flujo de información y colectivos, pero la participación y el compromiso en estos grupos, en el caso de los videojuegos, no se encuentra presente.

Es por lo que esta construcción cultural realizada alrededor de los videojuegos parte del contexto local y directo realizado a través de gestores y miembros de la comunidad Gamer en Villavicencio quienes promocionan, informan y realizan eventos convocando a la población general más que la construcción cultural que se pueda

realizar en las diferentes comunidades virtuales que se han creado alrededor de los videojuegos relacionados al contexto local.

Lo anterior se podría resumir en que el desarrollo cultural se está desarrollando más el contexto real y directo que en las comunidades virtuales que se han creado para apoyar e impulsar el desarrollo de dichos colectivos. La responsabilidad de que esta circunstancia se esté presentando pueden ir desde el manejo inadecuado que los administradores de estos grupos realizan para promocionar dichas comunidades o de los mismos miembros de la comunidad que no aprovechan estos entornos para realizar dinámicas que fomenten la participación y la difusión en estos entornos.

Estos razonamientos van más allá del problema de investigación que se plantea en este estudio, pero se presenta un referente para que en futuros análisis se realicen en aras de desarrollar y promover esta línea de investigación no solo en el contexto de Villavicencio sino en el ámbito nacional.

Después de analizar la identidad en los entornos virtuales y los entornos virtuales de juego se presenta la socialización que se evidencia respecto a este último contexto en el cual tantos hombres como mujeres socializan o comparten su participación en actividades relacionadas a estos procesos culturales.

Como se ha propuesto reiteradamente durante este proyecto de investigación, los videojuegos tienen un componente competitivo inherente a la naturaleza del individuo que participa en estos, esto se puede ver reflejado en el anhelo de victoria, en el reconocimiento de logros alcanzados o en la competencia que se tiene frente a otros que participan en el mismo reto, es a partir de este componente que se busca socializar y compartir con otras personas las metas alcanzadas en contextos académicos (calificación en una evaluación), físicos (corres más rápido que antes o tener mayor

resistencia), intelectuales (tener mejor memoria o manejo de números), y para este caso podemos hablar de la socialización de las habilidades y de los resultados, que son los componentes que se comparten en la práctica de los videojuegos.

Esta socialización de las prácticas relacionadas a los videojuegos se evidencia en ambos grupos, ya sea que se realice dentro de la interacción directa o dentro de los entornos virtuales, y puede decirse que los videojuegos hacen parte de las temáticas de dialogo de los jóvenes siendo esta una práctica que reitera el componente cultural anterior en el cual no se construyen procesos culturales alrededor de los videojuegos pero si se proyecta y se comparte con otros la participación dentro de estos.

La falta de construcción cultural dentro de estos entornos virtuales de juego proviene en parte por la relación cultural que tienen los jóvenes con el componente cultural local, en el cual un tercio de los hombres y poco más de la mitad de las mujeres aproximadamente revelan una conexión con estos procesos.

Es así como el componente cultural anteriormente desarrollado presenta una construcción basada en la participación pasiva, observación y/o percepción referente al contexto de los videojuegos ya que se evidencia que esta población participa en estos entornos virtuales de juego pero el conocimiento respecto a comunidades referentes a estas prácticas o la organización de actividades que promuevan ampliamente el desarrollo de estos procesos culturales no se encuentra arraigado en la identidad cultural de estos jóvenes.

Construcción de la cotidianidad - cuantitativo

Respecto al componente en el cual los jóvenes participan y construyen dentro de su cotidianidad en los diferentes espacios en los cuales se desarrolla la cultura Gamer se analiza desde dos aspectos: la dedicación de tiempo y el círculo social.

Cuando se analizan las actividades a las cuales el joven dedica parte de su cotidianidad se puede inferir en parte de los intereses y la identidad que este joven busca desarrollar, por ejemplo, cuando un joven dedica su tiempo al seguimiento de un equipo de fútbol busca ser reconocido como hincha de dicho equipo, en el caso de los videojuegos cuando el individuo/jugador dedica tiempo a esta práctica y socializa alrededor de sus experiencias referentes a este, se puede dar un entendimiento de su interés e identidad.

Anteriormente se analizó que la socialización se da en una parte representativa de ambos grupos, pero al correlacionarla con la dedicación que se tiene respecto a los entornos virtuales de juego se infiere por qué los compromisos y las identidades de los hombres son mayores a las mujeres. En el caso del primer grupo la mayoría de estos dedican al menos una hora diaria a la participación en los videojuegos, tomando como premisa que los jóvenes, objetivo de estudio, son estudiantes universitarios (en su totalidad) en los que la destinación de tiempo se allega a un tercio de la población (64%); en el caso de las mujeres esta cifra cae a cerca de un cuarto (26%) de este grupo reiterando que las mujeres son conscientes de estos entornos porque se desarrollan en espacios en los cuales son observadores y llegan al punto de interesarse (hogar, universidad, eventos locales), cuando los hombres buscan espacios en donde se desarrollen estas prácticas y dedican más tiempo a estas.

El segundo aspecto referente al círculo social hace referencia a la cantidad de personas dentro del círculo social (familia, amigos) que son partícipes en estos entornos, lo cual ocasiona que estos tengan mayor exposición y/o conocimiento frente al desarrollo de estas prácticas.

Se presentaron rangos numéricos entre los cuales el joven encuestado podía elegir cuantas personas conoce que son partícipes en los contextos de videojuegos a lo cual se ratifica que los hombres manejan un círculo social más amplio relacionado al ámbito de los videojuegos ya sea dentro de una comunidad o independientes de otros colectivos, mientras que en el caso de las mujeres el rango más representativo muestra una cantidad mucho menor al anterior grupo por lo cual el conocimiento y la exposición frente a estos entornos, así como la socialización y difusión de los mismos se ve ampliamente reducida.

Tabla 5 - Matriz cualitativa – Variable construcción

VARIABLE APROPIACIÓN			
		Hombres	Mujeres
LENGUAJE	Expresiones cotidianas relacionadas a los videojuegos	"Uno quiere decir en LoL "tirtear" que es como decir "Me puse bravo", "se me bajo el ánimo", "estoy jugando mal" o cosas así, y hay veces en la que uno está hablando con un compañero y dice uno "No parece, estoy tirteado" (Entrevistado No. 1)	"Yo digo cosas así de los juegos en la vida real, me pasa todo el tiempo (...) con mis amigos o a veces que estoy en la universidad. Por ejemplo, try hard, yo digo "parce deja de tryhardiar eso tanto, en serio no vale la pena" (Entrevistada No. 3)

SIMBOLOGÍA	Percepción de los padres respecto a los videojuegos	<p>"Ellos lo ven más como un vicio" (Entrevistado No. 1)</p> <p>"Ellos me dicen: "usted debería estudiar algo y no andar perdiendo el tiempo en eso" (Entrevistado No. 2)</p> <p>"Los padres no empezaron a ver que los videojuegos empezaron a crecer, se volvieron una carrera, se volvieron un estudio, se volvieron un montón de cosas" (Entrevistado No. 5)</p>	"Ella entiende (la madre) que es algo que me gusta y yo prefiero eso a otras cosas" (Entrevistada No. 3)
	Percepción social de los videojuegos	<p>"La sociedad espera que uno sirva a la sociedad y quizás lo que a uno le gusta hacer (videojuegos) quizás no apoye a la sociedad tanto" (Entrevistado No. 1)</p> <p>"Tiene que culturizar, sí es cierto, pero hay una cosa, nosotros no podemos culturizar gratis es imposible hacerlo gratis, necesitamos que las empresas nos ayuden" (Entrevistado No. 5)</p>	
	Percepción de los jóvenes respecto a los videojuegos	"Son mis hobbies, yo pienso seguir haciéndolo" (Entrevistado No. 1)	"La cuestión es mostrar a las personas, a todos los espectadores que esto no es un entretenimiento sino también vamos a ir al área educativa, hoy en día la tecnología está abarcando todo" (Entrevistada No. 10)
CULTURA	Socialización sobre el entorno de videojuego	"El boca a boca del mundo de los videojuegos es muy grande, es muy rápido, ósea, todo nos enteramos" (Entrevistado No. 5)	"En la universidad fui la promotora de lo que en ese tiempo era una competencia de Gaming (videojuegos) que se gestó para la semana cultural" (Entrevistada No. 3)

COTIDIANIDAD	Dedicación diaria	"Al día una hora y a la semana unas 8 horas. Anteriormente en mi época de colegio yo jugaba unas de 8 a 12 horas al día" (Entrevistado No. 1) "En mi tiempo libre dedico mucho tiempo prácticamente a los videojuegos" (Entrevistado No. 2)	
	Interacción alrededor del entorno de videojuegos	"Con mis amigos juego" (Entrevistado No. 1) "Juego con mis amigos" (Entrevistado No. 2)	"Gracias a los juegos, es que literalmente todo mi círculo de amigos actual es referente a eso" (Entrevistada No. 3)
HISTORIA Y CONOCIMIENTO	Desarrollo económico y empresarial	"Las empresas veían y aún lo ven que eso (los videojuegos) no da dinero, pero no da dinero por qué, porque no se muestra, porque falta espacios" (Entrevistado No. 7) "la empresa está sentada esperando a que le llegue, pero el público no conoce cómo llegarle (...), y las empresas que hay acá, aquí en Colombia, tienen un presupuesto tan limitado porque el consumo es mínimo (referente a videojuegos)" (Entrevistado No. 5)	
	Comunidades relacionadas al entorno de videojuegos	Comunidad LoL Villavicencio (Facebook) - 2012 Grupo Gamers Villavicencio (Facebook) - 2015 Comunidad Clash Royale villavo (Facebook) - 2017 Comunidad Fortnite Villavicencio (Facebook) - 2018 Comunidad FreeFire Villavicencio (Facebook) - 2019 Comunidad FIFA Villavicencio (Facebook) - 2019 Corporación MACCO -2015 Esports Villavicencio – 2016 Innova Game SAS – 2018 Federación Colombiana de Esports - Fedecolde - 2018 Asociación Colombiana de Esports - ACOES - 2019	
	Eventos metropolitanos	Copa Leyendas Villavicencio - 2016 Torneo Presencial Clash Royale - 2018 Liga Local Villavicencio – 2018 Game Fest 2019 GEGA Fest - 2019	

Fuente: Elaboración propia

Construcción del lenguaje – cualitativo

La construcción del lenguaje se construye desde las experiencias que el individuo tiene en relación con el contexto en el que vive y se desarrolla, por lo tanto, este lenguaje se ve influenciado por las personas que rodean al individuo y por las

prácticas que se realizan diariamente al punto de que se aprehenden palabras específicas a unos espacios determinados o formas de interactuar determinados por el medio usada para dichas interacciones.

En el caso de la comunidad Gamer en Villavicencio, y en general, las interacciones mediadas por computadores son un punto inicial de encuentro para los jugadores, donde quiera se encuentren, que participan en los mundos virtuales de juego, en estos espacios virtuales la comunidad crea un lenguaje propio referente al mundo de juego y este es aceptado e implementado por los jugadores que profundizan su relación con otros jugadores y con el mundo virtual de juego en sí mismo.

Como se puede observar en la Matriz cualitativa anterior (Tabla 4), se implementan palabras de otro idioma dentro del contexto de juego y luego se implementan dentro de la cotidianidad del joven. En este caso palabras con *tiltear* o *tryhardiar*, son palabras que provienen del inglés, *tilt* y *try hard* respectivamente, y que fueron apropiadas por la comunidad Latinoamericana para ser usada al código del lenguaje usado, en este caso el español.

Este proceso de tomar palabras de idiomas como el inglés y transformarlo para ser usado en español, u otros idiomas, se visualiza en muchas comunidades de jugadores quienes participan en diferentes mundos virtuales de juego donde se presentan diferentes dinámicas que relacionan a los jugadores entre sí y con los objetivos del mundo virtual de juego.

Lo que se concluye aquí es que la construcción de un lenguaje no se determina por el género del jugador quien participa en las comunidades y mundos virtuales de juego, sino que la participación e interacción con estos componentes son los promueven la construcción e implementación de nuevos códigos o lenguajes dentro de la

cotidianidad del jugador en relación con el compromiso o la conexión emocional con la comunidad y con las prácticas mismas de juego.

Construcción de simbología – cualitativo

La percepción de los videojuegos dentro de la población de Villavicencio se encuentra dividida entre aquellos que tienen conocimientos respecto a las dinámicas globales que representan esta práctica hoy en día y las tradiciones que se comprenden en el territorio, local o nacional, en que se han desarrollado las personas.

Esta construcción de simbología respecto a la cultura Gamer, y respecto a los videojuegos, parte de un desarrollo cultural el que se han visto varias prácticas que desvalorizan o desmeritan la participación en estos entornos, estas prácticas se analizaron anteriormente entre las que se nombran: la piratería, las maquinitas, la falta de norma en espacios de juego ofertados, entre otras; y son la transformación de estas prácticas de las que no se tiene conocimiento por parte de la población.

En el caso de los padres se reafirma, a lo largo de todo este proyecto de investigación, la falta de aprobación respecto a la participación en estos entornos de videojuegos ya sea directos o virtuales, o por lo menos en la creación de una conexión emocional que profundice en los jóvenes un compromiso para participar en estas dinámicas que se presentan actualmente alrededor de los videojuegos.

Esta percepción es proyectada a las nuevas generaciones y a la sociedad en general lo que resulta en la falta de información y, por ende, aceptación relacionadas al desarrollo cultural de la comunidad Gamer.

Ahora bien, esto no significa que los ideales y sentires de los padres sean aceptados por toda la población de Villavicencio ya que se observa que existe una comunidad que se está desarrollando y se proyecta para difundir las prácticas relacionadas a los videojuegos desde diferentes espacios y a través de diferentes procesos (culturales, económicos, deportivos) a fin de dar conocer las oportunidades que estas prácticas representan para aquella persona que participa en estos entornos y las formas en que el individuo como parte de esta comunidad puede apoyar el desarrollo de dicha cultura.

Es así como la percepción de los videojuegos desde los jóvenes se propone como diversión y como espacio de interacción para conocer a otros quienes comparten sus aficiones y sentires, y que pueden llegar a proyectarse a futuro dentro de estas dinámicas; como prácticas de las cuales debe informarse a la población de Villavicencio ya sea directamente a los padres o dentro de los espacios de educación de los jóvenes para que conozcan este entorno desde los procesos actuales y no desde las percepciones tradicionales; como una comunidad que hace parte de un grupo más grande y que comprende a millones de personas que observan, construyen y participan en diferentes mundos virtuales de juego y que han llegado a construir una realidad en aquellos que se han comprometido con estos procesos; y finalmente, como entorno inherente a la inclusión digital que se promueve en los diferentes territorios en el cual cualquier persona que pueda acceder a Internet tiene la posibilidad de participar sin importar la razón o procedencia del individuo, es decir, cualquier persona puede llegar a ser un jugador y por lo tanto, una parte de la comunidad Gamer.

Construcción de cultura – cualitativo

La construcción de cultura Gamer dentro de la ciudad de Villavicencio, como se expresa en palabras del entrevistado No. 5, parte del 'boca a boca', es decir, de la socialización que cada persona/jugador realice dentro de su círculo social y en los espacios en que este interactúa (hogar, barrio, universidad).

Esta construcción se puede visualizar a través de los espacios especializados relacionados a los videojuegos y los eventos que se realizan alrededor de estas prácticas, así como las comunidades virtuales que se han creado proponiendo como temática un mundo virtual de juego. Estas diferentes propuestas promueven la interacción de la comunidad Gamer local y crean un enlace entre las personas fuera de la cultura local y así puedan conocer los procesos y proyecciones que se están desarrollando dentro de la ciudad.

Es por esto que se relaciona el aumento en el reconocimiento de las dinámicas de la comunidad Gamer y de las personas que participan en estos entornos con la construcción de cultura, ya que al interactuar con personas que comparten intereses y sentires afines a sí mismo promueve la creación de nuevos procesos de participación y comunicación entre la misma comunidad.

Estos procesos que parten del individuo como jugador solitario que interactúa únicamente con el mundo virtual de juego, se transforman en el momento en que más personas participan dentro del mismo espacio de juego y propone nuevas dinámicas no solo de participar sino de observar, de proyectar y de dar conocer a otras personas lo que representa para ellos mismos el ser parte de esta comunidad Gamer.

Construcción de cotidianidad – cualitativa

Se ha observado que los procesos de construcción de cultura Gamer se encuentran inmersos en los diferentes espacios que hacen parte de la cotidianidad de los jóvenes, pero a través de la Matriz cualitativa de construcción (Tabla 5) se presenta que esta cotidianidad parte fundamentalmente del círculo social cercano del joven, en este caso de los amigos.

En el caso de los entrevistados No.1 y 2, se manifiesta una interacción con amigos en su desarrollo dentro de los mundos virtuales de juego, de lo cual se puede decir que solo aquellos con quienes se ha desarrollado una relación y/o conexión emocional son quienes hacen parte de su interacción en estas dinámicas y estos espacios, pero en el caso de la Entrevistada No. 3 se parte de estos espacios para la creación de este círculo social cercano.

De esto se puede decir que la construcción de la cotidianidad basada en los videojuegos depende enteramente de las razones por las que la persona/jugador entra a participar en estos espacios virtuales de juego, ya que en los casos en que la diversión son la razón fundamental de participar y no se profundizan las conexiones con la comunidad, dará como resultado interacciones superficiales que lleven al cumplimiento de unos objetivos y terminando la relación hasta ese punto, pero en los casos en que se busca profundizar las relaciones y compromisos con la comunidad dentro del juego, se puede llegar a desarrollar unas interacciones y conexiones que formen parte importante dentro del círculo social de la persona/jugador y, por lo tanto, de la cotidianidad.

Es por esto que la construcción de cotidianidad dentro de la cultura Gamer y por parte de los jugadores en Villavicencio se visualiza mayormente a través de las interacciones que se evidencian en los espacios virtuales (mundo virtual de juego y

espacios externos) y dentro de los eventos que promueven la reunión de jugadores con base en la observación o participación de competencias y dinámicas que se desarrollan alrededor de los videojuegos en Villavicencio.

Construcción de la historia y el conocimiento – cualitativo

El desarrollo de la comunidad Gamer en Villavicencio se evidencia desde poco menos de una década a la actualidad, tiempo en el cual se han creado comunidades virtuales alrededor de diferentes mundos de juego y diferentes eventos relacionados a estos, los cuales han ido aumentando en relación con el fortalecimiento de la comunidad Gamer y han ido abarcando un mayor alcance en lo que se refiere a la cantidad de participantes y observadores, y en la inversión realizada por parte de entidades quienes buscan promocionarse a través de estos eventos y prácticas.

Se puede observar en la Tabla 5 que en el tiempo que se ha venido desarrollando la comunidad Gamer no se ha creado una proyección viable o un proceso en el que las empresas puedan basarse para reconocer la comunidad Gamer existente dentro de la ciudad la cual haya desarrollado una consolidación y una organización con la cual se pueda trabajar para promover y apoyar.

Se concluyó a través del diálogo de saberes realizado que las empresas no saben cómo llegar a la comunidad Gamer, pues esta no se encuentra organizada y esta dispersa, y hasta hace unos años es que la comunidad se ha interesado en contactar a las empresas para promover eventos y encuentros realizados alrededor de la cultura Gamer.

Estos eventos y comunidades son la evidencia que presenta la historia de la comunidad Gamer en Villavicencio y es a partir de los esfuerzos realizados por la

comunidad, y sus diversos colectivos, que se ha logrado aumentar el alcance del conocimiento respecto a estas prácticas en diferentes espacios de la ciudad.

La proyección de la comunidad se basa en la organización de diferentes entidades privadas como Esport Colombia, Innova Game SAS, entre otras, quienes tienen como objetivo unificar esfuerzos respecto a la necesidad de organizar la comunidad Gamer en Villavicencio, aunque para conseguir este, se necesita la participación de cada individuo como parte de dicha comunidad y la necesidad de lograr un reconocimiento por parte de entidades públicas y privadas, diferentes a las que actualmente promocionan estas prácticas.

Análisis de la influencia de la cultura Gamer en Villavicencio

En este segmento se da respuesta a la pregunta de investigación y, por ende, al objetivo general en donde se presenta la influencia que la cultura Gamer tiene dentro de la cultura de los jóvenes en Villavicencio.

Es así como se realiza una correlación mixta entre el análisis cuantitativo y cualitativo de las variables apropiación y construcción y se plantea una matriz única que presenta las inferencias del investigador frente a la problemática propuesta.

Se entiende en este punto que la complejidad al entender los procesos culturales de una población representa unos retos para el investigador, a lo cual se suma la falta de referencias desde la academia en donde se aborda la cultura Gamer como dinámica de influencia dentro de los procesos de construcción cultural y de identidad.

Tabla 6 - Matriz de correlación mixta– Influencia de los videojuegos en Villavicencio

	Hombres		Mujeres	
		Inferencia		Inferencia
Lenguaje	Alto	<ul style="list-style-type: none"> - Interacción constante con extranjeros - Interacción constante con otros idiomas 	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - Interacción media con locales.
Simbología	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - No hay identidad. - El rechazo de los padres. - Se percibe los videojuegos como diversión. 	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - No hay identidad. - El rechazo de los padres. - Se percibe los videojuegos como diversión. - La participación de las mujeres no es bien percibida.
Cultura	Medio	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un reconocimiento local. - Se socializa alrededor de estos entornos, pero la construcción cultural es baja. - La identidad respecto a la cultura local es mayor. 	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - Existe poco reconocimiento local. - Se socializa alrededor de estos entornos, pero no la construcción cultural es casi nula - La identidad respecto a la cultura local se encuentra cerca de la media.
Cotidianidad	Medio	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un acercamiento a los espacios de construcción cultural. -Se evidencia dedicación. - El círculo social referente a los videojuegos es amplio. - Se prioriza otras actividades. 	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - Los espacios de construcción cultural se encuentra inmersos en la cotidianidad, pero no se accede a estos. - La dedicación es poca. - El círculo social referente a videojuegos es poco. - Se priorizan otras actividades.
Historia y conocimiento	Medio	<ul style="list-style-type: none"> - Hay un bajo conocimiento frente a procesos locales. - Se percibe los videojuegos dentro del contexto global. - La mayoría de los gestores y participantes en este entorno son hombres. 	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> - Existe un conocimiento casi nulo de los procesos locales. - Hay un conocimiento bajo de los videojuegos en el contexto global. - En la participación y gestión cuenta con poca presencia.

Fuente: Elaboración propia

Influencia de la cultura Gamer en el lenguaje local

La apropiación y construcción del lenguaje dentro de los jóvenes de Villavicencio parte de las interacciones que estos realizan dentro de los espacios virtuales, ya sea dentro de redes sociales, mundos virtuales de juego u otros espacios de interacción que fomenten la reunión y participación de personas ubicadas en diferentes regiones, esta influencia en el lenguaje parte de esta interacción en estos espacios.

La influencia en el lenguaje referente a la cultura Gamer se encuentra enmarcada en la oferta de mundos virtuales de juego y de comunidades de juego que se encuentran en diferentes idiomas al español, al igual que contenidos referentes a estos espacios que se crean en otros idiomas y por parte de personas fuera del territorio local o nacional lo que lleva a que esta influencia se encuentre más marcada entre las otras categorías propuestas.

Es así como se puede observar que la participación es mayor por parte de los hombres dentro de los mundos virtuales de juego y presenta que, en concordancia con esto, se muestra que la influencia en el lenguaje es más alta, ya sea por una mayor cantidad de interacciones o por la participación en estos en servidores o juegos que son ofertados en idiomas diferentes al español.

Para el caso de las mujeres se presenta que estas, debido a su baja participación en los mundos virtuales de juego sumándole la poca interacción con personas dentro de las comunidades de juego de forma real y directa (offline), por lo que la influencia del lenguaje comprende la interacción del jugador (mujer) con el mundo virtual de juego y la comprensión del lenguaje/vocabulario pertinente para interactuar con aquellos jugadores con quienes participan a fin de cumplir los objetivos del videojuego.

Influencia de la cultura Gamer en la simbología local

La creación y aceptación de unos componentes identitarios dentro de los jóvenes de Villavicencio con respecto a la cultura de los videojuegos no se encuentra desarrollada y esto se evidencia en ambos grupos de análisis, ya que estos ven los videojuegos con una diversión o una práctica pasajera o complementaria a sus momentos libres, por lo que no existe un compromiso o proyección en este entorno por parte de los jóvenes.

Las causas principales que se concluyen para esta situación son: el rechazo de los padres a la participación dentro de estas prácticas de juego y la tradición social (Colombia) y local (Villavicencio) que perciben la dedicación a estos espacios como algo perjudicial para el joven.

Las razones de estas perspectivas se han analizado previamente, pero se propone que la principal es la falta de interés e información por parte de la población que rechaza estos entornos, ya que la percepción que se tiene frente a los videojuegos se ha relacionado, en el entorno familiar del joven, con prácticas perjudiciales que impiden el desarrollo personal y obstaculizan el alcanzar las expectativas propuestas por la sociedad.

En este entorno que rechaza, en algunos casos, y que no apoya la participación del individuo en estas prácticas, se presenta como razonable que no exista una identidad alrededor de esta temática o entorno, por lo que la realidad que se presenta en Villavicencio es concordante con la percepción que tiene la mayoría de la población y las entidades de gobierno del territorio.

Esta tradición como se observa en la Tabla 6 afecta mayormente a las mujeres a quienes su participación dentro de las prácticas de videojuegos no es bien percibida, por

lo que puede llegar a ser contrario a las expectativas de feminidad dadas por la familia y la sociedad. Al final esta percepción frente a las mujeres se visualiza en los entornos virtuales de juego cuando los hombres critican o alienan a las mujeres en la participación que estas tienen, esto se ejemplifica en el caso de la entrevistada No. 3 quien expresa que “ser mujer dentro de la comunidad Gamer es horrible, a pesar de que esto ha ido cambiando con el tiempo”.

Influencia de la cultura Gamer en la cultura local

La influencia cultural parte del entendimiento de la cultura como un proceso inherente al individuo que hace parte de una comunidad quien contribuye al proceso de construcción cultural, la cual es transmitida por medio de las tradiciones, comportamientos y pensamientos que la persona comparte con su entorno, es decir, la aceptación y el reconocimiento de prácticas y pensamientos por parte de los miembros de una comunidad hacen que estos sean parte de la cultura de dicho colectivo.

En el caso de la comunidad Gamer como influencia cultural dentro de Villavicencio se presenta como media en los hombres y baja en las mujeres, ya que el desarrollo de los entornos de videojuego en diferentes espacios locales y la participación de los jóvenes en dichos espacios es visible, aunque todavía es poca en relación a la población general, por lo que se puede decir que existe una influencia cultural de los videojuegos en la cultura local, pero esta influencia es menor a otras prácticas y sentires por parte de los jóvenes y aún es más en el resto de personas dentro del territorio.

Se ha evidenciado anteriormente que las prácticas alrededor de los videojuegos, y los contextos que la comprenden, se han ido expandiendo en el continente Latinoamericano por lo que la proyección que pueda llegar a tener este entorno puede

seguir aumentando en los próximos años. La dificultad que se puede presentar, y que se muestra en la Tabla 6, es que la población no desarrolle una identidad o compromiso frente a estas prácticas obstaculizando aún más el desarrollo que la comunidad Gamer puede llegar a tener dentro del territorio nacional y local.

La expansión de los videojuegos la cual se encuentra presente en la mayoría de herramientas de acceso a Internet y el creciente aumento de la participación mundial en estas prácticas, ocasiona un choque cultural en el que la cultura local puede o no aceptar los videojuegos como una práctica común en el que el individuo puede proyectarse laboral y profesionalmente o, por el contrario, puede establecerse como una práctica de diversión que impulsará el desarrollo económico de los videojuegos en forma mínima, dando como resultado que estos se desarrollen fuera del contexto local ocasionando que aquellos que quieran participar en estas dinámicas con un compromiso mayor, tengan que trasladarse a otros territorios que hayan logrado una mayor apropiación y construcción frente a esta cultura.

En el caso colombiano se observa, a través del diálogo de saberes, que ciudades como Cali, Medellín y Bogotá han impulsado la creación de entornos virtuales de juego, el apoyo a equipos formales dedicados a estas prácticas entendiéndolas como una competencia o deporte y han promovido estímulos a diferentes profesionales para desarrollarse en apoyo a los videojuegos.

Influencia de la cultura Gamer en la cotidianidad local

La influencia de la cultura Gamer en la cotidianidad local parte de los espacios que se observan o perciben dentro del territorio que desarrollan la temática de los videojuegos y que se dan a conocer a aquellas que hacen parte de la población en

general, aunque son los interesados los que asisten y participan en estos espacios aún se puede decir que se encuentran inmersos en la cotidianidad de los jóvenes.

Este acercamiento a los espacios de construcción de cultura Gamer es donde se desarrolla la influencia que esta temática tiene, dentro de los participantes ya que alrededor de estos espacios se reúnen personas afines a estas prácticas, llegando así a formar una conexión emocional con aquellos que comparten estos mismos intereses.

Esta conexión emocional puede ocasionar que se amplíe el círculo social del joven/jugador/espectador, lo que lleva a una mayor participación en estas prácticas y un compromiso mayor al plantearse no solo objetivos individuales (mejorar su habilidad, ganar reconocimiento, status) sino colectivos (participar en competencias, conseguir una victoria en grupo frente a otro equipo, entre otros aspectos).

En aras de conseguir estos objetivos, individuales o colectivos, se necesita una mayor dedicación que permita mejorar las habilidades como jugador y como parte de un equipo. También puede presentarse una competencia dentro del mismo círculo social para demostrar avances o logros dentro de un mismo mundo virtual de juego, en busca de ganar el reconocimiento no de una comunidad sino del círculo social, por lo que se puede observar que las formas en que un jugador interactúa con los mundos virtuales de juego, y sus objetivos, pueden variar de jugador a jugador o de colectivo a colectivo, lo que se quiere evidenciar es que esta competencia es algo que hace parte del jugador y este es quien decide cómo y de quién quiere ganar reconocimiento.

Ahora se observa que estas dinámicas de competencia y reconocimiento, anteriormente presentadas, no se priorizan en las actividades que se realizan dentro de la cotidianidad del joven, puesto que se dedica un mayor tiempo e interés a otras prácticas

como el estudio, la música, la participación en redes sociales, entre otras, y se perciben los videojuegos como un entretenimiento relegado a tiempos libres.

Esto presenta que la influencia que se desarrollan en los jóvenes de Villavicencio frente a la construcción de cultura Gamer no se prioriza en la mayoría de la población, sino que parte de colectivos dispersos dentro del territorio que buscan promover estas prácticas, espacios y ganar fanáticos.

Esta influencia se ratifica mayormente en los hombres, que son quienes evidencian un mayor interés en la búsqueda de información frente a estas prácticas y espacios y son quienes interactúan con las diversas formas de apropiar y construir cultura Gamer dentro de Villavicencio.

Influencia de la cultura Gamer en el conocimiento y la historia local

El reconocimiento de los procesos de cultura Gamer en Villavicencio, como se evidencia en el análisis de resultados, se ha venido desarrollando desde hace menos una década a través de eventos o encuentros realizados por colectivos que promueven estas prácticas, estos colectivos se han ido consolidando, dando paso a la creación de empresas y sociedades que se plantean como objetivo proyectar la cultura Gamer como práctica y deporte dentro de la cultura local.

La implementación de estos objetivos ha dado como resultado eventos que han movilizado un componente económico y empresarial reconocible, en donde empresas como: Logitech, MSI, Riot quienes tienen una presencia internacional; y otras locales como: GHL, Llanocentro, Eventos JB, entre otras, han patrocinado la realización de estas puestas en escenas en apoyo a la difusión de los videojuegos como espacio de competencia y consumo por parte de la población.

Se observa que la participación dentro de estos entornos de cultura Gamer, tanto jugadores como espectadores, ha ido en aumento dentro de los eventos que se realizan en la ciudad Villavicencio, quienes en un inicio se reunían en pequeños grupos en café internets locales hasta la asistencia de más de 600 participantes presenciales en una puesta escena y de muchos más espectadores quienes observan estos espacios a través de la transmisión en Internet que se realiza de estos.

Es por esto que esta influencia respecto al conocimiento e historia dentro de Villavicencio se evidencia más hombres que en mujeres, aunque se observa que la oferta de estos espacios no es suficiente para ganar un reconocimiento por parte de la población en general y por lo tanto, el alcance de estos puede no ser suficiente en relación al contexto global.

La Mediación Cultural como parte de la influencia de la cultura Gamer

Al entender cómo se presenta la influencia de la cultura Gamer dentro de Villavicencio y cuáles son los diferentes procesos que se adelantan en desarrollo de su apropiación y construcción dentro de la cultura local, se puede visualizar los componentes de mediación cultural que se propusieron como lo son: los lenguajes, los discursos y los simbolismos creados por los jóvenes alrededor de los videojuegos.

Esta mediación cultural presenta al videojuego como medio de encuentro para la persona/jugador con otros quienes comparten intereses y sentires afines -espectadores- con el propósito de participar en el desarrollo y promoción de estas prácticas en donde se promueven unos lenguajes y discursos específicos a esta cultura.

Estos lenguajes y discursos en su base son propuestos por los creadores o desarrolladores de los mundos virtuales de juego, pero son implementados,

desarrollados y transformados por la misma comunidad que acoge las dinámicas propuestas y decide como implementarlas.

Estas prácticas promueven en el jugador un sentido de identidad frente a las dinámicas que se llevan a cabo alrededor de los videojuegos, offline u online, y es a partir de esta identidad que se crean unos simbolismos que en algunos casos pueden ser compartidos por el colectivo y en otros casos, son percepciones personales que enmarcan la participación o compromiso que el individuo tiene dentro del entorno de cultura Gamer.

Ahora, al enmarcar estos lenguajes, discursos y simbolismos expresados por Badillo (*et al.*, 2015) dentro de los resultados de este proyecto de investigación, se observa que sí se han creado unos códigos de interacción dentro de la comunidad Gamer en Villavicencio, ya que estos consumen o son parte de los procesos culturales de las dinámicas Gamer globales, de las cuales se evidencia un crecimiento acelerado en la última década, por lo que se puede decir que se apropia dentro del territorio local estos discursos y se desarrollan de acuerdo a las oportunidades propuestas creadas por la comunidad local.

Es así como esta línea de investigación nos permite entender los procesos a través de los cuales los jóvenes de Villavicencio apropian el lenguaje, las prácticas y el conocimiento referente a la cultura Gamer y como estas dinámicas son un microcosmos de lo que es la comunidad más amplia, la cual es tomada como referente para implementar los procesos que se han desarrollado históricamente dentro de la cotidianidad y la cultura de Villavicencio.

Se plantearon algunos retos frente a la percepción general de los videojuegos, a la falta de apoyo estatal y las prácticas nocivas que rodean la participación y

construcción de cultura Gamer, pero se propone a través de este proyecto de investigación entender y aceptar que estas prácticas son inherentes al consumo mediático de los jóvenes, y de personas de otras edades interesadas, puesto que solo depende de herramientas que permitan acceder a Internet para poder conocer y ser parte de un mundo virtual de juego y así interactuar con una comunidad que comparta estos intereses.

El videojuego es entendido como una mediación y el jugador como aquel que apropia y construye cultura, este proceso puede desarrollarse en espacios virtuales o dentro del territorio donde se encuentre el jugador y las posibilidades que pueda llegar a tener dicho jugador, depende de la aceptación y el reconocimiento que su entorno presente, por lo que la influencia dependerá de los objetivos que la comunidad Gamer de Villavicencio proponga y del aporte que cada uno de sus miembros, y de la población general, construyan dentro de su cotidianidad.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En el desarrollo del proyecto de investigación “Procesos de apropiación y construcción de cultura Gamer en los jóvenes de Villavicencio” se planteó como objetivo el analizar como estos procesos (apropiación-construcción) presentan una influencia dentro los procesos identitarios de estos jóvenes y como esta influencia choca con la cultura local.

En inicio se presentó un reto no sólo por la complejidad de entender la construcción cultural de toda una población (jóvenes de Villavicencio) sino que la falta de precedencia frente a la temática y el escepticismo, en varios casos, de las entidades a quienes se abordaron para ser parte de esta investigación (universidades, entidades públicas) resultó ser un hecho relevante frente a este proyecto de investigación.

De igual forma en la búsqueda de fuentes de información que permitieran dar respuesta a la pregunta de investigación planteada, se da cuenta que sí existe una influencia de los videojuegos y de la cultura Gamer dentro de la población de Villavicencio, que quienes participan en estos procesos son en su mayoría jóvenes, lo cual presenta una minoría en edades más allá de los 25 años (que esta fuera del rango propuesto en la muestra de investigación), que estos sujetos que participan se congregan en comunidades virtuales enfocadas a mundos virtuales de juego específicos y que cada uno de estas personas/jugadores participan en más de un videojuego y comunidad de juego.

También se evidencia que en Villavicencio se ha venido realizando un proceso de apropiación y construcción cultural alrededor de los videojuegos a pesar de que la

cultura local no percibe de buena manera dentro del panorama general y a través de estas percepciones, tanto positivas como negativas, se presentan estas conclusiones.

La primera conclusión que se presenta hace referencia a la percepción general de la población en Villavicencio frente a la cultura Gamer en donde estas prácticas son entendidas como nocivas para los jóvenes, y todo aquel que participe en estas, ya que en el peor de los casos se liga esta participación a situaciones de adicción (vicio) en el que el joven deja de lado sus demás responsabilidades para dedicarse enteramente a estas prácticas.

Esta percepción se inicia desde el hogar con los padres quienes, según las tradiciones y costumbres que han sido aprendidas por sus antecesores, han creado unas expectativas rígidas frente a lo que es bueno o malo (como ellos juzgan) en el desarrollo personal de sus hijos. A partir de este núcleo familiar se da fuerza desde temprana edad a otras prácticas las cuales, según la cultura local persistente, presentan un mayor provecho o beneficio para el joven.

Esta herencia de tradiciones se empieza deteriorar en el momento en que el joven interactúa con personas fuera de su territorio y, por ende, con otras culturas dentro de un entorno global como es la Internet. El flujo de información, en algunos casos, entra en contrariedad con las tradiciones enseñadas y es en este choque que se pasa a al proceso de apropiación de nuevas formas de sentir, de hablar y de identificarse alrededor de nuevas prácticas.

Aquí es donde la cultura Gamer ha entrado a influenciar la cultura de los jóvenes de Villavicencio quienes empiezan a conocer cómo se desarrollan estas dinámicas en otros países y dan cuenta de la relevancia que estas prácticas tienen, contrario a la

cultura local en donde se llega a percibir como una forma de adicción que inhibe las oportunidades del joven.

Es por lo que este proceso que se ha sido desarrollado por los padres y acogido por la opinión pública, ha visto una fuente de resistencia a través de colectivos locales quienes buscan promover las prácticas alrededor de los videojuegos como una oportunidad para que el joven se entretenga y, más allá de esto, se proyecte dentro de las dinámicas que componen la cultura Gamer.

A partir de esta conclusión inicial se presenta que la influencia de la cultura Gamer no se proyecta de manera uniforme dentro de los jóvenes de Villavicencio, ya que en el desarrollo de este proyecto de investigación se ha evidenciado una clara diferencia entre la participación y el compromiso que tienen los hombres y las mujeres frente a estas prácticas y esta cultura.

Para ejemplificar esta diferencia observamos que los entrevistados 1 y 2 abordan las prácticas alrededor de los videojuegos desde hace al menos cinco años y han participado en diferentes eventos relacionados a diversos mundos virtuales de juego interactuando durante el proceso con diversas personas/jugadores dentro de la localidad, hasta este punto el desarrollo respecto a la cultura Gamer no difiere con la entrevistada 3.

La diferencia que se plantea a partir de aquí es la proyección que se tiene frente a estas prácticas y estos espacios, siendo cada uno de estos jóvenes estudiantes universitarios con diferentes responsabilidades (trabajo, relaciones), puesto que los primeros (entrevistados 1 y 2) como hombres se proponen participar en torneos profesionales o trabajar desde el ámbito empresarial para desarrollar su afición frente a estas prácticas y esta cultura, mientras que la mujer (entrevistada 3) se alegra de haber

participado en estas dinámicas, pero decide no proyectarse en relación con esta cultura debido a las expectativas que existen frente a su futuro (trabajo, estudio).

De igual forma la participación dentro de la cultura Gamer en Villavicencio se compone en su mayoría por hombres, teniendo en cuenta que el conocimiento que se tiene frente a los procesos de construcción cultural en el territorio es percibido por ambos grupos es parecido, por lo que se evidencia el interés de los hombres por abordar estas prácticas lo que conlleva a la creación de unos compromisos y objetivos alrededor de los videojuegos.

Otra de las razones propuestas frente a la poca participación de las mujeres en el desarrollo de la cultura Gamer es la percepción que la población general tiene frente a la falta de feminidad que tienen estas prácticas, por lo que es mal percibido que una mujer dedique demasiado tiempo, e incluso que participe, en los videojuegos.

A esto se suma la percepción que los hombres de la comunidad Gamer tienen respecto a las mujeres al enmarcarlas con “faltas de habilidad” o “no aptas para estas prácticas” llevando así a que las mismas mujeres, parte de la comunidad, perciben su participación como “horrible” o “feo” en el momento en que el grupo de jugadores conocen que la persona que está detrás de un avatar (personaje dentro del juego) es una mujer.

Esta percepción, como presenta la entrevistada 3, es un resultado del entorno cultural local lo cual es diferente al rol que las mujeres desempeñan en otros países donde su participación es aceptada y percibida como normal, por lo que este es un proceso por el que se tiene que pasar y que ha ido disminuyendo con el paso del tiempo.

Después de haber entendido como la población general percibe los videojuegos y como los jóvenes, tanto hombres como mujeres, implementan y construyen cultura

alrededor dentro de estas prácticas se presenta una tercera conclusión relacionada al componente económico y empresarial que se ha desarrollado en Villavicencio, el cual es fundamental para el desarrollo y alcance de los videojuegos.

Se evidencia en este proyecto de investigación que los registros alrededor de eventos realizados teniendo como temática de encuentro los videojuegos, datan de aproximadamente siete años (2012) momento en el que se creó la página “LoL Villavicencio” en donde se reunían jugadores que participaban en el videojuego League of Legends.

Dentro de las entrevistas y el diálogo de saberes se habló de competencias realizadas entre café internets con diferentes equipos que participaban alrededor de videojuegos como The King of Fighters, DOTA, entre otros, pero al no haber registros o evidencias al respecto se plantea la anterior fecha como el inicio de la proyección de la comunidad Gamer dentro de Villavicencio.

A partir de esta fecha se realizaron encuentros offline para que las personas interesadas, o afines, a estas prácticas socializaran y fue hasta el 2016 con la realización de la puesta en escena del torneo “Copa Leyendas Villavicencio” que se dio inicio a la realización de eventos a gran escala, tanto en premios como en asistencia, en donde se dieron propuestas como la Liga Local Villavicencio -LLV-, Liga Campeones Villavicencio -LCV-, Game Fest, GEGA Fest, entre otros.

De la misma forma en que se implementaron estos eventos con puestas en escena que tenían como objetivo llamar la atención de los jóvenes, y de la población en general, se crearon entidades/empresas privadas locales como Esport Villavicencio, INNOVA Game SAS, Corporación MACCO, entre otros, que promovían las prácticas

alrededor de los videojuegos y buscaban organizar la comunidad Gamer dentro de Villavicencio, objetivo que hasta la fecha sigue en proceso de desarrollo.

Es así como a través de todos estos procesos que se han venido desarrollando dentro del municipio de Villavicencio, sustentan la formulación del problema respecto a la presencia de una influencia desde los videojuegos hacia la cultura local, la cual se visualiza a través de lenguajes provenientes de los videojuegos e implementados en la cotidianidad de los jóvenes, de simbolismos o formas de entender estas prácticas como algo más que una diversión, de discursos que se desarrollan en los diferentes espacios locales dedicados a la cultura Gamer.

Estos procesos que se desarrollan alrededor de la cultura Gamer la presentan como una nueva forma en que los jóvenes interactúan primeramente con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y a través de estas, se crean diferentes formas de interactuar y construir cultura.

Es por esto que la última conclusión que se propone en este proyecto de investigación es la de entender las prácticas de los videojuegos y la cultura desarrollada alrededor de estos como una forma de mediación cultural en que la persona/jugador participa de acuerdo a sus intereses, se compromete de acuerdo a la proyección que este tenga frente a estas prácticas y desarrolla una identidad de acuerdo a las conexiones emocionales creadas con el mundo virtual de juego y con la misma comunidad de juego inmersa en estos espacios.

El videojuego no puede ser entendido o relegado como una práctica irrelevante dentro del desarrollo de los jóvenes de Villavicencio, y en general, debe aceptarse como una práctica que promueve el desarrollo de las habilidades individuales y colectivas en donde se crean compromisos y conexiones de la misma manera en que se desarrollarían

en otras prácticas, ya sean directas o virtuales, y es en la participación en estos espacios virtuales de juego que se construye la cultura Gamer la cual influencia la cultura local.

Esta influencia se desarrollará en la medida en que los videojuegos sigan con la tendencia de expansión y aceptación que ha tenido en los países del antiguo continente y en los últimos años dentro de Latinoamérica, el acoger el desarrollo de esta cultura en este momento puede presentar la creación de oportunidades para los jóvenes en un futuro, pero la negación de estas dinámicas no significa que los ámbitos (económico, social y cultural) que componen los videojuegos se vayan a ver obstaculizados en un panorama general, el único resultado es que no desarrollarán en el territorio local y las personas interesadas tendrán que buscar las regiones en que exista una mayor aceptación, es decir, ya sea en el territorio local o nacional los videojuegos aumentarán su alcance y aceptación por lo cual el negar su influencia es como intentar frenar una ola, de nuevas formas de interactuar y construir cultura, con las manos bajo el pretexto de una tradición o una percepción desinformada frente a estas prácticas.

Recomendaciones

En los posteriores estudios que puedan realizarse alrededor de la cultura Gamer y de los videojuegos en general dentro de la ciudad de Villavicencio se insta a los investigadores a abordar este tema de estudio como un proceso que se va a realizar de una manera u otra, ya sea por parte de colectivos o entidades locales que reconozcan las oportunidades que estas dinámicas representan para la población o por parte de externos que busquen replicar e implementar los procesos de adaptación y aceptación de estas prácticas, las cuales presentan una relevancia para la economía, para el entendimiento de las nuevas formas de interactuar y, ante todo, como un forma de construir cultura.

El desarrollo de estos espacios virtuales crece en paralelo con el alcance de las nuevas tecnologías de información y comunicación, se ha hablado continuamente en diversos aportes teóricos que nos encontramos en una sociedad de la información que trasciende su territorio y se proyecta dentro de un panorama mundial y el municipio de Villavicencio lo reconozca o no, es parte de este panorama.

Es por esto que la realización de estudios que busquen entender la cultura Gamer y propongan diferentes formas de abordarla desde la academia, desde la sociedad y desde la cultura, son una base sobre la cual la misma cultura Gamer puede apoyarse para promover estas prácticas y proyectarse dentro de la cultura local.

Me gustaría instar a los investigadores por venir en repensar y proponer nuevas formas de adquirir reconocimiento por parte de las entidades públicas frente a la cultura Gamer, ya que el intentar transformar las percepciones provenientes de las tradiciones y las costumbres enmarcadas en la cultura local es un objetivo inviable dentro de un proyecto de investigación, pero se podría al lograr un reconocimiento estatal se podrían sentar las bases para una mayor aceptación dentro de la población de Villavicencio.

De igual forma desde las entidades privadas y públicas se podría abordar la cultura Gamer como un componente económico relevante en un futuro en el que esta la comunidad, y los colectivos, que promueven esta cultura se hayan organizado y se unifiquen los objetivos a realizar, puesto que como se evidencio en este proyecto las prácticas alrededor de los videojuegos son un entorno que moviliza un gran componente monetario y es una gran industria que puede llegar a acogerse dentro de Villavicencio, pero la preparación previa a esto debe desarrollarse con el apoyo de la población, las comunidades locales, las empresas internas y externas, el gobierno local y la academia a fin de articular un proceso que sea verdaderamente beneficioso para el territorio.

Por último, se recomienda en futuras investigaciones alrededor de la cultura Gamer referenciar una mayor cantidad de casos de estudio que se puedan tomar como referentes al proceso de investigación, en este proyecto no se tomaron en cuenta por ser una investigación inicial y exploratorio de una problemática o tema de estudio no realizado dentro de la localidad, además de que estas referencias se encuentran en diferentes idiomas al español (inglés, alemán, japonés, entre otros) lo cual dificultó acceder a estos, pero las dinámicas de aprendizaje que se están desarrollando entre las nuevas generaciones, estos retos pueden no ser tan grandes para futuros investigadores.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, G. (2015) Culturas fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers. La Trama de la Comunicación [en línea] 2015.
- Anton, M. & García, F. (2014) Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. España.
- Ardevol, Elisenda. (28-30 de julio, 2003). Cibercultura: un mapa de viaje. Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet. Seminario de Cybercultura. Universidad Oberta de Catalunya. Barcelona – España.
- Badillo M., Torres N., López J. & Martínez O. (2015). Guía categorías de investigación Maestría en Comunicación. Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD.
- Crawford G., Gosling V. & Light-Ben (2011). Online gaming in context. The social and cultural significance of online games. Ed. Routledge. New York – Estados Unidos.
- Giménez, Gilberto (2003) La cultura como identidad y la identidad como cultura, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México.
- Giménez, Gilberto. (1999). "Territorio, cultura e identidades: la región sociocultural". Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. V Época II No. 9. 9.
- Heredia, Carla Estrella (2011). Antropología de los mundos virtuales. Avatares, comunidades y piratas digitales. Ed. Abya-Yala. Quito – Ecuador.

- Levis, David. (1997/2013). Los videojuegos, un fenómeno de masas. 2ª edición, 1ª edición electrónica. Ed. Sivel. Buenos Aires – Argentina.
- Martínez Godínez, Verónica Laura (2013). Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico-crítica. Universidad Autónoma de México. México.
- Martínez Hernández, Manuel, Ceceñas Torrero, Paula & Ontiveros Hernández, Verónica (2014). Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales. Red Durango de Investigadores Educativos A.C. México.
- Mäyrä, Frans (2009). Getting into the Game: Doing Multi-Disciplinary Game Studies. Ed. The Video Game Theory Reader 2, pp. 313-329. New York – Estados Unidos.
- Méndez Lara, María del Rocío, & Galvanovskis Kasparane, Agris (2011). Sentido de Comunidad Virtual: Un Estudio Teórico Empírico. *Psicología Iberoamericana*, 19(1). ISSN: 1405-0943. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1339/133920896002>
- Moreno Mínguez, Almudena & Suárez Henán, Carolina (20 de Enero de 2010). Las comunidades virtuales como nuevas formas de relación social: Elemento para el análisis. *Revista Espéculo* No. 43. ISSN: 1139-3637. Disponible en:
<https://webs.ucm.es/info/especulo/numero43/covirtual.html>
- Muriel, Daniel (2018). El videojuego como experiencia. Instituto de Estudios de Ocio – Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Universidad de Deusto. San Sebastián – España.

- Peacer, Celia & Artemisa (2009). *Communities of Play. Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds*. Massachusetts Institute of Technology - MIT. Massachusetts – Estados Unidos.
- Rheinhold, H. (1996) *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Ed. Gedisa. Barcelona – España.
- Rosales, R. (2013). *Gamers: identidad y representación en las culturas lúdicas ecuatorianas*. Tesis de maestría, Flacso – Ecuador.
- Sandoval Forero, Eduardo Andrés (2007). *Cibersocioantropología de comunidades virtuales*. *Revista Argentina de Sociología*, 5(9), ISSN: 1667-9261. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=269/26950905>
- Tejeiro Salguero, Ricardo & Pelegrina del Río, Manuel (2008). *La psicología de los videojuegos. Un modelo de investigación*. Ed. Aljibe. Málaga – España.

ANEXOS

Deporte

Diversión

Profesión

Ocio

7. Ha dialogado con otras personas sobre los videojuegos que le gustan:

Sí

No

8. Se identifica con algún personaje de videojuego o con algún videojuego como tal:

Sí

No

¿Cuál?

Cultura

9. Se identifica con la cultura local:

Sí

No

10. Desarrolla su identidad personal por internet, es decir, se muestra como es en realidad:

Sí

No

11. Se identifica con algún tipo de comunidad virtual:

Sí

No

¿Cuál?

12. Cree que los videojuegos son una cultura:

Sí

No

Cotidianidad

13. En qué sectores de la ciudad ha podido observar el desarrollo de los videojuegos (puede marcar más de una respuesta):

Casa	Barrio	
Universidad/Colegio	Algún otro lado	Ninguno

14. Dedicar tiempo a los videojuegos:

Sí	No	¿Cuántas horas semanales?
----	----	---------------------------

15. ¿Qué dicen sus padres de los videojuegos?

Pérdida de tiempo	Una posible profesión	
Es para niños	Bueno para divertirse	Otra cosa

16. Entre sus amigos y familiares ¿Cuántas personas conoce que juegan videojuegos?

Entre 1 y 3	Entre 4 y 6
Entre 7 y 9	Más de 9

Historia

17. ¿Sabía usted que los e-sports son un deporte reconocido en el ámbito mundial?

Sí	No
----	----

18. ¿Sabe lo que es un MOBA, MMO o MMORPG?

Sí	No
----	----

19. Sabe usted que en Villavicencio se adelantan campeonatos, ligas profesionales y semiprofesionales de videojuegos en línea

Sí

No

Anexo B – Grupo de enfoque

Instrumento

Diálogo de Saberes.

Objetivo

Reunir a los diferentes sujetos de la comunidad Gamer tales como: gestores culturales, entrenadores, jugadores profesionales, semi-profesionales y amateurs, investigadores, y miembros que participan y promueven esta cultura en la ciudad de Villavicencio, los cuales han tenido diversas experiencias frente a la construcción y apropiación de esta cultura en la región.

Temas

- Los videojuegos como cultura.
- Villavicencio como foco de trabajo alrededor de la cultura Gamer.
- Organización de la comunidad Gamer.
- Proyección para jugadores y gestores.

Entrevistas individuales

Entrevistado No. 1

- ¿Con qué juegos inicio jugando?
- ¿Y en línea, cual fue el primer juego?
- Actualmente a que se dedica
- ¿Cómo combina el estudio, el trabajo, los juegos y la vida social?
- Actualmente cuantas horas al día juega.
- ¿Qué le dicen en su casa respecto a los videojuegos?
- ¿Le ha contado a su familia que esta cultura va más allá de un computador, sino que es un deporte?
- En la parte competitiva de Villavicencio, ¿se encuentra participando con algún equipo?

- Entre las expectativas tradicionales (los padres, la sociedad, la vida laboral, etc.) y las expectativas de ser un jugador profesional ¿cree que esto se podría hacer aquí en Villavicencio (elección)?
- ¿Como ve la comunidad (videojuegos) en Villavicencio?
- Hay comunidades de otros juegos aquí en Villavicencio, que realicen actividades offline
- ¿A qué otras comunidades pertenece y en que otros juegos participa?
- ¿Ha creado relaciones de amistad con personas de otros países a través de estos juegos?
- ¿y con personas que hablen otros idiomas?
- ¿Cómo se entrelaza el vocabulario de los videojuegos con el de la cotidianidad?
- ¿Cuál es la persona con mayor edad con la has jugado un juego en línea?
- ¿y el jugador de menor edad?

Entrevistado No. 2

- ¿Desde qué edad juega?
- ¿Cuál fue el primer juego que jugo?
- ¿Y en línea?
- Es decir que desde el principio los videojuegos fueron algo como para competir
- Aparte de LoL en que otro tipo de videojuego participa
- En la parte familiar que opinan al respecto
- ¿Participa en alguna de las ligas o torneos locales?
- ¿Juega y habla con personas de otros países?
- ¿Cuál es la persona de más edad con la que juegas?
- ¿Cómo se combina la parte de los videojuegos y la parte de los estudios?
- ¿Si pudiera organizarse como jugador profesional, lo haría?
- Siente que en su cotidianidad choca el vocabulario del juego con el idioma
- Se siente parte de la comunidad Gamer
- ¿Cuál es la diferencia entre socializar fuera o dentro de un juego?

Entrevistada No. 3

- ¿Cómo empezaste con el tema de los videojuegos?
- ¿Algún juego que recuerdes especialmente en tu infancia?
- ¿Actualmente puedes decir que perteneces a alguna comunidad de jugadores?
- ¿Y cómo participabas?
- ¿Qué crees que hace falta en Villavicencio para que el ámbito de los videojuegos, competitivos y no competitivos, se desarrolle más?

- ¿Tienes planes de seguir gestionando o ayudando como gestora a esta comunidad?
- ¿Y cómo jugador te gustaría seguir en el ámbito competitivo?
- ¿Cómo se siente una mujer en un deporte en donde la mayoría son hombres?
- ¿Cómo es el ámbito de los videojuegos para conocer a otras personas?
- ¿Qué opinión tienen tus padres, familia y personas cercanas referente a tu gusto y participación en los videojuegos?
- En cuanto al vocabulario o las expresiones que se manejan dentro de los videojuegos ¿se choca con tu forma de hablar cotidianamente?

Entrevistado No. 4

- ¿A qué edad empezó en el ámbito de los videojuegos?
- ¿Cómo eran las comunidades de jugadores en esa época?
- ¿Esa época de la que habla fue en Argentina?
- Aparte de como jugador ¿cómo más empezó a participar en la cultura Gamer?
- ¿En qué lugares (países) has trabajado el ámbito de cultura Gamer?
- Con respecto a Colombia ¿qué avances se lograron, que obstáculos se presentaron y que panorama se pudo observar?
- ¿Qué cree que les hace falta a las comunidades de videojuegos en Colombia para desarrollarse mejor?
- En el aspecto competitivo como jugador, ¿en qué videojuegos has competido?
- ¿Cómo es el proceso para ser un jugador profesional o semiprofesional en el ámbito de los videojuegos?