

**MOVIMIENTOS, PRÁCTICAS Y RELACIONES SOCIALES ALREDEDOR DE
LOS VIDEOJUEGOS EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

Juan Carlos Fernández Claros

Tesis para optar por el título de Antropólogo

Asesor: Simón Puerta Domínguez

Mg. en Antropología

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA
MEDELLÍN**

2019

Tabla de contenido

Resumen	4
1. El impacto social del videojuego	6
1.1 Del nacimiento a la consolidación de un fenómeno.....	9
2. Reflexiones y teorías alrededor de los videojuegos.....	23
2.1 Capital cultural en los videojuegos.....	25
2.2 Reflexiones de género en los videojuegos.....	29
2.3 Urbanismo y videojuegos	33
3. Medellín, una ciudad que juega	36
3.1 Contexto histórico de la ciudad de Medellín	38
3.2 Capital cultural en Medellín, una ciudad que juega.....	43
3.3 Lo urbano alrededor de los videojuegos en Medellín	64
3.4 Género y videojuegos en Medellín.....	81
4. Síntesis, reflexiones y observaciones finales alrededor de los videojuegos en la ciudad.....	91
Referencias Bibliográficas	97

Agradecimientos

Quiero agradecer profundamente el apoyo recibido por parte de mi familia, maestros y amigos que me ayudaron en la realización de este trabajo. Además del apoyo brindado por los múltiples establecimientos comerciales de la ciudad y a los empleados que en estos trabajan. Entre ellos la Clínica del Play, Gamers Colombia, Xtreme Hardware, Dr. Chip, al Centro Comercial Monterey etc... Que sin su ayuda y colaboración este trabajo no hubiera sido posible.

Resumen

Desde que fueron creados, los videojuegos han sido una fuente de influencia y cambio social que han marcado varios aspectos sociales a nivel mundial. La ciudad de Medellín y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá no se vio aislada de estos procesos de cambio social relacionados con éste medio de entretenimiento, afectando desde su arribo, las formas cómo se entiende el espacio, las relaciones sociales, las nociones de género, el comercio, entre otros. Igualmente, las personas de la ciudad han creado un amplio abanico de estrategias sociales y económicas alrededor del videojuego. Éste trabajo tiene como propósito mostrar parte del impacto que ha tenido el videojuego en la ciudad de Medellín, mostrando cómo alrededor de este medio de entretenimiento, se han modificado las relaciones sociales y el espacio público propio del contexto urbano, y cómo a partir de estas modificaciones se puede reflexionar antropológicamente, analizando bajo las perspectivas del capital cultural local, el urbanismo y el género.

Palabras Clave: Videojuegos, Capital Cultural, Urbanismo, Género

Abstract:

Since they were created, video games have been a source of influence and social change that have marked various social aspects worldwide. The city of Medellín and the Metropolitan Area of the Aburrá Valley have not been isolated from these processes of social change related to this medium of entertainment, affecting since their arrival, the ways in which space, social relations, gender notions, trade, among others are understood. Likewise, the people of the city have created a wide range of social and economic strategies around video games. This work is intended to show part of the impact that video games have had in the city of Medellín, showing how social relations and the public space proper to the urban context have been modified around this medium of entertainment, and how from these modifications one can reflect anthropologically, analyzing under the perspectives of local cultural capital, urbanism and gender.

Key words: Video games, Cultural Capital, Urban, Gender

1. El impacto social del videojuego

Desde su creación a inicios de la década de los 70, los videojuegos han sido una fuente de cambio e influencia social que ha marcado la economía y a la sociedad, y que al día de hoy están superando en aspectos de consumo a industrias de entretenimiento como el cine y la televisión (Anón y García, 2014). Culturalmente han reconfigurado el juego, entendido como una etapa que iniciaba en la infancia y finaliza en la adolescencia, con las excepciones de los ocasionales juegos de mesa o eróticos, no había muchas alternativas para que un adulto pudiera jugar (Cabra, 2016), pero el videojuego cambió esto. A día de hoy el juego no puede ser visto cómo algo relegado a las primeras etapas de la vida, aunque sigue siendo una actividad nuclear en la vida cotidiana de los jóvenes.

El videojuego, como lo menciona Cabra (2016, p.50):

Es un artefacto cultural que ha roto con esta noción que infantiliza al juego, circunscribiéndolo solo a un grupo de edad. El videojuego ha permitido que los jóvenes continúen jugando y que enriquezcan su historia como jugadores. En este sentido, así como cada individuo tiene una historia como sujeto de las emociones o de las relaciones afectivas, que incide en su forma de ser y actuar, también existe una historia como sujeto de juego.

El fenómeno también ha modificado las ciudades, cuyos habitantes han adaptado el espacio y sus hábitos. Esto ha desembocado en un llamado “capital de juego”, propuesta de Consalvo (2007), que funciona a modo del capital cultural de Pierre Bourdieu, reconociendo un entramado fundamental que preexiste al acto mismo de jugar que existe no solo en la relación con el juego, sino con todo el aparato cultural en el que este se inscribe.

Igualmente, desde sus inicios el videojuego ha tenido una importancia y relevancia tal en la sociedad que ha sido acreditado por autores como Lafrance como el primer y más importante medio de masas de la era moderna (Carrillo, 2015). Esta relevancia y notoriedad a lo largo de su historia, han traído diversos conflictos generacionales que han evolucionado a raíz del impacto social que estos han tenido a lo largo su existencia, siendo los jóvenes quienes se han acoplado más rápido a estos mecanismos electrónicos, quienes siempre están en el centro de la polémica (Victoria, 2010). En sí, esta manifestación cultural que es el videojuego, podría decirse que entro en conflicto, con lo que autores como Ardevol (2003) plantean como el sentido común de la cultura, en el cual, el hecho de crear manifestaciones que rompan lo establecido creará conflictos. Pero la tecnología en general, no solo el videojuego, irrumpe en las vidas de todos y cambia en muchos sentidos la manera de encarar la cotidianidad. El Internet, por ejemplo, es una de esas innovaciones que, además, ha tenido la capacidad de reinventarse y mejorarse (Esqueda, 2009). Aquí entra es el hecho, de cómo las nuevas generaciones se están empezando a criar alrededor de contextos cada vez más tecnológicos, y el rápido aprendizaje e inmersión por parte de los jóvenes en estas nuevas tecnologías de comunicación, en este caso los videojuegos, están afectando las estructuras sociales tradicionales.

El impacto social y cultural que ha tenido a lo largo de los años, ha atraído el interés de la academia, la cual se ha encargado de estudiar el fenómeno desde distintos enfoques y teorías. Entre las aproximaciones más populares, se encuentran los estudios que se han centrado en mostrar el impacto del videojuego en la sociedad, alrededor de la teoría de Pierre Bourdieu del capital cultural, siendo los trabajos de Mia Consalvo (2006), Randy Nichols (2013) o Nina Alejandra Cabra (2016) algunas aproximaciones con este enfoque. También se han

hecho estudios de videojuegos en relación a las aplicaciones educativas o de aprendizaje que puede tener el medio y sus posteriores usos en distintas instituciones (Cabra, 2016). De igual forma, la academia a estado interesada en analizar cómo la virtualidad del videojuego, está modificando las relaciones sociales alrededor de las formas de comunicación (Consalvo, 2009), las comunidades virtuales (Golub, 2014) o las relaciones de género (Cabra, 2016). Por último, también se ha evaluado el papel los juegos en la salud pública de las personas, pasando desde enfoques nutricionales, hasta temas de adicción.

La ciudad de Medellín y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, no se han visto ajenas al impacto del videojuego como medio, y desde su llegada a mediados de la década de 1980, el mismo ha influido en múltiples instancias, como la vida cotidiana de la ciudad, el espacio público, las formas de expresarse de las personas, las estrategias de supervivencia entre otros... el videojuego de igual forma, han venido cambiando conforme al paso de los años y a la llegada de nuevas formas de jugar e interactuar.

Este trabajo tiene como propósito mostrar parte del impacto que ha tenido el videojuego en la ciudad de Medellín, mostrando cómo alrededor de este medio de entretenimiento, se han modificado las relaciones sociales y el espacio público propio del contexto urbano, y cómo a partir de estas modificaciones se puede reflexionar antropológicamente. Para esto, este trabajo está dividido, en una primera parte, donde se propone un contexto histórico que aborda la historia del medio junto con las reflexiones académicas alrededor del tema, y en una segunda parte que muestra la relación histórica de la ciudad con el medio junto con el estado actual del fenómeno, mostrando cómo se están dando las relaciones sociales alrededor del videojuego y cómo se han modificado los espacios, las instituciones y las formas de

subsistir. Esto bajo la luz de teorías alrededor del capital cultural de Pierre Bourdieu, las teorías urbanas y algunos planteamientos sobre el género.

A continuación, se dará un repaso de cómo el videojuego se convirtió en el gran medio masivo de entretenimiento que es hoy, como se fue moldeando y cuales han sido algunas de las consecuencias de su evolución.

1.1 Del nacimiento a la consolidación de un fenómeno

Los videojuegos nacieron en un contexto de tensión entre Estados Unidos y la Unión Soviética en plena Guerra Fría, con el escenario de la guerra de Vietnam (con el norte apoyado por los soviéticos y el sur por EEUU). Esta guerra, desencadenó una competencia entre ambas potencias enfocadas a los avances tecnológicos, entre ellos los computadores, con fines armamentísticos y espaciales. El uso de los computadores en esa época de la década de 1960 era esencialmente de predicción de misiles, comunicación e investigaciones espaciales (Victoria, 2010).

En medio de todo esto surgieron en 1972 dos nombres: Nolan Bushnell y Alan Alcorn, quienes le dieron un nuevo uso a estas herramientas desviándose de su uso armamentístico con la creación del juego Pong para las máquinas recreativas, dando así el nacimiento de una nueva industria comercial. El éxito de juegos como Pong radicó en una experiencia simple de juego fácil de entender y dominar (Juul, 2010). El juego consiste en simular una partida de tenis de mesa donde un punto que simulaba ser la bola debía ser golpeado por dos barras

verticales haciendo un punto cada vez que una de las barras no pudiera golpearla. El éxito del juego también fue en parte a su ubicación y accesibilidad para ser probados. Las máquinas recreativas de Pong fueron instaladas en las gasolineras y tiendas donde los jóvenes y los curiosos, pagando un pequeño precio, podían probar el juego, otro punto para su éxito fue que este permitía competir a dos personas, que compartían la misma partida. Las mezclas de todos estos factores convirtieron a Pong en un éxito inmediato para el público.

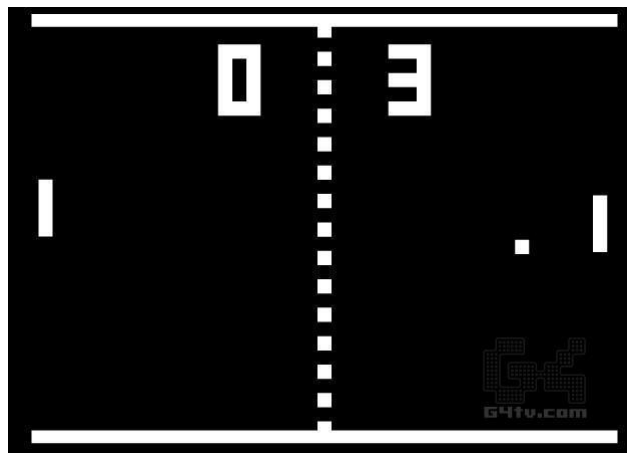


Imagen 1. Pong¹

El mercado de videojuegos en sus inicios comprendía dos formas comerciales: primero, las máquinas *arcades* repartidas por todo el país que permitían jugar por el precio de una moneda, y segundo las primeras consolas caseras, entre ellas el Atari 2600, la más destacada para los hogares estadounidenses (Victoria, 2010). Esta consola debió su gran éxito a la facilidad de instalación y uso en los hogares, contando además con una gran cantidad de juegos en su catálogo. Esto se volvió un éxito entre los jóvenes convirtiendo a la consola de

¹ Tomado de Google Imágenes 2018 <https://i2.wp.com/clipset.20minutos.es/wp-content/uploads/2011/11/pong.jpg>

videojuegos en unos de los regalos más pedidos a finales de la década de 1970 y principios de la década de 1980.



Imagen 2. Atari 2600²

A inicios de los años 1982 el mercado ya estaba inundado por una diversidad de consolas y máquinas arcade, el crecimiento de los videojuegos en sus primeros años estuvo marcado por una rápida aceptación entre los jóvenes quienes se adaptaban velozmente a estos mecanismos, lo que trajo consigo los primeros conflictos entre generaciones causados por las brechas de tecnología, con los adultos presentando una mayor dificultad para adaptarse a estos nuevos aparatos llevando en varios casos a la prohibición de estos mecanismos (Juil, 2010).

La industria de los videojuegos de esta década se posicionó como la industria de entretenimiento más rentable. Suceso que desencadenó un gran interés en muchas compañías a invertir en este mercado, lo que causó, una saturación en el mercado de productos de baja calidad, producto del interés general de los ejecutivos de las compañías de sacar la mayor

² Tomado de Google Imágenes 2017 https://uncrate.com/assets_c/2009/04/atari-2600-2-stretched-thumb-960x640-4902.jpg

cantidad de juegos en el menor tiempo posible. Esta saturación de consolas y juegos de baja calidad con un rápido desarrollo a inicios de la década llegó a su punto crítico en 1983 con la salida del juego de E.T para la Atari 2600, juego que si bien fue alto en sus ventas no alcanzó para cubrir la cantidad de juegos producida por Atari. Esto acompañado por el sentimiento negativo en los jóvenes, quienes, aunque veían una gran cantidad de juegos en el mercado, la calidad de estos hizo disminuir las ventas tanto de juegos como de consolas. Esta crisis trajo grandes repercusiones en la industria, en el mercado y en los jugadores (Victoria, 2010). Por un lado, la cada vez mayor caída en las ventas hizo quebrar a varias compañías, entre ellas la misma Atari, que a raíz de la crisis entró en declive. Este suceso llevó a muchas tiendas y fabricantes a replantearse el seguir vendiendo consolas. Esta crisis fue aprovechada y vista como una oportunidad por los países extranjeros en especial por las compañías japonesas, quienes vieron en esta situación una oportunidad de dominar la industria (Victoria, 2010).

Japón en el mundo de los videojuegos y la tecnología fue el resultado del periodo post-guerra, con un enfoque de reconstrucción del país enfocado en dos pilares: la educación y la tecnología, enfocándose en la electrónica, mejorando su producción y reduciendo sus costos (Victoria, 2010). En videojuegos esto se vio reflejado en sus inicios con el desarrollo de juegos como *Space invaders* (1978) de Toshihiro Nishikado y con el paso de compañías como Nintendo de crear juguetes a desarrollar software y juegos y con la consolidación de compañías como Sega y posteriormente Sony.

El aporte de las compañías japonesas a los videojuegos a inicios de los ochenta fue el crear a personajes principales (Juul, 2010), héroes con los que las personas se pudieran identificar.

Además, se creó narrativa alrededor de los personajes, lo que dio nuevos motivos para jugar a los jugadores. Nintendo fue quien más aprovechó esto creando personajes como “Jumpman” (1981) más tarde conocido como Mario, quien en *Donkey Kong* (1981) debía rescatar a una mujer mientras esquivaba los barriles lanzados por el gorila. Nintendo también crearía personajes como Link, Samus (una de las primeras protagonistas de un juego) y posteriormente en la década de los noventa se crearon iconos como *Star Fox* y *Kirby*.

Nintendo también entraría en el mercado de las consolas con una consola con dos variantes, la NES (Nintendo Entertainment System) para América lanzada en 1985 y la FAMICOM (Family Computer Entertainment System) para Japón lanzada en 1983. En sí, eran la misma consola con diferentes características y enfoques dependiendo de la región; en América la consola era vendida como un entretenimiento infantil mientras que en Japón como un entretenimiento familiar (Juul, 2010).

Otros países también aprovecharon esta crisis y entraron al mercado. El más notable fue la antigua Unión Soviética con el desarrollo de Tetris por el desarrollador Alekséi Pázhitnov en 1984. El juego inspirado en los pentaminós tomó popularidad a nivel mundial llegando a tal punto de ser catalogado como uno de los mejores juegos de la historia por varias revistas y convertirse en uno de los juegos más vendidos, con más de cien millones de unidades solo para dispositivos móviles, debido en gran parte a su gran re-jugabilidad (Juul, 2010).

En sí la crisis de videojuegos de la década de 1980 dio como resultado una diversificación que se reflejó en una mayor variedad de formas de juego como los ordenadores personales que empezaron a tomar fuerza y las consolas con enfoques dirigidos a diferentes tipos de

personas, aunque se seguía enfocando hacia el público masculino. Otro cambio importante se relacionó con la calidad de los juegos, donde, el cambio de narrativa de los mismos trajo nuevas experiencias que marcaron a los jugadores. En sí, el inicio de los cambios que se empezaron a presenciar en la industria sobretodo en la narrativa y la tecnología progresivamente fueron los causantes del cambio en la forma en que serían vistos y consumidos los videojuegos (Carrillo, 2015).

La década de 1990 tampoco se quedaría atrás, pues hubo una aceleración en el desarrollo de nuevas tecnologías y juegos producto de una fuerte rivalidad entre compañías, la más destacable entre Nintendo y Sega, y del aumento en la potencia de los computadores que permitió a los desarrolladores desarrollar juegos donde se experimentarían aún más con la narrativa y con los aspectos técnicos del juego como los controles (Juul, 2010).

A raíz de estas competencias y avances se fueron desarrollando y saliendo al mercado nuevas formas de experimentar los videojuegos. Se destaca el paso de un plano de juego bidimensional a uno tridimensional, con juegos como *Wolfenstein* y *Doom* como ejemplos importantes (Victoria, 2010). Un mayor aprovechamiento de personajes icónicos como Mario y Sonic por parte de Nintendo y Sega, y un rápido desarrollo de consolas y juegos como respuestas a compañías rivales acortando los tiempos entre generaciones y acelerando el desarrollo de las tecnologías, esto teniendo en cuenta la calidad del producto.

En los noventa se empezó a dar una mayor visibilidad y notoriedad a la comunidad de jugadores con la cada vez mayor cantidad de eventos y convenciones relacionados con el medio. Se destaca la creación de la convención E3 en 1995, en esta convención se mostraría

de forma anual los nuevos avances de compañías y desarrolladores en materia de juegos y hardware (Victoria, 2010). Por otra parte, es en esta década en la cual se empezaría a cuestionar aún más fuerte la influencia de los videojuegos en la sociedad a raíz de varios lanzamientos de juegos al mercado y de varias tragedias que acusaron al videojuego de ser el causante (Juul, 2010).

Estas controversias nacieron gracias al desarrollo de dos juegos ya nombrados: *Wolfenstein 3D* de 1992 y *Doom* de 1993, juegos pertenecientes al género *Shooter* o juegos de disparos. Estos juegos consolidaron el que se convertiría en el género más representativo del medio y fueron muy criticados por el alto nivel de realismo y violencia (Victoria, 2010). El primero estaba ubicado en un contexto en el cual el jugador es un soldado enfrentando a la Alemania nazi, mientras el segundo estaba ubicado en un contexto de invasión demoniaca. Ambos juegos fueron criticados por la representación de las armas y el realismo que brindaban, mostrando ejecuciones con abundante sangre (Victoria, 2010).



Imagen 3. Wolfenstein 3D y Doom ³

³ Tomado de Google imágenes <https://image.dosgamesarchive.com/screenshots/WOLF-03.png>.

Toda esta violencia mostrada en estos títulos, acompañada de otras entregas como *Mortal Kombat* de 1992, juego de peleas en donde se puede ejecutar al rival mediante el uso de “Fatalities” (decapitaciones, amputaciones, descuartizaciones etc...), trajo una serie de presiones por parte de los padres de familia a la industria, lo que condujo a un sistema de clasificación por edad, esto mediante la creación del *Entertainment Software Association (ESA)* en 1994. Esta asociación se encargaría de catalogar a qué tipo de jugadores son dirigidos los juegos, el cual basó su premisa a que no todos los juegos son para niños (Victoria, 2010). Esto terminó varias formas de catalogar juegos por edad a nivel mundial, los más utilizados son el *Entertainment Software Rating Board (ESRB)* para América y el *Pan European Game Information (PEGI)* para Europa.



Imagen 4. Fatality Mortal Kombat⁴

⁴Tomado de Google imágenes
https://vignette.wikia.nocookie.net/inmortalkombat/images/6/6c/Fatality_de_Sub-Zero_MK.png/revision/latest?cb=20121121211251&path-prefix=es Y
https://vignette.wikia.nocookie.net/mkwikia/images/f/fd/Mk1_kano_fatality.jpg/revision/latest?cb=20111116162259

Estos juegos también fueron acusados de causar una de las masacres más famosas de la década: el tiroteo en el Instituto de Columbine en el Condado de Jefferson, Colorado Estados Unidos, que tuvo lugar el 20 de abril de 1999, donde dos estudiantes armados causaron la muerte de varios estudiantes y profesores dejando también a varios heridos. Los responsables del tiroteo cometieron suicidio una vez finalizados sus actos. Entre las hipótesis de lo sucedido aparecieron los videojuegos, debido a que los autores del tiroteo eran poseedores del juego Doom, lo que desencadenó un gran impacto mediático en los padres de familia de EEUU quienes ignoraban lo que sus hijos jugaban, llevando a muchos a prohibir la compra de este tipo de juegos. Este suceso por el contrario no afectó las ventas de videojuegos a nivel general pero sí trajo consigo más reflexiones acerca del papel de los videojuegos en la sociedad (Victoria, 2010).

Los noventa también reforzaron el cómo se contaban las historias en los videojuegos, si bien las narrativas utilizadas antes de los 90 eran más limitadas producto de las limitaciones técnicas del hardware (Carrillo, 2015). En esta década se empezó a experimentar con juegos con narrativa asociada al cine, con juegos como *Metal Gear*, al género de terror con *Resident Evil*, a la ciencia ficción con *Half-Life* etc. Esto produjo una variedad de títulos que permitió a las personas escoger e identificarse de un gran catálogo de posibilidades lo que trajo aún más personas al medio (Carrillo, 2015).

El nuevo milenio entraría de lleno con varios sucesos que cambiarían la forma en que se vive las experiencias de juego, el primero fue el aumento de presupuestos para la elaboración de juegos, llegando a costos similares al manejado en medios como el cine. El segundo fue una mayor implementación del internet creándose más títulos de multijugador masivos (Carrillo,

2015). El tercer cambio fue la búsqueda de abrir el mercado a más personas, abandonando la idea de que el mercado de videojuegos era solo para niños. Un último suceso clave en la década estaría mediado por nuevas formas de almacenamiento que permitieron una mayor distribución a los juegos (Juul, 2010).

Esta fue una década que buscó expandir la experiencia del juego a más gente. Esto olvidando el enfoque previo a únicamente los niños y simplificando el *gameplay* para que más personas pudieran jugar, pero sin dejar abandonado el aspecto innovador. En palabras de Juul (2010) los juegos eran simples pero llamativos. El punto máximo sucedió con el lanzamiento al mercado de la consola Nintendo Wii, con un enfoque familiar con la característica de poseer un mando con control de movimiento que permitió una interacción dinámica y fácil de entender a las personas.

Al mismo tiempo juegos como *Call of Duty 4*, *Halo 3* y *Gears of War* llegaron para imponer los estándares en el medio que se mantendrían en los próximos años y reforzarían el carácter de juegos multijugadores masivos previos como *Everquest* o *World of Warcraft*, que crearon nuevas formas en las cuales los jugadores se relacionaban con el juego (Carrillo, 2015). La saga *Call of Duty* por ejemplo, vio un crecimiento masivo en su franquicia al momento de reforzar y mejorar el componente multijugador y de competencia de sus juegos, suceso que se reflejó en un aumento de ventas y popularidad (Antón y García, 2014), como la que se ve en la siguiente tabla.

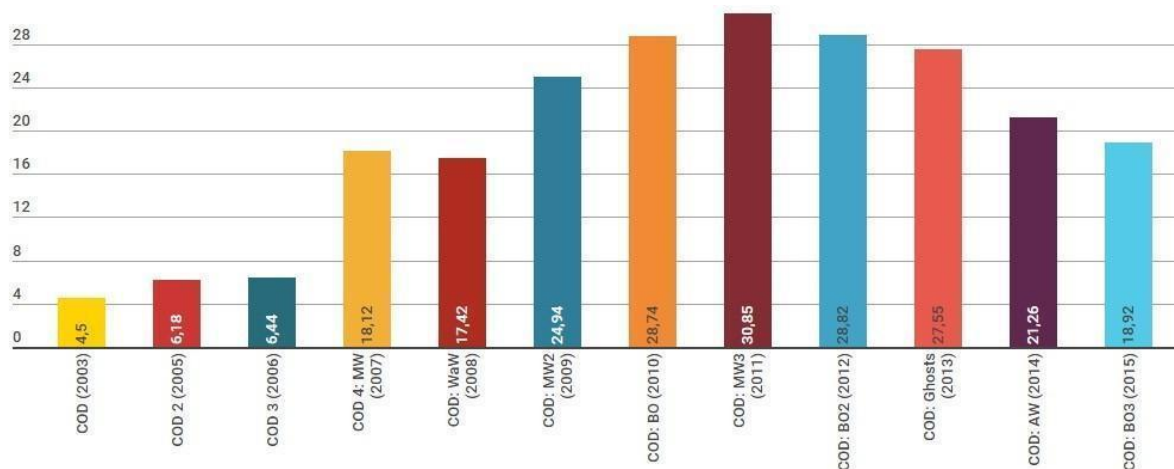


Gráfico 1. Venta en millones de unidades saga Call of Duty⁵

El internet tomó un papel fundamental en la década de los 2000 en el medio, su mayor acceso a nivel general permitió tanto a las empresas como a las personas experimentar nuevas formas de vivir los videojuegos (Carrillo, 2015). A su vez, aumentó la interacción a nivel mundial entre jugadores, creándose foros, blogs, sitios especializados donde las personas podían entrar a interactuar o sacar información con respecto a un juego. Las tiendas *online* también surgieron en esta década, y plataformas como *Steam* dieron la posibilidad a las personas de adquirir juegos de manera virtual. Las tiendas online, foros y los juegos online abrieron un espacio de mayor socialización entre los jugadores desencadenando formas de comunicación y relación que en muchos casos iban más allá del juego o las partidas (Carrillo, 2015).

A su vez, internet se convirtió en la arena máxima donde las personas podían competir y retarse mutuamente (Cabra, 2016). Los avances en el acceso a internet permitieron a las empresas reforzar experiencias multijugador. En esta década, gracias al mayor acceso de la

⁵ Tomado de Vida Extra 2016 <https://www.vidaextra.com/fps/la-saga-call-of-duty-en-cifras>. Uso para apoyar el argumento mostrado por los Autores Marcos Antón y Francisco García (2014).

gente a computadoras con acceso a internet, los juegos online empezaron a tomar más fuerza. Se popularizaron juegos como *EverQuest*, *World of Warcraft*, *Second Life*, etc. Juegos de rol donde el jugador toma el papel de un personaje de fantasía como en los dos primeros o crea una nueva vida en el mundo virtual como en el tercero.

Las competencias online empiezan a tomar más fuerza y atraer más público, estas fueron ganando más audiencia y popularidad conforme al paso de los años debido al desarrollo de juegos como los previamente nombrados, a la creación y popularización de nuevos géneros como el MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) y a la consolidación de otros géneros como el *Shooter* o el género de deportes (Antón y García, 2014).

En tiempos más recientes, la industria y el medio continúan expandiéndose y reforzándose. Por una parte, hay una intención de expansión de público en el mercado móvil, en donde las compañías vieron un potencial de crecimiento siguiendo fórmulas como la aplicada en la Nintendo Wii, la cual, busca crear juegos para las masas fáciles de dominar y atractivos para la vista (Juul, 2010). De igual forma, en la actualidad y mediante a la paulatina consolidación de la industria, ha traído como consecuencia una profesionalización en el mundo de los videojuegos con un gran énfasis en el ámbito de los deportes electrónicos o *esports*, lo que trajo como consecuencia que muchas personas y marcas quieran posicionarse (Antón y García, 2014).

Este fenómeno de espectáculo mediante el videojuego en la actualidad es un eje central tanto en los modelos de negocios de las compañías como en la comunidad de jugadores. Y al mismo tiempo, esto desencadenó en múltiples experimentos desde el punto de vista

comunicativo (Antón y García, 2014), explorando esto con la aplicación de segundas pantallas y generando consumo televisivo a través de nuevas vías como el *streaming* y video bajo demanda (Antón y García, 2014). Estados Unidos y Corea del Sur igualmente, se convirtieron en los referentes para otros países, en todo lo relacionado con la manifestación del fenómeno, en especial con lo relacionado con los deportes electrónicos.

El auge del deporte electrónico o *esports* en la actualidad, se reflejó en una popularidad creciente, donde millones de jugadores amateurs aspiran a convertirse en profesionales, tema que llevo al desarrollo de instituciones o academias dedicadas con este fin (Antón y García, 2014). Asimismo, este auge en las competencias, atrajeron el interés de múltiples compañías que buscan posicionarse en las competencias o eventos relacionados, junto con una constante demanda de posicionar a los equipos o jugadores como marcas registradas (Antón y García, 2014). En los torneos de empresas como *Riot Games* y *Valve* con sus juegos *League of Legends* y *Dota 2* respectivamente, con el paso de sus versiones y aumento en su popularidad entre los jugadores, desencadeno en un acercamiento de múltiples de empresas con búsqueda de patrocinio o transmisión, junto con la creación de múltiples comunidades organizadas por jugadores no profesionales y fans organizados que empezaron a crear un contenido relacionados con los juegos para el consumo de los jugadores (Antón y García, 2014).

Desde la industria al mismo tiempo, también se fueron creando nuevas estrategias de comercialización que se adaptaran a la actualidad del mercado y a las necesidades de la industria (Antón y García, 2014). Estrategias como el *early access* (acceso anticipado) que permite a las personas jugar juegos en fase de desarrollo, las micro transacciones y los

*Freemium*⁶ como elementos estéticos o de jugabilidad que podían ser adquiridos por dinero real, son un gran ejemplo de estos nuevos acercamientos comerciales desde la industria.

En sí, los múltiples momentos de la historia de los videojuegos fueron acorde a la posibilidad de la tecnología junto con las narrativas o formas de contar las historias. Los avances en la industria y las relaciones con el medio, han provocado cambios en la forma en la que se entiende y se consumen estos medios de comunicación (Carrillo, 2015) resignificándose conforme al paso de los años. La evolución de los videojuegos técnica y narrativamente, así como la popularización de los juegos online con la ayuda del internet contribuyeron a la creación de una cultura del videojuego y de los jugadores, sustentada tanto dentro como fuera de los juegos (Carrillo, 2015). La actualidad del videojuego, está caracterizada por los cambios en la forma de identidad o concepción social del jugador que se fue transformando de la imagen de un jugador aislado a uno socialmente activo en múltiples espacios y contextos (Carrillo, 2015).

⁶ Modelo de negocios que funciona ofreciendo servicios básicos gratuitos, mientras se cobra por otros más avanzados o especiales.

2. Reflexiones y teorías alrededor de los videojuegos

A grandes rasgos, podría decirse que las ciencias sociales han tenido dos enfoques principales a la hora de estudiar los videojuegos. Al primer enfoque se remontan los estudios en un contexto físico, en donde se evalúa el impacto de este medio en diferentes aspectos cómo: la vida cotidiana, en lo económico, en la salud pública (con un enfoque muy marcado en la adicción a los mismos), en la educación (se mira los conflictos entre la educación tradicional y el juego como forma de aprendizaje), entre otros. El segundo contexto son los estudios en entornos virtuales, en donde se estudia qué fenómenos sociales se trasladan a estos entornos, que fenómenos se rompen y cuáles se crean en estos espacios.

En antropología se ha tratado el tema de los videojuegos ampliamente en ambos enfoques. Por un lado, están los estudios antropológicos de videojuegos ligados a la virtualidad de los juegos, más específicamente a las “comunidades en línea” u “*online communities*”; en este enfoque parte del problema ha sido definir el objeto de análisis. Como lo plantea Golub (2014), los estudios se han propuesto categorías para estudiar que van desde “*online communities*” (Wilson y Peterson 2002), “*digital media*” (Coleman, 2010), “*new media*” (Gershon, 2011) y *digital anthropology* (Miller and Host 2012). Todo esto enfocándose, como dice Golub (2014), a cómo se pueden anclar y aplicar los métodos etnográficos en estos contextos virtuales. La “netnografía”, término acuñado por Kozinets en 1998, ha sido también un método específico para estudiar el comportamiento de las comunidades y las relaciones presentes en internet. (Gebera, 2008; Esqueda, 2009). Este método acomoda los métodos de la etnografía en pos de estudiar las comunidades virtuales tomando estas en una

escalera que evalúa desde las comunidades que aparecen en un contexto urbano a las comunidades que son propiamente de internet y no se manifiestan en un espacio físico.

En el otro lado, están los estudios antropológicos de videojuegos ligados al contexto físico, estos tratados desde varias perspectivas como el impacto de los videojuegos en la educación, en la salud pública con enfoques en los cambios en la nutrición, en su crecimiento como competencia mediática etc... En general, estos son trabajos que se concentran en mostrar las consecuencias del medio en un espacio físico y en mostrar los conflictos que se han generado por el uso de los videojuegos en la sociedad.

En Colombia, los estudios sobre videojuegos en ciencias sociales, se han centrado en mostrar el impacto que tienen en el espacio físico con dos grandes exponentes. Al primero lo componen, los estudios enfocados en la salud, específicamente con el tema de adicción y rehabilitación como su eje. Ejemplo de esto en la ciudad, son los trabajos hechos por la Universidad Eafit⁷, en donde buscaron ver las posibilidades del videojuego como herramienta terapéutica. El otro gran exponente, se encuentra en los estudios sobre el aprovechamiento de los videojuegos como herramienta de aprendizaje y de apropiación en los espacios públicos. Estos estudios buscan mostrar los conflictos entre la Educación tradicional con el videojuego y cómo estos han sido aprovechados e implementados en el espacio público (Cabra, 2016).

⁷ En línea. Tomado de Universidad Eafit 2017 <http://www.eafit.edu.co/sitionoticias/2017/esta-una-invitation-a-jugar-con-la-rehabilitacion>

En la antropología colombiana son relativamente recientes los estudios sobre videojuegos, y se han enfocado en estudiar su impacto en la juventud del país y los conflictos que estos presentan. La autora Nina Alejandra Cabra (2016), como ejemplo de antropología centrada en videojuegos en el país, se ha centrado en explicar cómo el videojuego es utilizado como una herramienta de aprendizaje en los jóvenes en la ciudad de Bogotá y cómo ha creado conflictos con la educación tradicional.

En sí, me centraré en reflexionar tres aspectos en los cuales se han pensado los videojuegos: 1) el capital cultural de Pierre Bourdieu, pensado a raíz de la interacción entre las personas en un campo; 2) en segundo lugar y como complemento al primer punto se hará un recorrido respecto a cuáles han sido los roles de género en estos espacios y sus reflexiones académicas sobre el tema; y 3) se mirará el impacto de los juegos en el espacio de la ciudad, viendo la implicación en teorías urbanas que estos puedan tener o que se han realizado.

2.1 Capital cultural en los videojuegos

El pensamiento académico del sociólogo francés Pierre Bourdieu plasmado en su libro *La Distinción*, de 1979, ha sido la fuente de inspiración o apoyo en el análisis a la hora de investigar y estudiar los videojuegos y los grandes medios de masas (Nichols, 2013). La teoría de Bourdieu, se basa y se mueve en torno a tres puntos, el capital cultural, el *habitus* y el campo, puntos que están entrelazados y sirven para abordar los entramados sociales (Bourdieu, 1984). Bourdieu muestra como estos tres puntos como una competencia, donde los campos son una serie de espacios estructurados llenos de posiciones de poder, de leyes

generales y constantes conflictos entre los nuevos miembros contra los veteranos, que funciona de acuerdo a que hay cosas en juego (Bourdieu, 1984). El capital como el fundamento de poder o autoridad característica de cada campo y es alrededor de éste donde se dan las luchas de poder entre los miembros del campo (Bourdieu, 1984). En último lugar el *habitus* hace referencia a las estrategias o formas de conservar o mantener la posición, el cual para funcionar implican un conocimiento y el reconocimiento de las leyes del juego por parte de los miembros del campo (Bourdieu, 1984).

Estos tres puntos de análisis han sido ampliamente utilizados para reflexionar ver el entramado social producto del medio (Nichols, 2013). En los trabajos de autores como Mia Consalvo (2007) o Nina Alejandra Cabra (2016), se presentan una serie de cuestiones relacionadas con el capital cultural propuesto por Pierre Bourdieu (1979), quien explica, cómo los bienes culturales les permiten a las personas una mayor facilidad de acción o de prestigio dentro de un campo determinado. En el caso particular de los videojuegos Consalvo (2007) trae la explicación de un “capital de juego” que se adquiere por la trayectoria de una persona en los juegos que haya jugado en su vida, en otras palabras, los conocimientos y habilidades que gana una persona al jugar. Otra forma de capital dentro de este mundo, pero que no trata tanto las autoras, está dada por lo económico, encaminado a la obtención por parte de los jugadores de diferentes tipos de mercancía que se adaptan a sus gustos dentro de una comunidad de juego.

Pero no se puede hablar de capital cultural sin vincularlo a un campo en el cual se puede manifestar. Bourdieu (1979), nos muestra el campo como un escenario donde las personas se relacionan alrededor de una serie de conductas y prácticas en torno a un tema, que

desembocan en una serie de construcciones identitarias. En el caso de los videojuegos, el campo es amplio, debido a que se encuentra lleno de grupos (Nichols, 2013) y debido a que las personas inscritas en estos medios se relacionan tanto fuera como dentro de los juegos (Carrillo, 2015). Y cómo lo muestra Consalvo (2009), esto último, está cargado de posiciones sociales, de un lenguaje común que utilizan y un rol que se debe cumplir.

Las conductas y practicas desarrolladas al interior de un campo termina desembocando en competencias entre individuos, en donde la persona con mayor capital, en este caso “capital de juego” terminara ocupando posiciones más elevadas dentro del mismo. Autoras como Nina Alejandra Cabra (2016) habla de cómo en una comunidad de jugadores se valora más y genera más prestigio la habilidad mecánica que una persona muestra, que los conocimientos sobre aspectos técnicos del juego como lo son la historia o *lore* de juego y los conocimientos relacionados, como el *meta juego*⁸.

Pero el capital cultural, tiene múltiples aspectos que van más allá del prestigio social, también permite la acción más eficiente dentro un campo y una posesión elevada del mismo se puede desencadenar en otros aspectos. El autor Randy Nichols (2013) habla de cómo el capital dentro de los videojuegos tiene usos adicionales al de prestigio, si bien el autor reconoce la forma de usar el capital de forma simbólica utilizada por autores como Mia Consalvo, expresa que se deben tomar ambas formas de capital (simbólico y económico), debido a que una

⁸Conjunto de personajes, técnicas y estrategias desarrollados que de acuerdo con el consenso de una comunidad muestran el comportamiento óptimo en un videojuego en términos de victoria. Sacado de https://www.youtube.com/watch?v=Ntc4x22vcA8&ab_channel=levelup.com

persona que muestra conocimientos o prestigios en el campo puede transformarlo en cuestiones económicas.

Nichols (2013) también aborda como el capital cultural dentro del campo de los videojuegos esta instaurado por niveles, dicho en otras palabras, hay comunidades que usan el capital de forma más activa que otras. El autor plantea cómo el mundo de los videojuegos está lleno de diversas subculturas o grupos en una pirámide. Y en esta misma línea, plantea qué impacto del capital cultural en los videojuegos, es diferente en los diversos grupos de jugadores que conforman el campo, muchos grupos de jugadores pueden elegir ser seguidores activos, mientras otros jugadores no y, de estas elecciones pueden surgir conflictos entre jugadores o entre los diversos grupos.

Es en esta última idea de tensión y conflicto en la que me quiero centrar. Autores como Nichols (2013) o Juul (2010) muestran cómo la industria de los videojuegos tiene como base de jugadores a los llamados “*casual players*” o jugadores casuales y, en escalas más superiores, a clases más especializadas como los llamados “*hardcore gamers*” y los creadores y distribuidores. En esto, Nichols (2013) habla de cómo, en la búsqueda de mantener las comodidades inherentes a la posición de una persona dentro del campo, el jugador veterano o “*hardcore gamer*” recurre a ciertas estrategias o prácticas que se dan desde el *habitus*; que se invocan bajo ciertas circunstancias y que solo cobran sentido mediante posiciones particulares de poder. Adicional a esto, si bien en el campo como lo describen Consalvo (2009), Nichols (2013) o Cabra (2016) hay posiciones y roles que deben cumplir los diferentes actores alrededor de su posición y que en este se puedan presentar tensiones asociadas a sus posiciones sociales. También, se pueden presentar ayudas y

acompañamientos hacia los jugadores. Por ejemplo, la ciudad cuenta con muchos jugadores veteranos y personas mayores que no ven en los nuevos jugadores que quieran entrar a este mundo como un problema, donde simplemente hay que acompañarlos y guiarlos para que no tomen conductas fastidiosas.

En el capital, por último, es importante tocar la importancia que tiene el tiempo en sus aspectos sociales y económicos. Los autores mencionados como Cabra (2016) o Consalvo (2007) analizan el tiempo en los videojuegos en términos de obtención de experiencia o de capital de juego que necesita tiempo para obtenerse, pero ignoran lo limitado que puede ser el tiempo en algunas cuestiones sobre todo temas de capital económico abordadas por Nichols (2013) en el que el tiempo es más variable. Por ejemplo, los objetos de PC, sobre todo los componentes, tienen un tiempo limitado de valor para los jugadores debido a que constantemente están saliendo nuevos aparatos al mercado que son más potentes, con características que permiten correr de forma más fluida los juegos y permiten jugar con mayor calidad los nuevos lanzamientos. Aunque en el mismo también se pueden presentar, por el contrario, casos donde objetos como consolas o juegos que ganan valor con el tiempo como objetos de colección y estatus.

2.2 Reflexiones de género en los videojuegos

Históricamente, hubo una separación espacial entre los hombres y las mujeres, vislumbrado en un espacio arcaico y genérico con el hombre designado a la cacería y la mujer a la recolección y a las tareas del hogar. Con la revolución industrial esta separación se enmarcó

en un contexto urbano donde la mujer según quedó confinada en la habitación mientras que los hombres gozaban de los privilegios de la calle (Cabra, 2016). Feixa (2008) en esa misma línea, habla de una separación determinada por el género y sus implicaciones en las culturas juveniles y, que hasta en cierta época se puede asumir una “cultura de la habitación”, entendida como los sitios que podían habitar las personas, con el hombre en el espacio público y la mujer en la habitación. Feixa (2008) explica cómo la juventud ha tendido a verse como un territorio masculino vinculado a la sociabilidad en el espacio público y que la invisibilidad de las mujeres en las culturas juveniles se debía a la reclusión en el espacio privado debido al mayor control familiar.

Todo esto se pierde con el auge de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) que transformaron la habitación mediante la llegada de los hombres a ocupar estos espacios, al estar los mismos pensados para estos. Al mismo tiempo, la revolución digital ayudó a reforzar el carácter igualitario que tomó un espacio como la habitación (Cabra, 2016). Esta transformación del espacio implicó un cambio en los roles y sentido del género, los jóvenes empezaron a habitar este lugar como el espacio preferido para participar en nuevos espacios de lo público y lo privado. Esto no quiso decir que los hombres que empezaron a tomar la habitación prefirieran un espacio doméstico, sino que la habitación se convirtió en un espacio de conexión y desconexión que favorece el tránsito entre distintos planos de la vida colectiva (Feixa, 2008).

“La sociedad contemporánea está atravesada por una organización temporal definida por las lógicas y ritmos de la productividad del mercado” (Cabra, 2016, p. 90). En este sentido las personas piensan y asumen su tiempo en términos de tiempo dedicado a un trabajo específico

o de tiempo libre. En esta línea, como lo cuenta Cabra (2016), el tiempo libre y el espacio que pueden habitar los hombres y las mujeres está permeado por concepciones de género. De este modo como lo argumenta la autora se asumen ideas y prácticas distintas de lo que es tiempo libre y el asunto de cuáles son los espacios que pueden habitar los hombres y las mujeres está vinculado a los tiempos que estos pueden permanecer y significar; en ese sentido, estar en casa no es el único asunto sino las cosas que se hacen allí y que tiempo se le dedica a cada actividad y experiencia.

En la sociedad es más fácil para una mujer entrar en juegos de hombres que para un hombre entrar en juegos de mujer. Las niñas siempre han gozado de mayor libertad que los niños para participar en sus juegos, ya que la sanción social es mayor para los hombres que juegan juegos de mujeres. Pero esto no quiere decir que las mujeres no tengan dificultades a la hora de aparecer en estos espacios Yasmin Kafai (2006), hace mención a que el ambiente de juego constituye un espacio fundamental en la forma que se construyen y transforman las identidades, roles y relaciones de género y que los espacios de juego tradicional han creado dicotomías en cuanto que puede hacer un hombre y una mujer. Estos límites se reflejan en el sentido de qué tanto puede hacer un hombre o una mujer en un espacio de juego en otras palabras, cuáles son sus roles y límites.

En sí, las dicotomías y efectos de género son inestables, cambiantes; son un fenómeno como lo muestra Butler (2007), variable y contextual no de un ser sustantivo sino a un punto de unión relativo entre conjuntos de relaciones culturales e históricas específicas. Este punto de unión, de igual forma, no se ve limitado en sus posibilidades de desplazamiento. Las identidades tradicionales de género son construcciones de sentido mediante las cuales se han

interpretado el lugar, rol y posición que los sujetos pueden ocupar en el mundo con base a las determinaciones de sus cuerpos y rasgos derivados del sexo como distinción biológica.

Pero tal como lo señalan los autores previamente mencionados, los efectos del género son fluidos, inestables y cambiantes y hablan de que los sujetos están en constante re significación. Esto lo mencionan como flujos de masculinidad y feminidad con constantes trancones entre flujos donde sus fronteras son zonas de mezcla y de fusión. En sí, no se puede hablar de una dicotomía entre géneros sin que haya mezclas o matices intermedios donde uno de los efectos del género que viven los sujetos sería los momentos de fusión y tránsito entre flujos de masculinidad y feminidad.

En su obra *Modo Jugador*, la autora Nina Alejandra Cabra (2016) hace referencia a cómo las mujeres dentro del mundo de los videojuegos, están envueltas en una serie de problemáticas relacionadas con los puntos previamente expuestos, en las que la autora recalca la dificultad de varias mujeres para ascender de posición o ser aceptadas como iguales, y que esto está relacionado en gran medida por los conceptos culturales que se tienen sobre la mujer y los conceptos relacionados con el medio de los videojuegos. Igualmente, la autora hace un énfasis en el carácter transformador que ha tenido el videojuego alrededor de la concepción social del género. Donde si bien el medio a lo largo de su historia ha sido asociado al hombre, el mismo ha permitido transformar la forma en que se ven y entienden los roles de género, permitiendo a los jugadores fluir entre distintos aspectos sociales del género y en ese sentido transformarlo (Cabra, 2016).

2.3 Urbanismo y videojuegos

Cuando pensamos en el espacio en la ciudad desde los ensayos de Simmel (1977) se nos ha mostrado que éste se distribuye, se crean fronteras entre los espacios, y los individuos buscan adaptarse a los estímulos de los espacios en los que habitan. Complementario a esto, Sennett (1994) nos habla de que los espacios en las ciudades están diseñados para favorecer los intereses de quien que lo diseña y busca que en ellos se den ciertos comportamientos. Trayendo esto al Área Metropolitana del Valle de Aburrá, vemos cómo Medellín ha pensado su espacio de diferentes formas, siguiendo infinidad de influencias en el diseño de su arquitectura urbana⁹. Con el ejemplo más el cual fue la transformación de la zona administrativa, reemplazando edificaciones como el pasaje sucre, convirtiendo así, un lugar de reunión del sector en un lugar de paso.

El espacio, como lo muestran Simmel (1977), Sennet (1994) o Feixa (2008) puede ser modificado teniendo en cuenta los estímulos que la ciudad produce o los intereses que tengan los grupos que lo habitan y por los avances tecnológicos. en que las personas al interior de una ciudad buscan en su hogar una comunidad que los aisle de los estímulos del exterior.

Hay alrededor del urbanismo varios conceptos clave que nos ayudan a entender la lógica de cómo se piensan los espacios y el porqué de los mismos. El cómo se da la distribución espacial en las ciudades es un buen ejemplo. Soy de los que siguen la línea de que el espacio

⁹ Tomado del documental historia central (2012) de Señal Colombia

en la ciudad, como lo muestra Sennet (1994) se piense para que en ellos se den determinados comportamientos y sean habitados de forma temporal o definitiva por determinados grupos sociales. Sennet (1994) en este sentido, argumenta que en las ciudades piensen, construyan y distribuyan sus espacios de acuerdo a las características sociales de las personas que los vallan a habitar; haciendo que la persona ajena a las lógicas del mismo se sienta incomoda, insegura o atemorizada.

Otro punto importante en esta línea de ideas, son los estímulos, las ciudades producen estímulos que afectan a las personas y alrededor de estos estos se adoptan estrategias para sobrevivir en el ambiente urbano (Simmel, 1977). Con Feixa (2008) se le podría agregar al argumento anterior, el cómo los avances tecnológicos, estimularon y afectaron tanto apartados públicos como de la vida privada de los habitantes. Como ejemplos, el cómo se modificó la llamada “cultura de la habitación”, del apartado anterior. Los estímulos urbanos y la tecnología si los ubicamos en Medellín, han ido de la mano y han influenciado en la vida urbana, recordemos que el mismo en la ciudad ha sido utilizado como una estrategia para evitar la violencia vivida en la ciudad.

El tercer punto alrededor de las teorías urbanas que quisiera abordar es el interés y la exclusividad, Sennet (1994) en su obra hace gran énfasis que, en las ciudades, el interés juega un papel fundamental en la lógica de la creación de espacios, mientras que con la exclusividad se busca que no hallan perturbaciones o cosas fuera de lugar. El mismo espacio hace que las personas se puedan sentir fuera de lugar, ya sea no pudiendo consumir,

desentonar con la estética del lugar o que el mismo impida la permanencia en el mismo (Sennet, 1994).

Por último, la comodidad y la socialización toma un papel muy importante en la vida urbana, la vida en la ciudad en una buena parte se basa en evitar, el caos y la velocidad que la misma produce (Sennet, 1994) en este sentido la importancia del hogar, como un lugar en el cual aislarse del bullicio y ajetreo de la ciudad. Mientras que la socialización que se dan en los parques o en otras zonas públicas, muestran los diferentes conflictos e intereses que se presentan a diario en el habiente urbano (Feixa, 2008).

En el mundo de los videojuegos la relación con estas teorías, aunque no son plenamente relacionadas por parte de los autores como Sennet (1994) o Simmel (1977). El mismo se puede reflexionar alrededor de las propuestas de los autores sobre lo urbano. El videojuego ha tenido y está teniendo un papel importante en espacio de la ciudad, tanto público (parque, centro comercial, arenas deportivas) como en el privado (hogar). En ambos aspectos se puede decir que alrededor de estos aparatos electrónicos; se ha modificado, el cómo son utilizados los espacios o como se transitan entre los espacios (Feixa, 2008) en el caso de lo público. Mientras que para el hogar el hogar, este medio ha reforzado la idea tratada por Sennet (1994) del individualismo urbano, enfocado en que las personas al interior de una ciudad buscan en su hogar una comunidad que los aisle de los estímulos del exterior. Así mismo los estímulos provocados por los videojuegos en base a lo planteado por Simmel (1977) han alterado varios aspectos de la vida en la metrópolis.

3. Medellín, una ciudad que juega

Medellín y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá como ya se ha mencionado, es una región en la que los videojuegos se han instalado completamente en la cotidianidad de las personas. La mayor parte de habitantes de la ciudad saben en cierta medida qué es un videojuego, para que sirve, quiénes lo usan y todos tienen una posición ya sea a favor o en contra de su uso. En sí, estas visiones y formas de ver los videojuegos van de la mano con los contextos que se han vivido la ciudad y los cambios que se han sufrido en la tecnología, en otras palabras y en relación a Carrillo (2015) la noción y el consumo del videojuego fueron cambiando de acuerdo a los avances en la tecnología como en el enfoque de los juegos. Medellín ha pasado por múltiples contextos y circunstancias que la han dado forma, a la manera en que las personas se relacionan alrededor de los juegos, a la vez, que han redefinido la forma de habitar y utilizar los espacios físicos de la ciudad.

En el presente capítulo, se hará una relación entre las teorías previamente abordadas como el capital cultural, el género y lo urbano en relación con lo que se vive en la actualidad en la ciudad de Medellín. En otras palabras, cómo alrededor de los videojuegos en la ciudad, se han visto modificados tanto las relaciones sociales, el género y el urbanismo. Para este propósito se realizará un contexto histórico del medio en la ciudad y se abordarán las relaciones de las personas alrededor del videojuego en la actualidad mirando desde lo cotidiano, pasando por las relaciones personales entre jugadores y sus formas de utilizar el medio. De la misma forma, se analizará el impacto que han tenido los videojuegos en el

espacio físico de la ciudad, mirando la distribución espacial del fenómeno y los usos que se le da a los mismos en los diferentes espacios.

A lo largo de este capítulo, se presentarán los resultados de observaciones, entrevistas y encuestas realizadas en la ciudad y su área metropolitana. Las entrevistas se realizaron en su mayoría con dueños de locales o trabajadores de locales comerciales, organizadores de eventos y distintos tipos de jugadores, todas enfocadas en sus vivencias acerca del fenómeno en la ciudad. La encuesta, por otra parte, se realizó vía *online* para personas de toda el Área Metropolitana, ya que Medellín en cuestión de videojuegos no se puede pensar aislada del resto de municipios que conforman el Área. La encuesta muestra la opinión de 90 personas, -81- hombres y -9- mujeres, en apartados como mercado, preferencias de juegos y equipos, la comunidad de jugadores, los jóvenes, las mujeres y el cambio urbano que la ciudad ha sufrido en cuanto a videojuegos. Por último, se observaron tres sectores de la ciudad: el centro de Medellín, el occidente con Robledo, Estadio, América y el sur con Poblado, visitando los locales comerciales de videojuegos del sector y eventos realizados a largo del 2017 como la Comic-con Colombia 2017, la Cambiatón 2017 y Monterrey Gamers 2017.

De igual forma se dividirán los temas de acuerdo a su relación con las teorías abordadas previamente, mirando las relaciones sociales entre jugadores, el prestigio y lo económico de acuerdo a las nociones del capital. La distribución en la ciudad y el uso en el espacio de acuerdo a las teorías urbanas y por ultimo las relaciones de género y sus dificultades en la ciudad.

3.1 Contexto histórico de la ciudad de Medellín

La ciudad de Medellín ha pasado por momentos similares en su historia con los videojuegos a las descritas en la introducción, asemejando su proceso y recorrido a los planteamientos mostrados desde Antón y García (2014) y Carrillo (2015) quienes plantean que ha sido un crecimiento constante en base a unos referentes con una búsqueda constante de posicionamiento (Antón y García, 2014). A esto se le suma un cambio y evolución en la ciudad en las formas de consumo y manifestación alrededor de los videojuegos que ha ido de acuerdo a los cambios en la tecnología y los cambios sociales (Carrillo, 2015). Retomaré varios momentos y sucesos que ayudaron a los videojuegos a encajar en la vida cotidiana de los habitantes y como alrededor de estos se crearon nuevas expresiones y formas de vivir la ciudad, con sus respectivos cambios a lo largo del paso de los años.

Un primer momento clave de los videojuegos en la ciudad fueron los años noventa, esto mediante un *boom* similar al vivido por la industria en los años 80 en Estados Unidos. En esta década, muchas tiendas empezaron a vender consolas y juegos de forma masiva, esto por la alta demanda que empezaron a tener estos aparatos en la ciudad. Esta popularidad y auge en la venta sucedieron por dos factores clave: el primero, debido a la novedad que causaron estos aparatos en el público, que hacía que estos se vendieran en muy poco tiempo, donde muchos comerciantes llegaban a vender en esos tiempos diez equipos en promedio por semana que se aumentaba en tiempos de festividades¹⁰, y el segundo y más importante, por los contextos de violencia por los que pasaba en ese entonces la ciudad, en donde los padres

¹⁰ Datos obtenidos a partir de entrevistas con comerciantes de la ciudad en el Centro Comercial el Diamante realizadas en marzo de 2017

de familia vieron en estos aparatos una forma de entretener a sus hijos para evitar que salieran a la calle (Victoria, 2010).

Trabajos como los de Victoria Sánchez (2010), muestran cómo en el Área Metropolitana, específicamente en Bello y algunas zonas de Medellín, los videojuegos eran utilizados por las familias que pudieran costearlos, con el fin de mantener a los niños alejados de la violencia causada por los combos, que se vivía en las calles. Esta idea de videojuego como refugio era común entre los padres de familia la época, de hecho, en conversaciones con varios comerciantes del Centro Comercial el Diamante, admitieron que fueron participantes de este tipo de prácticas con sus hijos y cuentan cómo aún hoy en día, son utilizadas por algunos padres de familia.

Pero, por esos años no todos podían utilizar estas prácticas, debido a que los equipos y los juegos en la ciudad en esta década eran costosos. Una consola o un equipo de cómputo era algo donde se tenía que invertir y no todos podían comprar; para poner un ejemplo dado por una comerciante durante la Cambiatón 2017, una persona a finales de los años 90 y principios del actual siglo para comprar un juego original, tenía que pagar en promedio \$130.000 pesos colombianos y eso sin contar los gastos previos de la consola¹¹. El nuevo milenio trajo una solución controversial al problema del acceso a juegos: la piratería. Los llamados “magos” por algunos comerciantes de la época aparecieron en la ciudad. Estos técnicos lograron instalar en las consolas de la época el llamado “chip”, que permitía a las consolas correr juegos no originales. Esto permitió vender juegos a menos de la mitad del precio de uno

¹¹ Dueña de puesto comercial Cambiaton 2017 Centro Comercial el Obelisco, comunicación personal, marzo 2017.

original, pasando a costar en ese entonces \$60.000 pesos. Los precios de los juegos continuaron bajando conforme el paso del tiempo permitiendo así un mayor acceso a las personas.

En los noventa y la primera década del nuevo milenio, los videojuegos en la ciudad eran un mercado que al igual que el resto de países, era dirigido a hombres, en especial a los niños y adolescentes. Y al igual que en el exterior, podía jugar de dos formas: teniendo la consola o PC con juegos, o asistiendo a los locales *arcades* (Victoria, 2010). En los testimonios de un comerciante empleado de un local comercial de compra y *arcades* en esos tiempos, cuenta cómo, los juegos preferidos y más solicitados en ese entonces eran: juegos de terror, en especial *Resident Evil*, los juegos de fútbol y los juegos de carros¹². Adicional a esto agrega que eran pocos los adultos o mujeres que iban a jugar en su local. De hecho, varios testimonios de mujeres entrevistadas en este trabajo, expresaron que, en ese entonces, a algunas sus padres les prohibían jugar alegando que eso en sus palabras que “era para hombres”, y a otras les daba miedo admitir su gusto por el juego por el hecho de ser catalogadas como masculinas¹³.

Abordando más el tema de los locales *arcades* y su importancia para la ciudad a finales del siglo pasado. En Medellín, a raíz como ya se abordó, de que no todas las familias podían acceder a una consola o PC, se fueron creando los *arcades*, espacios donde los asistentes pagaban por horas su juego (Victoria, 2010). Medellín contaba con varios de estos

¹² Datos recolectados en entrevista comerciante Centro Comercial el Diamante marzo, comunicación personal, marzo 2017

¹³ Conversaciones con mujeres asistentes a Monterrey Gamers, comunicación personal 2017 junio y julio 2017

distribuidos a lo largo de varios centros comerciales como Monterrey, Unicentro o el Diamante; estos eran lugares de interacción donde se iba a jugar entre amigos una vez acabada la jornada escolar o durante los fines de semana. Y aunque no se tuviera forma de pagar por la hora de juego, estos locales servían como espacio de distracción, debido a que su nulo coste de ingreso, permitía a los jóvenes escapar de lo cotidiano (Victoria, 2010). También varios locales comerciales permitían a sus visitantes como estrategia de venta probar sus consolas de forma gratuita, esto fue aprovechado por varios jóvenes que iban sólo a jugar¹⁴.

El nuevo milenio, igualmente, trajo consigo un gran avance para la ciudad que produjo cambios importantes en la forma en la que se vivían y sentían los videojuegos, este fue al igual que en otros países el acceso a internet. A mediados de la década se presentó un mayor acceso por parte de los habitantes a redes de banda ancha, lo que permitió a la población anclarse al resto del mundo y acceder a nuevas formas de juego. Y en relación a lo descrito por Carrillo (2015) el internet les concedió el acceso a los jugadores a foros, a juegos masivos, también permitió acceder a un mayor catálogo de juegos a las personas tanto de forma legal con las tiendas virtuales como *Steam* o mediante la piratería descargando de forma gratuita.

En la ciudad, con el paso de los años, también fueron disminuyendo el precio de acceso a los equipos debido a una mayor importación de estos al país, a una mayor cantidad de tiendas dedicadas y a medidas tomadas por el gobierno nacional como la eliminación del IVA para

¹⁴ Dueña de un antiguo local comercial en el Centro Comercial el Diamante, comunicación personal, marzo 2017.

computadores de bajo costo¹⁵, que permitió a más personas comprar un computador dando la posibilidad a más personas de jugar. La consecuencia que trajo estos dos cambios en el acceso como en la experiencia de juego, dieron como resultado que en la ciudad progresivamente cambiara la forma en forma en la que se consumía junto como se Vivian los juegos, lo que en alusión a Carrillo (2015) dejó nuevas formas de manifestación social debido al carácter social cada vez más social que tomaban los juegos.

Ya en años más recientes la ciudad le está apostando a la creación de eventos masivos, en la cual buscan tanto integrar a los jugadores, como en ser una forma de promoción de las tiendas, con lo cual en alusión a los planteamientos de Antón y García (2014) hay una búsqueda de posicionamiento y profesionalización del medio producto del crecimiento del fenómeno. De igual modo, se están empezando a ver en la ciudad formas alternativas en el uso de los videojuegos, aparte del entretenimiento que obedecen a las creaciones hechas o tomadas desde la comunidad (Antón y García, 2014) donde cada vez está empezando a tomar más fuerza el hecho de sacar beneficios económicos de jugar o jugar como un trabajo. Los ejemplos que están tomando más fuerza en Medellín son: la transmisión de juegos vía *Streaming*¹⁶, ofrecer servicios (ayudas pagas) al interior de juegos y la búsqueda de crear equipos competitivos.

¹⁵ Ley 1111 de 2006 que eliminaría el IVA a los computadores con valor inferior a \$ 1.719.868. A la que se le sumaría en el año 2014, la exoneración de aranceles para dispositivos móviles con valor inferior a \$ 1.120.000. Tomado de revista Dinero 2007 <https://www.dinero.com/negocios/articulo/ahora-computadores-iva/42813> Y página oficial de YouTube Ministerio TIC 2014 https://www.youtube.com/watch?v=OfY7LmkjXYk&ab_channel=MinisterioTICColombia.

¹⁶ Servicio multimedia prestado en tiempo real por un proveedor que tiene como destino un consumidor final. El streaming comprende toda transmisión hecha en tiempo real sea en vivo o no. Tomado de https://www.youtube.com/watch?v=eo7urS7qtJw&ab_channel=IIEMDMarketingDigital

De igual manera la ciudad, está en un proceso de expansión de público, en el que se busca al igual que en lo tratado por Juul (2010) que entre la mayor cantidad de gente posible. Estos procesos de cambio, también son el resultado de la transformación en la forma de ver a los jugadores producto del carácter más social del videojuego que se empezó a tener en el imaginario (Carrillo, 2015). En este sentido Medellín empezó por cambiar la forma en la que se nombran y ven los jugadores, siendo la adopción del término “gamer” el gran ejemplo de estas intenciones. Igualmente, las mujeres están empezando a participar de forma más activa en este fenómeno buscando un espacio en este mundo dominado en su mayoría por hombres, esto apareciendo y participando más en eventos, competencias a lo largo de la ciudad.

A grandes rasgos, los múltiples momentos y cambios por los que ha pasado la ciudad en relación a los videojuegos, han dejado como resultado un escenario el cual está lleno de nuevas formas de relacionarse, de expresarse y de estar en la ciudad, los cuales, se han venido adaptando en relación a los argumentos de Carrillo (2015) en relación a los avances en la tecnología junto con la mayor participación social. Y al igual de lo descrito por Victoria (2010) a los contextos y problemáticas vividas en la ciudad.

3.2 Capital cultural en Medellín, una ciudad que juega

Como se ha mencionado anteriormente, el capital cultural de Pierre Bourdieu ha sido una herramienta de análisis para ver las relaciones sociales alrededor del videojuego y como a partir de esta se han reflexionado aspectos como la identidad, las relaciones el, lenguaje entre

muchas otras (Nichols, 2013). Hemos visto hasta el momento cómo el videojuego, ha sido visto y reflexionado como otro campo, en el cual las personas que están involucradas han creado normas de juego, formas de identificarse, relacionarse, comunicarse, diferenciarse y formas de sustentarse. En este apartado me centrare en reflexionar tres de estos puntos reflexionados por los autores y su relación con la ciudad de Medellín estos son la identidad, la economía y las relaciones entre jugadores.

Antes de comenzar con el primer punto la identidad, quisiera tratar los datos generales arrojados por la encuesta como una forma de contextualizar como se está jugando actualmente en la ciudad, y sus implicaciones alrededor de puntos de la teoría de Bourdieu como el acceso al campo. En Medellín, las personas a quienes les gustan los videojuegos suelen jugar en promedio de dos a tres horas diarias (Ver Gráfico 1), tienen de igual forma en su posesión en promedio más de quince juegos (Ver gráfico 2) y prefiere en su mayoría jugar con sus amigos en línea.

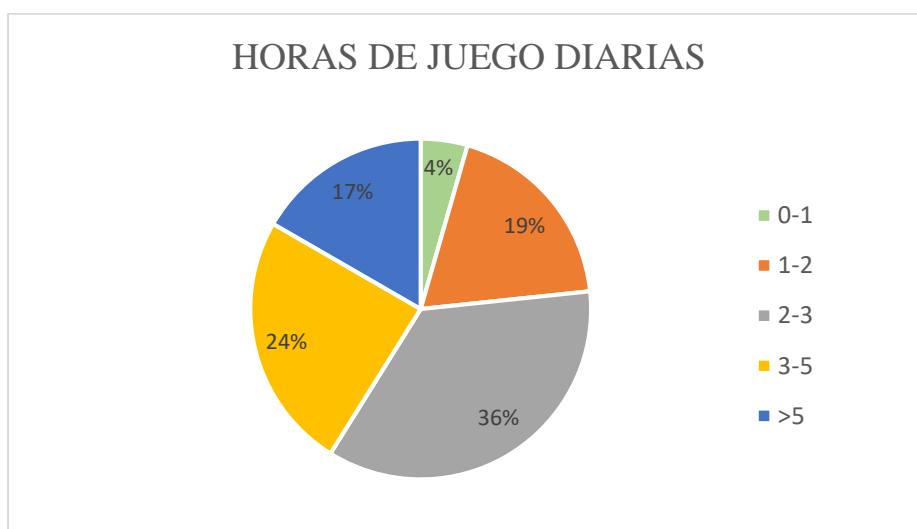


Gráfico 1. Horas de juego diarias. Elaboración propia a partir de la encuesta virtual de la presente investigación.

Entre los mecanismos preferidos para jugar arrojados por la encuesta están las consolas, el PC en primer lugar y los dispositivos móviles y consolas móviles en el último, sus gustos en juegos se dan entre los juegos actuales, los juegos de la primera década del 2000 y la de 1990, respectivamente prefiriendo, los juegos en un formato original un 80%, frente a la piratería que ronda el 20% del gusto de los jugadores. Los juegos son en su mayoría adquiridos de dos formas, la primera con el dinero de los padres (50%) y la segunda por adquisición personal (42% de los encuestados); también están presentes formas como regalos por parte de amigos familiares o la pareja.

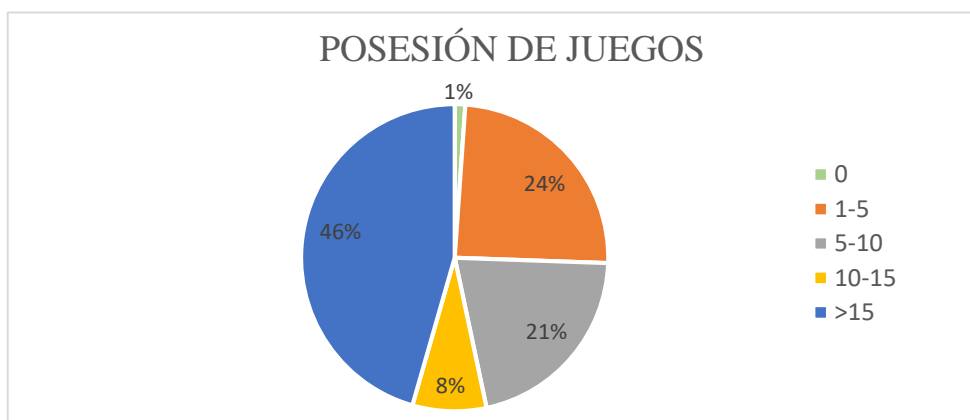


Gráfico 2. Posesión de juegos. Elaboración propia a partir de la encuesta virtual de la presente investigación.

En cuanto al precio de los juegos, las personas encuestadas opinan que los precios rondan en medianamente caros y caros, cosa que no está lejos de la realidad en Medellín. Un juego nuevo para PC o consola puede llegar a rondar entre los \$180.000 y \$210.000 pesos dependiendo de la tienda o el precio de lanzamiento que haya decidido el desarrollador. Y aunque puede sonar contradictorio con el último punto, la mayoría de personas piensa que en la ciudad los videojuegos son un fenómeno más común y accesible, notando un aumento en la cantidad de eventos de videojuegos anuales que se desarrollan, por la accesibilidad actual

que tienen, que, aunque todavía es algo cara, no se puede comparar con la década de 1990 y principios de los 2000, donde un juego original podía costar tranquilamente \$180.000 pesos, cosa que con los salarios de la época, no todos en la ciudad podían permitirse.

Todos estos datos reflexionados bajo los términos del capital cultural de Pierre Bourdieu (1979), dejan ver como en la ciudad se tiene unos parámetros o unos estándares, un capital en los que las personas se mueven y en los que han generado hábitos de consumo y de acceso al capital. Por ejemplo, la percepción que tiene una persona sobre el acceso a este medio de entretenimiento ha cambiado en cambiado dejando ver que es más “fácil” para las personas acceder a estos aparatos electrónicos, debido a que las personas cuentan con mayor cantidad de opciones que van desde rebajas hasta juegos con nulo costo de acceso. Asimismo, esta percepción y datos sobre el fenómeno son una base de lo que cuesta acceder a estos espacios sobre los mínimos requerimientos económicos.

En Medellín en la actualidad hay un eje central en la forma en la que se desarrollan múltiples aspectos de la vida social y económica alrededor del videojuego y es la forma de nombrar al jugador o a las personas que juegan. En la ciudad estas han pasado por distintas formas de nombrar a los jugadores siendo la palabra *friki*, un ejemplo que se adoptó en la ciudad, pero con el cambio en la percepción del jugador y el crecimiento en aceptación y en notoriedad que tuvo el videojuego como el que se ve reflejado en el siguiente gráfico (Ver gráfico 3) o en los argumentos de carrillo (2015), fueron creando la necesidad en la ciudad de cambiar la concepción del jugador.

En la actualidad en la ciudad, se ha optado por acoger el término “*gamer*” como forma de nombrar a los jugadores, a algunos eventos como Monterrey Gamers por ejemplo y varias tiendas en la ciudad han adoptado ese término para nombrar sus negocios. Igualmente, el término es ampliamente utilizado dentro de la mercancía y materiales por algunas empresas para referirse a los equipos y materiales que están destinados para estos jugadores.

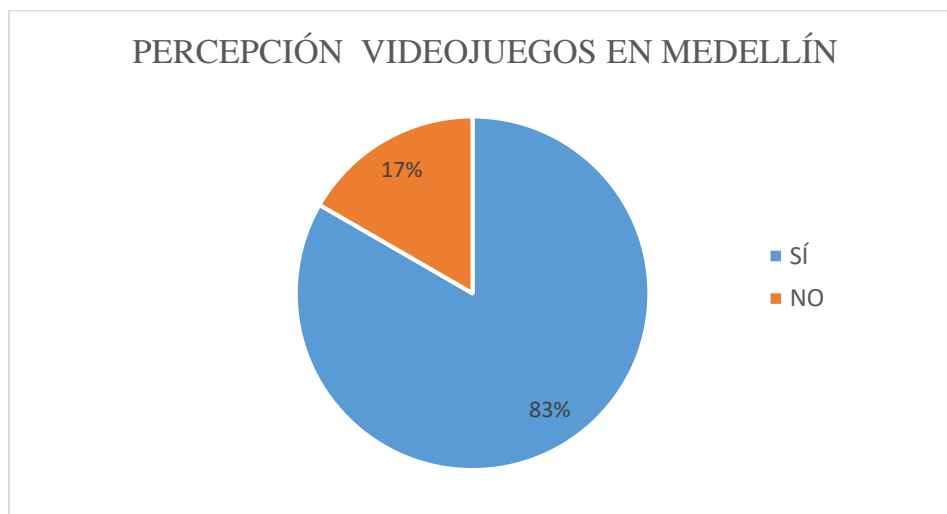


Gráfico 3. Respuesta encuesta ¿cree que los videojuegos son un fenómeno más común en la ciudad? Elaboración propia a partir de la encuesta virtual de la presente investigación.

Este término o forma de identidad en mis múltiples recorridos por las distintas tiendas y eventos por Medellín, se perfiló más como una forma de identidad comercial o estrategia comercial que como una forma de identidad entre los jugadores. En múltiples entrevistas y conversaciones que tuve con jugadores a lo largo de la ciudad, ninguno veía en el término una forma de identificarse y se perfilaban a ellos mismos como unas personas a las que les gusta jugar viendo en lo *gamer* una estrategia meramente comercial.

A mi parecer esta forma de orientar la identidad del jugador entra en una gran medida con lo que Nichols (2013) o Juuls (2010) muestran como las formas en que la industria nombra, categorizan o reinventan sus jugadores y cómo a partir de las formas de nombrar a estas se les crea mercancías y productos destinados para estas poblaciones. Medellín es una ciudad que ha adoptado estas prácticas en la forma como se destina mercancía hacia los jugadores y en la forma de bautizar ciertos proyectos o eventos en los cuales apelan a este término para atraer a los jugadores. Igualmente, aunque el término sea más de uso comercial que social, el mismo aparece con frecuencia utilizado por varios jugadores en distintos eventos, en sí, era común ver y escuchar en las distintas entrevistas realizadas por periodistas al interior de los eventos visitados, a los jugadores con enfoque profesional o una mujer implicada en estos campos utilizar el término como una referencia al fenómeno en la ciudad; dejando ver que, aun si el mismo término no tiene peso en la identidad para muchas personas, el mismo puede ser utilizado con el fin de promover ámbitos sociales alrededor del juego.

Se puede decir que, alrededor de las formas de identidad que han entrado en la ciudad, dejan ver que si bien, aunque no haya un término que defina e identifique plenamente a un jugador, las formas de identidad alrededor del videojuego en la ciudad van más allá de un aspecto social en la ciudad e implican muchos énfasis a un solo aspecto (Nichols, 2013) que van desde la economía y el reconocimiento de un fenómeno o un proceso social. Asimismo, alrededor de las horas de juego, la posesión de juegos y los pensamientos en torno al acceso dejan entender cómo en Medellín hay ciertos estándares e imaginarios a la hora de jugar y para acceder al juego.

Economía y videojuegos

Alrededor del tema de la economía su relación con los videojuegos quiero tocar dos temas que se presentan en la ciudad y su relación con el capital cultural. En primer lugar, las formas en que se desarrolla el comercio tradicional en Medellín, tratando las percepciones de los comerciantes y las personas de distintos sectores sobre el mercado. Y en segundo lugar las formas de subsistir alrededor de los videojuegos que se están presentando recientemente en área metropolitana. Estos dos puntos reflexionados a partir de lo abordado por Nichols (2013) en donde las relaciones de las personas con el medio pueden variar dependiendo del tipo de actor y su implicación dentro del capital cultural.

Hemos visto en segmentos anteriores cómo el nivel de implicación en el capital de una persona dentro un campo varía de acuerdo a la persona o actor en específico y que, de este nivel de implicación, pueden salir determinadas opiniones o sucesos (Nichols, 2013). En Medellín hay dos grandes actores que se mueven alrededor de los videojuegos, estos son: el público con sus respectivas divisiones y los proveedores que en este caso serían los comerciantes. Todos ellos cuentan diferentes opiniones alrededor del mercado que varía en gran medida de acuerdo a su posición o rol en el campo. Con lo cual, el hecho de que los comerciantes de Medellín orienten sus opiniones alrededor de las ventas o crecimiento del mercado en la ciudad, mientras que los jugadores se centren más en analizar la calidad de un producto o en las prácticas de la industria, evidencian lo variado y diferente que puede ser el fenómeno de acuerdo al rol o papel que desempeñe una persona.

Tratando este tema más a fondo, los comerciantes de videojuegos de Medellín ven el mercado de dos formas: auge y crecimiento para la ciudad y, en una difícil situación para mantenerse funcionando. Estas opiniones opuestas entre sí, acerca de la opinión actual del mercado de videojuegos, se dieron en dos lugares respectivamente en el Centro Comercial Monterrey y el Centro Comercial el Diamante, siendo el primer lugar reflejado en opiniones positivas como:

El mercado de los video juegos ha crecido últimamente y sobre todo el año pasado creo que tuvo el mayor crecimiento, por decirlo así en los últimos diez años, porque apenas despertó o apenas está despertando, ya lo hay, ya existía, la gente estaba, conocían los métodos competitivos, lo que había en el exterior, pero ya lo están aplicando, entonces el crecimiento es bastante bueno, considerado lo que había anterior, considerando lo que hay en el mundo es un crecimiento muy, muy pequeño, pero algo es algo, estamos viendo que hace 20 años en Europa, Estados Unidos ya habían ligas profesionales de juego, mientras que nosotros apenas la estamos creando, si estamos retrasados pero el crecimiento es bastante bueno. **Distribuidor Comercial Monterrey, Comunicación personal, marzo 2017.**

En segunda instancia, algunos negociantes del Centro comercial el Diamante al preguntarles sobre su opinión acerca del mercado actual de los videojuegos se acercaban a declaraciones más pesimistas como:

Eso preocupa, ya no es como antes totalmente, pero es debido al internet y a la tecnología, que pasa... el comercio ahora está muy competitivo, horrible, y todo el mundo quiere vender lo mismo y la gente no respeta precio, si me entiende, entonces la gente es en una continua pelea de precios más que todo. La gente trata de ponerlo más barato para vender más y no es la idea porque uno compite con calidad y no con precio. **Comerciante Centro comercial el Diamante, comunicación personal, marzo 2017**

A lo que agregó:

En semana antes en un tiempo normal usted se vendía 10 entre semana, ya no, ahora escasamente se vende si mucho 1 a la semana, la situación está muy dura, pues no dura... yo pienso que, son ciclos de la vida ¿No?, el tiempo evoluciona, la gente evoluciona, el comercio evoluciona y anteriormente eran por hay 8 almacenes, suponiendo, ya son más de 300 solamente como suposición, ¿si me entiende?

Comerciante Centro comercial el Diamante, comunicación personal, marzo 2017

El público encuestado tiene en cambio una visión en el mercado de los videojuegos orientados a la calidad del producto, a las políticas de las empresas, al contenido de los juegos, al avance que se ha tenido en el país etc. Ésto se expresa en opiniones como:

Que exageran con los precios y olvidan la calidad de las historias, se le da más importancia a que los jugadores gasten dinero, y aunque hace parte del negocio, se pierde el respeto hacia quienes somos lo que hacen que la industria siga. Las consolas cada vez son más desechables y no cumplen con los requerimientos que prometen. Actualmente son pocas las empresas que respetan a los usuarios y que generan contenidos de calidad. **Sujeto encuestado 1, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

O

Quieren los juegos fáciles, donde no exista un desgaste para resolver los acertijos o problemáticas, como los juegos de antes que ofrecían una mayor complejidad para resolverlo, además que las redes informáticas, facilitaron la posibilidad de hacer trampas y buscar guías, cuando antes la única guía era probar hasta lo lograrlo. Por el otro lado tenemos una comunidad que disfruta de los torneos internacionales de videojuegos y su competición profesional, como la posibilidad de participar más

activamente con más jugadores por la conectividad actual y compartir gustos. **Sujeto encuestado 2, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

Todas estas opiniones y argumentos acerca de lo que es un mismo tema en este caso el mercado, deja ver que, en Medellín, se mueve siguiendo los argumentos de Nichols (2013) en donde las opiniones referentes a un tema dentro de un campo en este caso los videojuegos, son producto de los contextos en los cuales las personas estén inscritos o se desenvuelvan, siendo que el público se centra en esto en describir su opinión sobre el mismo, mientras que los comerciantes se centran en verlo a la luz de las ventas los grandes ejemplos de esto. Pero estas mismas opiniones dejan ver algunas de las problemáticas y conflictos entre actores que se presentan de acuerdo al contexto al que están inscritos.

Volviendo en todo esto sobre las opiniones de los comerciantes, por ejemplo, se ven las diferencias en cómo ha sido negociar o vender en los diferentes sectores de la ciudad, siendo el sector del Poblado lugar donde está ubicado el Centro Comercial Monterrey, un lugar donde los comerciantes les ha sido “más fácil” vender y comerciar con lo cual ven un constante crecimiento del mercado en términos positivos. Mientras que, en Robledo lugar donde está ubicado el Centro Comercial El Diamante el aumento en la competencia producto de una mayor cantidad de tiendas y un menor número de ventas, han dejado como resultado una percepción más negativa del fenómeno, aunque admitan un aumento.

En el caso del público de la ciudad, se apelan a las practicas que toman las empresas para atraer nuevos jugadores o a que los objetos no tienen una vida útil lo bastante larga como en épocas pasadas. En cierta medida esto obedece a lo que desde autores como Juul (2010) o

Nichols (2013) llaman la casualización del juego (*casual gaming*), conocidas como las prácticas de la industria que buscan atraer al mayor público posible simplificando sus juegos (Juul, 2010), y como a raíz del uso de estas prácticas han surgido conflictos entre jugadores quienes buscan una experiencia de juego más exigente “hardcore”, contra los jugadores casuales o “*casual gamers*” (Nichols, 2013). En Medellín esto aparece en gran parte apelando a como ya vimos en el comentario anterior a frases como los juegos son demasiado fáciles y nada exigentes o en frases usadas en el común como “malditos casuales” como la referencia de un jugador veterano a uno nuevo.

Pasando ahora a tratar el tema de las formas de subsistir alrededor de los videojuegos que han entrado o que se están utilizando actualmente, logré encontrar el uso de tres a lo largo de mis recorridos por los distintos eventos de la ciudad, estos son: la venta de servicios al interior de juegos, la transmisión por internet y los jugadores profesionales. La primera consiste en la venta por parte de un jugador experimentado de sus servicios al interior de un juego a jugadores novatos, servicios que van desde entrenamientos personalizados (*Coaching*) hasta ayudas con la progresión en el juego (*Boosting*). La segunda forma consiste en la transmisión o subida de contenido a internet en plataformas como Twitch o YouTube y, por último, la tercera consiste en generar ingresos a través de competir en distintos torneos o competencias.

A grandes rasgos, estas prácticas son utilizadas con fines de generar un ingreso adicional a los jugadores o con el motivo de subsistir económicamente, no necesariamente el generar prestigio o posicionamiento social. Todas estas prácticas adoptadas por los jugadores en la ciudad son un claro ejemplo de usos del capital con el fin de sacar un beneficio adicional al prestigio (Nichols, 2013), adicionalmente, estas prácticas desarrolladas en la ciudad son

diferentes en su forma de ejecución, se dan en contextos diferentes y todas presentan riesgos o complicaciones en sus respectivas áreas, aunque pueden contar con algunas similitudes.



Imagen No 5. Equipo profesional Paladins Esports. Ganadores del torneo de Paladins Monterrey Gamers. Tomada por Juan Carlos Fernández Julio 2017

Empecemos tratando las problemáticas y contextos en los que se desenvuelven las personas que trabajan como jugadores profesionales en la ciudad. Las personas que se dedican a competir profesionalmente en Medellín, como los que se aprecian en la imagen anterior (Ver Imagen 5), tienen cómo su principal problemática la supervivencia económica, reflejada en una complicada manutención y falta de apoyo económico por parte de patrocinadores, debido a esto los equipos no suelen durar y se disuelven fácilmente con sus integrantes buscando otras oportunidades. En Medellín en la actualidad no es posible sustentarse a base de las competencias o torneos que se desarrollan en la ciudad, debido a que los mismos son pocos y los premios en efectivo que se ofrecen entre \$1.000.000 y \$3.000.000 de pesos¹⁷, no alcanzan

¹⁷ Rango de premios ofrecidos en los eventos de Monterrey Gamers 2017 y Comic-con Colombia 2017 con frecuencia anual.

necesidades básicas. Todo esto sumado a que el apoyo brindado por otros actores como los comerciantes es poco y apenas está iniciando.

En base a estas dificultades presentes en la ciudad y en el país, los jugadores que se dedican a estas prácticas tienen que recurrir a estrategias como salir del país en busca de mejores oportunidades y torneos, caso de un jugador que conocí en el Centro Comercial Monterrey, el cual se posicionó internacionalmente al ser campeón en Hearthstone¹⁸. La otra estrategia es optar por obtener la mayor cantidad de patrocinadores posibles que los apoyen, para lo cual los equipos tienen que estarse mostrando constantemente en competencias y eventos a lo largo del país, caso del equipo visto en la Comic-con que venía de otro rincón del país con el fin mostrarse (Ver Imagen 6).

Una última cuestión alrededor de los jugadores con aspiraciones profesionales, está relacionada con el patrocinio y su relación con las empresas, estas últimas ven a los equipos como posibilidades de inversión, pero al ser una nueva práctica en la ciudad estas ponen ciertas condiciones a la hora de poner los patrocinios. Entre las condiciones más notorias dichas por un comerciante durante la ceremonia de premiación de Monterrey Gamers 2017, este abordó que los equipos que buscaran patrocinio debían y tratar sus equipos como una empresa, con las cuentas y proyectos claros, debido a que se buscan proyectos concisos y realizables para que la se pueda promocionar de buena manera la marca a representar.

¹⁸ Juego de cartas producido por Blizzard Entertainment, el cual se ambienta en su franquicia de Warcraft.



Imagen No 6. Tipos de torneos Comic-con Colombia Plaza Mayor Medellín. IZQ, torneo 1vs1 LOL, DER torneo Crossfire. Tomada por Juan Carlos Fernández, mayo 2017.

Las personas que se dedican a hacer *Streaming* o suben videos en Medellín, por otro lado, cuentan con otras series de dificultades y objetivos que se buscan al desempeñar su labor. Una persona que se dedica al *streaming* o sube videos está condicionada para poder sobrevivir a: retener una audiencia que lo vea y a conseguir un patrocinador o *partner* que lo apoye económicamente¹⁹. Para esto muchas personas que se interesan en desempeñarse en estas prácticas recurren a estrategias cómo jugar o subir el juego de moda o actuar de cierta forma (en algunos casos estereotípicas), con el fin de atraer y retener la mayor cantidad de público posible. Pero la persona en cuestión es libre de optar de hacer uso de estas estrategias de crecimiento, por ejemplo, en una entrevista realizada con un jugador en la ciudad dueño del canal de YouTube RehicolReplay contó que se lanzó a realizar contenido a la plataforma a raíz de un sueño donde el contenido clásico que el subía era aceptado por la comunidad, pero en sí, el jugador está consciente de que el contenido clásico que sube a esta plataforma,

¹⁹ Datos obtenidos en conversaciones con creadores de contenido para YouTube en Monterrey Gamers 2017, comunicación personal, junio 2017.

tiene un público limitado y de difícil crecimiento, pero el opto por ir creciendo lentamente en esta plataforma compartiendo el contenido que le apasiona.

En último lugar, las personas que venden sus servicios dentro de los juegos gozan de una mayor libertad al desempeñar su labor, debido a que no están sujetos a la búsqueda de patrocinadores o a una retención de audiencia o posicionamiento como jugador y son en su mayoría libres de cómo hacer su trabajo. De los jugadores que se dedican a estas prácticas (*Boosting, Coaching*) con lo que pude conversar en la ciudad, en general, todos lo hacían de vez en cuando con el fin de generar un dinero extra, ninguno se dedicaba de lleno a esta actividad, simplemente y como me lo resalto un jugador en Monterrey Gamers 2017 “ya que tengo un buen dominio del juego, porque no sacarle un beneficio adicional”.

Para ir terminando con este apartado, alrededor de la economía y videojuegos en la ciudad de Medellín, se pueden evidenciar muchas problemáticas en múltiples contextos, en los que se presentan, en alusión a Nichols (2013) infinidad de problemáticas y aprovechamientos del capital. Siendo en el simple hecho de que en las opiniones sobre el mercado de los videojuegos varié de acuerdo al papel que ocupé una persona (Jugador/comerciante) o que este mismo planteé situaciones económicas diferentes (caso de los comerciantes) o evidenciar las divisiones sociales producto de la implicación de una persona en el capital cultural (caso de los jugadores) grandes ejemplos. Pero todavía falta abundar más en como la economía y los videojuegos en la ciudad están influyendo en las formas de subsistir de las personas y cómo estas formas de subsistencia se están adaptando al contexto propio de Medellín, siendo el cada vez mayor interés de los múltiples actores en estas prácticas un buen punto de partida.

Posiciones, respeto y trato entre jugadores en la ciudad

La ciudad de Medellín, en lo que respecta al trato, las posiciones y el respeto entre los jugadores, tiene tintes muy variados y en una gran medida está relacionado a lo que autoras como Nina Alejandra Cabra (2016) o Mia Consalvo (2007) llaman *capital de juego*, el cual como ya se mencionó, el hecho de dominar mecánicamente un juego genera más reconocimiento y prestigio que poseer los últimos avances alrededor del medio. Adicional a esto en la ciudad entra también el hecho abordado por Nichols (2013), en el cual, el grado de implicación de una persona o una comunidad alrededor del capital puede afectar cómo se relaciona y ve a los distintos miembros y jugadores dentro del medio.

De lo que pude observar en la ciudad con respecto al tema, sobre todo en los múltiples eventos visitados, las relaciones entre jugadores no tenían un estatus marcado de superioridad entre personas, pero hay un respeto y diferenciación de estatus en la habilidad de juego que muestra un jugador. Por lo general, en los distintos torneos visitados, las personas basaron su respeto y estatus, como ya se dijo, en la habilidad mecánica que mostrara una persona. Por ejemplo, en los torneos de *League of Legends* de Monterrey Gamers, los jugadores que avanzaban eran los que más eran reconocidos entre los jugadores participantes. Era común al interior del evento de Monterrey que un jugador habilidoso fuera reconocido tanto por su grupo de amigos como por personas alejadas a este, pero estos reconocimientos en cuestión no significaban que los jugadores privilegiados pasaran por encima de los demás o los discriminaban. De hecho, muchos de estos jugadores aprovechaban su reconocimiento con el fin promocionar sus servicios y ofrecerlos a los jugadores de menor nivel.

Cabe agregar que, aunque las posiciones de estatus que ocupa un jugador no generan *per se* un trato de superioridad ante los demás miembros de una comunidad, esto no significa que las relaciones entre jugadores estén libres de discriminación o ciertos tratos a determinados públicos (caso que ya se vio un poco en el apartado anterior). Nichols (2013) hace referencia a cómo desde las distintas divisiones dentro de la comunidad y las implicaciones con el capital que estos posean van a generar ciertos tratos entre las personas; esto derivado de su análisis que ve a los jugadores divididos en una pirámide donde una comunidad “más pequeña” pero con mayor implicación de capital y especializada, puede ver con malos ojos a una comunidad “más grande” que está menos implicada. Las críticas y cuestionamientos de la misma forma se pueden presentar entre los mismos miembros de la comunidad. A todo esto, se le suma que el autor hace referencia a cómo dentro de este mismo planteamiento, los jugadores optan por mostrar comportamientos derivados del *habitus* con el fin de mantener las condiciones inherentes a su posición.

Ejemplos alrededor del tema, sucedieron durante los eventos visitados y en algunas respuestas de la encuesta. Era común ver durante los torneos que cuando un jugador habilidoso cometía un error fuera cuestionado y criticado por el resto; de hecho, en varios espacios cuando un jugador cometía una mala jugada ésta era sancionada por el público con risas y gritos en tono de burla (y halagos por buenas jugadas). Además, en ciertos casos el rol y las estrategias desempeñadas en un juego sea impopular, los jóvenes de Medellín critican roles como los de apoyo (*support*) y desprecian estrategias como el “*campeo*”²⁰. En

²⁰ “Camper” Proviene del término inglés *camp* o acampada. Es utilizada en la jerga de los juegos en línea, se utiliza para referirse a los jugadores que se quedan acampados o quietos en algún sitio esperando a emboscar a los enemigos.

sí, estos ejemplos refuerzan el hecho de cómo a partir de optar por ciertas estrategias, roles o cometer errores, están cargados de concepciones producto las formas particulares en que las personas están inscritas en el medio.

Hay dos poblaciones dentro del mundo de los que tienen más dificultades para relacionarse y son más propensos a ser discriminados, subestimados y limitados por las personas, estos son los más jóvenes y las mujeres. Los primeros en gran medida por su condición de iniciados y las segundas en gran parte por la noción social del videojuego como un territorio masculino (Cabra, 2016). Estas dos poblaciones entran también bajo la discriminación en pos de mantener un estatus o condición que aborda Nichols (2013) y alrededor de ellas se puede decir, a partir de los conceptos de Mia Consalvo (2009), que se han creado formas de nombrarlos o hacerles referencia.

En relación con el tema, la cuestión de los más jóvenes en la ciudad, en la encuesta realizada, hubo un contraste entre los que opinaban que no tenían problema con los jóvenes que jugaban y los que los categorizaban como “niños rata” por lo molesto que les resultaba su presencia. Por otra parte, muchos de los que opinaron a favor de los niños podían jugar, tocaron el tema de los límites y acompañamiento a los jóvenes. En varias respuestas como en las que se ven más adelante, se hizo un gran énfasis, al acompañamiento del joven y al límite que se debe tener respecto a franquicias o tipos de juegos. Esto se reflejó en opiniones registradas en la encuesta, tales como:

La verdad me parece bueno, partiendo en que casi todos los "veteranos" de los videojuegos comenzaron desde niños así que ¿Por qué no pueden jugar los de ahora? Eso sí, que los niños sepan

las limitaciones de un juego a la vida real, porque yo a los 7 jugaba Mortal Kombat o el GTA de ps1 (Que eran un poco para adultos) Pero no por eso voy a empezar a ser violento con mis amigos o algo así. No sé yo pienso que la sociedad de ahora es muy susceptible. **Sujeto encuestado 3, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

O

No me parece que sea mala cosa, lo que si no me parece es que se les preste poca supervisión por parte de un adulto responsable, a esa edad es muy fácil meterse de lleno en ese mundo y muy difícil salir por lo que no recomiendo mucho que dejen jugar a los niños tanto y más sin la supervisión de alguien responsable. **Sujeto encuestado 4, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

En otro lugar estaban las respuestas orientadas a nombrar a los más jóvenes haciendo uso del término “ratas” o “niños rata”, los cuales no se limitaron sólo a la encuesta, sino que fue ampliamente utilizado en los diferentes eventos por varias personas. La palabra, como ya se hizo mención, es un término peyorativo que está plenamente instaurado en el lenguaje de los jugadores (Consalvo, 2009) y es se refiere a jóvenes o niños con poca experiencia y de aptitud molesta (que insulta/se enoja) en eventos o partidas *online*. En sí, es un término de origen incierto que tomó popularidad cuando la versión *alfa* del juego *Minecraft* fuera liberada al público en 2009, y se inserta en el imaginario popular por referencia a un episodio de la sexta temporada de la serie animada *Los Simpson*²¹. Esta expresión fue rápidamente aceptada cuando llegó a la ciudad y es un fuerte mecanismo de presión para las personas más jóvenes, ya que pueden ser fácilmente etiquetados de esa manera. De por sí, esta expresión se acomoda a lo que Consalvo (2009) aborda de cómo a partir del videojuego se han creado, expresiones

²¹Donde el padre llama despectivamente así a su problemático hijo. Tomado de Youtube revista Levelup.com 2016 https://www.youtube.com/watch?v=4MXIMR5oPC8&ab_channel=levelup.com

que sirven tanto para comunicarse como para encasillar y determinar roles, y a lo que aborda Nichols (2013) cómo un medio del *habitus* para conservar un puesto inherente.

En conversaciones que tuve con un joven de catorce años, me contó que en general pocas personas de su edad saben plenamente del tema, y aunque señala que no hay malos tratos a las personas que les gustan los videojuegos y no se ha visto discriminado en su condición de joven, admite que hay “ratas” dentro de la comunidad y que para él un “niño rata” es una persona joven que: “no son capaces de aceptar lo que sucede tan fácilmente, por ejemplo, cuando ocurre algo que no les gusta o los fastidia” (joven Monterrey Gamers, comunicación personal, julio 2017). A fin de cuentas, esta es una forma de nombrar que en la ciudad tiene varios usos, que se instaurado y que puede ser utilizada hasta por la misma población a la que hace referencia.

En ambas formas de respuesta tanto como positiva como negativa, se evidenció una tendencia inherente a limitar o acompañar al joven en cuestión, ya que ambas muestran como el joven tiene un carácter de iniciado. En general ambos tipos de argumentos se muestran, algunas de las estrategias inconscientes desde el *habitus* en referencia a Nichols (2013) que los jugadores más veteranos utilizan para catalogar a otro como inferior socialmente, caso de las personas encuestadas que catalogan a los más jóvenes como “ratas”. Y por el otro lado, en alusión a los argumentos de Consalvo (2009) y Cabra (2016), se ven parte de los roles y pasos que debe seguir un iniciado para ser aceptado. Esto en el hecho de que una persona joven para ser aceptada debe seguir los límites y parámetros que los miembros más veteranos o mayores le imponen, debido a que, si no se siguen estos parámetros corren el riesgo de ser mal vistos.

Para ir concluyendo, aunque las relaciones entre los jugadores en la ciudad son en apariencia amenas, en el sentido de que priman tratos de respeto, aunque se tenga un prestigio alto, esto no libra que, dentro de las relaciones entre los jugadores de la ciudad se presenten cuestionamientos, críticas y discriminaciones, ya sea alrededor de las estrategias o fallos que toma un jugador, el imaginario que se tiene de la población o la condición que esté presente, como la de iniciados que presentan los jóvenes o las mujeres las cuales se abordaran más adelante. En gran medida, esto obedece a las formas en cómo las personas han adaptado un capital de juego y normas de juego en alusión a Consalvo (2007) o Cabra (2016), a los contextos propios su entorno urbano y el entorno de juego. Siendo el hecho de adaptar el lenguaje o crear límites y diferencias entre jugadores una gran muestra de esto.

Igualmente, cabe resaltar el hecho de que alrededor de las relaciones sociales entre los jugadores se pueden ver las divisiones implícitas entre los distintos grupos o comunidades de juego de la ciudad y sus distintas normas de juego dentro del campo. Medellín cuenta con múltiples comunidades y tipos de jugadores, todas con una distinta implicación o inmersión dentro del capital de juego (Nichols, 2013). No es lo mismo, una comunidad que gira en torno a FIFA a una que gira alrededor de League of Legends, y aunque, en las mismas se puedan presentar similitudes (caso de las formas de respeto), las relaciones, el lenguaje y las formas de acción varían en todas las comunidades. En este apartado se han discutido y abordado un pequeño esbozo de lo que son las relaciones sociales de los jugadores en la ciudad y su forma de crear prestigio o diferenciar posiciones sociales, todavía faltaría profundizar en hechos de cómo el lenguaje puede ser una muestra de división social entre jugadores y alrededor de los diferentes tratos entre comunidades de juego.

3.3 Lo urbano alrededor de los videojuegos en Medellín

Los videojuegos a lo largo de su historia han tenido un gran impacto en el espacio físico de las ciudades, en gran medida, dado por su carácter lúdico que ha creado nuevos espacios o resignificando el cómo se viven en determinados lugares como el hogar (Feixa, 2008). Este medio de entretenimiento ha hecho múltiples cambios en la forma en las que vemos y entendemos los espacios urbanos, resignificando los mismos a raíz del impacto social y creando nuevos lugares de interacción social.

En un apartado anterior de este trabajo ya se ha visto parte del impacto que ha tenido el videojuego en el espacio físico de Medellín, adaptándose de acuerdo a los contextos urbanos de distintos periodos vividos en la ciudad. Pasando por periodos donde el papel del videojuego en el espacio de la ciudad era el servir como refugio de estímulos urbanos, en este caso la época de violencia vivida en la ciudad en las décadas de 1980 y 1990. Pero esto ha ido cambiando a lo largo de los años y el mismo medio ha llegado a influir en múltiples aspectos adicionales de la vida urbana de la ciudad. En sí, veamos un poco en este apartado cómo el medio, el impacto actual que tiene el medio sobre la vida urbana de la ciudad, esto mirando cómo se ha distribuido el mismo, bajo que parámetros se han construido sus espacios asociados y que se ha esperado que se desarrolle es estos espacios.

La creación y distribución del videojuego en Medellín

Medellín, al igual que muchas otras ciudades, ha pensado la forma en que distribuye sus espacios y bajo que parámetros es construido y en muchos casos, como lo plantea Sennet

(1994), teniendo en mente las personas lo habitaran. En la ciudad el videojuego abarca un amplio número de lugares que van desde el hogar, pasando por la plaza, el centro comercial o los centros de convenciones y las instituciones públicas. Todos estos lugares con su relación particular con el juego, pasando por relaciones económicas, sociales, de aislamiento o supervivencia.

Comencemos tratando el hogar y su relación con el medio, hemos nombrado en numerosas ocasiones, cómo el videojuego sirvió para las personas que pudieron permitírselo, transformar la vivienda en un fortín para mantener a los hijos alejados de la violencia de las calles que se vivieron en épocas más violentas de la ciudad. ¿Pero que más ha significado el hogar para los jugadores de la ciudad? para un jugador el hogar significa también, es el bastión que lo aísla (Sennet, 1994), que puede acomodar a su gusto para vivir una buena experiencia de juego y para que pueda su promedio de tres horas de juego diarias en completa calma²².

En otro lugar está el espacio público, los videojuegos, hasta hace muy poco, no habían tomado el espacio más allá de las tiendas que comercializaban juegos o las tiendas donde los jóvenes iban a jugar con amigos. En la actualidad, en Medellín a esto se le suma que cada año son más las convenciones y eventos relacionados con videojuegos que se desarrollan a su vez en sitios donde antes no habrían tenido cabida al menos en esta ciudad, ejemplo son los eventos que se desarrollan con mayor frecuencia en los centros comerciales o centros de convenciones. Por otro lado, desde las instituciones públicas como escuelas y bibliotecas el

²² Datos arrojados por la encuesta se puede ver gráfico del apartado anterior (Ver Gráfico 1).

videojuego está empezado a formar parte de estas instituciones, ejemplos de esto son programas como Bibliogamer programa llevado a cabo por el Parque Biblioteca León de Greiff en la Ladera, en el cual se usa al videojuego como forma de fomentar la lectura, esto incitando a buscar las historias que tienen detrás los personajes de sus juegos favoritos. A mi parecer esta incursión del videojuego en la ciudad a espacios adicionales, se puede explicar en gran parte siguiendo a Simmel (1977), en donde los estímulos que han producido los videojuegos, en los habitantes de la ciudad han llevado que estos los adapten a diferentes lugares y ámbitos de la vida urbana.

Pero al igual que el juego ha ocupado más espacios en la ciudad en los últimos años, el medio de igual forma se ha venido distribuyendo y adaptando a los espacios donde son instalados. En esto pienso que Medellín a seguido una línea muy similar a la que plantea Sennet (1994), donde el espacio se acomoda y se piensa para determinadas condiciones económicas. En sí, los espacios relacionados con videojuegos se distribuyeron y acomodaron de acuerdo a las posibilidades económicas de cada sector, en otras palabras, las tiendas y los eventos se crearon o se organizaron de acuerdo a las posibilidades de la zona en la que se fueron ubicando. Por ejemplo, en los sectores que pude visitar de la ciudad (Centro, Occidente y Poblado), el barrio el Poblado es una zona orientada a comercializar equipos de alta gama junto a juegos actuales, dado al gran número de tiendas especializadas en el tema ubicada en gran parte en el Centro Comercial Monterrey. En otro lugar está el sector Occidental (la América, Robledo y Estadio), más enfocado a la venta de consolas que de PCs, de juegos y consolas antiguos y de igual forma a la realización de eventos presenciales, contando con locales donde los jugadores van y se reúnen. Y, en último lugar, la zona central de la ciudad, la candelaria, con un enfoque orientado a la realización de eventos y a la reunión de jugadores

en distintos locales, esto sobre todo en zonas cercanas a la universidad de Antioquia. Este sector también cuenta con un gran número de tiendas orientadas a la venta de mercancía de videojuegos.

Este enfoque que se ha tenido en instalar al videojuego en la ciudad de acuerdo a las posibilidades económicas también podría decirse que va de la mano del concepto de periferia (Simmel, 1977) y de diseño urbano (Sennet, 1994). Desde sus ensayos urbanos, Simmel (1977) planteaba que hay fenómenos o estímulos que solo se pueden presentar en contextos urbanos que van perdiendo su fuerza conforme se alejan del centro de la ciudad. Es en este sentido que en el sector del Poblado sea más sencillo a sus habitantes conseguir los equipos de todas las condiciones mientras que en sectores más alejados como Robledo o Belén, la cantidad de tiendas de alta gama comiencen a disminuir es un gran ejemplo de como el videojuego va perdiendo fuerza en su manifestación al menos en cuestiones económicas. Sennet (1994) en ese mismo orden de ideas, plantea que los espacios en las ciudades son diseñados para ser habitados por distintas clases sociales acomodando el diseño del comercio en base a las posibilidades económicas. Anclando esto último en Medellín el hecho de que el sector el Poblado (más pudiente) cuente con más centros especializados de comercialización a diferencia de sectores con menores ingresos (América, Belén, Estadio), se vuelve una gran evidencia.

Con todo esto, no quiere decir que, en las periferias de la ciudad, la influencia videojuego sobre el espacio o sobre las personas desaparezca en su totalidad conforme a las periferias, más bien, se siguen conceptos de adaptación de estímulos (Simmel, 1977) y de

resignificación de los espacios urbanos (Feixa, 2008). Esto debido al hecho de que en lugares de la ciudad las personas hayan transformado, las salas de internet de la biblioteca en espacios de juego cómo lo es el caso del Parque Biblioteca León de Greiff en la Ladera o salas de las entidades públicas o de las cajas de compensación familiar.

Veamos más a fondo el papel que tiene el videojuego de acuerdo al sector mirando desde su aspecto comercial y social junto con las implicaciones que conlleva. En el Poblado vemos cómo en el Centro Comercial Monterrey las tiendas de videojuegos y computadores muestran todas sus mercancías con un claro protagonismo de aquellas de alta gama (Ver imagen No. 7), y aún, aunque en las mismas tiendas del centro comercial se ofrece todas las gamas, el hecho de darle protagonismo a la primera deja decir dos cosas: la primera es la de mostrar a los clientes que se cuenta con lo más reciente del mercado y lo segundo que en esta misma solo puede acceder a lo mejor. Esta disposición de mercancía en las tiendas, ha desembocado en cierto imaginario de que en este centro comercial solo se venden productos de altas gamas, por lo que algunos vendedores se ven obligados a asesorar a sus clientes cuando van en búsqueda de un PC o una consola.



Imagen No 7. Tiendas de piezas y equipos de cómputo. Lugar Centro Comercial Monterrey. Tomadas por Juan Carlos Fernández, marzo 2017.

En el Poblado, a diferencia de otros sectores cuenta con menos centros de reunión o locales de juego si lo comparamos con otros sectores de la ciudad de menores ingresos. Si bien en la zona se cuenta con algunos espacios destinados para este fin, como uno en el Club Campestre, el cual es utilizado por algunos de los hijos de los miembros a modo de distracción, estos espacios son raros o poco frecuentados. Si lo miramos siguiendo los términos de cómo se adaptado el videojuego teniendo en cuenta las posibilidades económicas de los distintos espacios (Sennet, 1994), vemos como en este sector la alta posesión equipos en los hogares de la zona y de servicios complementarios como lo es el internet, vuelve inviable para una persona del sector el montar una tienda con estos fines de juego a diferencia de otros sectores. Pero esto no significa que en la zona no se puede presentar para espacios para la reunión entre jugadores, ya que las mismas tiendas del mismo sector crean competencia o torneos donde los jugadores se reúnen, pero estos mismos son temporales y de corta duración.

Pasemos ahora a tocar más a fondo los sectores visitados al occidente de la ciudad como Robledo que, a diferencia del Poblado, tiene un enfoque más orientado a la venta de consolas junto con la comercialización de material más antiguo. Siendo su lugar con mayor concentración de tiendas el Centro Comercial El Diamante. En este Centro Comercial, y en sus alrededores se localizan aproximadamente 15 locales enfocados en videojuegos. La mayoría de estos enfocados a la venta de consolas y una pequeña cantidad a la reparación y a la venta de material antiguo, todo esto acompañado de la venta de posters, figuras y otros accesorios.



Imagen No 8. Tienda Dr. Chip enfocada en venta de mercancía retro. Lugar Centro Comercial El Diamante. Tomada por Juan Carlos Fernández, marzo 2017.

Este sector se caracteriza, al igual que el Poblado, en que el espacio se acomodó de acuerdo a las condiciones socio-económicas del sector (Sennet, 1994), donde las tiendas se pensaron en base a las posibilidades económicas del sector, con el énfasis de que la mayor cantidad del público pueda acceder a sus productos. Al igual que el Poblado, el sector también creó y acomodó tiendas para un público especializado como se muestra en la imagen anterior (Ver Imagen 8) dirigidas a un público que prefiere un contenido clásico o retro de los videojuegos. En apartados anteriores se ha mostrado y abordado como la ciudad tiene múltiples comunidades de jugadores que se mueven en distintos tipos de juegos bajo diferentes niveles de implicación (Nichols, 2013). En esta medida, se puede decir cómo se buscan acomodar espacios de comercialización para todo tipo de público, esto claro ubicando de acuerdo a la cantidad de personas que consumen este tipo de mercancías.

Para ir terminando con este apartado, quiero tratar un poco más cómo en determinados sectores de la ciudad, en el centro de la ciudad y en algunas partes de Aranjuez, que se han transformado para acoger a manifestaciones relacionadas con el videojuego, esto viendo

algunas transformaciones que se han presentado en diversos lugares aparte de las previamente mencionadas, tocando alrededor de estos dos temas: la socialización, la temporalidad y el individualismo.

En estos lugares, los videojuegos se han tomado momentáneamente los espacios en ciertos periodos del año, volviéndolos así, un espacio de socialización y la vez de conflictos. Algunos lugares en estos sectores utilizados con estos fines, de acoger eventos o reuniones, han sido Plaza Mayor y las plazas o parque como el Parque de los Deseos. Lugares que han prestado sus espacios para que los jóvenes se integren o compitan, casos de estos son los múltiples torneos desarrollados en estos espacios como el Friki Fest, en el Parque de los Deseos y convenciones como la Comic-con en Plaza Mayor. Pero esto no se limita solo a este sector, en los otros lugares de la ciudad también se desarrollan eventos o se están empezando a desarrollar en mayor cantidad; traigo el caso de uno nuevo financiado por la alcaldía de la ciudad en diciembre del 2017, el cual se desarrolló en el coliseo de la unidad deportiva de la ciudad. Convirtiendo así el espacio de la ciudad en un escenario donde las personas se relacionan alrededor de los videojuegos con todos los conflictos que en ellos derivan.

Además de todo esto, el centro también cuenta con múltiples locales donde las personas van y juegan solos o con amigos. Dos locales cerca de la Universidad de Antioquia en los cuales los estudiantes van a jugar o a pasar el tiempo, en uno de estos locales además se realizan reuniones para hacer *rol* o para hablar de videojuegos u otros temas relacionados a veces con este medio como lo son el cine, los comics y el anime. Estos lugares de integración en mi

parecer siguen la línea, trazada por Simmel (1977) y Sennet (1994) en torno a los estímulos urbanos y a al alejamiento de estos. Debido a que estos espacios sirven de refugio o de distracción a las personas para descansar de los deberes. Pero al mismo tiempo, estos lugares son espacios que fomentan la interacción que desde el punto de vista del capital que hemos abordado con anterioridad, son escenarios cargados de simbolismos, códigos, conductas y expresiones.

Los eventos en Medellín

Alrededor de los eventos de videojuegos que se desarrollaron en Medellín, quiero tocar varios puntos relacionados con el urbanismo, y junto a eso dar una muestra de cómo los mismos juegos, están modificando la ciudad. Los grandes eventos en Medellín, son relativamente nuevos y su tamaño en comparación con otras ciudades del mundo es significativa, pero el rápido crecimiento que están presentando conforme al paso de los años es notoria. Entre los eventos que pude presenciar y estudiar más a fondo fueron, como ya se mencionó Monterrey Gamers 2017, Comic-con Colombia 2017 y la Cambiatón de marzo de 2017. En torno a estos se pueden vislumbrar una serie de relaciones con temas urbanos mostrados anteriormente como lo son, la exclusividad, el interés, la comodidad.

Empecemos tratando el tema de la exclusividad en los espacios y su relación con los eventos de la ciudad. En Medellín, al igual que en otras partes del mundo, sus espacios han sido pensado teniendo en mente las características de la población destinada a habitados (Sennet, 1994), esto mismo se ve explícitamente en los distintos eventos aquí se desarrollan, en otras

palabras, los eventos son pensados teniendo en cuenta al público que está dirigido. Por ejemplo, la Comic-con Colombia es un espacio que busca integrar en una convención, que en palabras de sus organizadores es:

Es la convención anual más importante de la cultura pop y la industria del entretenimiento. Comic-Con es un evento que actualmente se viene celebrando en las principales ciudades del mundo. Basado en el formato nacido hace cerca de 50 años en Estados Unidos. Es una multiplataforma de contenidos de entretenimiento, donde se dan cita los fanáticos del cine, las series, la televisión, los videojuegos, coleccionables, los cómics, el cosplay, el anime, manga y demás aficiones que conforman el maravilloso universo geek. **Descripción de la Comic-con Colombia. Página web oficial** ²³

Eventos como la Cambiatón y Monterrey Gamers, por su lado, piensan y diseñan sus eventos alrededor de actividades cómo el intercambio de juegos entre personas caso de la Cambiatón, o alrededor de la competencia caso de Monterrey. Pero, ¿cómo entra la exclusividad a actuar en estos múltiples espacios? Un factor clave, para entender la exclusividad en estos espacios de interacción social estaría ligado en varios puntos claves, estos son, el tipo de público asistente, la comodidad del público en el espacio y la capacidad de las personas para acceder a estos espacios. Hay distintos tipos de comunidades de jugadores, todas con una forma de manifestarse que cambian de acuerdo a su implicación (Nichols, 2013). En este sentido, las relaciones sociales que se presenten en los eventos estarían ligadas al tipo de público asistente. Es en esta línea de ideas, es que entra el concepto de comodidad de Sennet (1994) en el cual, una persona permanece en un espacio de acuerdo a lo cómoda que esta esté socialmente, haciendo su tiempo de permanencia varié de acuerdo a que comprenda lo que

²³ En línea. Tomado de Comic-con Colombia 2018 <https://comicconcolombia.com>

esté pasando. De igual forma, la capacidad de acceso (Sennet, 1994) actúa como un aislante que deja por fuera del espacio a quienes no tengan los medios para acceder.

Por ejemplo, miremos a Monterrey Gamers 2017, el evento se realizó entre mediados de junio y julio, realizando competencias²⁴ en múltiples juegos en varias categorías que iban desde juegos FPS²⁵, MOBA²⁶, los juegos de habilidad y recreación, cartas, de lucha, deportes y juegos clásicos, todos estos con un número de personas inscritas que variaron según la popularidad del juego. Todas las competencias se realizaban en lo que los organizadores llamaban «arenas de juego», espacios acondicionados para las competencias repartidos a lo largo del centro comercial. La exclusividad en estos espacios se daba debido a que las mismas arenas se pensaban de acuerdo a la comunidad que iban dirigidas, me explico en Monterrey, las arenas se pensaron para que estas se acogieran jugadores de un juego en específico, en las imágenes inferiores (Imagen 9) vemos ejemplos de cómo son los espacios de competencias y que actividades se desarrollan en su interior y cómo estos hay determinado público.



Imagen No 9. Just Dance y Super Smash Bros Monterrey gamers 2017 Centro Comercial Monterrey, tomada por Juan Carlos Fernández, junio 2018.

²⁴ Torneos de *League of Legends* (LOL), *Paladins*, *Hearthstone*, *Overwatch* y *Rocket League* para PC. *FIFA 2017*, *PES 2017*, *Call of Duty*, *Gear of War*, *Just Dance*, *Smash Bros* y *Guitar Hero* para Consolas. Por ultimo torneos de *Super Mario Bros*, *The king of fighter*, *Golden Eye 007* y *Sonic* para los juegos retro.

²⁵ First person shooter (Juego de disparos en primera persona)

²⁶ Multiplayer Online Battle Arena (Arena de Combate multijugador en línea en español)

Comparando ambas imágenes se puede observar los conceptos previamente descritos, en ambas vemos cómo el público presente, tanto asistente como espectador es totalmente diferente, y de igual forma, el ambiente percibido fue diferente en ambos espacios. Por ejemplo, en la imagen izquierda (Ver Imagen 9) que muestra el desarrollo de la competencia de *Just Dance*, el público asistente y participante era más variado debido a que el mismo juego está dirigido a las masas, siendo que las personas asistentes no necesitaban saber de antemano los objetivos del juego y el mismo no crea duda o tiene un lenguaje específico entre la comunidad de jugadores, con lo cual al público se le facilitaba permanecer en estos espacios. Por otra parte, en la imagen derecha (Ver Imagen 9) del torneo de *Super Smash Bros*, se aprecia el caso de un juego con una comunidad y público más especializado, siendo para una más difícil para una persona ajena al juego permanecer debido al hecho de que se cuentan con formas de socializar y hablar que están ligadas al conocimiento del juego.

En los torneos de *League of Legends* que se aprecian en la siguiente imagen, se presentó de igual una comunidad de juego especializada con formas de reacción y socializar alrededor del juego totalmente distintas al resto de torneos, aunque este en cierta medida por su carácter competitivo y ánimo del público asistente atrajo la atención momentánea del público ajeno al juego. Muchas personas en distintos momentos del torneo de LOL al ver la competencia se acercan y preguntaban cuál era el objetivo del juego y que se tenía que hacer para ganar. Pero de por sí, el interés de las personas en estar en estos espacios decaía luego de presenciar por unos minutos el juego y el espectáculo debido a su falta de comprensión de las partidas o a su necesidad de continuar con su jornada.



Imagen No 10. Arena de PC y Sala de espera de espectadores torneos PC y consolas Monterrey gamers 2017 Centro Comercial Monterrey. Tomada por Juan Carlos Fernández, junio 2017.

Los eventos de *Just Dance*, *FIFA* o *Guitar Hero*, a diferencia de los juegos expuestos (*LOL*, *Super Smash Bros*) recalcaron las diferencias que hay entre las comunidades de juego y como estas afectan de forma diferente el espacio a su alrededor. Estos en su carácter fácil comprensión y espectáculo atrajeron a las personas debido a que los mismos tienen temáticas conocidas por todo el mundo como lo es el fútbol en *FIFA* o acciones como bailar una coreografía o tocar una guitarra caso del resto. *Just Dance* fue el juego que más destacó entre los tres en el evento en atraer público tanto del juego como ajeno al él, debido a que las coreografías atraían a los transeúntes y la puesta en escena de la competencia invitaba a alentar a los participantes y a tomar registro en video del baile.

La exclusividad en los eventos en la ciudad no solamente estaba por el tipo de juego o la comunidad a la que está dirigida, también entra un gran factor que es el acceso que tengan las personas para poder entrar y permanecer en determinados espacios (Sennet, 1994). Los eventos, aunque no tuvieron precio de entrada a excepción de la Comic-con, implican gastos para las personas que van desde el transporte al evento, hasta los alimentos que se consumen

dentro del recinto, Por ejemplo, en la Comic-con los precios, de entrada, de los alimentos y mercancía limitaban la cantidad de días que una persona quisiera ir o los artículos que quisiera comprar. En Monterrey Gamers por el contrario al ser un espacio de participación gratuita, los gastos de las personas se limitaron al transporte o alimentos dentro del evento dependiendo de la permanecía en competencia. Este evento igualmente conto con la particularidad que la mayoría de sus eventos, que el público espectador estaba inscrito en las competencias. Siendo así que muchas de las personas abandonaron el recinto una vez finalizaba su participación, en muchos casos por continuar con los compromisos o hacer otras actividades.

El gasto económico, en este sentido, se vuelve un limitante para las personas que quieran estar dentro de un espacio aun cuando se forma parte de una misma de juego, debido a que la permanecía en si implica gastos que no todas las personas de una misma comunidad pueden asumir de igual forma. Muchas de las personas a las que les pregunte dentro de Monterrey Gamers, si volverían a ver como terminaría las competencias en especial en LOL, respondían negativamente argumentando los costos de los pasajes de transporte. El hecho de que la permanecía de una persona en el espacio urbano está ligado a que la misma pueda asumir los costos sociales y económicos para permanecer (Sennet, 1994), esta situación habla cómo la economía de las personas toma un papel importante en la forma en que ésta se necesita como un medio para poderse relacionar y se vuelve un factor esencial alrededor de los eventos en la ciudad.

Pasemos ahora a tocar otro punto que los autores muestran alrededor del espacio que es el interés y su relación con los eventos de videojuegos en Medellín. Los espacios urbanos son

lugares que se piensan en relación para que se den determinados comportamientos y sean habitados por determinadas clases de personas de acuerdo al interés de determinados grupos sociales (Sennet, 1994). Esto habla de que la relación de las personas con el espacio en cierta forma está prediseñada. Pero los espacios igualmente, pueden verse cómo escenarios donde múltiples actores están en una competencia en las que se siguen ciertas normas y se buscan determinados objetivos (Bourdieu, 1984). Los eventos en la ciudad pueden ser vistos, en esta medida, cómo espacios preconcebidos que se diseñan para que las personas busquen o competir, integrarse o intercambiar, pero al mismo tiempo, la forma de cómo se habitan o desarrollan los eventos están cargados de los intereses de los múltiples actores que participan o forman parte del evento.

La Cambiatón, es evento que está pensado para favorecer el intercambio entre personas de videojuegos, pero al mismo tiempo es un escenario en que se pueden observar los determinados intereses de los integrantes del evento, orientados a encontrar nuevos contactos de negocios por parte de los comerciantes o generar los mejores acuerdos posibles. En este sentido, el intercambio de juegos dentro del evento está cargado de pautas envueltas dentro de una competencia entre personas para lograr mayor beneficio económico. En un intento de intercambio que presencié de primera mano, entre un joven que se acercó al puesto que me encontraba y la comerciante del mismo, evidenciaron pautas de intercambio como la relevancia de los títulos y el estado del material. El joven en cuestión trajo para intercambiar varios juegos de *PlayStation 3* buscando algún objeto de valor que le ofreciera la comerciante, pero esta última, al ver que no podía obtener mucha ganancia por los juegos rechazó el intercambio.

Monterrey Gamers, por otro lado, es un evento que, de acuerdo con sus organizadores se ha ido pensando y organizando alrededor de la evolución del medio en la ciudad en los que la competencia como forma de integración de los jugadores forma una parte esencial²⁷. En concreto en este evento confluyen tres actores que son: los patrocinadores, siendo los que aportan el dinero y equipos al evento, los organizadores, quienes se encargan de la logística y el montaje del evento, y en último lugar los asistentes²⁸. Estos tres actores confluyen en este mismo escenario buscando cada uno unos objetivos específicos, entre los que se encuentran la promoción de la marca de los patrocinadores, organizadores y algunos jugadores, tener una experiencia idónea por parte de los jugadores que varía de acuerdo al tipo de comunidad; o que el evento transcurra con la mayor tranquilidad posible caso de los organizadores.

Esta búsqueda de objetivos por parte de diferentes actores dentro de un espacio, de por sí habla cómo dentro de estos espacios de interacción social que lo son los eventos, en los que se presentan innumerables formas de interacción; se necesitan y se complementan los diferentes actores para que las dinámicas sociales y el cumplimiento de objetivos dentro del espacio sea posible. Si bien, los eventos en la ciudad son espacios en su medida prediseñados (Sennet, 1994), en cuanto a que se tiene una idea de la actividad a desarrollar, no quiere decir la forma en la que transcurra el evento sea de acuerdo a lo planeado. Aludo en esto último a Bourdieu (1984) en que el campo donde se da la interacción social de los diferentes grupos, están cargadas de pautas y normas de los grupos. En este sentido, es que pienso que los

²⁷ Datos obtenidos en conversación con miembro junta directiva, comunicación personal, julio 2017.

²⁸ También se puede hablar de estos actores en el resto de eventos visitados, pero fue en Monterrey Gamers donde más se vio el conflicto entre todas las partes, debido a su larga duración y a mi mayor cercanía con los organizadores y patrocinadores del evento.

múltiples actores que participan e integran se necesitan mutuamente para el cumplimiento de sus objetivos, en cierta forma adaptándose las exigencias sobre el espacio que ponen los diferentes actores.

Monterrey Gamers como ejemplo, en su mayoría ocurrió en normalidad, salvo algunas demoras para iniciar, suceso que no molesto ya que fue mucho tiempo. Pero hubo un suceso que afectó la tranquilidad de todas las partes: en medio del torneo del juego *Paladins* se presentaron inconvenientes, entre un equipo quien se vio inconforme con la organización del torneo y los organizadores, que escaló al punto de llegar a los patrocinadores y administradores del centro comercial, y aunque el incidente se pudo solucionar, del mismo se evidencio lo frágil que pueden ser los eventos y como a partir de una perturbación en los intereses de las personas se pueden generar conflictos entre las partes, que pueden llegar a alterar la continuidad de estos espacios.

Para ir cerrando con este apartado, a forma de conclusión se puede decir los videojuegos en la ciudad de Medellín se distribuyeron acuerdo a las posibilidades económicas de cada sector, sin que esto significara aislamiento o prohibición de acceso de igual forma, las personas fueron adaptando el videojuego a los espacios de la ciudad, entrando estos cada vez más en nuevos lugares y espacios como los colegios o las bibliotecas. A su vez, la forma en cómo se habitan los espacios en la ciudad, están cargados de pautas y normas que limitan o apartan a determinadas personas, aunque al mismo tiempo, en la contrición de los espacios participan múltiples actores que se complementan mutuamente aun siendo este mismo un espacio prediseñado.

3.4 Género y videojuegos en Medellín

Medellín a grandes rasgos y en relación con lo planteado acerca del género en el capítulo anterior, es una ciudad que también se ha visto enmarcada, históricamente, alrededor de los roles de género. En esta ciudad hay separaciones entre lo que es visto como masculino y femenino junto con sus respectivos espacios, los cuales y en relación a lo argumentado por Feixa (2008), con la llegada de las TIC, estas nociones de género se han visto alteradas y modificadas.

Para Medellín, el videojuego desde su llegada ha sido visto como un territorio masculino, en el cual las mujeres de a poco se han estado abriendo un espacio, tanto social como económicamente, atravesando una serie de dificultades que van desde dificultades de acceso, discriminación, objetivación o subestimación (Cabra, 2016). En este apartado me centraré en mostrar cómo se están dando las relaciones de género alrededor del videojuego en la ciudad, analizando el papel de la mujer en estos espacios, las dificultades que han presentado y los usos que le han dado a este medio de entretenimiento. Todo esto en relación a lo planteado alrededor del género y algunas cuestiones del capital cultural en los videojuegos.

Hay dos puntos importantes a la hora de ver a la mujer en estos espacios de entretenimiento en la ciudad, que son el aumento significativo en el número de mujeres que se mueven tanto social como económicamente alrededor de juego y a la lucha por abrirse un espacio en este territorio dominado por hombres. Medellín en lo relacionado con videojuegos, ha sido un territorio donde las mujeres han ido aumentando progresivamente su influencia y visibilidad, en un largo camino que ha sido históricamente atravesado por: prohibiciones familiares,

sanciones sociales, algunas o presiones sociales junto con cargas culturales impuestas a la mujer que la alejaron en forma de la actividad (Cabra, 2016).

En la actualidad, la mujer alrededor de los videojuegos, en lo que respecta a Medellín, es vista como otro actor quien puede disfrutar tranquila y abiertamente de estos aparatos electrónicos, de hecho, en todas las entrevistas que tuve, tanto con comerciantes o con personas del común, describían normal el que una mujer disfrutara de este medio de entretenimiento y no veían raro que los utilizaran. A esto se le suma que como tal no hay una imagen propia o aceptada de cómo es lo femenino alrededor de los videojuegos. Muchas de las mujeres con las que pude discutir acerca del tema hacían mención a que como tal, no tenían una imagen propia o no se identificaban de acuerdo a lo que el mercado o la comunidad definían como femenino que, vista en su opinión, se encontraba cargada de estereotipos y prejuicios. De por sí, esto deja ver como la imagen de la mujer dentro de los videojuegos, está cargada de nociones culturales sobre lo femenino y en relación a lo planteado por Nina Alejandra Cabra, el desenvolvimiento de una mujer en el mundo de los videojuegos está altamente relacionado con la concepción social de la mujer, siendo este un factor que puede afectar su relación en el campo (Cabra, 2016).

Como ya se ha mencionado, esta población no se ha visto fuera de estereotipos y limitaciones en su gusto hacia los videojuegos. De hecho, se debe a que históricamente, las culturas juveniles se han asociado con lo masculino donde el videojuego no ha sido la excepción. Pero este mismo cambio de enfoque sobre el espacio que trajeron las TIC (Feixa, 2008), de a poco, brindaron la posibilidad de acción para las mujeres dentro de estos espacios digitales (Cabra, 2016). En relación con esto último, hasta hace poco, las mujeres en su mayoría trabajaban

administrando o vendiendo, casi nunca jugando. Para poder jugar una mujer en la ciudad tenía que pedir permiso a sus hermanos, que algún otro familiar la dejara jugar o jugar a escondidas. Las mujeres tenían que lidiar además con prohibiciones familiares; una de las mujeres con las que hablé me contaba que cuando era niña su madre no la dejaba jugar porque eso era para niños y solo hasta ahora su familia está empezando a aceptar que ella juegue²⁹.

Otro estereotipo muy común con el que lidian las mujeres de la ciudad está relacionado con algunas de las concepciones sociales de la mujer dentro del medio y su aprovechamiento por parte de algunas jugadoras. A las mujeres que usan una imagen estereotipada orientada a ser bonita, inocente, torpe que busca atraer la atención del público masculino se las conoce como *posers*. Estas mujeres que hacen dinero mediante *Streaming*, en función de su apariencia más que en su habilidad como jugadora. Fue común encontrarme a varias a lo largo de los eventos visitados, haciendo promoción, de sus canales y hablando de cómo es ser mujer dentro de estos espacios ocupados por hombres. Este tipo de prácticas igualmente generan incomodidad y malestar en algunas mujeres y de hecho con las que pude conversar sobre el tema, piensan que este tipo de prácticas solo perjudican su imagen al interior del mundo.

De por sí, en este tipo de prácticas se deja ver como las percepciones sociales de género en este caso alrededor de los videojuegos, igualmente pueden volverse una posibilidad de acción para unas personas, claro si lo vemos bajo la perspectiva de Nichols (2013), en donde una persona puede sacar beneficios en base a los conocimientos del campo. Aunque al mismo tiempo son prácticas que pueden generar conflictos entre los integrantes del campo (Nichols,

²⁹ Datos obtenidos en entrevista con asistente Monterrey Gamers, comunicación personal, julio 2017.

2013) en este caso entre diferentes actores que tienen visiones de lo que es la mujer dentro de los videojuegos.

Si analizamos más en detalle los estereotipos, limitaciones y subestimaciones obedecen, tanto a las pretensiones y al hecho de querer preservar una posición dentro de un campo (Bourdieu, 1979), al cómo se da el ambiente de juego (Kafai, 2006) y a como están definidas las lógicas y ritmos de la sociedad (Cabra, 2016). Siendo el que se, las mujeres hayan tenido que pedir en épocas permisos para jugar o sus imágenes sexualizadas junto con las problemáticas derivadas de prácticas como los grandes ejemplos. Complementario a esto, aquí entra también como desde Feixa (2008) y Consalvo (2009) junto a Butler (2007) y Kafai (2006), entran argumento orientados de cómo se asignan roles en base al género y como estos a su vez pueden modificarse o resignificarse.

Por ejemplo, el rol más notorio que se le da a la mujer al interior de los juegos, está dado en la asignación del rol de apoyo o *Support*: un rol pasivo dentro de los juegos enfocado a brindar apoyo a los otros jugadores; que ha sido dado asignado en gran medida por su asociación de los jugadores con las tareas domésticas, papel que históricamente ha sido asignado a la mujer (Cabra, 2016). En la encuesta realizada una mujer conto si experiencia alrededor de estos tratos en juegos online, en donde al descubrir su condición se la ha tachado de inexperta y se le asigna automáticamente el rol:

Conmigo han sido es como más groseros, de no querer que ingresara en un equipo por ser nena y que tenía que ser *healer*, que es como el papel que les suelen dar, y de enojarse si mueren o incluso como

de instigar, como pues si es nena muestre las tetas y cosas así. **Sujeto encuestado 5, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

Debido a esto y a muchas otras prácticas como la descrita por una joven a continuación, las mujeres se han adaptado o buscado estrategias, como optar por nombres neutros para ocultar sus identidades en el juego.

No creo, he visto mucha discriminación en este mundo... que no falte el "cuervo" [aprovechado/acosador] que por solo ser mujer le regalen cosas o quiera jugar con uno (lo cual también me parece sofocante). Por eso muchas de nosotras jugamos con alias neutros para que no sepan nunca el sexo. **Sujeto encuestado 6, encuesta virtual videojuegos en la ciudad de Medellín, mayo 2017.**

Algo similar a esto también apareció en algunos eventos como Monterrey Gamers y locales de la ciudad, donde se les suele nombrar a los jugadores que van de forma de apoyo como “*main* cocina” y a los hombres que suelen escoger esos roles se les tilda de afeminados de forma burlona. El rol de apoyo, en general revela evidencias de como el género está presente dentro de las relaciones entre los jugadores, pero en cierta medida, es una asignación que puede ser evitada o eludida por parte del mismo público. Nina Alejandra Cabra, aborda cómo el videojuego permitió flujos o cambios entre lo masculino y femenino, siendo los espacios virtuales lugares donde en genero pierde su concepción, permitiendo a los actores cumplir asignaciones que en contextos físicos no pueden ejercer (Cabra, 2016).

La imagen de la mujer y su rol dentro de la sociedad es una construcción social, que históricamente la ha dejado en condiciones de desigualdad frente al hombre, siendo los hechos de que no pueda dedicarse plenamente a actividades de entretenimiento, o que su

forma de hacer las cosas sea subestimada producto estas construcciones sociales (Cabra, 2016). Es en este sentido que, la autora aborda la dificultad de una mujer para desempeñarse en el campo de los videojuegos es producto de la manifestación de conceptos sociales acerca de la mujer. Pero en cierta forma, esto también obedece al *habitus* donde se buscan conservar posiciones de poder dentro del campo (Bourdieu, 1984) que en este caso estarían ancladas a construcciones de género.

En Medellín en relación con esto último, hay cierta tendencia por parte de algunas personas a subestimar el nivel competitivo de las mujeres. Algunos de los jugadores profesionales hombres con los que hablé, aunque admiten que las mujeres tienen las mismas destrezas o más para jugar que los hombres, señalan que ellas prefieren no competir por varios motivos, para algunos es porque preferían otro tipo de juegos, para otros es que todavía no están acostumbradas a los ambientes de competencia. Esta condición contradictoria, donde está bien que una mujer juegue y pueda estar en estos espacios, pero inconscientemente tomo su nivel por debajo de mío, va muy de la mano de cómo las estrategias de para mantener una posición dentro del campo (Bourdieu, 1984) pueden ir de la mano con la percepción social que es el género (Cabra, 2016). Con lo cual, aunque Medellín sea una ciudad con un acceso al juego independiente del género en la actualidad, esto no libra, que se presenten imaginarios en pos de preservar posiciones y lugares dentro del campo que estén relacionados con el mismo.

Esto último se puede complementar mediante las creencias de algunos de los habitantes que creen que a las mujeres no les gustan los juegos competitivos y por eso se enfocan en otros géneros. Argumentos recogidos de las opiniones de varios jugadores profesionales en

Monterey Gamers en relación con el tema, aludieron a que los estos espacios de competencia se pueden volver pesados para las mujeres en el hecho de que se vuelven el centro de atención con lo cual eluden competir. En sí, estos pensamientos muestran el carácter de espectáculo que tiene la mujer en la medida que su acción dentro de estos espacios es fuertemente vigilada con una alta probabilidad de críticas (Cabra, 2016). En Monterrey, por ejemplo, las mujeres que competían si bien eran pocas, se volvían el centro de atención y atraían las miradas de todos los espectadores y en el caso de varias que avanzaron en las competencias, se volvían el foco de varios hombres que las rodeaban.

Otro fenómeno importante a la hora de ver a las mujeres alrededor de los videojuegos, es cómo ellas significan estos espacios junto sus problemáticas y conflictos que desembocan. En la ciudad encontré por medio de mis recorridos por los eventos y la aplicación de entrevistas o en la encuesta, tres formas en las que las mujeres se desempeñan alrededor del videojuego. En primer lugar, están las jugadoras que disfrutan éste como una forma más de entretenimiento, sin que éste implique como diría Nichols (2013) una inmersión en profundidad. En segundo lugar, las que se ganan la vida con su uso o sacan provecho del medio. Y en último lugar, las que encuentran en el videojuego una forma de expresión social. Esta división en las formas de relacionarse con el medio guarda gran relación en lo se ha venido discutiendo alrededor de las reflexiones sobre videojuegos en base a la teoría del capital cultural de Pierre Bourdieu y sobre las cuestiones de género. En la cual, las formas en las que una persona se mueve dentro de un campo está determinada por su nivel de inmersión (Nichols, 2013). Así mismo, esto muestra que alrededor del capital cultural dentro de un campo puede converger en cuestiones sociales o económicas (Nichols, 2013). Todo esto

teniendo en cuenta que las relaciones sociales dentro de un campo están envueltas o pueden generar conflictos que están cargados de concepciones sociales (Cabra, 2016).

En este orden de ideas, las mujeres son un actor más que puede elegir hasta donde implicarse, que saben cómo obtener múltiples beneficios o pueden tener en este un medio de expresión. En varios testimonios de varias mujeres que se mueven dentro de la primera categoría que ven esto como una forma más de entretenerse, saben lo que respecta a sus gustos, tienen sus juegos favoritos, pero significan para ellas, en palabras de una joven “para mí el videojuego no significa nada más que un juego” (Anónima, comunicación personal, junio 2017).

Las mujeres más implicadas en los videojuegos en la ciudad, de igual forma, saben cómo sacar beneficios económicos al videojuego. Muchas de ellas son propietarias de locales comerciales de juegos y comercializan juegos en la ciudad. En el centro comercial El Diamante, por ejemplo, está el caso de una mujer que lleva trabajando más de 20 años comercializando juegos, conoce cómo se mueve el mercado y se mueve en su área, que son los juegos y consolas retro o clásicas. En otra sección del mismo centro comercial está el caso de una mujer más joven que se aventuró a dirigir una tienda de videojuegos, conociendo plenamente como se está dando el mercado en la ciudad.

Otro caso notorio en la ciudad, es la tendencia que tienen varias mujeres al uso transmisión vía *streaming* en plataformas en plataformas como *Twitch*, donde, mediante suscripciones mensuales de pago o con donaciones y patrocinadores, ganan dinero que les permite sostenerse. En Medellín pude encontrar a varias que hacen uso de estas prácticas, esto debido a que encontré algunas directamente en las plataformas mencionadas, dando entrevistas en

eventos como Monterrey Gamers y la Cambiatón, donde mostraban su recorrido como mujer en estos medios y de paso promocionaban sus canales. Las jóvenes que utilizan estas plataformas de transmisión, igual que los hombres, están envueltas en los mismos parámetros de acción, pero a diferencias de estos algunas recorren al uso de estereotipos como lo *posser*.

En último lugar, Medellín cuenta con un grupo mujeres que se expresa socialmente mediante el videojuego. Unas usan el *cosplay* de videojuegos, otras los *fans arts*. entre otras expresiones para manifestar su agrado por los juegos. Durante mis recorridos por los eventos pude ver ambos casos: en la Comic-con los vestuarios eran utilizados por razones laborales y también como forma expresión y entretenimiento. Aunque para la ciudad la mayoría de éstas expresiones son de índole social (Imagen 11, derecha), de igual manera, representan posibilidades económicas para las mujeres dentro del campo (Imagen 11, izquierda), se puede aprovechar las expresiones en pos de sacar un beneficio adicional (Nichols, 2013).



Imagen No 11. Ejemplos de *Cosplay* mujeres IZQ *cosplay* sin *cross gender*, DER *cosplay* *cross gender*. Comic-con Colombia 2017 Plaza mayor Medellín. Tomadas por Juan Carlos Fernández mayo 2017.

Para ir concluyendo, podemos decir que, aunque en la ciudad las mujeres tengan libertad para jugar y estén ocupando múltiples ámbitos que van desde lo social como de lo económico. La misma está cargada de pautas, imaginarios acerca de su papel como mujeres con la cual tienen que lidiar, con lo cual, si bien Medellín es una ciudad en la que todas pueden jugar, esta misma está cargada de concepciones e imaginarios de género, que se pueden ver en la forma en la que los mismos jugadores se comunican o en las distintas reuniones que se presentan en la ciudad. Pero al igual que los flujos de género, estos están en constante re significación y luchas por parte de algunas mujeres para que esto cambie.

También es importante resaltar el hecho que en las relaciones de género alrededor de los videojuegos en la ciudad, se pueden generar conflictos entre las mismas mujeres producto de cómo se aprovechan de un imaginario o estereotipo acerca de lo femenino, caso de lo *poser* en las transmisiones *streaming*. Y aun no habiendo un concepto de lo femenino propiamente aceptado por las mujeres de la ciudad, el hecho de usar estos imaginarios o creencias, productos de los contextos históricos en los cuales se han imaginado a lo femenino con base en las creencias de los roles de género, dejan ver que alrededor del género se mueven distintos intereses y que de los mismos se pueden generar conflictos, que en si pueden dificultar o facilitar los tránsitos o cambios alrededor de las relaciones de género.

4. Síntesis, reflexiones y observaciones finales alrededor de los videojuegos en la ciudad

El videojuego desde su creación ha dejado una marca en la sociedad y ha modificado la forma en que la sociedad ve y entiende múltiples aspectos de la vida social y cultural, entre ella el juego mismo (Cabra, 2016). El mismo ha pasado por procesos, enfoques, poblaciones, estilos y cuestionamientos que han ido cambiando y evolucionando con el tiempo (Juul, 2010) y han alterado la forma, en la que nos relacionamos y consumimos (Carrillo, 2015). Las personas de la misma forma se han adaptado al medio, creando formas de comunicarse, categorizarse y expresarse (Consalvo, 2009), al igual que ha modificado como se vive en el espacio y cuál es la concepción que se tiene de éste (Feixa, 2008). Igualmente, el videojuego ha modificado la forma en la que nos relacionamos como individuos pasando por distintos parámetros y enfoques que varían de acuerdo a la implicación cultural de una persona (Nichols, 2013) y a las condiciones sociales y culturales de la zona en la que se desarrollan (Cabra, 2016).

En general, hemos visto cómo el tema de los videojuegos ha sido visto ampliamente a lo largo de las décadas en la antropología y las ciencias sociales, pasando por temas de virtualidad, donde las grandes complicaciones han sido definir cuál es el objeto de análisis (Golub, 2014), esto pasado por conceptos como “*online communities*” o “*digital anthropology*” con los cuales se buscan formas de aplicar los métodos etnográficos en estos espacios (Golub, 2014). La “*netnografía*” de Kozinets en todo esto, uno de estos múltiples intentos de aplicar el método etnográfico en contextos virtuales, con un enfoque escalonado entre lo virtual y físico (Esqueda y Sofía, 2009). De la misma forma se ha reflexionado, teniendo en cuenta las implicaciones que este ha tenido en el espacio y en el género con los trabajos de Feixa (2008) y Cabra (2016), analizando el papel que ha tenido el videojuego en

la forma de cómo concebimos socialmente el espacio y en las formas que este transforma o evidencia los roles de género.

Igualmente, las teorías de Pierre Bourdieu han tenido un papel fundamental y han guiado la forma en que varios autores han reflexionado los videojuegos (Nichols, 2013). Como ejemplos de esta perspectiva de análisis los trabajos de Mia Consalvo (2007) o Nina Alejandra Cabra (2016), que bajo el concepto de “capital de juego” acuñado por la primera autora, abordan las formas en que las personas se posicionan socialmente dentro del campo. El autor Randy Nichols (2013) en la misma línea de pensamiento de Bourdieu, hace gran énfasis lo variado que puede ser el uso del capital cultural dentro del campo de los videojuegos.

El impacto del videojuego en Medellín ha sido amplio y diverso a lo largo de las décadas, en sí, la ciudad ha sabido cómo adaptar en múltiples aspectos, modificando en múltiples maneras la forma en la que se habitan y el para que de los espacios. De por sí, Medellín no es una ciudad que esté relacionada con el desarrollo de videojuegos o con los grandes espectáculos alrededor del mismo, pero es una ciudad en que los videojuegos han encontrado un espacio tanto físico como social y cada vez están tomando mayor relevancia, que en cierta medida están modificando la forma de vivir en sociedad (Carrillo, 2015) o las formas de entender el juego o la educación (Cabra, 2016).

En la ciudad y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá se han utilizado los videojuegos adaptándose a los múltiples contextos históricos que se han vivido y esto, a su vez, han evolucionado conforme a los cambios que se fueron produciendo en la industria y en las

formas de juego. Medellín ha pasado por momentos en los que el videojuego sirvió como un aislante al conflicto entre combos que se vivió en las décadas de 1980 y 1990, donde las personas que pudieron costearlos los utilizaron como un medio de alejar a los jóvenes del conflicto (Victoria, 2010). Por estas épocas cabe resaltar el hecho de que el videojuego en la ciudad era un medio de entretenimiento para hombres donde a las mujeres comúnmente se les prohibía jugar o se dedicaban a actividades de venta o administración de locales.

Con el paso de los años, mediante la llegada de avances tecnológicos y los cambios en la vida de la ciudad, los videojuegos fueron tomando más fuerza a nivel social, cultural y espacial, ocupando múltiples aspectos y modificando cómo se viven los espacios y cómo se relacionan las personas. La ciudad actualmente cuenta con un gran número de comunidades que se desenvuelven de distintas formas alrededor del videojuego, todas con distintos niveles de implicación que afectan la forma en cómo las mismas habitan los espacios y se desenvuelven socialmente. Igualmente, el videojuego fue progresivamente impactando los espacios de la ciudad, adaptándose conforme a las posibilidades económicas de los sectores a los que llegaron. Y de la misma forma progresiva el medio fue encontrando cabida, en espacios donde antiguamente no tendrían lugar, como lo son los estadios, escuelas, parques o bibliotecas, mostrando así los efectos que han tenido sobre la vida urbana (Feixa, 2008).

Socialmente, el videojuego en la ciudad ha pasado por cambios y se ha adaptado conforme al paso del tiempo (Carrillo, 2015), en todo esto hemos visto cómo las mujeres cada vez están tomando un lugar más grande y significativo en todo lo que rodea a los videojuegos, pero están a su vez, dentro de una serie de problemáticas y conflictos que se dan tanto entre hombres y mujeres como entre ellas mismas, todo esto enmarcado bajo contextos sociales e

imaginarios alrededor del género (Cabra, 2016). Al mismo tiempo, las relaciones sociales alrededor del videojuego en la ciudad están cargadas, de una serie de imaginarios y lineamientos que varían de acuerdo al tipo de comunidad, que afectan la forma desenvolverse socialmente (Nichols, 2013). Y estas, a su vez, muestran formas o capital de juego con el que las personas se posicionan socialmente, que en este caso están dadas en la habilidad (Cabra, 2016).

Todas estas formas de relacionarse entre los jugadores que se presentan en la ciudad están en constante cambio y resignificación, dejando ver cómo Medellín ha pasado de ser una ciudad donde solamente los hombres juegan a ser una donde todos tienen cabida. Pero esta libertad en la participación está enmarcada bajo ciertas formas de relacionarse y moverse que cambian de acuerdo al grupo al que el jugador o jugadora pertenezcan o a la práctica o labor que esta persona represente dentro de este mundo (Nichols, 2013). Pero en general las formas en las que se relacionan los jugadores entre ellos y con su entorno en la ciudad van de la mano con los cambios sociales y urbanos que están sucediendo constantemente.

Este cambio que ha traído el videojuego en la ciudad, también se ha visto presente en como las personas le sacan provecho social y económico, siendo este último un atractivo donde muchos habitantes saben sacarle provecho a sus conocimientos y habilidades alrededor del tema. En términos de Nichols (2013), esto se traduce como los conocimientos o el capital se reflejan en múltiples apartados de la vida social. Todo esto deja ver cómo las personas de Medellín ven en los videojuegos un potencial con el cual mantenerse o apoyarse económicamente, siendo el crecimiento constante en el número de tiendas, en organizadores

de eventos, en personas que ofrecen servicios en los juegos o en personas interesadas en competir o transmitir sus juegos por internet una gran prueba de esto.

El mundo de los videojuegos ha sido a lo largo de su historia ha sido un medio que ha transformado e impactado las formas en las que nos desenvolvemos cómo sociedad (Cabra, 2016). Alrededor del él se pueden observar y reflexionar procesos sociales, culturales y espaciales. Siendo vistos bajo diferentes perspectivas cómo el capital cultural de Pierre Bourdieu (1979), las teorías urbanas de Simmel (1977) o Sennet (1994) o siguiendo cuestiones alrededor del género de Kanfai (2006) o Butler (2007) algunos ejemplos de aproximación teórica. De la misma forma, la virtualidad en la que están enmarcados algunos aspectos del videojuego, en especial los mundos virtuales, han sido un gran interés para el estudio y la aproximación antropológica bajo diferentes perspectivas y formas de análisis (Golub, 2014). Aunque de por sí, este aspecto virtual del videojuego no fue muy abordado en este trabajo. Medellín es un buen lugar para observar, pensar y reflexionar sobre cómo este medio masivo de entretenimiento el primero y más importante de la era digital (Carrillo, 2015), está modificando las formas en la que las personas se relacionan y se comunican, las formas en las que se modifican los espacios y como estos son percibidos por los distintos habitantes de la ciudad. E igualmente, es otra ciudad que brinda otra oportunidad para ver cómo las personas se adaptan en múltiples contextos tanto virtuales cómo reales.

Este trabajo se ha mostrado un poco de cómo este fenómeno de entretenimiento se ha adaptado a los contextos que se han vivido en la ciudad, en cómo han cambiado y cómo las personas se están moviendo social y económicamente en épocas más recientes alrededor de estos. Todo esto a la luz de teorías cómo el capital cultural para ver las relaciones sociales

entre las personas, el urbanismo para ver el efecto del videojuego sobre el espacio y el género como una forma de complementar el análisis alrededor de las relaciones sociales.

Aún falta ver y analizar más en profundidad cómo el videojuego esté incidiendo en múltiples aspectos de la vida social y económica de las personas en la ciudad. Siendo las nociones de género de la ciudad, las formas de identidad como lo *gamer* y los múltiples tipos de comunidades algunos ejemplos. El primer caso en relación a las formas de aprovechar las construcciones sociales de género, en pos de general beneficios económicos junto a los conflictos que están generando en especial entre las mismas mujeres. En el segundo caso el hecho que, si bien lo *gamer* no forma parte de una identidad para los jugadores, el mismo es un concepto clave alrededor las formas de en qué el videojuego aparece en la ciudad en especial en las tiendas y eventos. Y en último lugar, cómo desde los diferentes tipos de comunidades con sus diferentes niveles de implicación en el medio, se toman y significan los diferentes espacios de la ciudad y cómo estas, a su vez se relacionan en contextos físicos y virtuales.

Referencias Bibliográficas

Antón, Marcos y García, Francisco. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Revista Questiones Comunicativas* Vol 1(19) pp. 98-115

Ardévol, Elisenda. (2003). La cibercultura: un mapa de viaje; aproximaciones teóricas para un análisis cultural de Internet. Aportaciones al Seminario Pensar la Cibercultura, Antropología y Filosofía del Nuevo Mundo. Soria: Universitat Oberta de Catalunya. Seminario de Cybercultura.

Bourdieu, Pierre (1979). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. México: Grupo Santillana de ediciones. Ed. 2012

Bourdieu, Pierre. (1984). *Cuestiones de sociología*. Madrid: ediciones Itsmo S. A.

Butler, Judith. (2007). *El género en disputa*. 2ed. (M.A. Muños, trad.) Barcelona: Paidós.

Cabra, Nina. (2016). *Modo jugador. O el cacharreo como forma de aprender y conocer los videojuegos*. Bogotá: Ediciones Uniandes.

Carrillo, José. (2015). La dimensión social de los videojuegos “online”: de las comunidades de jugadores a los “e-sports”. *Revista Index.Comunication* Vol 5(1). pp. 39-51.

Consalvo, Mia. (2007). Cheating. Gaming advantage in videogames. London: The MIT Press.

Consalvo, Mia. (2009). Lag, Language, and Lingo: Theorizing Noise in Online Game Spaces. En: Perron, Bernard & Wolf, Mark (ed.) The Video Game Theory Reader 2. New York: Routledge Taylor y francis group.

Esqueda, Sofía. (2009). La Nueva Antropología en Internet. Caracas Revista digital Debates IESA, Vol. 14 (2) pp. 36-39.

Feixa, Carles. (2008). La generación digital. En Gros, Begoña, coord. Videojuegos y aprendizaje. Barcelona editorial Grao.

Feixa, Carles. (2006). Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. Revista Latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud. Manizales: Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud del Cinde Universidad de Manizales. Vol. 4, no 2 pp. 1-18.

Gebera, Osbaldo (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. Revista Iberoamericana de Educación. N.º 47 (2). Centro de Altos Estudios Universitarios de la Organización de Estados Iberoamericanos (CAEU/OEI).

- Golub, Alex. (2014). The Anthropology of virtual worlds: World of Warcraft. Reviews in Anthropology. Vol 43 pp 135-149.
- Juul, Jasper. (2010). A casual revolution Reinventing videogames and their players. London: MIT press.
- Kanfai, Yasmin. (2006). Playing and making videogames for learning: Instructionist and constructionist perspectives for game studies. Games and culture Vol. 1, N°1 pp.36-40. Los Angeles: University of California.
- Nichols, Randy. (2013). Bourdieu`s forms of capital and video game production. En: Thompson, J and Ouellete, M ed. (2013). The game culture reader. Cambridge, UK: Cambridge scholars publishing.
- Sennet, Richard. (1994). Carne y piedra. El cuerpo en la ciudad en la civilización occidental. Madrid: Alianza editorial.
- Simmel, Georg. (1977). La metrópolis y la vida mental. Revista Discusión No. 2 pp. 1-10. Barcelona: Barral.
- Victoria, Edwin. (2010). Videojuegos y sociedad. Evolución de los videojuegos desde su origen 1972 al 2009 y su relación con las formas de interacción entre quienes participan de esta actividad en contextos de tensión y conflicto. Tesis de pregrado. Universidad de Antioquia. Medellín.