

LOS VIDEOJUEGOS ON-LINE EN LATINOAMÉRICA: IMPACTO EN LAS REDES SOCIALES Y DE CONSUMO

Jerjes Loayza Javier

Sociólogo

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Av. Universitaria /Av. Germán Amézaga s/n. Edificio Jorge Basadre Ciudad Universitaria, Lima (Perú). - Email: mxerxeslj@gmail.com

Resumen

En Latinoamérica, a diferencia de los países desarrollados, la demanda por los videojuegos es de menor cuantía, siendo un mercado aun por explotar. Sin embargo las modificaciones tecnológicas traen consigo una serie de posibilidades tentadoras que provocan un mayor consumo en estos países, siendo los videojuegos on-line los que permitirían interacciones lúdicas con jugadores en todo el mundo. A pesar de sus alcances mundiales, esta condición cosmopolita fortalece redes al interior de cada localidad en cada país, posibilitando comunidades de jugadores que tendrán como temática única el consumo de videojuegos. Así, se multiplicarán las ventas de consolas y videojuegos on-line, fortaleciendo comunidades locales de individuos que compartan el mismo culto por la tecnología

Palabras clave

Videojuegos, on-line, juventud, consumo, redes sociales, gamer, Latinoamérica

Key Words

Videogames, online, youth, consumption, social networks, gamers, Latin America

Abstract

In contrast to most developed countries, videogame consumption in Latin America is relatively low. However, technological modifications bring a series of tempting possibilities that generate a growing consumption in this countries, with online videogames allowing ludic interactions with gamers from around the world. Despite its global reach, this cosmopolitan condition strengthens local networks in each country, giving way to gamer communities that would have videogame consumption as its sole theme. Being this the case, videogame consoles and online games sales will multiply, strengthening local communities of individuals that share the same cult for ludic technology.

lúdica.

Introducción

Los videojuegos hoy en día tienen un papel cada vez mayor en la socialización y aprendizaje de niños, adolescentes y jóvenes, siendo ejercitado como una herramienta lúdica que ocupa grandes espacios de tiempo libre en muchas personas. La socialización ha dejado a entrever formas cada vez menos convencionales, tales como las de internet, la cual tiene un arraigo de multitudes en todo el mundo. Los videojuegos hoy en día se desarrollan en una de sus más consumidas virtudes: los videojuegos on-line (en línea) que amalgama de algún modo convicciones de socialización del tipo messenger, asimismo posibilita el mostrarse ante un auditorio de magnitudes mundiales, al estilo del facebook o del twitter, y a su vez cumple con su rol más importante, el de entretener rivalizando con otros gamers (jugadores) en línea de diversas partes del mundo. Los diálogos se complementan con las acciones del “doble” en la pantalla y las sensibilidades se manifiestan en enfrentamientos a muerte y en colaboraciones colectivas en pos del triunfo. Con este proceso, se crean redes de gamers que

poseen un impacto importante en el consumo de videojuegos. Latinoamérica, mercado de videojuegos aun por explotar, crece cada vez más. Este crecimiento consumista no se dará gracias a la publicidad televisiva ni a carteles publicitarios, dicho poder de ventas se logrará gracias a las propias redes de gamers que forjarán los gamers on-line posibilitando un crecimiento de ventas, de expectativas y de comunidades de gamers en los diversos países de Latinoamérica. Ello a su vez dará paso a la búsqueda de sitios web que ofrecen las últimas noticias, videos y proyectos de los juegos que prometen acaparar la atención de millones. El presente artículo propone una aproximación a dicho fenómeno que si bien es cierto en América del Norte y en Europa, encuentra un desarrollo próspero y de proporciones desmedidas, en Latinoamérica apenas da sus primeros grandes pasos en el mapa del gran mercado mundial de los videojuegos. Es oportuno analizar dicho proceso que inicia en épocas en que la tecnología evoluciona a pasos acelerados.

Objetivos

Se propone analizar las consecuencias de los videojuegos en línea, los cuales acapararían funciones elementales del internet

de computador, y a su vez proporcionaría funciones totalmente innovadoras. Dichas consecuencias serán estudiadas desde dos

ámbitos. Por un lado desde las redes que van forjándose en cada país de Latinoamérica, propiciando un autoreconocimiento de comunidades de gamers en cada localidad. Por otro lado desde la óptica de cómo es que dicha característica funciona a su vez como el mejor agente publicitario. El artí-

culo tiene como objetivo reconocer dichas características que promueven el crecimiento de la demanda de consolas de videojuegos de última generación, y una características que poco a poco se va haciendo inherente a las consolas de la nueva década: la conexión on-line.

Metodología

Para recoger el análisis de este proceso a nivel latinoamericano, se utilizó técnicas de investigación cualitativas. Se accedió a diversos juegos on-line, con especial atención en el juego con mayor éxito en los años 2008 y 2009, Halo 3, juego exclusivo de la consola Xbox-360, quien viene explotando la posibilidad on-line por encima del Play Station 3, principal competidor. Dicho acceso implicó diversas sesiones durante el año 2009, en las cuales se participó como un gamer más, con un historial propio y un avatar o identificación a través de una imagen creada según las características del jugador. Se mantuvo diversas conversaciones con gamers en toda Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá, para reconocer dichas redes y su impacto en el crecimiento de la demanda de consolas y videojuegos. Dichos diálogos fueron de dos tipos: los diálogos en pleno juego on-line, compartiendo desafíos, triunfos y derrotas, interactuando con toda clase de gamers, y los diálogos sostenidos fuera del juego, vía on-line en plena interfaz, realizando así entre-

vistas a profundidad a diversos gamers de América Latina. Si bien el estudio se proyectó hacia Latinoamérica, su lugar de partida fue la ciudad de Lima, en Perú, lugar de procedencia del autor. Ahora bien, en cuanto a la forma de dicha investigación, existe un debate en cuanto al compromiso y distanciamiento que es preciso tomar al momento de la investigación (ELIAS, 1983). En cuanto a esto Elías supone un necesario compromiso al momento de conocer desde dentro cómo experimentan los seres humanos, que a diferencia de las ciencias naturales, esto no puede conocerse sin participación activa y compromiso. Sin embargo es necesario adquirir un dominio sobre las pasiones en la percepción de los acontecimientos que pueden ocasionar prejuicios a partir de ideas preconcebidas. Este *rodeo científico* (ELIAS, 1983) busca ser analítico, sin apartarse de la comprensión de la cual se desprende. Una comprensión de segundo orden de aquella realidad ya interpretada por los actores en sus mundos de la vida cotidiana.

1. Aproximaciones teóricas

Los videojuegos vienen forjando un mercado cada vez más extenso y económicamente más poderoso en el mundo entero. Sin embargo en Latinoamérica, a diferencia de los países desarrollados, la demanda por los videojuegos es de menor cuantía, siendo un mercado aun por explotar -demandas incomparables con las que existen en Estados Unidos, Canadá o Europa. Esta situación no le quita importancia al estudio de los videojuegos y su impacto en la cotidianidad de sus usuarios en Latinoamérica, por el contrario exige aproximaciones teóricas que permitan su comprensión, dado que las modificaciones tecnológicas traen consigo una serie de posibilidades tentadoras que provocan un mayor consumo en los países hispanohablantes. Dentro de estas características son los videojuegos on-line los que originarían una condición muy diferente a las de antaño, ya que ofrecen lo que la computadora on-line ofrecía, es decir jugar, para después interactuar: los videojuegos permiten interactuar jugando, con jugadores en el país y en todo el mundo. Se trata de una condición cosmopolita que aproxima bajo diversas características a analizar, cada vez más a adolescentes y jóvenes al mundo de los videojuegos de consola.

Ahora bien ¿cuál es el gran atractivo de un videojuego? A diferencia de lo que la televisión logró en las multitudes, los videojuegos son capaces de propiciar una inter-

actividad en la que lo que pasa en la pantalla depende esencialmente de las acciones del jugador (QUIROZ y TEALDO, 1996). Un jugador tiene así, la posibilidad de moverse en un ambiente, si bien intangible, que le permite interactuar con objetos, que le ofrece cierta ensoñación de plasmar en este mundo “real” la fantasía corporizada donde pensar y sentir son la misma cosa (SILVA, 2008). Experimenta sensaciones que lo radicalizan del aquí y ahora, hacia una interfaz en el videojuego mismo, produciéndose una transvivencia empática en la que el usuario ha creado un personaje que es él mismo, para desplazarse por ese universo paralelo adquiriendo el poder de articular su propio destino, decidiendo sus acciones e interacciones (MARCOS y MARTINEZ, 2006). Es la capacidad de duplicar el mundo: la biologización de la máquina (SILVA, 2008).

Asistimos a un fenómeno en donde las tecnologías son parte cotidiana de la vida del ser humano. Lash explica cómo actuamos cada vez más como interfaces de humanos y máquinas: conjunciones de sistemas orgánicos y tecnológicos (LASH, 2005). No se trata de una fusión que convierta al ser humano en cyborg, sino de un ser humano que enfrenta el medio ambiente en interfaz con los sistemas tecnológicos, como una forma tecnológica de vida natural (LASH, 2005). Los videojuegos y las tecnologías que traen consigo se acercan

cada vez más a aquellos cuerpos electrónicos descorporizados por naturaleza, sin peso pero con fuerza referencial que se anidan con fortaleza e ilusiones futuristas en nuestra imaginación contemporánea (SILVA, 2008). De este modo las formas tecnológicas sobrepasan tanto los metarrelatos, son discontinuas y no lineales dirigiéndose en varias direcciones a la vez (LASH, 2005). Son capaces de arrancarnos de nuestro tiempo y nuestro espacio. Se pierde la noción del tiempo, es decir se pierde la noción de la realidad cotidiana al saltar a esas otras realidades con las que se puede uno identificar y que se puede manejar en una curiosa complicidad hombre-máquina. (DEL PORTILLO, 2004).

A través de los videojuegos se borran las fronteras históricas, espaciales, temporales y políticas (ADAM y PERALES, 2006). Como explican Adam y Perales, el juego tiende en mayor medida hacia la libertad de acción y a la diversidad, a diferencia de la tiranía, la división y subordinación de clases (ADAM y PERALES, 2006). A esto se le añade la situación generacional adultocéntrica, cuyo pensamiento tiene al comportamiento adulto como paradigma a seguir, subordinando a los jóvenes y adolescentes, concibiéndolos como moratoria social. En Latinoamérica dicha subordinación posee características que subyugan a los jóvenes a un periodo de marginación y exclusión social (BAZAN, 2003). Esto se debe a una herencia totalitaria compartida, en donde el orden tutelar aun hasta hoy, posee un rol

protagónico. El Estado supone, así, un tutelaje sobre la ciudadanía incapacitándola y disminuyendo sus capacidades de decisión. Este orden más que significar una diferencia de opiniones, posee un privilegio de opinión al sustraerse de un debate público porque se cree poseedor de un estatuto tutelar (NUGENT, 2002). Este tutelaje a manos de la Iglesia y las Fuerzas Armadas, refleja una sociedad atemporal con discursos pre modernos que aun pervive en el tiempo, gracias a inmovilidades jerárquicas (NUGENT, 2002). En este contexto, los jóvenes latinoamericanos viven una estigmatización constante, generalizando el imaginario de la delincuencia juvenil, a pesar de la menor cuantía de jóvenes y adolescentes en estos procesos de violencia urbana¹. Tenemos así un importante caldo de cultivo para las tecnologías liberalizadoras que democratizan la participación y capacidades juveniles. Los videojuegos en este contexto juegan un rol vital, por lo cual es notoria sus posibilidades de desarrollo en los próximos años.

En un contexto más amplio, tanto adolescentes y jóvenes reaccionan en la búsqueda al calor ante las numerosas amenazas que se ciernen sobre la subjetividad, la política y las formas técnicas que envuelven la comunicación (URRESTI, 2008) que tiende a magnificarse durante la adolescencia, una etapa que como explica Urresti está signada por los cambios, la inseguridad y los ensayos provisorios. Y no es para menos, vivimos una presente globalizador de infinitas

incertidumbres que ofrecen respuestas a corto plazo, capaces de caducar instantes después de ser enunciadas. La fragmentación de la realidad le parece tan grande a esta joven población que no les ofrece ningún asidero, ninguna palanca para actuar: de ahí la fuerza de atracción de la temática del vacío y de la impotencia, la crisis del sentido se manifiesta en una discrepancia mal vivida entre el concepto y la realidad (LAIDI, 1997).

En antaño, el consumo de los videojuegos era regularmente individual, en donde las relaciones se daban en función al juego sin tener como punto de partida a la persona (QUIROZ y TEALDO, 1996) Hoy en día gracias a los juegos en línea, el “otro” es más que una abstracción mental, existe y forma parte del equipo que “me ayudará” a conseguir mayores logros o por el contrario existe para ser aniquilado y vencido. Ya no se juega más contra la fría y distante máquina o contra aquel insípido disco duro del computador, esta vez la interacción es entre seres humanos que tienen como interfaz a la consola, la cual funciona como intermediario a una serie de interacciones, múltiples y complejas en el mundo entero. Deja de ser un jugador aislado abriéndose

primero a un mundo representacional lúdico, para luego pasar al espacio del universo real. (GARCIA GARCIA, 2006). El efecto on-line permite multiplicar las redes dentro y fuera del país, pero lejos de hacer grandes amistades, construyendo comunidades en las que se conoce a mas gente (MARTINEZ, 2007), las redes amplias y diversas, superficializan las relaciones y las inmediateizan a meras necesidades lúdicas. Estas redes representan una rearticulación de los lazos en las típicas ceremonias sociales de encuentro colectivo (URRESTI, 2008) que se caracterizan por su agilidad, su inmediatez y su corto tiempo de existencia. Se crea un medioambiente en el que dichas redes crecen sin distancias, ni sospechas, sino con la evidencia indudable del dato inmediato, una suerte de segunda naturaleza que en este caso les resulta propia. (URRESTI, 2008.). Las lealtades pierden sus referentes de antaño, el poder de seducción/movilización des cansa justamente en su desvinculación del espacio, por ello dichas redes simbolizan la perpetua continuidad de un viaje infinito, y no la finalidad de la llegada (BAUMAN, 2004).

2. De los videojuegos en casa a los videojuegos on-line

Los juegos de computadora fueron los primeros en incursionar en el mundo de los videojuegos en línea, gracias a sus posibilidades on-line, sin embargo este privilegio pertenecía a los pocos que podían costear los diversos elementos extras tales como los periféricos, tarjetas de sonido y de video, un buen adaptador, entre otros. Las consolas de videojuegos entonces decidieron ensayar los videojuegos on-line, abaratando costos gracias a significar un procesador único sin necesidad de mejoras constantes como en la computadora. Amplió la oferta y multiplicó la demanda. Los tiempos en que los gamers se limitaban a jugar con amigos y amigas en casa, o en que solos se encerraban un fin de semana entero a finalizar una serie de retos virtuales, han caducado: hoy en día las posibilidades se proyectan infinitamente. Eran tiempos en que se creían que los juegos en línea eran un privilegio muy costoso, inimaginable en la casa de familias de clase media de una familia de Latinoamérica. Hoy en día dicha suposición ha cesado, sólo es necesario tener una consola, los juegos, el internet y pagar anualmente entre 30 y 65 dólares para el Xbox-360 o no pagar nada para el Play Station 3. No sólo se va ampliando su consumo doméstico, también empieza a alquilarse en diversos sitios. Colombia, Perú, México y otros países de Latinoamérica empiezan a ver con buenos ojos el

negocio de los videojuegos en línea. En Perú por ejemplo en un distrito popular, desde la llegada de esta innovación, no cesa de exigirse para su consumo. Aquellos gamers que degustan de los juegos on-line, hoy recuerdan con suma nostalgia su etapa de no gamers, escépticos de los videojuegos. El efecto on-line le otorga posibilidades ilimitadas y otorga un auditorio mundial que legitima los logros de un gamer desde su pequeña localidadⁱⁱ. Un gamer en Latinoamérica se inicia entre los 15 y 20 añosⁱⁱⁱ, y se les puede encontrar hasta los 30 años, sin lugar a dudas hablamos de adolescentes y jóvenes en una etapa de ensayo y práctica constante frente a una sociedad con muchos prejuicios y pocas oportunidades para ellos. La consola que fue la pionera en ventas para juegos en línea fue Xbox 360, que a diferencia del Play Station 3, supo promover las posibilidades on-line.

2.1 La experiencia interactiva on-line latinoamericana

Aunque a excepción de los videojuegos de fútbol, la gran mayoría de videojuegos sea para una persona – exceptuando aquellos en los que se divide la pantalla, el cual se arriesga a jugarlo tan sólo para no aburrir al acompañante, las posibilidades del on-line multiplica los acompañantes a números que ascienden hasta los 16 gamers, en el caso

del juego Halo 3, líder de juegos en línea en los años 2008 y 2009. Prueba del crecimiento del efecto on-line es que en el periodo navideño del 2009 se registró un miembro cada segundo y más de 2.2 millones de usuarios o miembros conectados simultáneamente en línea, de un aproximado de 20 millones de miembros en todo el mundo^{iv}. Las interacciones no se realizan sólo entre latinoamericanos^v, pues son los canadienses y norteamericanos quienes abundan en la red. Cada usuario del Xbox live, nombre con el que se conoce al videojuego en línea en la consola del Xbox 360, tiene un gamertag, una especie de documento de identidad frente a la red mundial. No utilizarán de ningún modo sus nombres originales, sino apelativos sumados a números, que recuerdan a héroes de dibujos animados, o a distorsiones de sus propios nombres, o acaso adjetivos superlativos que resaltan sus capacidades en diversas actividades.

La interacción al momento de jugar las partidas es muy compleja. Existe quienes restan importancia al resto de jugadores y al momento de conectarse tendrán diversas reacciones. Algunos cantarán, otros pondrán, una canción en los auriculares, y otros tantos gritarán frases, de modo estridente para causar molestias en los demás. A la vez que desean ser escuchados por gamers de diversos lugares, minimizan al resto a meros receptores de sus angustias y deseos. Al acabar la partida, existen unos segundos para que los participantes elijan

formar equipo nuevamente o retirarse. En aquel momento los bandos de vencedores y los vencidos podrán dialogar. La mayoría ensayará una felicitación que se reduce al “good game”, felicitando en alguna medida el esfuerzo colectivo. Pero en la mayoría de las veces unos insultarán a los otros con palabras denigrantes. Aunque los latinoamericanos no tengan mayor participación de este tipo de diálogos, siendo una cantidad menor, serán objeto de vejación en múltiples ocasiones. Serán los norteamericanos en un gran porcentaje, quienes generen una declara violencia verbal y simbólica hacia los latinoamericanos. En los videojuegos on-line los demás son enemigos, dentro de un concepto racista del nosotros y los otros, con elementos belicosos y violentos constantes, que se contemplan como hechos heroicos y excitantes (MARTINEZ, 2007). Si reconocen algún latinoamericano que es capaz de hablar inglés, encontrarán el modo de menospreciarlo, creando estereotipos que tienen que ver mayormente con la cultura mexicana, ya que para casi una totalidad de gamers norteamericanos, los hispanohablantes se reducen a “mexicans”. Debido a esa situación de denigración constante a los hispanohablantes, muchos de ellos ensayarán su inglés, abandonando su idioma original, otros se limitarán a callar. Deciden cohibirse ante el constante peligro de ser menospreciados^{vi}. Sólo se animan a hablar si oyen a algún otro hispanohablante que les otorgue la suficiente confianza.

Cuando a los norteamericanos que desprecian a los hispanohablantes se les pregunta el motivo por el cual reprueban la presencia de éstos, sostienen en primer lugar que se encuentran en “América”—ellos reconocen esta palabra como sinónimo de su país—y en segundo lugar, cuando el hispanohablante es capaz de demostrar su pertenencia al país de Estados Unidos, el norteamericano sostiene que al ser un juego “nacional” se debe hablar en inglés. Al ser vacío el espacio interfaz de la comunicación on-line, no tiene nacionalidad, sus puntos de referencia son tan móviles como ellos mismos, física o espiritualmente, y tan efímeros como las lealtades que contraen para identificarse (Bauman 2004), sin embargo aquellos que menosprecian a los hispanohablantes simulan bautizar el espacio on-line como propio, como el de su propia nación “estar” en Estados Unidos de Norteamérica de modo geográfico atiende a los que sí están allí, y se sienten dueños de tales redes. Los hispanohablantes así, son vistos como ajenos, intrusos o marginales.

Muchos de los gamers que deciden no hablar o quitarse el micrófono son latinoamericanos que renuncian a la posibilidad de comunicarse, pues no desearán arriesgarse a más diatribas. Se limitarán a jugar, pues el factor on-line no ha perdido su atractivo, ya que pueden vislumbrar a otros gamers con quienes interactuar. No serán ellos quienes lo hagan, sino sus dobles. Silva explica cómo los videojuegos crearán cuer-

pos duplicados a los que también se le doblan las emociones y sus modos de expresar sentimientos: la simulación se vuelve realidad imaginada (Silva, 2008), ya que utilizarán las armas y diversas “actitudes” para demostrar su encono o estado de ánimo. Para analizar esta manifestación lúdica on-line, es necesario comprender las manifestaciones básicas.

2.2 El caso de un exitoso videojuego on-line

En el videojuego Halo 3, se puede elegir detalles importantes del personaje a elegir, tales como la voz al momento de gritar al ser asesinado, la cual podrá ser femenina o masculina. Además el gamer elegirá un emblema que tendrá el personaje en el hombro. Algunos portarán diversos trofeos como espadas o cascos, todo ello producto de diversos logros. Son elementos que harán sentir al gamer orgulloso, frente al resto de gamers. Los personajes de este videojuego en línea son soldados de élite uniformados de pies a cabeza, bajo una apariencia cyborg —aunque se trate de seres humanos, ya que sangrarán al ser asesinados. Se dividirán en dos equipos, los rojos y los azules, con dos tipos de armas, con la posibilidad de cambiarlas, ya que se encontrarán en lugares diversos del escenario, listos para ser utilizados. Entre las tantas modalidades que existen, se pueden notar las “clasificatorias” y las “sociales”. Las primeras elevan le dan una calificación al gamer, las segundas sólo le otorga experiencia en su historial. Es por eso que en las

partidas sociales muchos de los gamers hablarán, haciendo gala de diversos discursos, como ya se indicó. Por el contrario, al momento de jugar partidas clasificatorias, serán pocos los que hablen: la tensión será mayor y exigirá una mayor concentración y seriedad por parte de los gamers.

Algunos por desear enojar al rival o dar rienda suelta a su doble enloquecido cometerán algunas acciones provocadoras: si lo desean, se pondrán de cuclillas una y otra vez sobre el cadáver del vencido, lo golpearán e inclusive le dispararán. Esta “actitud” se explica pues el contrincante observará impotente todo esto en el corto tiempo que demorará en aparecer nuevamente. Su cadáver yacerá inerte durante 5 segundos aproximadamente. Una vez transcurrido el tiempo requerido, el nuevo soldado estará presto para la batalla, podría volver a morir, y sería suplido por algún otro soldado, infinidades de dobles que no tienen fin sino hasta que acabe la partida. Así los cuerpos van amontonándose por todo el escenario, siendo esta característica muy común en las partidas. Algunos al terminar la partida jugarán a suicidarse y se tirarán al vacío, pues su muerte ya nada significará en el

puntaje. Otros, cometiendo la peor actitud en el juego, traicionarán a sus propios compañeros, algunas veces por estar inconformes con él —lo que sucede si es un hispanohablante el atacado y el atacante un norteamericano, como sucede en ocasiones en el extremo de la intolerancia— otras veces por sólo desear burlarse de lo que una situación real demandaría de él. Juegan a ser irreverentes y faltar a los códigos de honor más sagrados. A diferencia del juego emergente, que permite jugar en un entorno “vivo” permitiendo el desarrollo de dinámicas de juego innovadoras al elegir diversos caminos a tomar, aunque el final sea el mismo (Peinado y Santorum, 2004), si bien los juegos en línea conllevan a un desenlace maniqueo de vencidos o vencedores, otorga posibilidades que propician emociones y sentimientos diversos, desde la alegría hasta el odio, desde la celebración hasta la vergüenza, desde el desenfreno hasta la ira. Son estados de ánimos que pueden cambiar repentinamente^{vii}. Ya no son seres creados por la fría e inerte máquina los que se asesinan: son dobles de gamers en alguna parte del mundo.

3. Las redes amicales y el internet como principales agentes publicitarios en Latinoamérica

3.1 No tan lejos, mejor cerca: redes locales

Ahora bien, como se indicó antes, no llegan a establecerse redes suficientemente abundantes entre norteamericanos e hispanohablantes, siendo el idioma y el estigma que pesa sobre estos últimos, el principal motivo. Entre los propios latinoamericanos es difícil de crear redes debido al temor que infunde el hablar el propio idioma, permaneciendo en el anonimato la mayoría de veces. Poco a poco las redes se van construyendo muy tímidamente, gracias a que algunos gamers invitarán a su red a hispanohablantes de algún lugar de América Latina. Estas primeras redes pueden formarse con integrantes de distintos lugares de Latinoamérica, con una especial mayoría de mexicanos. A veces coincidentemente, otras gracias a iniciativa del gamer en la búsqueda en foros, conocerá personas como él en su propio país y con especial énfasis, en su propia localidad. Existen por ejemplo grupos de cinco a diez gamers hispanohablantes en el interior de Estados Unidos de Norteamérica, en Estados como California, en donde muchos de ellos se conocen personalmente e incluso viven cerca el uno del otro. En México, y el resto de países en Latinoamérica poseen la misma característica. Las redes afianzadas como contactos del gamer no serán más de

cuarenta o cincuenta^{viii}. Así, las docenas de personas que conoce diariamente en cada partida on-line no serán sin un mero encuentro fugaz. No se identificará mayor profundidad en las conversaciones entre gamers que recién se conocen y que hablan el mismo idioma. La impersonalidad al momento de entablar conversaciones en cada partida es muy notoria, si alguien desea saber algo más del otro o entablar una amistad, será esquivado por el otro gamer quien “sólo quiere jugar”. Así, el compromiso es mínimo, primando la distancia impersonal en los videojuegos on-line. Como explica Lash, en esta sociedad red, sociedad de flujos y de comunicaciones globales, las redes al ir en varias direcciones a la vez y no por un camino recto, se tornan “difusas” provocando la tenuidad de las redes y de las formas tecnológicas de vida, dando cabida al individualismo, la contingencia, la subjetividad nómada (Lash, 2005). Como explica Bauman, se elimina la “repulsiva” necesidad de establecer vínculos y compromisos duraderos, inevitables en las batallas off line por el reconocimiento, quedando así eliminadas o al menos reducidas a su mínima expresión (Bauman, 2007)

Si bien los amigos de mayor confianza son aquellos de un mismo país, ello no quiere decir que discriminen a gamers de otros

países. Sin embargo como ellos mismos afirman, socializarán más con los gamers de su propio país. Se reproduce la situación que solía darse con el Messenger^{ix} que a la larga refuerza la relación de las personas ya conocidas con anterioridad. Los motivos de ello radican en que estos gamers acuden el mismo mercado, consumen los productos que llegan a su país, sufren los mismos costos de los videojuegos y consolas, y por último, comparten el mismo espacio geográfico que es una referencia que los rescata de la incertidumbre de quién es el que está al otro lado. Como algunos norteamericanos afirmaban, cada gamer no se siente a sí mismo en un vacío continuo, siente la necesidad de proyectar su “doble” y su accionar en un contexto familiar, es decir en su propia localidad. Lo más común es tener como contactos a una serie de conacionales que aun no conocen personalmente. Algunos decidirán conocerse para intercambiar videojuegos^x. Sin embargo los miedos de cualquier encuentro ciertamente anónimo despierta la desconfianza de algunos de ellos, más aun si son menores de edad. A pesar de esta circunstancia, el intercambio de información es crucial, pues estos a su vez animarán a familiares y/o amigos que lo visitarán, a formar parte de esta red on-line. Asistimos a la creación de redes que articulan las primeras afinidades electivas e intereses comunes a nivel geográfico. Los miembros de las mismas conocerán los gustos de los otros, sus estilos comunicativos, o aspectos de su intimi-

dad haciendo más amplia la socialidad en los ámbitos más específicos de interacción cotidiana (Urresti, 2008).

3.2 Las expectativas consumistas en la red on-line

La temática que dirige las conversaciones de los gamers afiliados a una red en común, será siempre la de los videojuegos. Aquellas que tratan sobre los logros conseguidos, los nuevos videojuegos adquiridos, comentarios sobre las novedades que se aproximan en aquel mundo lúdico, el cómo vencer ciertas dificultades en algún juego, coordinar horarios en los que todos jueguen juntos para vencer a los enemigos y tener mayores logros. Serán pocas las ocasiones en que se profundizará sobre la biografía de los gamers. Fuera de los videojuegos, su vida deja de tener sentido para los demás gamers, cada uno de ellos existe en la medida que se vinculan con dicho mundo. Las modas se impondrán, y las novedades de los videojuegos serán noticias de todos los días. Los gamers participarán de blogs y foros diversos, accederán a direcciones diversas de internet donde encontrarán lo que buscan constantemente: información sobre los nuevos juegos. Sus ambiciones y necesidades se convertirán en costumbre, y así se forjará un consumo producto de tales redes de gamers,

Existen páginas web diversas que ofrecen análisis, noticias, videos y demás características lo suficientemente informativas para

las necesidades de cada consola de videojuegos. Para los usuarios on-line del Xbox 360 estará dispuesto el privilegio de descargar demos, es decir pequeños avances de los nuevos juegos que son lanzados al mercado, los cuales pueden ser jugados, totalmente gratis, para animarlo a adquirir el videojuego. Pero las novedades de los videojuegos, sean nuevas consolas o nuevos juegos, no son suficiente para atraerá un gamer al internet: el gamer acude a la web siempre y cuando sienta la necesidad de querer comprar nuevos juegos o animarse a comprarlos. ¿Qué lo lleva a ambicionar estos nuevos juegos, que lo catapulta a la búsqueda de información de ese tipo? Son precisamente los gamers como él quienes lo animan a tal empresa. Se crea un círculo capaz de anidar expectativas y deseos comunes: se logra lo que los comerciales de televisión y los carteles a todo color no logran por su inexistencia en Latinoamérica, el consumo cada vez creciente de los videojuegos. Los gamers felices de conocer más a personas con gustos comunes y temas afines de conversación, se sentirán en la necesidad de continuar su conexión, animando a más amigos a formar parte de

dichas redes. Aunque al igual que en el Messenger, en la interfaz de los juegos en línea también se posea un Nick y un subnick, este último casi nunca tiene que ver con situaciones personales^{xi}, sino por el contrario con videojuegos, con logros alcanzados, con novedades, con nuevas adquisiciones de los usuarios entre otras noticias.

El éxito de los videojuegos on-line debe también a las posibilidades que ofrecen las consolas. La interfaz de los juegos en línea es posible ver un menú muy amplio y lo suficientemente entretenido para quien estaba acostumbrado sólo al internet. La posibilidad de crear una propia imagen de uno mismo, el colocarle la ropa que se desee, lentes, peinados, zapatillas de marca y a la moda, todo es posible con la construcción de los denominados “avatares”^{xii}. En la interfaz de Xbox-360, es posible comprar en línea películas o videojuegos, así como tener acceso al Facebook o al Twiter. Las actualizaciones son constantes siendo las posibilidades ilimitadas. En líneas generales son diversas las condiciones que aproximan a más jóvenes al mundo virtual de los videojuegos en línea.

Conclusiones

Experimentamos tiempos vertiginosos, en donde el contexto social es propicio para asimilar y enrumbar las tecnologías que día a día van acumulándose en la vida cotidiana de las personas. En este contexto, los jóve-

nes latinoamericanos vivencian cambios que democratizan la relaciones verticales en las que están sumidos.

Discursos totalitarios que parten de una herencia histórica, la cual no es suficiente para limitar sus deseos y esperanzas. Los video-juegos on-line ofrecerían posibilidades múltiples no sólo de divertimento individual, sino de una identidad colectiva a través de comunidades de jugadores en línea. Esto propiciaría a su vez redes de consumo que crecen rápidamente, gracias a las posibilidades que ofrecen los videojuegos on-line, legitimando los propios esfuerzos, los logros ganados y las victorias conseguidas. Ya no están en la búsqueda

del triunfo frente al espejo de su televisor, están en busca de la proclamación existencial en un auditorio lúdico mundial. Las redes débiles alrededor del mundo no tendrán mayor relevancia en la vida de un gamer, sólo aquellas que él mismo va construyendo en su propia localidad. No cabe duda del cómo estas redes locales se van convirtiendo en la mejor publicidad, no sólo de videojuegos, sino de una vida social que tienen como núcleo las innovaciones tecnológicas que ofrecen mayores y mejores posibilidades de comunicación.

Referencias

- CABEZUELO LORENZO, F. (2008). *Ciberactivismo, blogs y nuevas formas de participación ciudadana: del periodismo 2.0 al 3.0*. (Págs. 707-718), en PÉREZ-AMAT, R., NUÑEZ PUENTE, S. & GARCÍA JIMÉNEZ, A. *Comunicación, identidad y género*. Volumen II. Madrid. Fragua.
- ADAM, FRED Y PERALES, VERÓNICA. (2006): *El contrato natural: Aproximaciones desde los videojuegos*, En Icono 14 N° VIII. <http://www.icono14.net/revista/num8/articulos/01/01.pdf>
- BAUMAN, ZYGMUNT (2007): *Vida de consumo*. México: Fondo de cultura económica.
- BAUMAN, ZYGMUNT (2004): *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- BAZAN, MARCO (2003): *Jóvenes construyendo pensamiento protagónico*. Lima: IPEC.
- DEL PORTILLO, AURELIO (2004): *Enajenación de la experiencia del tiempo ante la pantalla del videojuego*, En Icono 13 N° IV. <http://www.icono14.net/revista/num4/index.html>
- ELIAS, NORBET (1983) *Compromiso y distanciamiento*. Barcelona: Ediciones Península.
- GARCÍA GARCÍA FRANCISCO (2006): *Videojuegos y virtualidad narrativa*, En Icono 14 N° VIII. En <http://www.icono14.net/revista/num8/articulos/01/01.pdf>
- LAIDI, ZAKI (1997): *Un mundo sin sentido*. México: Fondo de Cultura económica.
- LASH, SCOTT (2005): *Introducción: Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- LOAYZA, JERJES (2009): *La violencia juvenil en el Perú frente al contexto Latinoamericano: Aproximaciones teóricas a propósito del pandillaje en Lima*. Inédito.
- LOAYZA, JERJES (2009): *Una aproximación al impacto de internet en las interacciones juveniles en Lima, Perú*. En Prisma Social N° 3. <http://www.isdfundacion.es/publicaciones/revista>
- MARCOS MOLANO, MAR Y MARTINEZ LONE, PAZ (2006): *La dimensión simbólica del jugador de videojuegos*, En Icono 14 N° VIII. <http://www.icono14.net/revista/num8/articulos/01/01.pdf>
- MARTINEZ VERDU, REMEDIOS (2007): *Videojuegos, cultura y jóvenes*. En Comunicación e Xuventude: Actas de foro internacional.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=293994>

NUGENT, GUILLERMO (2002) *El orden tutelar*. Inédito.

PEINADO, FEDERICO Y SANTORUM, MICHAEL (2004): *Juego Emergente: ¿Nuevas formas de contar historias en videojuegos?*. En *Icono 14 N° IV* <http://www.icono14.net/revista/num4/index.html>

QUIROZ, MARIA TERESA Y TEALDO, ANA ROSA (1996): *Los videojuegos y los niños peruanos. Tiempo libre y procesos de socialización*. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Número 4. <http://redalyc.uaemex.mx/busador/search.jsp>

<http://www.icono14.net/revista/num4/index.html?query=maria+teresa+quiroz+videojuegos+tiempo+libre&rbArt=rbArt>

SILVA, ARMANDO (2008): *Los imaginarios nos habitan*. Quito: Olachi

URRESTI, MARCELO (2008): *Ciberculturas juveniles: Vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información*, En *Ciberculturas Juveniles*. Marcelo Urresti (editor), Buenos Aires: La Crujía ediciones.

Cita de este artículo

Martínez Gutiérrez, F. y Cabezuelo Lorenzo, F. (2010). Interactividad. Revisión contextual y conceptual. *Revista Icono14 [en línea] 15 de Enero de 2010, N° 15*. pp. 59-74. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>

ⁱ Países como Perú constantemente impulsan paradigmas de control social hacia los jóvenes, que aunque sea de menor cuantía su participación en pandillas, tiende a generalizarse el prejuicio hacia ellos. En Colombia, Ecuador y Venezuela se viven situaciones similares.

En Centroamérica la existencia de las Maras agudiza el prejuicio, siendo la adolescencia y juventud una etapa catalogada como de constante emergencia, carente de valores y capacidades (LOAYZA, 2009).

ⁱⁱ Uno de ellos comenta emotivo: “*Yo no tocaba los juegos de guerra, me dije vamos a probar en línea, y ahora quiero seguir subiendo de level, ganar más armas, es una manía!*”. Diario de campo del autor, 2009.

ⁱⁱⁱ En Norteamérica se encuentran gamers desde los 7 años, abundando aquellos entre 10 y 15 años, conectados desde sus casas.

^{iv} <http://www.gameprotv.com/xbox-360-llega-a-los-39-millones--noticias-7576.html>

^v En el mapa de los usuarios a lo largo de Latinoamérica, el mercado más próspero es el mexicano.

^{vi} Un gamer relataría su experiencia, sosteniendo que aquellos que insultan al resto por su origen, son capaces de “matarte con las palabras”.

^{vii} Al momento de ser vejado un hispanohablante por norteamericanos, un canadiense le aconsejó: “*vamos a matar algunas personas, entonces te sentirás mejor*”. Diario de campo del autor 2009.

^{viii} Gracias a este contacto, los gamers podrán hablar en línea en las denominadas “fiestas” en donde varias personas conversan a la vez, sin necesidad de estar jugando lo mismo. Podrán tener conversaciones privadas con la persona que deseen, podrán ver las fotos de su contacto, su perfil y su historial de juegos.

^{ix} Medio de interacción en tiempo real vía internet.

^x Es imperioso encontrar personas con quienes intercambiar juegos o comprar, a costos reducidos, debido a que pertenecer a una red on-line, exige no utilizar videojuegos adulterados. Un videojuego original puede costar entre 60 y 80 dólares. Al igual que los videojuegos, las consolas tienen un precio muy por encima del real en los países donde se comercializa con mayor demanda. Quien ose jugar con videojuegos adulterados, se arriesgara a

que lo “vaneen” y le prohíban el ingreso on-line, vetando su consola para siempre, esto restringe a los usuarios a consumir solo productos originales.

^{xi} Véase el artículo *Una aproximación al impacto de internet en las interacciones juveniles en Lima, Perú* de Jerjes Loayza. Se hace un análisis de las posibilidades del Messenger en adolescentes de Lima.

^{xii} En los últimos meses Xbox decidió capitalizar dichos gustos, poniéndole precio a cada prenda. Para considerarlo desde la perspectiva de un país latinoamericano como Perú, una tarjeta de puntos que en Estados Unidos puede costar 20 dólares, en Perú costaría 65 dólares. Esta tarjeta equivale a 1600 puntos. Esta denominada *actualización lucrativa de gamers* exige prendas que cuestan desde 3 a 8 dólares. Véase <http://www.republicadegamers.com>