



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

mvlopez@puce.edu.ec

Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Ecuador

Campos Rossi, Dorival; Del Carlo Richene, Gabrielly; Favero-Reis, Gabriel  
Cultura Gamer y eSports: Desafíos y Potenciales para la Inclusión Social en el Escenario Digital  
Razón y Palabra, vol. 28, núm. 121, 2024, Septiembre-Diciembre, pp. 30-41  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Quito, Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.26807/rp.v28i121.2188>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199581272003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante  
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia



## Cultura Gamer y eSports: Desafíos y Potenciales para la Inclusión Social en el Escenario Digital

Gamer Culture and eSports: Challenges and Potentials for Social Inclusion in the Digital Scenario

Fecha de envío: 01/12/2024 Fecha de aceptación: 25/12/2024 Fecha de publicación: 31/12/2024

**Dorival Campos Rossi**

Universidade Estadual Paulista: Design

E-mail: [bauruhaus@yahoo.com.br](mailto:bauruhaus@yahoo.com.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7145-792X>

**Gabrielly Del Carlo Richene**

Universidade do Estado do Amapá: Tecnologia em Design

E-mail: [gabriellycarlo@gmail.com](mailto:gabriellycarlo@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6972-2007>

**Gabriel Favero-Reis**

Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC):

Psicología

E-mail: [favoreis@gmail.com](mailto:favoreis@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1908-1424>

DOI: [10.26807/rp.v28i121.2188](https://doi.org/10.26807/rp.v28i121.2188)

### Resumen

El presente artículo explora los impactos de los videojuegos, los eSports y las plataformas de transmisiones en vivo en línea. Motivado por la creciente relevancia de los juegos digitales en la cultura contemporánea, la investigación utilizó una metodología exploratoria para descubrir qué se considera cultura en el entorno digital. Frente a esto, las respuestas llevaron a las plataformas de streaming en línea, donde se crean comunidades y otros grupos enfocados en la interacción social a través de los videojuegos y otros juegos digitales en línea. El deseo por un espacio que permita a los jugadores actuar (jugar) libremente, tanto por diversión como como carrera, impulsó el desarrollo de este trabajo científico, que apoya la idea de que este movimiento es saludable y beneficioso, siempre que se utilice dentro de los parámetros destacados en el estudio. Esto busca tranquilizar a quienes ven este fenómeno como una estancación existencial o simplemente degenerativo. Utilizando una metodología que combina investigación de opinión y análisis de datos mediante métodos explicativos y exploratorios, el artículo examina el papel de los juegos en la construcción de comunidades en línea, los lazos de amistad establecidos entre jugadores y el impacto de los eSports en la interacción entre jugadores y fanáticos. El resultado es un análisis detallado de las dinámicas sociales y culturales desde la óptica de la comunicación y la psicología, destacando los aspectos positivos y negativos, además de otras oportunidades ofrecidas por el mundo de los videojuegos.

**Palabras clave:** Cultura Digital, eSports, Videojuegos Online, Comunidades Virtuales, Interacción Social.

### Abstract

This article explores the impacts of games, eSports, and online live-streaming platforms. Motivated by the growing relevance of digital games in contemporary culture, the research used an exploratory methodology to understand what is considered culture in the digital space. The findings led to online streaming platforms, where communities and groups focused on social interaction are created through video games and other online digital games. The desire for a space that allows players to act (play) freely, both for fun and as a career, drove the development of this scientific work, which supports the idea that this movement is healthy and beneficial, as long as it is used within the parameters outlined in the study. This is to reassure those who view the phenomenon as existentially stagnant or merely degenerative. Using a methodology combining opinion research and data analysis through explanatory exploratory methods, the article examines the role of games in building online communities, the friendships formed between players, and the impact of eSports on interactions between players and fans. The result is a detailed analysis of social and cultural dynamics through the lenses of communication and psychology, highlighting both positive and negative aspects and other opportunities offered by gaming.

**Keywords:** Digital Culture, eSports, Online Games, Virtual Communities, Social Interaction.

## 1. Introducción

Los videojuegos, o juegos electrónicos, se han utilizado como herramientas para diversos fines: diversión, unión, competencia, trabajo, desarrollo, perfeccionamiento, superación, conexión, entre otros (McGonigal, 2011). Accesibles y jugables a través de varios medios, como consolas, teléfonos móviles (juegos móviles), dispositivos portátiles o computadoras (Santaella & Feitosa, 2008), los videojuegos tienen la capacidad de conectar jugadores tanto en línea como fuera de línea y permitirles una serie de experiencias en sus vidas a través del juego.

Los eSports, o deportes electrónicos, se han destacado de manera significativa en el escenario competitivo de los videojuegos y en la sociedad en general. Jugadores de todo el mundo que dedican tiempo y destreza para perfeccionar sus habilidades juegan con atención y buscan formas de mejorar continuamente su desempeño, con el objetivo de convertirse en mejores jugadores y estar aptos para competir en campeonatos nacionales e internacionales. La búsqueda de una jugabilidad impecable y estrategias afiladas conecta a los jugadores denominados "tryharders", es decir, los competidores dedicados, que buscan la gloria y la victoria a toda costa.

La necesidad de fundamentar una cuestión común, que inquieta a miles de jugadores en todo el mundo, sirvió como base para esta investigación. Los jugadores de videojuegos anhelan respaldo que demuestre, a quienes aún expresan prejuicio hacia ellos, que el uso de los juegos digitales no es perjudicial ni para los jugadores ni para su entorno. De manera más específica, buscan garantizar que la aspiración por lo más alto en un campeonato y la vivencia en comunidad en línea sean algo significativo para sus existencias, y no algo peyorativo como se suele percibir. Así, esta fundamentación facilitaría la comprensión y la aceptación por parte de quienes no juegan y solo ven el lado negativo de los videojuegos, un tema que frecuentemente está en debate en los medios de comunicación.

El artículo propone investigar los beneficios y los perjuicios del tiempo dedicado a los videojuegos, especialmente en el contexto de los juegos digitales y los eSports. La investigación se realizó para entender qué se considera cultura dentro del escenario gamer y cómo esta vivencia e interacción pueden ser positivamente constructivas para las relaciones interpersonales y personales. Además, las plataformas de streaming y los videojuegos, como Pokémon Unite (Tencent Games, 2021), están moldeando nuevas formas de interacción social y compromiso comunitario.

## 2. Metodología

Una cuestión central que planteamos es la validez de las preocupaciones expresadas por individuos que no están directamente involucrados en los videojuegos. Muchas veces, los observadores externos a los entornos de los gamers y e-players tienden a juzgar sus comportamientos de manera negativa. Sin embargo, nos preguntamos si estos juicios están justificados o si se basan en prejuicios infundados. Existe una tendencia entre algunos no jugadores a estigmatizar los comportamientos de los gamers, etiquetándolos como fanáticos o exagerados, sin considerar el contexto más amplio en el que ocurren dichos comportamientos.

Al analizar el multiverso de los gamers y e-players, percibimos que existe una serie de factores interconectados que influyen en sus comportamientos e interacciones sociales. Estos factores incluyen aspectos económicos, psicológicos, sociales y emocionales. Por lo tanto, es importante reconocer que el comportamiento observado en los entornos de los videojuegos no puede entenderse de manera aislada, sino dentro de un contexto más amplio que abarque estos diversos aspectos.

La investigación busca, entonces, destacar estos diferentes aspectos y comprender cómo se entrelazan para moldear el panorama de los eSports y sus ramificaciones sociales, examinando de cerca cómo estos factores contribuyen a la formación de comunidades de jugadores y cómo influyen en las percepciones externas sobre los eSports. Al hacerlo, esperamos proporcionar una visión más amplia y equilibrada de los eSports y contribuir a un diálogo más informado sobre su papel en la sociedad contemporánea.

También se propuso investigar los efectos de la aglomeración de jugadores, fanáticos

y otros agentes involucrados en el universo de los eSports. Esta aglomeración no se limita únicamente a aspectos físicos, como eventos y competencias presenciales, sino que también abarca interacciones en línea, comunidades virtuales, plataformas de streaming y redes sociales. Se busca comprender cómo esta dinámica de aglomeración influye en la cultura de los eSports y cómo estos espacios compartidos moldean las experiencias de los participantes.

Además, se hace necesario prestar especial atención a las implicaciones económicas de los eSports y su impacto en la industria del entretenimiento. Los eSports no solo mueven una cantidad significativa de recursos financieros, sino que también generan oportunidades de empleo y emprendimiento en diversas áreas relacionadas, como el desarrollo de videojuegos, la transmisión de eventos, el marketing y los patrocinios. Examinar cómo se distribuyen estas oportunidades económicas y cómo influyen en la estructura y el desarrollo de los eSports es una parte esencial de esta investigación.

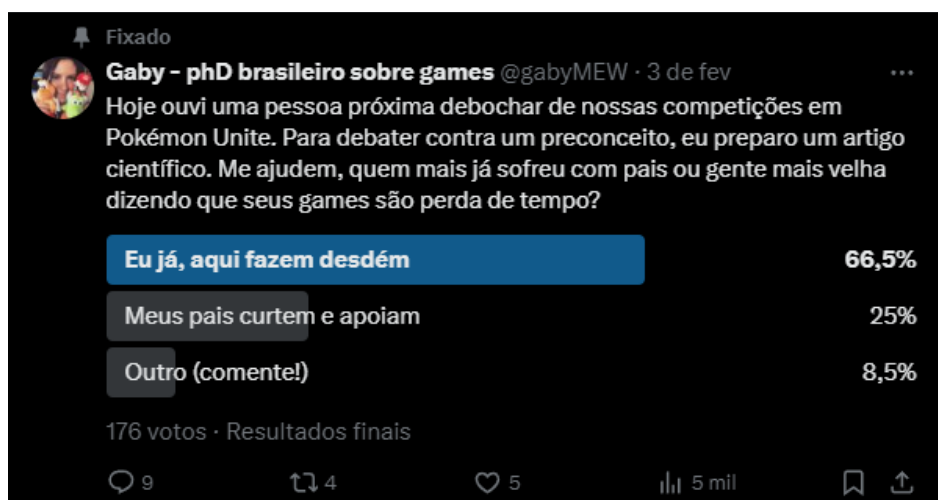
Por último, se busca comprender las repercusiones sociales y emocionales de la participación en los eSports, tanto para los propios jugadores como para sus comunidades. Esto incluye examinar los beneficios psicológicos y emocionales que los videojuegos pueden ofrecer, como la reducción del estrés, el aumento de la autoestima y el desarrollo de habilidades sociales. También es importante no ignorar los contratiempos y preocupaciones asociados con los eSports, como la adicción a los videojuegos, el ciberacoso y la toxicidad en las comunidades en línea.

Así, el objetivo es investigar estos aspectos interconectados de los eSports de manera integral y holística, proporcionando una comprensión más profunda de sus impactos sociales, culturales, económicos y emocionales. Se cree que esta investigación puede contribuir a un entendimiento más completo de los eSports como fenómeno contemporáneo y al desarrollo de políticas y prácticas que promuevan un entorno saludable e inclusivo dentro de esta comunidad en constante evolución.

Todo este planteamiento de ideas, recopilación de datos y organización de eventos planteó un problema de investigación clave: ¿el panorama de los eSports y sus impactos sociales superan las expectativas? ¿Qué se espera realmente de estos impactos? ¿Es válida toda la alarma generada por las personas no jugadoras que observan a los gamers y e-players en sus hábitats, subestimándolos como algo negativo? Considerando toda la aglomeración de jugadores, fanáticos y otros factores como los económicos, psicológicos, sociales y emocionales que forman parte del multiverso de los gamers y e-players, muchas personas externas tienden a observar únicamente sus comportamientos como fanatismo y exageración.

Así, se decidió realizar una interacción social entre gamers y e-players (jugadores de eSports) mediante una encuesta (de carácter cuantitativo) utilizando un cuestionario en Twitter para recopilar información inicial:

**Figura 1. Captura de pantalla del tweet donde se realizó la encuesta**



## Notas

<sup>1</sup> Traducción libre del texto del tweet: "Hoy escuché a alguien cercano burlarse de nuestras competiciones en Pokémon Unite. Para enfrentar este prejuicio, estoy preparando un artículo científico. ¿Podrían ayudarme? ¿Quién más ha tenido que soportar comentarios de padres o personas mayores diciendo que sus videojuegos son una pérdida de tiempo?"

La investigación de campo incluyó una situación personal de una integrante de este universo gamer (la usuaria mencionada en la Figura 1 y autora presente), quien planteó y compartió una pregunta sobre quién sufre más prejuicios y desdén por parte de personas mayores o ignorantes respecto al tema. Para esta interacción, se presentaron tres opciones de respuestas rápidas, manteniendo la confidencialidad de los participantes. La encuesta se realizó el 3 de febrero de 2024 y tuvo una vigencia de 7 días, recopilando un total de 176 votos.

La primera opción, "Yo ya, aquí hacen desdén", se refiere a las personas que enfrentan prejuicios, ignorancia o argumentos en contra de los jugadores de videojuegos, hasta el punto de no aceptar la actividad de jugar. Esta opción obtuvo el 66,5% de las respuestas, es decir, la mayoría.

La segunda opción, "Mis padres apoyan y disfrutan", se refiere al grupo de personas que valoran y respetan a los jugadores, sin tener objeciones contra la actividad de jugar. Esta respuesta obtuvo el 25%, es decir, la minoría.

La tercera opción, "Otro (¡comente!)", estaba destinada a quienes quisieran añadir un comentario o aportar particularidades relacionadas con el tema. Esta opción recibió el 8,5% de los votos. Los comentarios mencionaron eventos similares donde las críticas provenían de personas de su edad o compañeros, así como experiencias personales compartidas por algunos participantes.

Después de recopilar los datos cuantitativos, se validó que la cuestión planteada era relevante y, por lo tanto, pertinente. Así, esta investigación se hace necesaria para explorar un universo que sigue siendo mal percibido por quienes lo ven con prejuicio, ya sea por ignorancia o razones particulares. El siguiente paso será realizar una recopilación cualitativa mediante una investigación exploratoria que aborde temas multidisciplinarios y ofrezca fundamentos sólidos para los resultados obtenidos

## 3. Plataformas de streaming

La investigación se dirigió hacia la comprensión de lo que se considera cultura dentro del universo de los videojuegos. Se cree que responder a este tema podría abrir el conocimiento necesario para entender y justificar cómo los videojuegos fortalecen lazos tanto entre los jugadores como con los propios juegos. A través de esta búsqueda y con el apoyo de varios autores citados a lo largo del texto, se identificó que los medios digitales son un entorno propicio para la formación de comunidades de jugadores, donde se forjan lazos mediante relaciones interpersonales, generando carisma y reconocimiento hacia los juegos consumidos.

Twitch TV, YouTube, Facebook y TikTok son plataformas digitales destacadas en este escenario, que ofrecen servicios de transmisiones en vivo, es decir, en tiempo real. Estas plataformas buscan fomentar la interacción entre el creador del contenido (el streamer) y su audiencia (los viewers), proporcionando momentos de interacción social (D'onfro, 2015; O'Neill, 2014; Wilhelm, 2013), en los cuales los viewers pueden socializar mediante el chat habilitado e interactuar con el streamer.

En psicología, la Uses and Gratifications Theory (UGT) se utiliza ampliamente para investigar las motivaciones que llevan a los individuos a interactuar con diferentes medios de comunicación. Esta teoría, basada en la idea de que las personas utilizan los medios de manera activa para satisfacer necesidades específicas, como conexión social, aprendizaje y entretenimiento, ofrece un enfoque sólido para comprender las dinámicas conductuales en el consumo mediático.

De esta manera, podemos observar que el uso de las redes sociales presenta al menos ocho motivaciones sociales para la interacción en transmisiones en vivo: interacción

social, apoyo social, apoyo externo, sentimiento de comunidad, diversión, búsqueda de información y ansiedad social (Rubin, 2009).

El tiempo que los usuarios dedican semanalmente a estas plataformas de transmisión puede considerarse un indicador conductual de compromiso. Es posible convertirse en miembro mediante suscripciones en estas plataformas, contribuyendo financieramente al trabajo del streamer, lo cual actúa como un indicador tanto económico como de participación (Hilvert-Bruce, 2018). Según Hamari (2017) y Hamilton (2014), la búsqueda de diversión e información ya ha sido identificada como un estímulo relevante para consumir servicios de transmisión en vivo.

Estas plataformas suelen transmitir diversos tipos de contenido, incluyendo partidas de videojuegos realizadas en vivo por el streamer, charlas interactivas entre el streamer y la audiencia, e incluso transmisiones en formato de casting, donde uno o varios streamers comentan simultáneamente un gameplay en tiempo real o grabado. Este último formato es ampliamente utilizado en torneos de eSports, a menudo difundidos en estas plataformas, y se destaca como uno de los principales atractivos para el público apasionado por las competencias digitales.

Los torneos de eSports y las transmisiones de atletas de élite suelen ser las transmisiones en vivo más vistas en el ámbito del streaming, brindando a los usuarios la oportunidad de observar y aprender de los mejores jugadores del mundo (Cheung, 2011). Estas transmisiones atraen a una audiencia global interesada no solo en el entretenimiento, sino también en mejorar sus propias habilidades. Según Brandtzaeg (2009), la búsqueda de ocio y conocimiento son las principales motivaciones que llevan a los usuarios a comprometerse con estas transmisiones, destacando el valor educativo y recreativo de estas interacciones.

De esta forma, se comprende que la diversión y la búsqueda de conocimiento son frecuentemente señaladas como las principales motivaciones para la interacción en transmisiones en vivo. Zhu (2014) denomina "terceros lugares" a los entornos donde se forman y desarrollan comunidades, brindando a los usuarios la oportunidad de interactuar en salas de chat mientras comparten risas y disfrutan del contenido transmitido. Estos espacios, al permitir la comunicación entre desconocidos, funcionan como un incentivo fundamental para la participación activa en comunidades en línea, siendo factores cruciales para el compromiso con las transmisiones en vivo.

El intercambio de experiencias y la interacción activa en transmisiones en vivo ayudan a reforzar la conexión entre los participantes de la transmisión y a fomentar un sentido de comunidad en el canal. Los medios de transmisión, por su parte, son beneficiosos para la salud mental de los participantes que no tienen redes de apoyo, como familiares presentes, amigos o personas de su región local (Bargh, 2004). Además, se ha señalado que las interacciones sociales en línea tienen la capacidad de reducir la soledad, proporcionando oportunidades de apoyo social virtual, participación y bajo riesgo para la autoexploración (Valkenburg, 2009).

La interacción virtual resulta útil para personas con ansiedad social o dificultades para establecer relaciones en el mundo real (Desjarlais, 2010). Los espacios de transmisión en tiempo real ofrecen alternativas de bajo riesgo para la interacción diaria, eliminando barreras que estas personas podrían enfrentar en su vida cotidiana (Mazalin, 2008).

En sus investigaciones, Hilvert-Bruce (2018) buscó identificar cómo el compromiso en transmisiones en vivo puede actuar en cuatro dimensiones: la conexión emocional con el servicio (apego psicológico), el tiempo dedicado a las transmisiones en vivo, la cantidad de suscriptores en los canales y el valor donado en las transmisiones (apegos conductuales). La suscripción se percibe como un tercer indicador de participación en transmisiones en vivo, siendo una inversión financiera directa para colaborar con el canal de un streamer. Según el sitio web StreamScheme (2024), el costo mensual de una suscripción en YouTube es de R\$20,90, mientras que en un canal de Twitch es de R\$9,90.

**Figura 2. Captura de pantalla del chat en TwitchTV durante la transmisión de un streamer**



### Notas

<sup>1</sup>GabyMewes la usuariay una de las autoras del texto, mientras que PokemonCommunityGame es un bot utilizado por streamers y usuarios de la plataforma TwitchTV.

El beneficio de esta acción está representado por emblemas (Figura 3), también conocidos como insignias, que aparecen junto al nombre de usuario (Figura 2), indicando que es miembro. Esto permite al usuario acceder a beneficios exclusivos, como el uso de emoticonos personalizados creados por el streamer, facilitando la interacción con bromas y memes propios de esa comunidad. La suscripción puede ofrecer a los usuarios la oportunidad de participar en sorteos y acceder a otros beneficios sociales, como la inclusión en grupos de redes sociales o servidores de voz, permitiendo la comunicación verbal entre los suscriptores. Además, proporciona la posibilidad de participar en actividades y juegos durante las transmisiones (Hilvert-Bruce, 2018).

**Figura 3. Emblemas de la plataforma de streaming Twitch TV**



### Notas

<sup>1</sup>Selección de algunos de los emblemas presentes en la plataforma TwitchTV. Recuperado de <https://www.pngegg.com/es/png-kybv>, el 30 de noviembre de 2024.

Según Hilvert-Bruce (2018), los pagos a los streamers pueden realizarse de diversas maneras, como PayPal, Mercado Pago y Pix, y se consideran uno de los principales indicadores de participación en transmisiones en vivo. A diferencia de las suscripciones, las donaciones no ofrecen acceso a contenido adicional. Sin embargo, los donadores generalmente reciben un agradecimiento personal del presentador y pueden ser mencionados durante la transmisión, destacándose con términos como "Mayor donador" o "Último donador" (StreamScheme, n.d.).

Algunas personas prefieren transmisiones más cortas, ya que promueven interacciones sociales significativas que resultan más complicadas de lograr en chats extensos y de alta velocidad (Hamilton, 2014). Los streamers afirmaron que solo pueden interactuar de manera eficaz con un grupo de 100 a 150 espectadores y que, con un número

mayor de participantes, la relación personal entre el streamer y el espectador tiende a diluirse (Hamilton, 2014). Esto coincide con la limitación cognitiva del número de relaciones sociales relevantes que se pueden mantener, según lo propuesto por Dunbar (1992).

Cuando un usuario decide qué transmisiones seguirá, algunos optan por transmisiones más pequeñas, ya que fomentan interacciones sociales significativas que son más difíciles de alcanzar en transmisiones más grandes, donde los chats suelen ser extensos y rápidos (Hamilton et al., 2014). Los presentadores de transmisiones señalaron que la interacción es más eficaz con una audiencia de 100 a 150 espectadores.

En la misma referencia bibliográfica, se afirma que, cuando el número de espectadores supera este límite, la interacción entre el presentador y el público tiende a verse afectada. Este tema coincide con la restricción cognitiva del número de relaciones sociales significativas que se pueden preservar en las interacciones (Dunbar, 1992). Desde la perspectiva de estos espectadores, es probable que las necesidades sociales los impulsen más que las demandas de canales con mayor alcance.

#### **4. La cultura de los videojuegos en el entorno digital**

Según el investigador Hilvert-Bruce (2018), sus estudios analizaron cómo las motivaciones de los espectadores de transmisiones en vivo afectan su compromiso psicológico y conductual con la comunidad asociada a dichas transmisiones en tiempo real. La participación social y comunitaria está vinculada a una conexión emocional más profunda, destacando el tiempo invertido y la contribución financiera a las transmisiones en vivo, siendo esto más significativo en canales con comunidades más pequeñas. La percepción de interacción en transmisiones de mayor alcance y densidad poblacional fue menos incentivada socialmente.

Sin embargo, independientemente del tamaño del canal (muy popular o menos conocido), la participación en transmisiones en vivo tuvo como principal motivación el deseo de interacción social y el sentimiento de pertenencia a una comunidad. Esto culmina en interacciones sociales que actúan como un componente motivacional esencial para la adhesión y participación en transmisiones en vivo. Shaw (2010) resalta la importancia de una perspectiva funcional para comprender la relación entre las motivaciones del público y su experiencia psicológica y conductual en transmisiones en vivo. Esto permite una mayor claridad sobre las razones que llevan a millones de personas a dedicar tanto tiempo de sus vidas a comunidades en línea y transmisiones en vivo.

En su mayoría, los estudios sobre la cultura de los videojuegos se centran en juegos en línea multijugador masivos, como Everquest, World of Warcraft o Second Life (Williams, 2008). En estos contextos, los investigadores analizan los videojuegos desde una perspectiva amplia, enfocándose en aspectos como adquisición de conocimiento, identidad y desempeño, representación e interactividad entre el medio y sus usuarios. Durante estas investigaciones, se identificó la existencia de una amplia cultura de videojuegos como una entidad distinta de la cultura dominante establecida, siendo algo único, diferenciado y, sobre todo, identificable. El autor Shaw (2010), al intentar desmitificar los estereotipos comunes, interpreta cómo la cultura de los videojuegos se establece tanto en los medios estadounidenses como en el ámbito académico.

La "cultura de los videojuegos" suele definirse a través de relatos de los jugadores. Para observar el estereotipo del jugador, es necesario analizar los aspectos que originan dicho estereotipo, desglosando detalles como: quiénes son los jugadores, cómo juegan y qué juegan. Estas categorías no buscan definir la identidad de los jugadores, sino que pretenden proporcionar una visión integrada de los discursos populares, ofreciendo una perspectiva mucho más diversa de lo que comúnmente se atribuye a los juegos y sus jugadores (Shaw, 2010).

Al analizar los discursos sobre la "cultura de los videojuegos", Shaw (2010) permite comprender los mecanismos detrás de la atribución de ciertos aspectos que van más allá de su denominación como cultura. La concepción de cultura de los videojuegos abarca cómo se consideran los videojuegos y cómo se interrelacionan con la forma en que se percibe la cultura.

Pocas investigaciones se dedican específicamente a examinar la cultura presente en los videojuegos desde una perspectiva de estudios culturales. De este modo, los estudios culturales pueden entenderse como una perspectiva única de la cultura, haciéndose visibles cuando se observa la cultura de manera amplia, trascendiendo textos de valor específico y permitiendo que todos tengan la misma oportunidad de ser escuchados. Esto incluye posicionar las opiniones propias y las de otros individuos sobre la valiosa cultura a la que pertenecen (Couldry, 2000).

Al igual que los estudios culturales, el análisis de los videojuegos ha recurrido a métodos de otras áreas, como la economía, la filosofía, la antropología, la psicología, los estudios cinematográficos, entre otros (Boellstorff, 2006).

Existen diversas definiciones de cultura. La primera proviene de la célebre afirmación de Shaw (2010), quien la describe como aquello que es más significativo y expresado en el mundo. La segunda la caracteriza como una forma de crítica, un conjunto intelectual y creativo que documenta el pensamiento y la experiencia humana (Shaw, 2010). La tercera perspectiva analiza la cultura como un estilo de vida, compuesto por cuatro componentes fundamentales: normas, creencias, valores y símbolos expresivos (Fox, 2020). Hall (1998) sugiere que la cultura puede ser vista tanto como conceptos como prácticas sociales. Considerando estas diferentes aproximaciones, se evidencia la complejidad de delimitar una definición clara para la cultura de los videojuegos como expresión artística (Jenkins, 2005).

Algunos autores y jugadores consideran los videojuegos como una actividad social. Por ejemplo, la etnografía realizada por Taylor (2006) sobre el MMOG Everquest retrata una "cultura de videojuegos en línea", caracterizada por sus costumbres sociales y una identificación/comunidad socializada en el ámbito de los juegos en línea. Las evaluaciones del sector de videojuegos también están diseñadas para preestablecer una cultura de videojuegos (Kerr, 2006; Kline, Dyer-Witthof & De Peuter, 2003).

Los investigadores de videojuegos suelen trabajar con la cultura de los videojuegos desde una perspectiva interna, ya que muchos de ellos se reconocen como jugadores. Por otro lado, los medios periodísticos abordan los videojuegos desde una perspectiva externa. En el ámbito de la investigación, los académicos tienden a posicionarse sobre la cultura de los videojuegos en oposición a los discursos negativos sobre ellos. Asimismo, los periodistas suelen comentar acerca de los videojuegos de manera errónea y utilizando el sentido común (Shaw, 2010).

Según Steven Johnson (2005), existe una diferencia en la experiencia entre las personas que han jugado videojuegos y aquellas que solo han escuchado opiniones de terceros, ya que esta diferencia dificulta debatir de manera coherente la definición de los videojuegos. En los trabajos académicos, esta brecha se cierra al incorporar la perspectiva del jugador, enriqueciendo la narrativa. Sin embargo, son pocos los académicos que analizan cuidadosamente lo que estas opiniones pueden decir sobre la cultura de los videojuegos.

Es fundamental la participación de integrantes de la cultura de los videojuegos para analizar estos juegos dentro de un marco de investigaciones culturales. Los estudios culturales perciben la cultura como un reflejo de las relaciones de poder, en donde el público se divide entre quienes tienen voz y quienes permanecen silenciados. Lo que se considera "cultura" es lo que se expresa, mientras que lo que no se queda fuera, excluido de esta definición (Shaw, 2010).

## 5. Desmitificando estereotipos sobre el mundo de los videojuegos

En los textos periodísticos existe una inclinación por destacar que los jugadores de videojuegos no son exactamente como los imaginamos. De acuerdo con la investigación de Halbrook (2019), la imagen del gamer como un adolescente obsesionado e irresponsable está equivocada. Desde otra perspectiva, con la popularidad de los videojuegos, especialmente la consola Wii (2006) de Nintendo, los juegos lograron alcanzar a públicos antes inimaginados, convirtiéndose en una forma de entretenimiento popular (Schiesel, 2007a).

Esto corrobora la predicción de Williams (2003), quien señaló que una mayor expansión en el mundo de los videojuegos llegaría a públicos más diversos, unificando a la

comunidad gamer en un único espacio compartido. Durante el avance y la gran expansión de los videojuegos, estos fueron enmarcados bajo una perspectiva prejuiciosa, donde los jugadores eran percibidos de manera peculiar y aislada, siendo considerados territorio exclusivo de adolescentes y adultos que nunca superaron esa etapa.

Con frecuencia, las investigaciones muestran que el público gamer no siempre está compuesto por hombres jóvenes de los Estados Unidos, lo cual se realiza para desafiar las expectativas. Así, podemos afirmar que las mujeres también juegan videojuegos, aunque no siempre la cultura de los videojuegos es necesariamente un entorno receptivo para ellas (Pham, 2007).

En general, las investigaciones relacionadas con el género y los videojuegos presuponen que el público masculino y femenino juega de maneras distintas, lo que hace necesario reflexionar sobre estrategias para adaptar los juegos y, de este modo, contribuir a que la cultura de los videojuegos sea inclusiva y atienda la individualidad del público femenino, tal como lo hace con el masculino (Gestos, 2018).

Dentro de los juegos, el público es predominantemente masculino, en gran parte debido a la ausencia de figuras femeninas, quienes lograron ingresar a este espacio después de mucho tiempo. Esto refuerza la falta de una mayor diversidad cultural, perspectivas diferentes y puntos de referencia dentro de esta subcultura (Berger, 2017).

Sin embargo, la solución no está en enfocar la atención únicamente en los grupos de jugadoras, sino en realizar una revisión crítica del papel de las mujeres y las niñas en el ámbito de los videojuegos, que tradicionalmente han sido categorizados e idealizados como espacios masculinos.

No se puede generalizar al público de Corea del Sur, por ejemplo, como apasionados fanáticos de los videojuegos. Sin embargo, en un contexto donde los atletas de e-Sports son considerados héroes y reciben incentivos, podemos observar un modelo de cultura de videojuegos desde una perspectiva diferente al modelo tradicional (Schiesel, 2006).

A pesar de este contexto, el público de los videojuegos incluye madres, futbolistas, jubilados y otros, lo que muestra cómo el ámbito de los juegos hardcore (es decir, para quienes los toman en serio) y rápidos presenta su peculiaridad, pero, de alguna manera, se asemeja a la cultura tradicional de los deportes, al involucrar esencialmente la competencia (Schiesel, 2007).

Los analistas de medios sobre videojuegos impactan la forma en que estos son analizados, considerando que los investigadores del campo tienden a estudiar juegos de mayor repercusión, como Grand Theft Auto (Garrelts, 2006), u otros títulos destacados en los medios, como World of Warcraft (Blizzard, 2004) y Second Life (Linden Lab, 2003).

De este modo, no hay problema en destacar investigaciones sobre juegos específicos, pero sí en descuidar la relevancia de títulos pioneros. Juegos como Space Invaders y Pong no surgieron de manera aislada, al igual que Second Life y World of Warcraft. Por lo tanto, es esencial estudiar la historia completa de los videojuegos para comprender los elementos que dieron origen a la cultura que conocemos hoy (Gaudiosi, 2007).

Las predicciones realizadas sobre el comportamiento de los jugadores afectan la forma en que los investigadores abordan este medio. De manera similar, el contacto que los investigadores tienen con los juegos influye directamente en sus estudios, ya que tienden a enfocarse más en los títulos que aprecian (Dovey, 2007).

Por otro lado, las investigaciones académicas sobre videojuegos suelen cuestionar visiones negativas, pero rara vez examinan las percepciones positivas (Fromme, 2003). En este contexto, el concepto de flujo (flow), propuesto por Csikszentmihalyi, es central. Este describe un estado de inmersión total en el que el individuo experimenta placer intrínseco y pierde la noción del tiempo. En los juegos digitales, este estado es común, como señala Michailidis (2018), quien compara la experiencia de flujo con la meditación o la oración, destacando su capacidad de gratificación independiente de estímulos externos.

Esta inmersión, aunque positiva, puede llevar a un involucramiento excesivo. Así como las prácticas espirituales promueven recompensas emocionales, los juegos ofrecen

satisfacción continua, incluso frente a desafíos. No obstante, este comportamiento puede volverse adictivo, priorizando el juego sobre otras actividades, lo que refuerza la influencia del flujo en el compromiso y la persistencia de los jugadores (Csikszentmihalyi, 1990; Michailidis, 2018).

Los videojuegos traen consigo aspectos negativos que incluyen desde la obesidad infantil (Kracht, 2020) hasta la obsesión por los juegos (Yau, 2012). Para caracterizar la cultura de los videojuegos, es necesario observar la cantidad de tiempo que los usuarios dedican a ellos. Independientemente del contexto, es fundamental analizar el tiempo invertido, ya sea de forma obsesiva o no (Berger, 2017).

Al hablar de cultura en los videojuegos, generalmente nos referimos a la interacción social, que puede fomentar o reprimir dicha interacción. En este ámbito, abordamos una cultura de individuos con características diversas, como usuarios aislados y otros obsesionados con los juegos y la competición, que pueden llegar a privarse de sueño. Sin embargo, estas son solo perspectivas, ya que también existen interpretaciones favorables que sugieren que los videojuegos contribuyen a mejorar el aprendizaje. Así, los juegos pueden definirse por el tiempo de uso y la forma en que los jugadores los emplean (Ferguson, 2007).

## 6. Conclusión

El impacto del tiempo dedicado a los videojuegos exige una reflexión equilibrada entre el ocio y las responsabilidades. Como cualquier otra actividad, el exceso puede ser perjudicial, especialmente cuando interfiere en compromisos esenciales, como las obligaciones familiares, profesionales o educativas. No obstante, en contextos específicos, como en situaciones de sufrimiento emocional, los juegos pueden asumir un papel terapéutico, funcionando como válvulas de escape capaces de ayudar a los individuos a evitar comportamientos autodestructivos (McGonigal, 2011). De este modo, comprender el papel de los juegos va más allá de un análisis binario entre beneficio y perjuicio, exigiendo atención al contexto en que se consumen.

Por otro lado, la capacidad de los juegos para promover interacciones sociales no puede ser ignorada. De hecho, al involucrar a los jugadores en desafíos cooperativos o competitivos, los videojuegos proporcionan oportunidades para fortalecer vínculos sociales y crear momentos de apreciación colectiva. En este sentido, la idea de los juegos como "atos voluntarios para resolver un problema" (McGonigal, 2011) revela su potencial para fomentar el sentido de logro y pertenencia, ampliando su impacto positivo cuando se practican con moderación.

Aun así, la cuestión de la socialización en los juegos no debe reducirse a una dicotomía simplista entre experiencias solitarias y colectivas. Aunque la interacción social en los videojuegos es frecuentemente destacada, el placer proporcionado por el juego en solitario sigue estando subvalorado. Este aspecto merece atención académica, especialmente considerando que las formas de interacción en los juegos son multifacéticas, permitiendo, por ejemplo, que los jugadores se conecten a un mundo virtual mientras permanecen físicamente aislados. Esta complejidad, ilustrada por prácticas como jugar MMOGs en solitario o en conjunto con amigos en entornos digitales, refleja la necesidad de un análisis más integral sobre el consumo de videojuegos y su integración en la vida contemporánea.

Así, comprender los videojuegos implica reconocer sus múltiples dimensiones: desde la socialización hasta las experiencias individuales, desde el entretenimiento hasta el papel terapéutico, y desde sus riesgos hasta su potencial transformador. Este enfoque pluralista ofrece un camino más sólido para explorar cómo los videojuegos pueden integrarse de manera saludable y significativa en la vida cotidiana de los jugadores, reafirmando su relevancia en el panorama cultural y académico.

## Referencias

- Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922>
- Berger, A. A. (2017). *Video games: A popular culture phenomenon*. Routledge. <https://doi.>

[org/10.4324/9781315081987](https://doi.org/10.4324/9781315081987)

Blizzard Entertainment. (2004). *World of Warcraft* [Video game]. Blizzard Entertainment.

Boellstorff, T. (2006). A ludicrous discipline? Ethnography and game studies. *Games and Culture*, 1, 29–35. <https://doi.org/10.1177/1555412005281779>

Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. *Online Communities and Social Computing*, 5621, 143–152. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1_16)

Cheung, G., & Huang, J. (2011). Starcraft from the stands: Understanding the game spectator. In *Proceedings of the ACM SIGCHI conference on human factors in computing systems*, USA (pp. 763–772). <https://doi.org/10.1145/1978942.1979053>

Couldry, N. (2000). *Inside culture: Re-imagining the method of cultural studies*. London, England: SAGE.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.

Desjarlais, M., & Willoughby, T. (2010). A longitudinal study of the relation between adolescent boys and girls' computer use with friends and friendship quality: Support for the social compensation or the rich-get-richer hypothesis. *Computers in Human Behavior*, 26, 896–905. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.004>

D'onfro, J. (2015, December 4). Facebook takes on streaming apps live Periscope and Meerkat with its new 'live video' feature. *Business Insider*. Retrieved from <https://www.businessinsider.com>

Dovey, J., & Kennedy, H. W. (2007). From margin to center: Biographies of technicity and the construction of hegemonic games culture. In J. P. Williams & J. H. Smith (Eds.), *The players' realm: Studies on the culture of video games and gaming* (pp. 23–44). Jefferson, NC: McFarland and Company.

Dunbar, R. I. (1992). Neocortex size as a constraint on group size in primates. *Journal of Human Evolution*, 22(6), 469–493. [https://doi.org/10.1016/0047-2484\(92\)90081-J](https://doi.org/10.1016/0047-2484(92)90081-J)

Ferguson, C. J. (2007). The good, the bad and the ugly: A meta-analytic review of positive and negative effects of violent video games. *Psychiatric Quarterly*, 78, 309–316. <https://doi.org/10.1007/s1126-007-9056-9>

Fox, R. G., & King, B. J. (Eds.). (2020). *Anthropology beyond culture*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429343533>

Fromme, J. (2003). Computer games as a part of children's culture. *Game Studies*, 3(1), 91.

Garrelts, N. (2006). *The meaning and culture of Grand Theft Auto: Critical essays*. Jefferson, NC: McFarland & Co.

Gaudiosi, J. (2007, January 19). A game that keeps it all in the family. *The Washington Post*, p. T51.

Gee, J. P. (2003). *What video games have to teach us about learning and literacy* (1st ed.). New York, NY: Palgrave Macmillan.

Gestos, M., Smith-Merry, J., & Campbell, A. (2018). Representation of women in video games: A systematic review of literature in consideration of adult female wellbeing. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(9), 535–541. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0296>

Halbrook, Y. J., O'Donnell, A. T., & Msetfi, R. M. (2019). When and how video games can be good: A review of the positive effects of video games on well-being. *Perspectives on Psychological Science*, 14(6), 1096–1104. <https://doi.org/10.1177/1745691619863807>

Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on Twitch: Fostering participatory communities of play within live mixed media. In *Proceedings of the 32nd annual ACM conference on human factors in computing systems*, USA (pp. 1315–1324). <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>

Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2). <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>

Hall, S. (1980). Cultural studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society*, 2(1), 57–72. <https://doi.org/10.1177/016344378000200106>

Halter, E. (2006). *From Sun Tzu to Xbox: War and video games*. New York, NY: Thunder's Mouth Press.

Hilvert-Bruce, Z., et al. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>

Jenkins, H. (2005). Games, the new lively art. In J. Raessens & J. Goldstein (Eds.), *Handbook of computer game studies* (pp. 175–189). Cambridge, MA: MIT Press.

Kracht, C. L., Joseph, E. D., & Staiano, A. E. (2020). Video games, obesity, and children. *Current Obesity Reports*, 9, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s13679-020-00376-4>

Johnson, S. (2005). *Everything bad is good for you: How popular culture is making us smarter*. London, England: Allen Lane/Penguin.

Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Gamework/gameplay*. London, England: SAGE.

Linden Lab. (2003). *Second Life* [Virtual world]. Linden Research, Inc.

Mazalin, D., & Klein, B. (2008). Social anxiety and the internet: Positive and negative effects. *Sensoria: A Journal of Mind, Brain & Culture*, 4(2), 43-50.

McDuff, D. (2018). *Psiquiatria do esporte: estratégias para qualidade de vida e desempenho máximo*. Barueri, SP: Manole.

Michailidis, L., Balaguer-Ballester, E., & He, X. (2018). Flow and immersion in video games: The aftermath of a conceptual challenge. *Frontiers in Psychology*, 9, 1682. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01682>

Miguel, R. (2022). *O reconhecimento dos esports como desporto olímpico e seus efeitos desportivo-trabalhistas no cenário luso-brasileiro*. Rio de Janeiro, RJ: Processo.

O'Neill, P. H. (2014, January 16). Twitch dominated streaming in 2013, and here are the numbers to prove it. *The Daily Dot*. Retrieved from <https://www.dailydot.com>

Pham, A. (2007, September 3). A refuge for women in a hostile game space. *Los Angeles Times*, p. C1.

Richene, G. [@gabyMEW]. (2024, February 6). *Survey sobre e-Sports*. Twitter. <https://twitter.com/gabyMEW/status/1753874598100136166>

Rockstar Games. (1997). *Grand Theft Auto* [Video game]. Rockstar North.

Rubin, A. M. (2009). Uses and gratifications. In *The SAGE handbook of media processes and effects*. California, CA: Sage Publications.

Santaella, L., & Feitoza, M. (2008). *Mapa do jogo: A diversidade cultural dos games*. Editora Senac São Paulo.

Schiesel, S. (2006, October 8). Land of the video geek. *The New York Times*.

Schiesel, S. (2007, July 14). Can Sony revitalize its games? Yes, maybe. *The New York Times*.

Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403-424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>

StreamScheme. (n.d.). *StreamScheme: Resources for streamers*. Retrieved October 30, 2024, from <https://www.streamscheme.com/>

Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds: Exploring online game culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Twitch. (n.d.). Twitch.tv. Retrieved November 29, 2024, from <https://www.twitch.tv/>

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18(1), 1-5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x>

Wilhelm, A. (2013, March 30). As DailyMotion and YouTube turn up the pressure, Twitch looks to retain livestreaming ascendance. *The Next Web*. Retrieved from <https://thenextweb.com>

Williams, D. (2003). The video game lighting rod. *Information, Communication & Society*, 6, 523-550. <https://doi.org/10.1080/1369118032000163273>

Yau, Y. H. C., et al. (2012). Are Internet use and video-game-playing addictive behaviors? Biological, clinical and public health implications for youths and adults. *Minerva Psichiatrica*, 53(3), 153.

Zhu, D. H., & Chang, Y. P. (2014). Understanding motivations for continuance intention of online communities in China: A comparison of active users of social networking sites and virtual communities. *Information Development*, 30, 172-180. <https://doi.org/10.1177/0266666913481689>