

# Investigaciones sobre videojuegos masivos en línea: hacia un estado de la cuestión

Research on massive video games online: towards a state of the art

RICARDO OROZCO GÁLVEZ

Psicólogo y magistrando en Psicología por la Universidad de San Buenaventura Cali.

JOSÉ FERNANDO PATIÑO TORRES

Psicólogo. Magíster en Psicología Cultural y Doctorando en Educación por la Universidad de Brasília. Profesor asociado de la Facultad de Psicología de la Universidad de San Buenaventura Cali.

---

## Resumen

El siguiente documento presenta un estado de las investigaciones producidas en el campo de las ciencias sociales y humanas y de la educación en torno a los videojuegos masivos en línea, en cuanto práctica cultural central en generaciones contemporáneas. Para cumplir con el objetivo, se llevó un análisis bibliográfico que derivó en tres categorías teóricas de anclaje: la definición psicológica y antropológica del juego; la vivencia de los jugadores con énfasis en los procesos subjetivos implicados en ello, a saber, el reconocimiento y el prestigio y los juegos de roles en los videojuegos. Como hallazgo fundamental, se encontró que, en su mayoría, las investigaciones revisadas han conferido un estatuto ontológico *a priori* al videojuego, en cuanto artefacto tecnológico y han omitido la singularidad de los procesos subjetivos que le dan vida a esta práctica cultural.

**Palabras clave:** videojuegos masivos en línea, juego, subjetividad, reconocimiento.

## Summary

The following document presents a state of the art of research in the field of social and human sciences and education around massive

video games online, as a central cultural practice in the contemporary generations. To meet this objective, an analysis bibliographic was led into three conceptual categories anchor: the psychological and anthropological definition of the play; the experience of the players, with an emphasis on the subjective processes involved in it: the recognition and prestige; and roles in the video games. As a fundamental result in the revised investigations, we found that most of studies have given an a priori ontological status to the videogame as a technological artifact, and have ignored the singularity of subjective processes produced by the players, which are who really give life to this cultural practice.

**Keywords:** massive video games online, play, subjectivity, recognition.

## Resumo

O documento a seguir apresenta um estado da arte da pesquisa feita no campo das ciências sociais/humanas e educação em relação com os vídeo-game massivos on-line, em tanto prática cultural central e crescente nas gerações contemporâneas. Para alcançar este objectivo, se levantou uma análise bibliográfica que derivou em três categorias conceituais: a definição psicológica e antropológica do brincar; a experiência dos jogadores, com destaque para os processos subjetivos envolvidos nele: o reconhecimento e prestígio; e o role-play nos vídeo-game. A descoberta fundamental foi que as pesquisas, na sua maioria, têm dado um estatuto ontológico a priori ao vídeo-game como artefato tecnológico, e têm ignorado a singularidade dos processos subjetivos produzidos pelos jogadores, que são os que realmente dão vida a esta prática cultural.

**Palavras-chave:** jogos massivos de vídeo online, brincar, subjetividade, reconhecimento.

Fecha de postulación: 2013

Fecha de aceptación: 2014

*Pero, en el interior de ese juego, enteramente exacto, interviene un juego de otra especie, que le da vida. El primero es ensamble estricto y perfecta relojería, el segundo es elasticidad y margen de movimiento (Caillois, 1997, p. 12).*

## Introducción

Durante años, los videojuegos han sido el fundamento de gran parte del entretenimiento de adultos, jóvenes y niños –e, incluso pro-

fesionales–, quienes buscan un espacio para controlar personajes que en algún momento de sus vidas representaron lo que quisieron ser: héroes o villanos, todo ello enmarcado en espacios sociales signados por un patrón de imaginarios construidos para enaltecer el deseo de ser alguien espectacular.

Para llevar a cabo esta producción teórica, se indagaron bases de datos, revistas científicas y libros impresos en los que se encontraran

estudios relacionados con la virtualidad y basados en disciplinas como la sociología, la antropología y la psicología. Para la selección de los documentos y en relación con los videojuegos en línea, se tuvieron en cuenta tres categorías: la significación, la interacción y el reconocimiento. Del universo de textos consultados tanto de naturaleza teórica como empírica, se seleccionaron treinta que tenían alta pertinencia en su contenido y se analizaron a partir de una matriz que permitió evidenciar su consistencia interna.

## El juego no visto como juego

¿Qué es jugar? ¿Qué tan importante es para nosotros? Es complicado dar una definición a esta dinámica social plena de ritos y significaciones simbólicas. En el campo de la psicología, uno de los autores más importantes es Huizinga (1938), quien determina que

*"el juego es una acción o una actividad voluntaria, realizada en ciertos límites fijos de tiempo y lugar, según una regla libremente consentida pero absolutamente imperiosa, provista de un fin en sí, acompañada de una sensación de tensión y de júbilo, y de la conciencia de ser otro modo que en la vida real. El juego es el origen de la cultura"* (p. 29).

*En complemento a lo dicho por Huizinga, las acciones del juego no comportan privilegio o ganancia adicional alguna más que el simple gasto de energía sin ningún sentido: "La función propia del juego es el juego mismo. Es una característica propia del juego el no crear ninguna riqueza, ninguna obra"* (p. 7).

Anteriormente, se consideraba que jugar no era trabajo sino un espacio de satisfacción sin remuneración. Las estrategias o mecanismos de interacción lúdicos eran percibidos como un tiempo mal utilizado en cuanto no tenían reconocimiento material remunerado o de valor profesional (es decir, similar a la experiencia laboral). Hoy en día, la virtualidad ha cambiado hasta el modelo de trabajo (Giddens, 2003) y ha traído consigo cambios en la estructura

del ocio que se traducen en mecanismos de ganancia monetaria. Las apreciaciones de Huizinga y Vigotsky han planteado el juego únicamente como la satisfacción del protocolo lúdico de la gratificación personal y como una actividad ligada a la infancia en la que el niño busca lucrarse significativamente a través del simbolismo del ritual jugar.

Ahora bien, en relación con los videojuegos algunos autores plantean que en ellos es el jugador (hablando del sujeto) quien posee el logo de creador y formador de vida. A partir de determinadas características imaginarias, crea un personaje no a imagen y semejanza suya, sino de su imaginación. "Quede bien entendido que el hombre solo juega en cuanto es plenamente tal y solo es hombre completo cuando juega. El juego no es un escape de la vida; constituye parte integrante de ésta y permite a todos entendernos mejor y comprender nuestras vidas" (Schiller, 1990, p. 241). Aquí el autor comprende que los estados del sujeto están arraigados a los deseos tanto de la vida real como virtual. Empero, cabe tener en cuenta que el juego es una herramienta de subjetivación en cuanto a cumplimiento de deseos y de metas a nivel imaginativo.

*"Lo que define al juego es que uno juega sin razón, y que no debe haber razón para jugar. Jugar es razón suficiente, en él está el placer de la acción libre, sin trabas, con la dirección que el jugador quiere darle, que tanto se parece al arte, al impulso creador"* (Lin Yutang, 1943, p.184).

Por su parte, Huizinga (1938) define un sujeto que se acomoda a jugar por simple entretenimiento:

*Se ha creído poder definir el origen y la base del juego como la descarga de un exceso de energía vital. Según otros, el ser vivo obedece, cuando juega, a un impulso congénito de imitación, o satisface a una necesidad de relajamiento, o se ejercita para actividades serias que la vida le pedirá más adelante o, finalmente, le sirve como un ejercicio para adquirir dominio de sí mismo el deseo de dominar o de entrar en competencia con otros. Satisfacción de los deseos, no pudien-*

*do ser satisfechos en la realidad, lo tienen que ser mediante ficción* (p. 12).

Autores de la psicología del desarrollo investigaron estos hechos y defendieron la tesis de que existía algo más allá que el simple divertirse y "jugar por jugar" y definieron rasgos significativos incorporados al juego, tales como la capacidad para resolver problemáticas cotidianas y el simbolismo de roles que impregnaba las estructuras del juego. Entre estos estudiosos se encuentra Vigotsky (1962), quien caracterizó al juego con el lenguaje que le da un cierto beneficio extra:

*"En un principio, el lenguaje sigue a las acciones, está provocado y dominado por la actividad. Sin embargo, en los estadios superiores el lenguaje se desplaza al punto de partida de la actividad; allí surge una nueva relación entre la palabra y la acción"* (p. 52).

Esto demuestra que dentro de los entornos virtuales como los videojuegos, el jugador pasa de espectador a participante siempre y cuando dicho suceso permita al usuario participar de ello.

Aquí podemos ver el concepto de juego. Para nuestra investigación, es una acción u ocupación libre que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas. Esta acción tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de "ser de otro modo" que en la vida corriente (Huizinga, 1938). La categoría juego puede ser considerada "como uno de los elementos espirituales más fundamentales de la vida" (p. 46), ya que tiene que ver con el deseo que el sujeto le impregne a un personaje que no es real, pero forma parte de su vida.

Uno de los intentos más significativos por caracterizar y definir al juego lo encontramos en Wallon (2000), quien esboza la siguiente tipología:

1. **Juegos funcionales (movimiento).** Ejercitan y desarrollan la psicomotricidad, la coordinación visomotriz y el autoconocimiento corporal. Se trata de movimientos elementales simples, como mover los dedos, tocarse un pie, producir sonidos, tirar cosas, etc. En ellos se reconoce una actividad que busca efectos y diferentes formas que ayudan al desarrollo evolutivo para conocerse mejor y conocer el medio exterior. Estos juegos permiten al niño experimentar con su propio cuerpo y con los objetos externos.
2. **Juegos de ficción (socialización).** En una segunda etapa, el niño comenzará con los juegos de ficción, como jugar a la familia y a las comidas, a las muñecas, jugar al caballo subido en un palo, a los indios, etc. También se incluyen los juegos de "vale que...", y en general, los juegos simbólicos.
3. **Juegos de adquisición (emoción).** Los juegos de adquisición le van a permitir comprender a los seres humanos y a las cosas que lo rodean por medio de sus sentidos y la razón. El niño lo absorberá todo, no se cansará de oír relatos y cuentos, de aprender canciones, de hacer esfuerzos que lo lleven a captar y entender el medio que lo rodea y la cultura en la que está inmerso.
4. **Juegos de fabricación (entorno).** Con estos juegos se produce la síntesis integradora de las anteriores etapas. Mediante los juegos de fabricación, el niño reúne objetos, los combina entre ellos, los modifica, los transforma y crea otros nuevos.

Vigotsky (1962) plantea que el niño, al momento en que los padres le brindan una interpretación a los sonidos que transmite, otorga una variable que le da un lugar en el espacio y el tiempo; de ahí su deseo de dominar o entrar en competencia con otros. Si los deseos no son satisfechos en la realidad, lo tienen que ser mediante la ficción. El juego es, entonces,

una forma de actividad plena de sentido que cumple una función social.

De acuerdo con los puntos anteriores, determinadas actividades lúdicas contienen una organización y un lineamiento que pueden considerarse como sus puntos estructurales, al hacer del juego una actividad productiva en sí (Huizinga, 1938):

1. **Es una actividad libre.** El sujeto la elige y se siente libre de hacerla en el tiempo y forma que más le plazca.
2. **Es una situación ficticia.** Como tal, puede repetirse. Se diferencia de la vida común en que es imaginaria y se circunscribe a ciertos espacios temporales "irreales".
3. **Está regulada por reglas específicas.** Existen convenciones respecto de las normas o reglas que delimitan los límites espacio-temporales en los que se hace la actividad.
4. **Tiene una motivación intrínseca y un fin en sí misma.** Es el sujeto quien decide jugar por jugar y no para lograr un objetivo ajeno al juego.
5. **Genera cierto orden y tensión en el jugador.** El juego exige cierto orden para su desarrollo y si ese orden se rompe se deshace el mundo que se ha creado para el juego.

Según estos aspectos, tanto el juego como el trabajo son conceptos relativos, ya que si cada uno está asociado con una satisfacción y es una condición fundamental de la vida, se puede determinar la significación de la relación trabajo-juego, a saber, es satisfactorio y remunerado a la vez.

Actualmente, muchas empresas diseñan el juego como una estructura de imágenes y significados que adquieren sentido gracias al uso de herramientas hermenéuticas y materiales y cargados de significados. Tomemos, por

ejemplo, el lenguaje. El hombre lo construye para comunicar, enseñar y mandar y por él distingue, determina y constata; en una palabra, nombra (Huizinga, 1938). El juego, por su parte, es también una herramienta que induce a la cultura a ser protagonista en la formación del intento social de ser algo o alguien en diferentes entornos. Es más: es en el juego que la cultura se torna lúdica (Huizinga, 1938).

Generalmente, lo lúdico queda en el trasfondo de los fenómenos culturales. Es ahí donde los videojuegos adquieren trascendencia, ya que dentro de este espacio virtual se llevan a cabo sucesos que revisten importancia para la psicología, ya que permiten vislumbrar si estos espacios sociales o "virtuales" presentan condiciones similares a las del entorno "real".

Ahora bien, ¿qué relación tiene el juego con el trabajo? En torno a esto es necesario traer a colación el concepto de trabajo. Según Engels (1876) es "la condición básica y fundamental de toda vida diaria" (p. 1). En este sentido, el trabajo es visto por la sociedad como una forma de obtener reconocimiento, experiencia, éxito y valores y normas de comportamiento. Análogo a lo anterior, en el juego se pierden ciertas nociones y condiciones que son transferidas a un entorno de acuerdo con el objetivo que se va a cumplir. Por otro lado, con respecto al trabajo estos valores sociales no solo se dan bajo este único entorno, sino también en la misma evolución de la sociedad (Deranty, 2013).

## **La vivencia en los videojuegos: hacia un encuentro con la subjetividad**

El fenómeno de los videojuegos ha sido estudiado durante años desde las perspectivas sociológicas y educativas, las cuales se han centrado en los aspectos más relevantes que esta práctica representa, como son el recono-

cimiento, el prestigio, el triunfo y la derrota. Estas particularidades se pueden sintetizar como posicionamiento y subjetividad dentro del marco general y junto con el concepto de interacción visualizan a nivel macro esta investigación. Estos conceptos, enmarcados en el contexto de los videojuegos masivos en línea, generan nuevos fenómenos y brindan nuevas formas de comprender la virtualidad a partir de espacios subjetivos brindados por el pensamiento social de la cultura de la red virtual.

Ahora bien la subjetividad en sí no se asocia únicamente a las experiencias existentes sobre el tema, pero como experiencia social adquiere sentido y significado para el sujeto, bien a nivel social o bien a nivel individual. En el entorno de los videojuegos, se puede comprender que el sujeto –solo como avatar– es un conjunto de las experiencias que se incorporan dentro del sujeto mismo. Sin embargo, al ingresar en un entorno social masivo como son los videojuegos, su significación se complejiza, lo cual nos da a entender que si la sociedad es un todo integrado, dicha subjetividad es dada por la extensión del sujeto con el avatar que está inmerso en este espacio.

Mendes (2004), manifiesta que este tipo de subjetividades no solo generan conocimiento y experiencias, sino también técnicas que sirven como herramientas para generar nuevas perspectivas de subjetivación del entorno y con el otro que se encuentra allí jugando simultáneamente. En términos más propios, el poder se encuentra asociado al control no solamente del personaje, sino también de los demás grupos de referencia: clanes, agrupaciones voluntarias e involuntarias, objetivos, ocupaciones, símbolos, etc. También podemos entender que la subjetividad incursiona en un primer plano, pero se consolida a partir de las decisiones propias del sujeto. Es decir es dialógica y desde el punto de vista de la

sociología, la subjetividad alude al campo de acción y representación de los sujetos siempre condicionados a circunstancias históricas, políticas, culturales y demás controles históricos y sociales.

Erazo y Muñoz (2007), explican que la subjetividad puede ser estudiada a partir del entorno del jugador, el reconocimiento y la configuración de esa subjetividad en el avatar, así como también es posible estudiar la imposición de la virtualidad en la subjetividad de jóvenes jugadores: "La categoría subjetividad, relacionada con el espacio transicional del ciberespacio, es propia de un ser flexible que configura un estado de virtualidad que actualiza sueños significativos como el bienestar psicológico posmoderno. Ese es el mundo vital en el cual se están 'cocinando' las subjetividades juveniles objeto de estudio" (p. 47). Son "[...] sujetos íntima y estructuralmente mediados por sus interacciones desde y con la tecnología [...] un sujeto tanto más formado cuanto más densa y fuerte sea la trama de las interacciones entre sujetos, donde las mediaciones tecnológicas revelan su potencial" (Martín-Barbero, 2004, p. 41).

Autores como Sedeño (2010), relacionan estos conceptos en los videojuegos como mecanismo o texto cultural: "El videojuego tiene una compleja importancia social, por su naturaleza de medio masivo" (p. 1). Igualmente, el término "subjetividad" apunta a los procesos de subjetivación, situados, inacabados, dinámicos que nos permiten comprender las complejas conductas de persistencia inherentes a los videojuegos masivos en línea.

La subjetividad nos rodea a diario; se vive con ella. En este sentido, los videojuegos y los nuevos espacios de relaciones virtuales y de participación extendida (controles, consolas, computadores, páginas de internet, redes sociales, etc.), han dinamizado la conceptualización de esas experiencias en avatares ina-

nimados, que con nuestro ideal subjetivo y de significación nos otorgan nuevas perspectivas de movilizarnos hacia otras fronteras en donde miles de sujetos adquieren subjetividades a partir de las relaciones que las máquinas ponen a nuestra disposición. Esa lucha por mejorar y generar diferentes subjetividades a través del conocimiento, nos da formas de persistencia en los juegos, nuevos caminos para cumplir los objetivos planteados y obtener mejoras en nuestros personajes. Nuestras manos y mentes se sumergen en un lugar (espacios de digitalización del ocio) en busca de ser llamados los mejores o los número uno y de una identificación y una significación.

Estos espacios permiten forjar estructuras de acuerdo con lo percibido a través de las diferentes comprensiones sociales propias de los videojuegos (mediante una aceptación, la manera de escribir, el simbolismo de los chats e, incluso, eliminar las ramplonerías). Ello determina la construcción de subjetividad; o sea, no es solamente por las experiencias y conocimientos, sino también por nuestras características que son ajustadas según las exigencias que los pequeños escenarios ponen de presente cuando se ingresa a ellos: moderar el lenguaje, estar en un bando, escoger una sola ocupación de las muchas que se muestran al principio. De esta manera se va adoptando la estructura social de ese escenario virtual, compuesta por magos, clérigos, paladines del *Dragon nest* o los magos del *League of Legends*.

Los videojuegos, más que escenarios de entretenimiento, son espacios de interacción en donde cada sujeto se valida por medio de una interacción con el otro, a través de un tejido cultural mediado por el simbolismo o construyendo espacios que se erigen gracias a sus capacidades y a la adaptación de nuevas formas. En este punto, cabe resaltar el hecho de que el factor constitutivo y diferencial del videojuego –en comparación con otras expe-

siones lúdicas– es su íntima relación con la tecnología. En este sentido, el videojuego es asumido como

*[...] un objeto tecnológico cuyas características narrativas y lúdicas se constituyen en objeto enseñante que fascina a los usuarios por las posibilidades tecnológicas del objeto en sí mismo: su interactividad, su dinamismo y los efectos multimediales que le otorgan mayor cercanía con otros objetos de la cultura de la imagen (Esnaola, 2009, p.106).*

## Reconocer, posicionar, virtualidad

Esta categoría se instaure como una posibilidad en la que cada sujeto, a través de una serie de dinámicas presentes en el juego, puede adquirir un estatus que ostentaría a través de otras redes virtuales (páginas web de las empresas que generan los videojuegos o redes sociales que crean grupos de socialización de videojuegos). No obstante, esto depende también de la percepción que se tenga del juego y de las estrategias que el sujeto emplee para lograr su misión exitosamente. No solo están en juego la estrategia y el mecanismo que se utilicen para lograr ganar una partida o un combate, sino también la manera como se produce ese logro y al mismo tiempo generar nuevas formas de seguir con dichas dinámicas. También es importante tener en cuenta el posicionamiento (Yamakawa, 2005) como la estructura que sostiene el estatus logrado a partir de su lugar dual, es decir, tanto como sujeto que se idealiza con el personaje como del personaje que se dinamiza e interactúa en dicho espacio virtual.

Davies y Harre (1990) argumentan que el reconocimiento está soportado por el concepto denominado por ellos como "posicionamiento" (p. 1). Razonan que no solo es mediante los discursos que se dan en los distintos contextos, sino también por la manera como se toman esas prácticas y esos discursos a fin de

adquirir un rol. Es decir, que para obtener un reconocimiento satisfactorio para el sujeto y su personaje se debe tener en cuenta que el ritual que adopta el sujeto, es decir, la manera como se instaura en ese espacio virtual, es de suma importancia, ya que sin ella el aprendizaje adquirido no tendría un orden y un lineamiento.

Debemos comprender también que ese reconocimiento se estructura a partir de otros aspectos involucrados directamente con el espacio social y mediados por los mecanismos brindados por el ordenador o el diseñador del juego; por ejemplo, las habilidades que se adquieren a partir de la experiencia y el hecho de subir de nivel. Cuanto más experiencia se adquiera, mayor será el nivel alcanzado y más prestigio se obtendrá. Ello permite retener información importante, como aprenderse el mapa, reconocer las misiones y la clase de agrupaciones que se deben conformar para alcanzar el objetivo. Además, esta evolución significa adquirir nuevos poderes y otra vestimenta que le darían el toque definitivo al reconocimiento del jugador hecho, así como otras maneras como los sujetos y personajes se reconocen y son reconocidos por otros dentro y fuera del juego (Ceballos, 2011).

Lo anterior implica que no importa si se está dentro o fuera; el reconocimiento se establece bajo parámetros claramente establecidos y en relación con los roles sociales cotidianos. Se observa, entonces, que el reconocimiento está permeado por los entornos que habita el sujeto. Por otro lado, el jugador tiene la posibilidad –según su deseo e intención– de transformar el espacio virtual (Erazo y Muñoz, 2007). Así, el espacio no es una condición apriorística, sino una producción subjetiva del individuo que juega: "Cuando el joven experimenta los mundos virtuales puede deformarlos, transformarlos, reformarlos en función de sus actuaciones e intereses" (p. 26). Transformación que se acomoda no solo según lo que el entorno

brinda al sujeto, sino que, además, el sujeto se amolda a las exigencias que la relación juego-sujeto le ofrezca y las cumple de acuerdo con sus expectativas de metas, las cuales pueden completarse para dar lugar a ese sujeto o al avatar que controla.

## Ganar o perder. El lugar del jugador

Todas estas conjunciones están enlazadas en el espacio de los videojuegos y poseen aspectos importantes que se deben resaltar en este apartado. Uno de ellos reside en que los juegos (de toda categoría) y las concesiones de la vida real, manejan ciertos aspectos relacionados entre sí, entre los cuales se encuentra el objetivo de victoria o fracaso, aspecto que determina el lugar dentro del juego. Al respecto, Huizinga (1938) se pregunta: "¿Qué quiere decir ganar? ¿Qué es lo que se gana? Ganar quiere decir: mostrarse, en el desenlace de un juego, superior a otro (p. 72). El término "victoria" está atribuido a esa lucha en la que el oponente es quien pierde o se retira por no tener lo suficiente para derrotar al otro. Dentro de este espacio del juego, se considera que esta victoria trae aparejados algunos beneficios tales como el prestigio y el honor y ese prestigio y ese honor benefician a todo el grupo al que pertenece el ganador. Por lo tanto, "[...] el éxito logrado en el juego se puede transmitir, en alto grado, del individuo al grupo" (p. 73). Adicionalmente, Huizinga plantea que todo tiene una razón de ser. Se lucha o se juega "por algo". En primera (y última) instancia se lucha y se juega por la victoria misma. Como consecuencia permanente, tenemos el honor y el prestigio.

En los juegos masivos en línea, a diferencia de los demás (la rayuela o los juegos de consola), la finalidad parecería ser la evolución del personaje, lo cual permite ante el entorno adquirir un reconocimiento que se materializa

en cierto *ranking* dentro de los jugadores que hacen parte del videojuego (Mejía, 2009). Esta evolución se adquiere a partir de la persistencia del jugador frente al juego. Los objetivos son continuos y repetitivos, lo que genera una pugna por ser el mejor que se concreta en una especie de reconocimiento que podemos llamar "trayectoria social" (Berger, 2004). En los juegos masivos en línea se conoce su trayectoria, su transformación, su lenguaje y demás en la temporalidad real del juego. Por el contrario, en los juegos de redes sociales o en línea que no tienen la característica de masividad, solo se ve una imagen que no da detalles ni provee información que permita un reconocimiento del sujeto. De este modo, ambos, pese a tener diferencias en cuanto a dinamismo y pertinencia, mantienen igual dominio sobre un entorno logrado mediante diversos mecanismos de comunicación, interacción y relación entre los sujetos y sus personajes.

## Juego de roles en los videojuegos: ¿qué personaje es mejor?

Se habla de un "otro" sujeto al entorno de los videojuegos y por ende a la satisfacción de un deseo utópico que encuentra factible dentro de un lugar sin una determinación geográfica y espacial. Para tener claro a qué se alude con "virtual", es todo a lo que ingresamos con un solo clic, lo que Berger (2004) determinaba como el trayecto en que los objetos se destinan. Es, asimismo, aquel espacio que se palpa como real por medio de mecanismos determinados (teclados, computadores, tabletas y demás) y donde el imaginario tiene libertad de concebir lo imposible.

Al entrar a los videojuegos, el imaginario colectivo considera esos espacios como un lugar material y realístico, ya que desde el primer momento en que se activa el juego

el ratón del computador se convierte en una extensión del cuerpo. Ese espacio imaginario es aceptado por el cuerpo como una herramienta de socialización entre lo humano y la máquina y el deseo de jugar con un avatar nos permite pensar que se trata de una materialización de la demanda social del videojuego. Este proceso supone cumplir con ciertas características para formar parte de ese grupo de referencia, tales como el sexo, el tipo de personaje, las vestimentas, el nivel y el nombre, elementos que caracterizan la subjetividad en ese lugar. Nombrar el personaje significa dar una historia y atribuir una subjetividad similar a los deseos del imaginario social humano. Todo esto nos lleva a reconocer no solo un espacio palpable de forma imaginariamente (sea por uno mismo o por un avatar), sino también las producciones de sentido que dan lugar al sujeto que juega.

Esto da entender que todo lugar posee una serie de elementos importantes que definen el papel que el sujeto asume como jugador. El acto de jugar es diverso, al punto que de acuerdo con lo escogido en términos de ocupación (mago, sacerdote, espadachín, guerrero), se puede transformar la estructura del personaje en relación con el juego. En este, el jugador puede revivir, corregir y recrear experiencias pasadas, anticipar roles y acontecimientos futuros con la espontaneidad y repetitividad propias de toda ritualización (Huizinga, 1938); es decir, todo ese estado simbólico se presenta como el movimiento de "convertirse en otro o heterogénesis de lo humano" (Lévy, 1999, p. 14). Para Sedeño (2010), estas exigencias se relacionan con la capacidad de manipular datos y aplicarlos de manera versátil en contextos y situaciones concretas aunque cambiantes, además de dar espacio al control del escenario y al dinamismo del juego-jugador: "Al jugador se le otorga una manera de interpretar un papel principal en lo que ocurre y se le dan los medios para controlar, al menos en parte, lo

que tendrá lugar dentro de la escena que se ve en la pantalla" (Darley, 2002, p. 245).

El posicionamiento está sólidamente relacionado con los roles, ya que, como plantea Yamakawa (2005), se puede ser posicionado por otro o por uno mismo (posicionamiento interactivo y reflexivo, respectivamente). Es decir, los participantes se posicionan en diferentes lugares de conversación de acuerdo con las líneas evolutivas. Una relación tripolar entre la posición, la historia y los actos de habla, es esencial para la conversación y es la base conceptual de la teoría del posicionamiento (Van Langenhove y Harré, 1999). Sin duda, la teoría del posicionamiento proporciona un marco útil para entender qué lugar y contexto le corresponde al jugador.

## Consideraciones finales

A partir de las categorías analizadas, se destacan los siguientes hallazgos:

La mayor parte de los estudios sobre los videojuegos han evidenciado una perspectiva moralista que considera esta práctica adictiva, violenta, riesgosa, ociosa y de desligamiento social, entre otros juicios de valor. Sin embargo, perspectiva de este artículo está en franca oposición a estas visiones, de allí que sea necesario asumir posicionamientos epistemológicos que den lugar a las producciones subjetivas que promueven los jugadores en su participación en juegos en línea y reconozcan las particularidades que este tipo de práctica cultural representan.

El videojuego ha sido utilizado como una herramienta fundamental para el área educativa, especialmente en el ámbito de las capacidades cognitivas. No obstante, es importante generar nuevas investigaciones que no solo le apunten a ello, sino también a los elementos complejos que se articulan en la relación individuo-cultura-sociedad. Así mismo, urgen trabajos

que anuden lo intelectual y lo emocional en los procesos de producción de sentido de los jugadores.

En relación con los puntos anteriores, se ha encontrado un aspecto relevante: a los videojuegos se les ha otorgado un poder que no tienen; es decir, una ontología apriorística sin razón. De esta manera, han desligado de los análisis al sujeto jugador que, en últimas, es quien lleva a cabo los procesos de subjetivación a través de la herramienta. Así, pareciera que esta fuese vista con vida propia sin una reflexividad epistemo-ontológica compleja.

Este análisis documental ha generado hipótesis que pueden seguir siendo desarrolladas en futuras investigaciones que se enfoquen, entre otros aspectos, en los símbolos determinantes en el lenguaje de los sujetos en cuanto videojugadores; la investidura en torno al deseo manifestado por el imaginario del jugador; el género y los papeles que desenvuelven los personajes y las formas de lazo social que se establecen entre los individuos a través de sus personajes, dentro y fuera del juego.

## Bibliografía

AGUILAR, D. y SAID, E. (2010). "Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook". En: *Revista del instituto de Estudios en Educación*, No. 12. pp. 190, 207. Barranquilla: Universidad del Norte.

Asociación española de distribuidores y editores de software de entretenimiento (Adese). (2009) Madrid, España.

BARNES, M. (2004). "The use of positioning theory in studying student participation in collaborative learning activities". Paper presented as part of the symposium "Social Positioning Theory as an Analytical Tool" at the Annual Meeting of the Australian Association for Re-

- search in Education, Melbourne, November 28–December 2, 2004.
- BARUCCI, H. (2007). *Luta por reconhecimento: a filosofia social do jovem Hegel segundo Honneth. Ética e Filosofia Política*, pela UNESP.
- BERGER, P. (2004). *Introducción a la sociología*. México: Limusa.
- BOURDIEU, Pierre (1985). ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos. Madrid: Editorial Akal S.A.
- CABRA, N. (2010). *Subjetividad y virtualidad El videojuego: trastocamientos de la tecnología*. Temporada del Arte.
- CABRA, N. (2011). "Entre el fantasma, el avatar y otras mutaciones de la imagen". En: *Revista Nómadas*, No. 35. pp. 81–97. Universidad Central Colombia.
- CAILLOIS, R. (1997). *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- CEBALLOS, D (2011). *Construcción de identidad en los videojuegos en línea*. Cali: Editorial Bonaventuriana.
- CUELLAR, L. y ROJAS, B. (2008). *Retrobranding: el renacimiento de las marcas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- DARLEY, A. (2002). *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós.
- DAVIES, B. y HARRE, R. (1990). "Positioning: the Discursive Production of Selves. In: *Journal of the Theory of social behaviour*. No.12. pp. 242,259.
- DERANTY, J. (2013). Marx, Honneth and the task of an contemporary critical theory. Ethical theory and moral practice v. 16, No. 4. pp 745,758.
- DÍEZ-GUTIÉRREZ, et al (2005). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: Cide.
- ENGELS, F. (1876). *El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*. Die Neue Zeit, BD.
- ERAZO, E. y MUÑOZ, G. (2007). "Las mediaciones tecnológicas en los procesos de subjetivación juvenil: interacciones en Pereira y Dosquebradas, Colombia". En: *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 5(2). pp. 723,754.
- ESNAOLA, G. (2009). *Videojuegos en redes sociales: aprender desde experiencias óptimas*. Buenos Aires: Tres de Febrero.
- GEE, J. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Madrid: Ediciones Aljibe.
- GONZÁLEZ, F. (2002). *Sujeto y subjetividad. Una aproximación histórico cultural*. México: International Thompson Editores S.A.
- \_\_\_\_\_. (2007). "Posmodernidad y subjetividad: Distorsiones y mitos". En: *Revista de Ciencias Humanas*. No.37. pp. 7,25.
- \_\_\_\_\_. (2007a). *Investigación cualitativa y subjetividad: los procesos de construcción de la información*. México. McGraw-Hill Interamericana.
- GIDDENS, A. (2003). *Sociología*. Madrid, Alianza Editorial.
- GUTIÉRREZ, A.; PALACIOS, A. y TORREGO, L. (2010). *Tribus digitales en las aulas universitarias*. Segovia: Educomunicar Ediciones.
- \_\_\_\_\_. (2010a). *Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación*. Segovia: Educomunicar Ediciones.
- HUIZINGA, J. (1938). *Homo Ludens* Madrid: Alianza Editorial.
- LEVIS, Diego (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Buenos Aires: Paidós.

- LÉVY, P. (2007). *Ciberculturas: la cultura de la sociedad virtual*. México: Ediciones Anthropos.
- MEJÍA, C. RODRÍGUEZ M. (2008). *Videojuegos, computadoras y seres humanos*. Cali: Editorial Bonaventuriana.
- MENDES, C. (2004) *Controla-me que te governo: os jogos de computador como formas de subjetivação e administração do eu*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação.
- OROZCO, R. (2010). *Los videojuegos masivos en línea como espacios sociales*. Trabajo de grado en Psicología. Universidad de San Buenaventura Cali.
- REVUELTA, F. y BERNABÉ, A. (2011) *El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación*. Madrid: Editorial Monográfico.
- SCHILLER, F. (1990). *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Barcelona: Anthropos.
- SEDEÑO, A. (2010). "Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación". En: *Revista Comunicar*, No. 34. pp. 183,187.
- URRESTI, M. (2008). *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet*. Buenos Aires: Ediciones La Cirugía.
- VAN LANGENHOVE y HARRÉ (1999). "Positioning Theory and Discourse Analysis: Some Tools for Social Interaction Analysis". In: *Social Research*. 8, (2) pp. 31,45.
- Vigotsky, I. (1962). *Pensamiento y lenguaje*. Cambridge: MIT Press.
- WALLON, H. (2000). *La evolución psicológica del niño*. Barcelona: Crítica.
- YAMAKAWA, Y.; FORMAN, E. y ANSELL, E. (2005). "Role of positioning: The role of positioning in constructing an identity in a third grade mathematics classroom". In: K. Kumpulainen, C. E. Hmelo-Silver & M. Cesar (Eds.). *Investigating Classroom Interaction: Methodologies in Action (179-201)*. Sense Publishers.
- YUTANG, L. (1943). *La importancia de vivir*. Buenos Aires: Editorial Suramericana.