



# POSGRADOS

## MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL

RPC-SO-30-No. 505-2019

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

ARTÍCULO PROFESIONAL DE ALTO NIVEL

TEMA:

LA CYBERCULTURA DIGITAL Y LA INTERRELACIÓN SOCIAL  
EN LOS VIDEOJUEGOS EN LÍNEA

AUTOR:

ANDRÉS SEBASTIÁN  
CÁRDENAS ESPINOZA

DIRECTOR:

PATRICIO IVÁN ROSAS FLÓREZ

QUITO - ECUADOR  
2021

COHORTE  
2020 - 2021

Autor:



Andrés Sebastián Cárdenas Espinoza

Licenciado en Comunicación con énfasis en Comunicación Audiovisual y Guión de la Universidad de los Hemisferios  
sebasdrew15@gmail.com

Tutor:



Patricio Iván Rosas Flórez

Master en Interculturalidad

Licenciado en Periodismo. Universidad de Panamá.

prosas @ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

SEBASTIÁN CÁRDENAS

***LA CYBERCULTURA DIGITAL Y LA INTERRELACIÓN SOCIAL EN  
LOS VIDEOJUEGOS EN LÍNEA***

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo Sebastián Cárdenas, con documento de identificación N° 1004003032 manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitulado: **La cybercultura digital y la interrelación social en los videojuegos en línea** mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Master EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DIGITAL**, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedado en la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en digital en la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



**Sebastián Cárdenas**

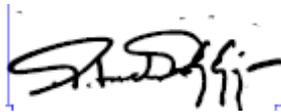
**CC: 1004003032**

**Quito, junio de 2021**

### **Declaratoria de coautoría del docente tutor/a**

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo académico. **La cybercultura digital y la interrelación social en los videojuegos en línea.** Realizado por Sebastián Cárdenas, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, 20 junio de 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'P. Rosas Flórez', enclosed in a blue rectangular box.

Patricio Iván Rosas Flórez

CI: 1713392064

## **RESUMEN**

La comunidad virtual de jugadores y sus diversas formas de interrelación generan rutinas divergentes de aprendizaje comunicativo en la era digital. El rol de las comunidades y sus múltiples alianzas forman parte de las redes sociales donde los participantes actúan como generadores de contenidos sociales producto de la interacción. El mundo virtual se converge en realidades virtuales de jugadores. El presente análisis del discurso de la comunidad virtual de jugadores permite comprender los nuevos códigos, donde la otra realidad evasiva se constituye en la medida que los video-juegos forman características cognitivas de aprendizaje sobre roles de interacción que logran ser dispositivos para la socialización de los mensajes alternativos.

Palabras Claves: Videojuegos, gamers, comunidad virtual, interacción, comunicación

### Abstract

The virtual community of players and their various forms of interrelation generate divergent communicative learning routines in the digital age. The role of communities and their multiple alliances are part of social networks where participants act as generators of social content product of the interaction. The virtual world converges in virtual realities of players. The present analysis of the discourse of the virtual community of players allows us to understand the new codes, where the other elusive reality is constituted to the extent that video-games form cognitive characteristics of learning on interaction roles that manage to be devices for the socialization of the players, how messages as alternatives.

Keywords: Videogames, gamers, virtual community, interaction, communication

## **Introducción. -**

La cyber-cultura digital y su interrelación en los videos juegos en línea matizan las formas de expresión de los denominado gamers quienes con la suficiente tecnología y con la aparición de plataformas digitales avanzadas para funcionar desde cualquier dispositivo móvil con una amplia variedad de video-juegos con múltiples jugadores han generado en el siglo XXI un nuevo mundo virtual que posee una comunidad virtual. Con una comunidad activa de jugadores quienes por diversos canales crean un flujo informativo, y se generan acuerdos tácitos e implícitos con una variedad de códigos los cuales permiten generar y aportar al contexto lúdico de sus acciones en las cuales elementos de ética en jugadores y solidaridad de grupos afloran por doquier.

Los video juegos, cada vez más, aglutinan a usuarios en torno a sí, convirtiendo el juego en un fenómeno que supera el mero entretenimiento y que fortalece los lazos entre los usuarios a partir de la generación espontánea de comunidades virtuales con distintas finalidades: compartir experiencias exitosas, competir unos con otros, intercambiar trucos, dar solución a problemas técnicos, etc. (Pérez, 2012 p.2)

Los estudios comunicativos señalan que los videos juegos ya pertenecen a la industria cultural que genera ingresos económicos importantes en el mercado local e internacional de los gamers.

La transversalidad creciente del video juego encuentra su gran impulso en que, además del tradicional objetivo de entretenimiento, muchos videos juegos también tienen hoy en día un carácter instrumental: por ejemplo, un videojuego puede ser un medio para la difusión cultural, para reforzar la educación o la formación, para promoción de otro contenido cultural, o para cumplir fines divulgativos o promocionales. De hecho, los llamados juegos serios y la gamificación de procesos son fenómenos cada vez más en auge. (AEVI, 2017, pág. 7)

Pero no todo es claro, las adicciones también afloran. Con la tercera revolución industrial, la tecnológica, aparece también las tecno-adicciones, su proceso se da por la acelerada y abundante carga informativa.

Los videojuegos se han convertido en un estilo de vida que contiene a miles de usuarios en una comunidad que evoluciona a una población que comparte opiniones, comprenden una familia quienes se ayudan entre si para compartir historias, intercambiar secretos o trucos y brindar soluciones entre ellos.

La digitalización de la vida en las diferentes plataformas digitales ha obligado a exponer datos reales o ficticios en las comunidades virtuales, como ejemplo, el juego Fortnite, multiplataforma al que puedes acceder desde un celular, tablet, consola de videojuegos o pc.

Estas comunidades virtuales de gamers, quienes, a través del internet, se integran en espacios de mundos virtuales, pero al mismo actúan en la vida real, esto quiere decir, son personas que comparten un ciberespacio establecido, que a su vez crean relaciones emocionales y en ciertos casos afectivas a partir de sus interrelaciones.

En su historia los videojuegos surge Nought and Crosses, también conocido como OXO, desarrollado por Alexander S. Douglas en 1952, el juego era una versión computarizada del tres en raya que se ejecutaba sobre la EDSAC (ordenador de la época) y permitía enfrentar a un jugador humano contra la máquina. (Belli & López Raventós, 2008, pág. 161)

Es necesario para tales efectos, generar las bases teóricas que reflexionen el factor sobre la interrelación que la comunidad virtual ejecuta y su proceso como estándares de juego en pro de una cultura digital.

### **1. Tema/objeto de estudio.**

El presente estudio busca analizar las interrelaciones sociales que se manifiestan en las comunidades virtuales de los gamers en la construcción de una sociedad cyber-cultural. Para ello se plantea estudiar a un grupo de gamers ecuatorianos quienes pertenecen a determinado círculo dentro de la comunidad virtual a fin de conocer sus procesos de construcción e interrelación social.

### **2. Antecedentes. -**

Todo aficionado, sin distinción de credo, género y/o ideología quienes practican juegos en líneas se puede considerar llamarlos gamers.

Con el tiempo se fueron creando simuladores de deportes, por ejemplo, videojuegos de tenis en 1958 por William Higginbotham, así también como juegos de naves en el espacio, en el cual se usaban gráficos vectoriales, dos jugadores podían controlar la dirección y velocidad de las naves, creado por Steve Russell en 1962. Estos dos proyectos fueron experimentos que surgen en universidades.

Con el tiempo, se modifican y empiezan a crear espacios de distracción, de a poco se incide en la vida cotidiana y reemplaza espacios temporales, y surgen comunidades alternativas quienes crean estilos de vida. De a poco aparece la cultura digital, donde el ocio, no solamente forma parte de sus discursos, sino se recrean interacciones creando diversos círculos de gamers.

La cultura gamers se relaciona e interactúa, busca espacios de reunión en congresos, eventos, ferias e incluso como ponentes y expositores dentro de espacios académicos. El ingreso es también económico, existen profesionales quienes pertenecen a grupos élites los cuales participan en torneos que abordan a una gran magnitud de personas.

La cyber-cultura de lo gamers busca espacios cada vez más de profesionalización, de menos a más aparecen en las comunidades virtuales de jugadores quienes ya construyen sus propios juegos y los venden; Japón es un país donde toman en serio, una profesión que se divierte, divierte a otros y de paso generan ingresos que son en muchos de los casos invertidos en producir nuevos espacios territoriales de juegos.

Para esto, ciertas universidades e institutos han invertido en crear carreras universitarias para cumplir la demanda en la profesionalización de desarrolladores de videojuegos y que incluya en su malla educativa la creación de entornos virtuales, diseño de personajes, gráfica, programación y producción final.

Compartir la creación de juegos en las plataformas también ha sido otra de las maneras de obtener dinero, donde los gamers juegan a esos videojuegos por mucho tiempo al día a través de consolas: PlayStation, Nintendo, Xbox o simplemente desde su PC; son eSports-gamers.

La llegada de los videojuegos ha causado la creación de grupos y comunidades que se asemejan entre sí (Proaño, 2013, p. 28)

El primer juego llamado PONG, en el año de 1972 creado por la compañía ATARI, (Ayala, 2014, pág. 21) Al poco tiempo, la demanda de videojuegos creció exponencialmente, de aquellos inicios, se temía que la década de los años 80 haría fracasar al negocio, no fue mucho tiempo que la compañía japonesa Nintendo en 1985 revolucionaría el mercado, gracias a la creación de su propia consola de juegos; arrasó con su juego Donkey Kong.

A pesar de ello, la situación de los videos en línea da un salto enorme, la tecnología de acceso luego del internet supera con creces en la actualidad la visión de los juegos en sí mismos; creando mundos alternativos de jugadores quienes en el corto plazo fueron construyendo una cultura digital de jugadores.

Por ejemplo, con MMORPG con el reconocido juego World of Warcraft 2004 creado por la compañía Blizzard, el mercado fue creciendo y generando seguidores quienes ven a los juegos como espacios no solo de entretenimiento, por el cual se crean las comunidades virtuales en torno a ellos. Con WoW la compañía supera los diez millones de suscriptores alrededor del mundo quienes tan solo por un valor entre seis y diez dólares americanos por mes pueden acceder a MMORPG, sin problemas de conexión.

Asi también como la EpicGames, una tienda en línea de videojuegos con una gran comunidad de desarrollos de videojuegos quienes están capacitados en la creación de nuevos juegos para entretener al público, según la compañía, el 88% del precio que se paga por un videojuego va directamente a los desarrolladores para que puedan seguir invirtiendo en su creación.

En tal virtud, el género de los videojuegos fue aumentando en distribución como variedad y con éxito satisfacer las exigentes de consumidores ávidos de juegos que alienten sus gustos y permitan accesos a comunidades virtuales.

Para los propósitos del presente estudio se abordará la comunidad virtual de gamers quienes juegan el género de aventura y acción o RPG juego de rol por su factibilidad para su análisis.

### 3. Marco Teórico. –

La virtualidad son espacios donde los sujetos están online en ciertos momentos de su tiempo sea para actividades propias de su profesión o función laboral y la otra parte en función de entretenimiento. El internet ha logrado que los seres humanos se interconecten cada vez más con intensidad y a pesar de todavía existir lugares donde la web no llega a todos, muchas personas se conectan de una manera u otra con los entornos digitales, sea mediante dispositivos móviles o lugares abiertos para ello.

El espacio virtual de los videojuegos significa el lugar donde la comunidad de gamers interactúan.

El mercado global de gamers va en aumento y el espacio definido como virtual ha creado reglas de comunicación entre la comunidad de gamers. Los videojuegos comparten varias similitudes con los juegos tradicionales y, en algunos casos, proporcionan beneficios adicionales como la interacción virtual con personas que se hallan en sitios diversos.

(Roncancio Ortiz, Ortiz Carrera, Llano Ruiz, Malpica López, Bocanegra García 2017 p. 37)

Los procesos de cognición social hablan de las relaciones entre personas a través de las distintas actividades que los sujetos elaboran, el modo en que las personas reciben, asimilan, almacenan y finalmente, utilizan la información en los diferentes escenarios sociales. (Caro, 2017, p. 253)

Las adaptaciones humanas procesan velozmente el desarrollo tecnológico, desmitifica también los peligros iniciales sobre el espacio dedicado por cada vez mayor gente de todas las edades frente a la avalancha de juegos en línea. Con el surgimiento de comunidades virtuales activas en redes y no solo en ellas las cuales comparten experiencias similares puso de relieve diversas posturas entre quienes afirman de la incontrolable adicción tecnológica y por otro, la vorágine del mercado de videojuegos. Pero, ante todo, la innegable y visible comunidad virtual de gamers quienes interactúan y generan una cyber-cultura.

Las comunidades virtuales son espacios digitales donde las personas interactúan, en el caso a través de los videojuegos. Con las distintas plataformas a lo largo del tiempo han mutado: desde las consolas de videos, video consolas portátiles, máquinas recreativas, computadores, navegador por el cual los gamers han evolucionado gracias a la web y sus espacios para recrear las comunidades virtuales de gamers.

Desde la mirada del mercado de los juegos que en tiempos de pandemia la realidad demuestra los incrementos económicos, así como el crecimiento de perfiles de los jugadores en millones de ellos. También aumentó la participación de gamers en distintos torneos internacionales como Barcelona Games World.

El impacto económico que produce los videojuegos en la economía nacional son evidentes, crece el empleo, aumenta el consumo y genera comunidades interactivas que se relacionan y entorno a esos flujos comunicativos exigen nuevas formas de juegos que son tomadas en cuenta por el mercado - productor de los videojuegos creando así una estructura de cyber-cultura.

Finalmente, la cyber-cultura a la que están inmersas las distintas comunidades virtuales de gamers poseen una identidad virtual.

Vivimos bajo un sistema ya preestablecido como *Matrix* donde simplemente seguimos las reglas de los altos jerárquicos, bajo una sábana de lo que se debe cumplir para sobrevivir en este mundo, por ende, el escape a un mundo virtual con una comunidad que nosotros elijamos bajo unas ciertas reglas adaptativas.

La identidad virtual hoy migra a las redes sociales convertidas como comunidades virtuales de gamers, quienes marcan sus propios ritmos. El debate se presenta en el ámbito de los comportamientos producto de sus relaciones interacciones, los gamers en la actualidad son sujetos con enorme presencia en un mundo tan cambiante de usos tecnológicos.

#### 4. **Diseño de la investigación.** –

##### 4.1. Premisas, interrogantes, objetivos e hipótesis.

En la medida que en una investigación cualitativa se busque explicar o comprender, los seres humanos requerimos de al menos ciertos marcos referenciales, de acuerdo a los propósitos de cada acción que el sujeto social realiza.

Para tales efectos se aplica para el presente artículo, un marco interpretativo.

Se trata [...] de acercamientos que se fundamentan en diversas corrientes teóricas de la sociología, la psicología, la antropología, la lingüística, etcétera que muestran la realidad subjetiva y la realidad social, íntimamente relacionadas, donde se inscriben las conductas y acciones humanas. (Szasz, 1994).

A fin de explicar el comportamiento humano, a través de la investigación cualitativa; es importante aclarar, con el sano propósito de evitar confusiones entre marcos teóricos o enfoques y por otro lado, los métodos que son útiles dentro del paradigma interpretativo para la obtención de información.

Los marcos teóricos o interpretativos no son meramente técnicas; más bien, son paradigmas que orientan, si se quiere enmarcan los fenómenos y no solo como procedimentales para obtener datos, que es lo usual en el carácter de una técnica de recolección de información.

Es importante señalar que existe una variedad de marcos. Los de mayor frecuencia, dependerá mucho de la pregunta de investigación que el investigador pretende resolver al final de su estudio.

Existen según Thomas Schwandt profesor emérito de la universidad de Indiana y coordinador del curso de metodología de la investigación clasifica en dos amplios grupos para los marcos interpretativos: Constructivistas e interpretativos.

Ambos marcos tienen la cualidad de explicar las experiencias humanas y de cómo los sujetos viven; solo que resaltar la verdad objetiva depende mucho de la perspectiva.

Se tiene claro que todo conocimiento y la verdad son elaborados por la mente y no descubiertos por ella. De ello se deriva el concepto de que los seres humanos construimos nuestro conocimiento. (Álvarez, 2003)

Para el presente estudio se abocó el conocimiento al marco interpretativo porque se buscó comprender el significado de los fenómenos sociales (Verstehen).

El marco referencial interpretativo utilizado es el interaccionismo simbólico. Con la fuerte crítica del autor Herbert Blumer a la investigación positivista, dada a su visión reduccionista orientada a la cuantificación.

Cuando se refiere al interaccionismo simbólico se piensa en sus básicas premisas. Los humanos actuamos y nos relacionamos entre sí y con los objetos en función de sus significados, de esos significados se producen a través de la interacción que las personas tienen en relación y finalmente cada significado se procesa por medio de un proceso de interpretación de esa persona en relación al contacto de las cosas y los otros.

En el caso de la comunicación social, se busca dar explicaciones a los roles comunicativos y para nuestro estudio también sobre los valores culturales, pero sin saltarse el significado que tienen las cosas para los seres humanos.

Para tales efectos, el presente estudio, el cual considera explicar el comportamiento de los gamers, requiere una profundización que supera la premisa expuesta, por comprender el significado que tienen para los gamers conocer de ellos su proceso de interacción social.

En el estudio, es importante la forma como los gamers adquieren significado gracias a esos procesos que la psique realiza, es decir de las sensaciones, o sentimientos que

emanan de los códigos elaborados para sus vivencias dentro de las comunidades virtuales a la que pertenecen o autodefinen.

Y es posible aquellos solo desde el interaccionismo simbólico, debido al proceso mismo de interacción entre los gamers. Por último, a fin de llegar a la interpretación se requiere que el jugar primero en su proceso social individual se haya internalizado consigo mismo sobre el deseo de cómo se va a relacionar con las cosas o los otros dentro de la comunidad virtual a la cual se inscribe.

Se entiende de las cosas como se cosifica en el plano de máquina-sujeto para construirse como una identidad dentro de los juegos a los que participa y será reconocido por sus formas y logros y la otra deriva de cómo se identifica y construye sus relaciones afectivas con los otros.

Esto genera un proceso de comunicación reflexiva, donde interpretar se convierte en un acto directo de cómo se utilizan los significados. El jugador selecciona, constata, verifica, agrega, desecha o transforma los significados en función de su sitio en el juego o la comunidad que se encuentra, por supuesto motivada esta por la inminente relación que se tiene con las acciones sobre las cosas.

El interaccionismo simbólico, aplicado en el estudio como proceso formativo en el cual los significados de los gamers se usan y revisan como guías y que permiten la formación en la acción.

Para ello, se recurre e los planteamientos de Blumer, al cual llama términos de raíz:

1. *Naturaleza de la sociedad humana o de la vida de los grupos humanos.* Los grupos humanos son los jugadores quienes se agrupan entorno a la página GAMERS – ECUADOR. Estos sujetos están en continua interacción, es decir realizan múltiples actividades en su diario convivir con los pertenecientes a la página. Existe una relación entre unos jugadores y otros de manera constante y

poseen maneras de cómo resuelven sus situaciones cotidianas. Es decir, los gamers están siempre en continuo movimiento. Y ésta es la mirada en la que se basa el presente estudio.

2. *Naturaleza de la interacción social.* La vida dentro de un grupo necesariamente requiere de la inter-acción entre cada uno de los miembros del grupo. En donde cada actividad que realizan los gamers dentro de su comunidad virtual de la página ocurren casi siempre por respuestas a otros, o son producto de la relación con esos otros. Todo proceso de interacción posee un proceso formativo de la conducta. Conocer cómo los gamers interactúan, es comprender cómo lo hacen de manera individual y de cómo esa visión se forja y adecúa producto de las interacciones.
3. *Naturaleza de los objetos.* En el interaccionismo simbólico, cada jugador está en relación con los objetos (equipos de juegos, venta de productos, y los juegos en los que practican dentro de la página.) y que son producto de la interacción simbólica. En el caso de estudio los objetos son: *Físicos:* Principales tipos usuales de juegos; *Objetos Sociales:* Principales participantes dentro de la comunidad virtual de la página Gamers Ecuador y *Objetos Abstractos:* Valores, principios de pertinencia dentro de la comunidad virtual.

Es importante señalar que los objetos siempre tienen significaciones diferentes para las personas miembros de la comunidad y posiblemente para los investigadores también. Los objetos son definidos de acuerdo al espacio en el que son socializados y eso también influye en los criterios de significación que son producto de las relaciones de inter-acción. Los objetos de significación son una creación social.

La vida de los grupos humanos constituye un proceso en el que los objetos se crean, se transforman, se adoptan o se descartan. La vida de las personas está cambiando constantemente (Álvarez, 2003, pág. 68)

4. *El ser humano como un organismo activo:* El interaccionismo simbólico observa al ser humano, los gamers no solo como individuos que responden en relación con los otros, sino también consigo mismos, en la conciencia del yo para con la relación con los otros. Es decir, como se perciben dentro de la propia comunidad virtual y la manera en la cual interactúan. Existe una interacción interna antes que externa.
5. *Naturaleza de la acción humana:* La acción humana, los gamers tienen en cuenta sus nuevas formas de acción conjuntas. En cada comunidad virtual existen esas reglas de asociación.

En la búsqueda del conocimiento verificable de la vida de los gamers como grupos sociales y de sus conductas humanas. Es importante presentar factores determinantes metodológicos al presente estudio.

1. Iniciar la lectura en el lugar donde se presentan las inter-acciones. En el caso compete la página a GAMERS ECUADOR, en la cual aparecen los grupos humanos.

Es un ejercicio de lectura, vislumbrar las actividades que forman parte del grupo para sostener la propia cotidiana forma de representarse dentro de la comunidad virtual.

Y esto es posible estando o formando parte de la página de GAMER-ECUADOR, donde el autor del estudio, es miembro del mismo colectivo. En un segundo momento consiste en la exploración, consiste en un preliminar reconocimiento de la página en sus formas y contenidos. Los procesos de exploración de la página

son flexibles, que tienen un eje inicial, reconocer los elementos que conforman la página para clasificarlas de acuerdo a sus interacciones.

Como tercer elemento está el proceso de inspección. En tal virtud, se acoge la mirada teórica sobre elementos particulares que componen el círculo dentro de la comunidad virtual, de sus acciones coloquiales, del significado de juego, el mecanismo por el cual se concibe la identidad virtual entre las principales.

Para el presente estudio se utilizó una metodología cualitativa con un enfoque interpretativo desde la mirada del interaccionismo simbólico.

En cuanto a los procedimientos, los cuales son importantes para la obtención de los datos. La acepción de Álvarez al concepto de método ha sido tomada en cuenta, entendiéndola como: método se refiere a una técnica empleada en la adquisición y elaboración de un conocimiento (Álvarez, 2003, pág. 103)

La técnica son medios que una ciencia, en este caso social utiliza, para hablar de los métodos.

Una de las organizaciones académicas más importantes de la investigación cualitativa, el Instituto Internacional de Metodología de la Investigación Cualitativa de la Universidad de Alberta, en Canadá, realiza periódicamente conferencias interdisciplinarias internacionales sobre avances en los métodos cualitativos. (Álvarez, 2003, pág. 103)

En ese sentido, parece oportuno, hablar de los métodos o técnicas que se aplicaron al presente estudio para la obtención de la información.

Fue necesario el criterio de OBSERVACIÓN, el ser humano desde sus inicios, observar ha elevado el conocimiento. Augusto Comte, el fundador de la sociología, señalaba que la observación era uno de los cuatro métodos medulares de la investigación sociológica (junto con la comparación, el análisis histórico, y la experimentación) (Álvarez, 2003, pág. 104)

La observación es un ejercicio cotidiano, da significado al sentido común y a todo el conocimiento cultural. Claro, en términos investigativos la diferencia entre una observación cotidiana y la que tiene fines científicos, radica que en la ciencia su rigor es sistemático y propositivo.

Para lograr estos fines el observar es un acto de anotar un determinado fenómeno y para ello utiliza instrumentos que luego son registrados con esos propósitos científicos.

Al observar, claro está no solamente son datos visuales, en la observación, están en juego todos los sentidos del ser humano. La observación requiere un acto de obtención de impresiones sobre el mundo que rodea al grupo de gamers quienes participan en la página de Facebook: GAMERS-ECUADOR.

Se logró mediante el contacto directo de los miembros de la página, registrando a los miembros principales de la comunidad virtual, en sus acciones cotidiana en las que participan dentro de la página. En el caso pertinente, la observación directa a ciertos gamers quienes participan de diversas maneras e interactúan con espacio virtual.

Es importante señalar que los investigadores cualitativos, vemos esta acción lejos de una mirada cruda y objetiva, como pretende siempre la ilusión positivista, que en términos de los enfoques tradicionales cualitativos se abordan desde las observaciones participantes y no participantes.

En la bibliografía de la investigación cualitativa, se describe a la observación por sus criterios de interpretación como una observación participante, pues siempre el sujeto-investigador, a pesar de no interactuar con el sujetos-investigados; el simple hecho de estudiarlos, por ejemplo, a los miembros de la página de GAMERS-ECUADOR, hace sin duda, que esos procesos de observación posean una postura interpretativa de esa misma realidad investigada.

Para el autor Bufford Junker propuso una interesante sub-división de los tipos de observación: observador completo, observador como participante, participante como observador, participante completo. (Álvarez, 2003, pág. 105)

El aplicado al estudio es: Como observador completo.

Esta función se da en casos en que los participantes no ven ni notan al observador.

En la época actual, esto resulta factible por grabaciones de videos o audio... (*hoy a través del uso de las redes y páginas virtuales como la que se analiza GAMER-ECUADOR*) ... y por fotografías. Constituye el método de más similitud con la observación no participante, y a la vez es la más lejana de la observación naturalista. (Álvarez, 2003, pág. 104-105)

Ahora bien, los autores Paul Atkinson y Martyn Hammersley consideran necesario aclarar cuál es la orientación del investigador respecto al grado de conciencia con que adopta su papel de miembro o extraño. (Álvarez, 2003)

En términos de Rodríguez Gregorio existen cuatro tipos de observación, llamadas sistemas de observación, pensadas como técnicas y los instrumentos de observación. (Álvarez, 2003, pág. 105). Para el estudio, se aplicó el sistema descriptivo, por ser abiertos. Porque se identifica el problema en base a las conductas, acontecimientos o procesos concretos como son el determinar las interacciones que se tienen por parte de los principales participantes-gamers dentro de la página GAMERS-ECUADOR, de

acuerdo a sus acciones: tipos de juegos, relación de miembro de la página con objetos y productos y las interacciones situadas durante la temporalidad del estudio, por lo cual la observación es abierta; que permitió establecer categorías, para lo cual se aplicó un cuaderno de notas donde se llevó el control de la observación de las categorías manejadas en base a la propuesta del interaccionismo simbólico, expuesto anteriormente.

También se utilizó el sistema tecnológico, pues se estableció un registro de acciones que se analizaron en función de indicadores: información, conversación, temas, miembros, eventos y multimedia.

En este proceso inicial de observación se logra seleccionar el entorno donde se realiza la observación, siendo la página de Facebook, en la denomina GAMERS-ECUADOR. Para los efectos solicitamos unírnos al grupo público, como miembros, siendo aceptado. El cual posee 1.3 mil miembros.

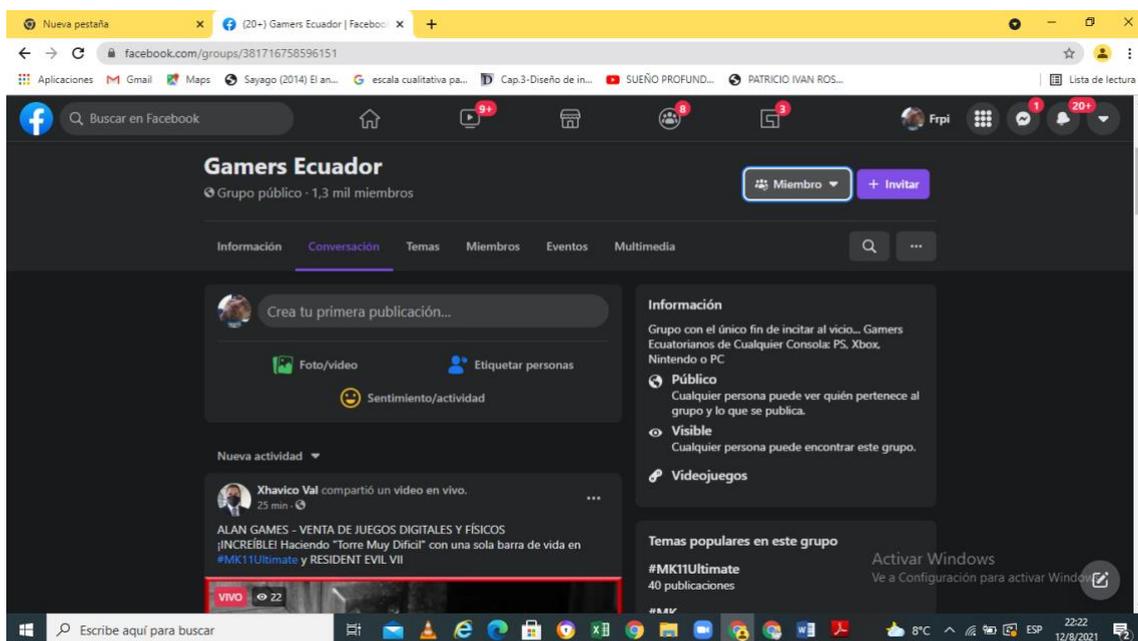


Foto 1: Página de Gamers Ecuador en la red social Facebook.

Las notas de observación están establecidas por las interacciones que tienen los miembros de la página. En la cual se estableció de acuerdo a la temporalidad, un escáner de los principales usuarios quienes durante el tiempo de estudio participaron en la página, y

además el registro estableció las difusiones elaboradas por el administrador a sus miembros en función de los indicadores expuestos para el análisis, siendo recogidas las rutinas, rituales, elementos temporales y organización de la comunidad virtual.

Con la observación se detectan patrones y acciones que permitió focalizar el trabajo de estudio de acuerdo al planteamiento del problema y de sus objetivos. Es necesario señalar que la observación se detuvo cuando ya se determinó los patrones repetitivos en el espacio y tiempo de acción de los sujetos.

Ahora bien, se fortalece, la observación con la aplicación del método híbrido del análisis de contenido, de la página GAMERS-ECUADOR (comunidad virtual) que aparece en la plataforma de Facebook. Sus inicios datan del año 2013. Tiene una modificación en su nombre en el año 2016, manteniendo hasta la actualidad.

Los estudios sobre análisis de contenido refieren a los análisis desde la comunicación. Cuando se aplica el análisis de contenido, se pretende sistematizar, pero desde la visión cualitativa busca analizar cualquier forma de comunicación humana, en términos de Krippendor.

Es una manera útil para analizar las acciones de ciertos personajes, evaluar sus contenidos, indagar sus formas de inter-acción o en nuestro caso entender esos valores culturales basados en una comunidad virtual que su proceso de comunicación se sostiene a través de los juegos en línea.

El análisis de contenido es uno de los procedimientos que más se acercan a los postulados cualitativos, desde sus propósitos; busca analizar mensajes, rasgos de personalidad, preocupaciones y otros aspectos subjetivos (Álvarez, 2003, pág. 163).

Además, tiene estrecha relación con el paradigma cualitativo, para ello primero fue determinar que contenidos se estudian, para esto se determinó los contenidos de terminologías entre gamers dentro de la comunidad virtual, de cinco principales jugadores de la página quienes dentro del estadio de temporalidad mayormente interactúan a través de sus juegos.

Siempre en sincronía con los objetivos de la investigación:

General:

- Elaborar un análisis de contenido de la plataforma virtual GAMERS-ECUADOR que aparece en la red social de Facebook durante los meses de abril a junio de 2021.

Es importante tener en cuenta un segundo momento, que elementos vamos a buscar. En el estudio fueron los léxicos (lenguaje coloquial) que permiten la interacción de los principales miembros de la página, y también, de acuerdo a las temáticas que aparecen dentro de su página y que ya fueron revisadas durante el proceso de observación.

Para lo cual se necesitó establecer de manera inicial una guía de análisis; fue lógico esperar las usuales modificaciones que sufrió a lo largo del estudio, pues conforme avanzaba el trabajo de investigación y a la experiencia en la toma de datos esas modificaciones se dieron siempre teniendo como norte los objetivos específicos:

- Conocer los mensajes que transmiten los gamers de la página entorno a sus relaciones afectiva dentro y fuera del juego.
- Analizar el lenguaje comunicativo que emplean en los principales juegos en línea y sus formas de relacionarse con su público.

Para tales efectos, se obtuvieron los videos de cuatro participantes de la página GAMERS-ECUADOR quienes durante el periodo seleccionado de abril a junio del año 2021 participaron de manera reiterativa y constante, siendo el primer criterio de selección,

el segundo criterio fueron los videos donde estos participantes más jugaron generando inter-acción, siendo los siguientes:

1. Good of War III
2. Outlast
3. World Cup U2
4. Mortal Combat 11
5. Dead by Daylight
6. Call of Duty
7. Warzone
8. Minecraft
9. Kingdom Battle
10. Halo Infinity

Se utilizó un video quincenal donde participan los jugadores seleccionados durante los meses de abril a junio de 2021. Con un total de 32 videos revisados.

1. Xhavico Val
2. Ítalo Chamba
3. José Francisco Cueva
4. AlexandraLady

**CUADERNO DE CAMPO**

(esquema básico para la observación: tipo directa de la página GAMERS-ECUADOR)

TITULO DE LA ACTIVIDAD	CUADERNO DE CAMPO
Objetivos	<p>Elaborar un análisis de contenido de la plataforma virtual GAMERS-ECUADOR que aparece en la red social de Facebook durante los meses de abril a junio de 2021.</p> <p>Conocer los elementos de interacción que utilizan los gamers para relacionarse con otros.</p>
Breve explicación	<p>Se realizó un análisis de observación para conocer la forma en que interactúan los gamers dentro de una comunidad virtual, en este caso un grupo de Facebook llamado GAMERS-ECUADOR, allí se pudo estudiar su lenguaje y demás formas de comunicación entre ellos.</p>
Materiales y recurso	<p>Streaming en vivo, catálogo de juegos, venta de juegos y accesorios, comentarios, multimedia en general.</p>
Metodología y evaluación	<p>Observador completo, tipo descriptiva-abierta.            Selectiva de participantes, de acuerdo a las acciones:            Tipos de juegos, relación de los miembros con los objetos y productos, temporalidad del estudio.            Registro de acciones de acuerdo a los siguientes indicadores: información, conversación, temas, miembros, eventos y multimedia, rutinas, rituales de juego y organización de la comunidad virtual</p> <p>Entorno: Red social Facebook, página GAMER-ECUADOR, miembro del grupo/observador aceptado,            Temporalidad: Abril-julio 2021; se analizó los 10 juegos usuales en los cuales los gamers interactúan. Se analizó un video quincenal por cada uno de los 4 participantes quienes más inter-acción realizaron durante abril-junio 2021 en Pandemia, con un total de 32 videos analizados.</p>

**TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO**

(Guía de análisis)

Actores	Terminología gamers	Lenguaje Comunicativo	Tipos de mensajes	Tipos juegos de interacción
Xhavico Val				
Ítalo Chamba				
José Francisco Cueva				
AlexandraLady				

**TABLA PROCESO INTERACCIÓN SIMBÓLICA**

(Guía según Blumer)

Tipo de naturaleza		
Vida de los grupos humanos	Por jugador. -	
Interacción social		
En función de los objetos		
Como organismo activo		
Por la acción humana		

Con el presente enfoque se buscó responder algunas interrogantes de investigación. Se inicia con la premisa: sobre los procesos de interrelación social dentro de las cyber-cultura digital de los gamers dentro de los videojuegos en línea:

¿De qué manera se manifiestan las interacciones de las comunidades virtuales de gamers en los videojuegos en línea?, en efecto una de las hipótesis con la que se trabajó es: Las cyber-cultura digital favorece la construcción de relaciones entre gamers a través de la conexión de juegos en línea.

Para tales efectos, se trabajó con un enfoque de lenguaje y comunicación, que desde toda la heterogeneidad de nuestra vida cotidiana (nuestros momentos de reposo, de placer, trabajo, de alimentación, de aseo) necesitan un medio que los homogenice, que nos

permita comprendernos, comunicarnos, generalizando lo particular hasta conceptualizarlo. (Borjas, 2007, pág. 17)

## 5. Discusión y resultados. –

### **TABLA PROCESO INTERACCIÓN SIMBÓLICA**

(Guía según Blumer)

Tipo de naturaleza	Por jugador: Khavico Val	Identificación del jugador
Vida de los grupos humanos	Actividades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Venta de juegos digitales</li> <li>2. Sorteo de juegos</li> <li>3. Concursos para captar seguidores</li> <li>4. Premio por jugar en líneas-</li> <li>5. Venta de productos físicos. Tienda de consolas y juegos.</li> <li>6. Asesorías en La tienda Alan Games</li> </ol>	
Interacción social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utiliza sistema Bot.</li> <li>2. No inter-actúa con la página directamente, lo hace siempre y cuando seas miembro y seas aceptado por el propio jugador en su página personal, y no se lee sus comentarios sino son aprobados primero por él y la usa regularmente como plataforma para la venta de sus productos y asesorías de juegos en línea.</li> <li>3. Participa en juegos en línea, da consejos de claves de juegos y posee un lenguaje usual de Gamer.</li> <li>4. Transmite series de películas sobre video juegos en las cuales aparecen tips para los juegos en línea.</li> <li>5. Hace directos para probar DLC.</li> <li>6. Re-direcciona a su canal en YouTube e Instagram  <a href="https://www.youtube.com/user/xxndyskaa182/videos">https://www.youtube.com/user/xxndyskaa182/videos</a> &amp;  <a href="https://www.instagram.com/alangames98/">https://www.instagram.com/alangames98/</a> </li> </ol>	Ciudad de origen Ambato
En función de los objetos	Juega videojuegos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. God o War 4,</li> <li>2. Red Dead Redemption,</li> <li>3. Rambo y Jason,</li> <li>4. Mortal Combat,</li> <li>5. Resident evil 7,</li> <li>6. Call of duty war zone,</li> <li>7. Overwatch</li> <li>8. Dragon Ball Z</li> <li>9. Back 4 blood</li> <li>10. Valhein</li> <li>11. League Leyend</li> <li>12. GTA V Online Theaf Auto</li> <li>13. Dark souls Remastered</li> <li>14. Minecraft</li> </ol>	
Como organismo activo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se percibe como un vendedor.</li> <li>2. Su interés es tener seguidores, para lo cual intenta tenerlos mediante oferta de concursos y premios</li> <li>3. Se percibe como un asesor de juego, cuyo pago es que sean followers.</li> <li>4. Se percibe como un competidor quien pone a prueba mediante retos, por ejemplo: de resistencia llegando a</li> </ol>	

	<p>jugar 8 horas seguidas en Minecraft premiando a los competidores y solicitando que lo sigan.</p> <p>5. Invita a su red telegram para que compartan momentos cómicos, intenta variar su estado e interacción y como desea que lo cataloguen.</p>	
Por la acción humana	<p>1. Reglas de asociación en función de no discriminar</p> <p>2. Solamente se debe publicar temas relacionado con los juegos.</p> <p>3. Debe participar regularmente en la página</p> <p>4. Puede vender o se permiten anuncios.</p>	

Tabla # 1

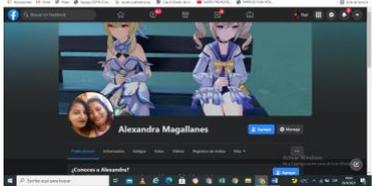
Tipo de naturaleza	Por jugador: AlexandraLady	Identificación del jugador
Vida de los grupos humanos	<p>Actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Coloca música</li> <li>2. Elabora directos de juegos.</li> <li>3. Pasa videos interactivos</li> </ol>	
Interacción social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicita y re-direcciona las conversaciones a sus canales de redes sociales: Tik-Tock, Instagram, Discord y Twitter</li> <li>2. Los comentarios de juegos siempre son remitidos o hechos y re-direccionado a sus canales entre los principales de uso están: YouTube principalmente</li> <li>3. Sus diálogos son mediante hipervínculos, por cada video a generado unos accesos directos a su página al sitio conversaciones de la página Gamers Ecuador, respetando el sitio como un lugar de representación</li> <li>4. Su principal actividad es jugar y conversar con el público.</li> <li>5. Eliminó algunos contenido, desde el mes de abril hasta junio de cinco publicaciones, de sus 34 publicaciones.</li> </ol>	
En función de los objetos	<p>Lista de juegos que conduce y participa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marvel Spider Man</li> <li>2. Naruto Shippuden</li> <li>3. Fortnite</li> <li>4. Ultimate Ninja</li> <li>5. Mario</li> <li>6. Un Ravel</li> </ol>	
Como organismo activo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se percibe como una conversadora natural mientras hace sus directos</li> <li>2. Como asesora de juegos.</li> </ol>	
Por la acción humana	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respeta las reglas de participación</li> <li>2. Publica sus directos en la misma página y combina con sus redes sociales</li> <li>3. Da consejo sobre juegos y se diversifica en varios elementos sugestivos para su público como música interactiva mientras juegan.</li> </ol>	

Tabla # 2

Tipo de naturaleza	Por jugador: José Francisco Cueva	Identificación del jugador
Vida de los grupos humanos	Actividades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Narrador deportivo. Partidos EFA y FIFA games.</li> <li>2. Vendedor de juegos y consolas</li> </ol>	
Interacción social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diálogo en directos en juegos</li> <li>2. Asesor deportivo</li> </ol>	
En función de los objetos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Juega Liga de Clubes Pro</li> <li>2. Mundial de mayoría</li> <li>3. Battlefield</li> <li>4. Super Mario RPG</li> <li>5. Call of Duty</li> <li>6. Mario WorldWire</li> <li>7. Mario Time Machine</li> <li>8. Yoshi cookie</li> <li>9. Donkey Kong</li> <li>10. NBA Jam</li> <li>11. Street Fighter</li> </ol>	
Como organismo activo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se percibe como narrador</li> <li>2. Asesor de juegos</li> <li>3. Vendedor de consolas</li> </ol>	
Por la acción humana	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respeta la plataforma</li> <li>2. Publica en las mismas plataformas</li> <li>3. Usa hipervinculaciones para sus narraciones y directos.</li> </ol>	

Tabla # 3

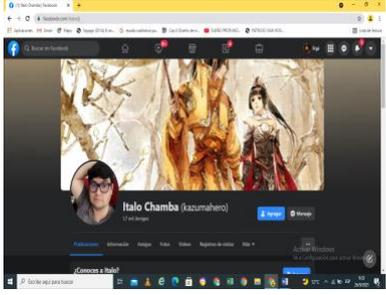
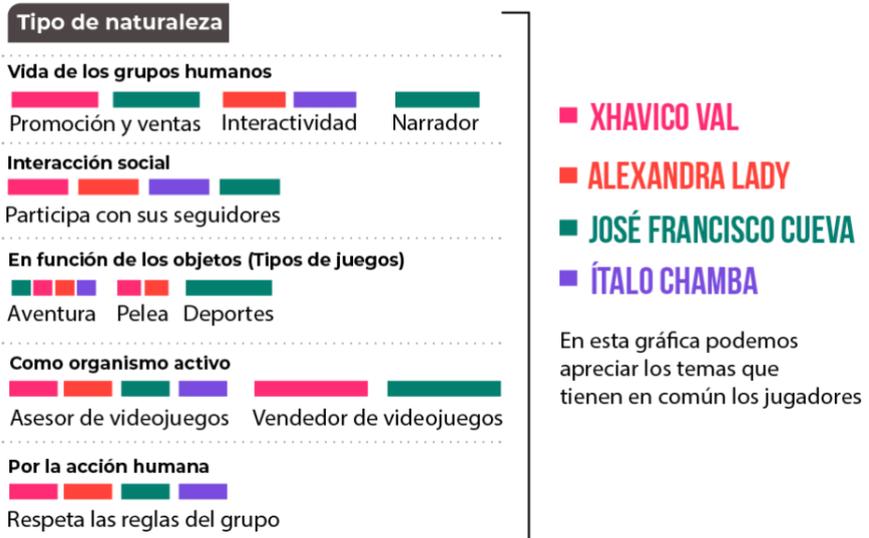
Tipo de naturaleza	Por jugador: Ítalo Chamba	Identificación del jugador
Vida de los grupos humanos	Actividades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jugador, hace permanentes directos, superan los 25</li> <li>2. Permite y publica en su página la actividad de juego de sus miembros</li> <li>3. Asesor de juegos para aprender-novatos</li> <li>4. Comparte videos sobre series de los videojuegos</li> <li>5. Maniqueo con jugadores profesionales</li> </ol>	
Interacción social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competencia</li> <li>2. Asesora</li> <li>3. Directos interactivos</li> </ol>	109 seguidores
En función de los objetos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fortnite</li> <li>2. Dead by Daylight</li> <li>3. Garena Free FIRE</li> <li>4.</li> </ol>	Kazumahero apodo y en los juegos como El-gordo 101
Como organismo activo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se percibe como un asesor</li> <li>2. Le interesa compartir juegos de otros miembros y amigos seguidores</li> </ol>	
Por la acción humana	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respeta la página</li> <li>2. Interactúa en su sitio particular con solo sus seguidores.</li> <li>3. Suele eliminar contenido sin explicación.</li> <li>4. Respeta las normas de la página</li> </ol>	

Tabla # 4

Infografía resumen de las tablas 1, 2, 3 y 4



Resultados del cuadro sobre el interaccionismo simbólico son:

Del análisis realizado a los cuatro jugadores como estipula el cuadro de Blumer se puede decir lo siguiente:

1. Los jugadores tienen roles establecidos.
2. Su proceso de interacción depende de los directos
3. En su necesidad requieren de seguidores en sus páginas personales como la de Gamer-Ecuador
4. Los videojuegos en los que participan en todos ellos fungen como guías y asesores de juegos
5. También hay tendencias de vender juegos, asesorar, venta de productos para gamers
6. Los cuatro participantes respetan las reglas lógicas de la página, usan sus videos interactivos para construir espacios de relación
7. Hay tendencias a la diversificación, entre juegos, música, concursos, premios.

En ese sentido, el proceso de construcción de la comunidad virtual GAMER-ECUADOR, requiere mayores procesos de interacción.

Los relatos invisibles, la página no permite el intercambio, soslaya su rol a permitir que sus miembros sean islas independientes dentro de un terreno común; lo que desdice del concepto de unidad. Sin embargo, no quiere decir en ningún sentido, que la comunidad no exista y se comunique.

La paradoja de la cyber-cultura radica en la deconstrucción de la individualidad latente en la práctica cotidiana, que aparentemente se simula en lo virtual, la interacción causa-efecto es latente. Comunidades activas con relatos pasivos. No son comunidades que necesariamente se relacionan.

La plataforma aparece como un lugar común, donde cada miembro está en sus islas de relación, no de interacción.

El videojuego plantea una discusión sobre el entretenimiento. En tiempos tecnológicos y de pandemia la corporalidad se diluye, se replantea, con épicas cargas de ego o muestras alternativas de consumo.

Puede ser alarmante el tiempo que los gamers dedican a jugar en los diferentes dispositivos y plataformas digitales, según (TGI Ecuador, 2021)

*El 80% que el gamer dedica a jugar al día es entre 7 y 10 horas. El 77% del gamer declara ser receptor de información en juegos. Mientras el 17% de los que juegan en consola se declaran expertos (Champions).*

Así también este estudio demuestra que el 84% de los gamers ecuatorianos utiliza al celular como dispositivo de preferencia para jugar:



Fuente: TGI Ecuador, 2021

Por lo tanto, no es necesario una consola de videojuegos, sino que, con un dispositivo móvil los gamers pueden experimentar sus videojuegos de preferencia, sin embargo, puede ser preocupante el tiempo que dedican. pues jugar entre 7 a 10 horas se puede

comparar a casi a una jornada laboral, de esta manera se puede sugerir que los gamers viven en su mundo virtual como escape de lo que es real, creando comunidades como lugares de refugio para crear destinos virtuales a sus gustos.

### TABLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Actores	Terminología gamers	Lenguaje Comunicativo	Tipos de mensajes	Tipos juegos de interacción
Xhavico Val (Alan Games)	<p><b>Combear:</b> Realizar un combo de técnicas para atacar a un jugador en un juego de luchas.</p> <p><b>Guiño guiño:</b> sirve para indicar que lo que se ha dicho era de broma o mentira.</p> <p><b>Rata:</b> jugador o personaje que ha hecho algo de manera tramposa.</p> <p><b>Acabó billete:</b> es cuando se ha perdido todo el dinero en un juego.</p> <p><b>Partidonas:</b> jugar por un tiempo indefinido.</p> <p><b>Manco:</b> se refiere a los jugadores que carecen de habilidad o juegan mal.</p>	<p>Lenguaje coloquial y amigable</p> <p>  </p> <p>Incluye música de fondo y efectos de sonido mientras realiza sus streaming.</p>	<p>Promociona su canal de juegos de youtube, sus transmisiones en vivo que realiza en facebook, así también como sus redes sociales Instagram y TikTok.</p> <p>Usa diferentes hashtags de los diferentes juegos que juega y uno que siempre lo escribe: #FacebookGaming.</p>	<p>Mortal Kombat</p> <p>Dragon Ball Z: Kakaroto</p> <p>Fifa 2021</p> <p>Resident Evil</p>
Ítalo Chamba (El Gordo 101)	<p><b>Pro:</b> Experto jugador con mucha habilidad.</p> <p><b>Papu:</b> Hace referencia a su compañero de juegos.</p>	<p>Lenguaje coloquial y amigable</p> <p>Hola que tal mis mancos y mis pros el día de hoy vengo a jugar este juego otra vez y a contarles que rayos paso porq no traigo otra cosa hahah</p> <p>Incluye música de mientras realiza sus streaming.</p>	<p>Siempre da la bienvenida a sus oyentes y al finalizar promociona su página de facebook por la cual realiza sus directos.</p>	<p>Dead by deaylight</p> <p>Fortnite</p>
José Francisco Cueva (Efa Ecuador)	<p><b>Caster:</b> acción en la que se</p>	<p>Lenguaje coloquial y amigable</p>	<p>Promociona su torneo de futbol EFA Ecuador</p>	<p>Esports</p>

	<p>narra un videojuego.</p> <p><b>Spoiler:</b> Explicar un adelanto de lo que va a suceder en una historia.</p>	<p>Juega solamente futbol, va narrando con sus amigos como si fuera un partido real.</p> <p>👉👉NO TE LO PUEDES PERDER 🙌🙌 Llegamos a la gran final. Te esperamos hoy a través de Facebook Live 📺 👉👉 No te puedes perder de esta emocionante transmisión. 👉👉¿Qué equipo crees que va a ganar? 🙌🙌 <a href="#">#fifa21</a> <a href="#">#efaecuador</a> <a href="#">#proclubes</a> <a href="#">#venimospaqedarnos</a> <a href="#">#torneonacional</a> <a href="#">#efaams</a> <a href="#">#encuentro</a> <a href="#">#partido</a> <a href="#">#playoffs</a> <a href="#">#final</a></p> <hr/> <p>Incluye música de mientras realiza sus streaming.</p>		
AlexandraLady	<p><b>Facha:</b> Llevar un estilo único para verse bien.</p>	<p>Lenguaje coloquial y amigable</p> <p>Incluye música de fondo</p> <p>*10 🌟 Pongo la música que tú elijas 🎵🎵 *25 🌟 Digo onichan 🙌🙌 *50 🌟 Te hago un zing en mi cuaderno de zings 📖📖 *75 🌟 Intentare cantar una canción de karaoke las que ustedes elija 🎤🎤 *100 🌟 Intento hacer el tik tok que elijan 📺📺 *10000 🌟 Apago directo 🙌🙌</p> <p>Sigueme en: Tiktok: <a href="https://vm.tiktok.com/ZMeDnS8AA/">https://vm.tiktok.com/ZMeDnS8AA/</a> Discord: <a href="https://discord.gg/RZF7SPheY5">https://discord.gg/RZF7SPheY5</a> Instagram: <a href="https://instagram.com/alexandalady98?igshid=1xg8hmd9lv1dc">https://instagram.com/alexandalady98?</a> igshid=1xg8hmd9lv1dc Twitter: <a href="https://twitter.com/AlexandraLady22?s=08">https://twitter.com/AlexandraLady22?s=08</a> YouTube: <a href="https://www.youtube.com/channel/UC0JHM45L7SUw-3h2sKtj48w">https://www.youtube.com/channel/UC0JHM45L7SUw-3h2sKtj48w</a></p> <hr/>	<p>Agradece a sus seguidores por mirar sus directos y los motiva a que la sigan y pongan like.</p>	<p>Fortnite Spiderman</p>

### Resultados de la tabla de análisis de contenido son:

Del análisis realizado a los 4 jugadores se puede mencionar que:

1. Todos usan una terminología única que se entiende entre el jergo de los *gamers* y funciona como clave para hacer referencia a alguna acción en el videojuego mientras realizan sus streaming.
2. Su forma de interacción durante los streaming son didácticos con un lenguaje coloquial y amigable, usan efectos de sonido o música de fondo para hacerlo de una forma más jovial y divertido.
3. Usan las transmisiones en vivo como medio para darse a conocer, promocionar sus redes sociales y vender videojuegos.
4. Cada uno se inclina por un género de videojuegos distinto, por aventura, peleas y deportes.
5. Todos tratan de ser un líder mientras juegan, son los protagonista de sus videojuegos.

La comunidad virtual dentro del grupo GAMERS – ECUADOR, cuenta con sus propias reglas de participación, un lenguaje único que utilizan como simbolismo representativo de los participantes.

A pesar de ser una comunidad con los mismos fines, cada jugador analizado cuenta con un estilo propio de comunicar pero a la vez con los mismos elementos que hace que los caracterice como grupo y permite que eso sea parte de una cybercultura, su forma de hablar, expresarse y música.

Cada uno funge como un líder y están al tanto de lo que dicen sus seguidores; esto brinda un sentido de pertenencia dentro de una comunidad virtual. En esta, pueden existir influenciadores o modelos a seguir, así la heterogeneidad del grupo de Gamers Ecuador se conforma de personas con diferentes características que tienen un mismo fin: jugar videojuegos dentro de una comunidad virtual.

## 6. Conclusiones. –

La construcción de relaciones en lo virtual tiene componentes de individualidad siempre y cuando las plataformas generen espacios para la construcción de diálogos activos que motiven más allá de los videojuegos una estructura sólida de relaciones.

Los espacios de comunidad son lugares importantes para generar dimensiones relativas, entendiendo como todo proceso comunicativo que se practica gracias al estímulo que el juego en sí mismo genera en su audiencia.

Los protocolos de la cyber-cultura se convierten en reflejos de la identidad virtual, en la medida que se logra acceder cuando los elementos que constituyen las plataformas sean interactivos, de lo contrario el mundo de página planas, sin espacios para el diálogo solo logran enriquecer el individualismo sistemático.

Lo digital no requiere elementos románticos del discurso de la co-relación e inter-acción requiere espacios para que los comentarios dejen de serlo por generar espacios para la construcción de comunidades vivas en torno al juego, que es el caso que nos atañe.

El juego y tecnología también está en discusión. Es posible profundizar sobre los efectos de las adicciones tecnológicas que como bien se expresó en el texto no están en el campo de las afecciones sicotrópicas, por el contrario, son afecciones determinadas por el aislamiento comunicativo y la desvinculación de elementos de la realidad.

Los videojuegos no son solamente para entretener sino también para aprender y generar actitudes positivas para interactuar con otros e interrelacionarse de forma digital.

La comunidad virtual de Gamers – Ecuador refleja ciertos comportamientos de alimentar el ego de cada uno de sus protagonistas lo cual hace que se creen ciertos grupos internos que siguen a un líder diferente y no solo a uno.

Estos espacios virtuales en donde interactúan los *gamers*, refleja un mismo patrón, el simbolismo de su lenguaje como forma de expresión para entenderse solamente entre ellos.

Por otro lado, aparece con vigor estrategias de grupos vinculados al marketing de los videojuegos. Los gamers, son afectados por una avalancha de servidores quienes buscan a toda costa vender productos que satisfagan y recrean los estilos de vida gamer.

Finalmente, recuperar espacios, mejorar los contenidos y sobremanera la existencia de un mejor contenido de juegos que ha crecido en producción, contenidos, pero con unas temáticas en mucho de los casos ligados a la violencia y supervivencia de la especie.

Los videojuegos son espacios importantes para el entretenimiento, el juego forma parte de la propia existencia como sujeto, lo cierto, también es que las comunidades virtuales

deben considerar que la tecnología del juego los hace también vulnerables con sus contenidos y los diálogos se deben construir en generar no solamente situaciones obvias y regulares en torno al juego, sino a detrás de ello mirar los ejercicios que puede provocar la unión como fomentar la solidaridad de grupo, los relatos y respetos a las jerarquías como ejercicios de liderazgos y no convertir como ha sido el caso, en islas dentro de una plataforma plana, que individualiza las acciones pero no las conectan con los otros y otras miembros de la comunidad virtual de gamers.

## 7. Bibliografía. –

- Acevedo y Maya, A. y. (2013). *Difusión de realidades: comunidades virtuales presentes en los videojuegos de rol en línea. (Caso Aguabrial-Dofus - Periodo 2012-2013)*. Colombia.
- Roncancio Ortiz, O. C. (2017). EL USO DE LOS VIDEOJUEGOS COMO HERRAMIENTA DIDÁCTICA PARA MEJORAR LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE: UNA REVISIÓN DEL ESTADO DEL TEMA. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, Vol. 17 (2), 11.
- Vargas, T. y., & Julio, V. y. (2017). *VIDEOJUEGOS Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN ESTUDIANTES DE MEDICINA HUMANA EN LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO*.  
Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/372213748/Videojuegos-y-Las-Relaciones-Interpersonales-Nuevo-Expo>
- Schulkin, J. (10 de Julio de 2020). *Infobae*. Obtenido de Infobae:  
<https://www.infobae.com/gaming/2020/07/10/los-videojuegos-son-tambien-escuela-minecraft-como-aula-virtual/>
- Pereda, P. (21 de Junio de 2020). *NIUS*. Obtenido de NIUS: Videojuegos tras el confinamiento: "Los padres hemos abierto la mano y ahora no sabemos desengancharlos"
- R.D. (16 de Junio de 2020). *Diario de Sevilla*. Obtenido de [https://www.diariodesevilla.es/sociedad/adicciones-tecnologicas-disparan-jovenes-videojuegos\\_0\\_1472852921.html](https://www.diariodesevilla.es/sociedad/adicciones-tecnologicas-disparan-jovenes-videojuegos_0_1472852921.html):  
[https://www.diariodesevilla.es/sociedad/adicciones-tecnologicas-disparan-jovenes-videojuegos\\_0\\_1472852921.html](https://www.diariodesevilla.es/sociedad/adicciones-tecnologicas-disparan-jovenes-videojuegos_0_1472852921.html)
- Villalba, M. (11 de Junio de 2020). *Digital Trends*. Obtenido de Digital Trends:  
<https://es.digitaltrends.com/videojuego/juegos-multiplataforma/>
- enpantallados. (2020). *enpantallados*. Obtenido de enpantallados:  
<https://empantallados.com/youtube-videojuego-youtubers-gamers/>
- Bello, E. (22 de Junio de 2020). *IEBS*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-discord-storytelling/>
- Nash, M. (Junio de 2020). *Think with Google*. Obtenido de Think with Google:  
[https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/aplicaciones/tendencias-de-consumo-de-gaming-online-durante-la-pandemia/?utm\\_source=twg\\_partnership\\_GooglePR&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=Henneo&utm\\_term=Week3\\_0807&utm\\_content=gaming](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/aplicaciones/tendencias-de-consumo-de-gaming-online-durante-la-pandemia/?utm_source=twg_partnership_GooglePR&utm_medium=referral&utm_campaign=Henneo&utm_term=Week3_0807&utm_content=gaming)
- TGI Ecuador. (Abril de 2021). Análisis de consumidor Gamer Ecuador. Ecuador.
- Dubrazka, B. R. (2020). *Inteligencia emocional y autoestima en gamers*. Quito.
- Garfias, J. (2013). *TESIS: EL ESTEREOTIPO DEL GAMER: HACIA UNA NUEVA SIGNIFICACIÓN*. México DF.
- Maalouf, A. (1998). *Identidades asesinas*. Madrid.

- AEVI. (2017). *Anuario 2017: La industria del video juego*. . Madrid.
- Jacobs, B. I. (2005 ). *Segmentation of the games market using multivariate analysis*. *Journal of targeting, measurement and analysis for marketing*. UK.
- Caro, M. (2017). *Adicciones tecnológicas: ¿Enfermedad o conducta adaptativa? Hospital Psiquiátrico, Cienfuegos*. Cuba.
- Márquez, I. V. (2008). *Comunidades virtuales en tiempos de flujos: el caso de Second Life*. *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, 13, 183 - 193. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110183A>.
- Innovation, D. B. (2020). *La industria de los videojuegos vive su mejor momento* .
- Belli, S., & López Raventós, C. (2008). *Breve historia de los videojuegos*. Barcelona .
- Ozu, P. (2008). *Marketing Digital: El incipiente crecimiento de las comunidades y su relación con el marketing*. Buenos Aires .
- Ayala, A. y. (2014). *LA IDENTIFICACIÓN DEL GAMER CON LOS PERSONAJES DE LOS VIDEOJUEGOS (Pontifica Universidad Católica del Ecuador)*. Quito.
- Borjas, B. (2007). *Lenguaje y pensamiento*. Caracas.
- Pérez, M. E. (2012). *Comunidades virtuales de videojugadores: Comportamiento emocional y social en poupée girl*. Murcia.
- Szasz, I. y. (1994). *Para comprender la subjetividad. Investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad*. Ekl colegio de México. México .
- Álvarez, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*.