

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



**IDENTIFICACIÓN Y DINÁMICAS GRUPALES EN LOS EQUIPOS
ARENALES NET GAMES (ANG) Y SHOT E-SPORTS (SHOT) DEL
VIDEOJUEGO LEAGUE OF LEGENDS, EN EL CONTEXTO
COMPETITIVO DE LIMA**

Tesis para optar el Título de Licenciado en Antropología

Por: Francis Irineo Toykin Minaya

Asesor: Víctor Alexander Huerta Mercado Tenorio

Lima, 2017

RESUMEN:

La presente investigación se enfoca en los aspectos culturales que emergen en el contexto de consumo de videojuegos en Lima. Nos aproximaremos a este fenómeno en su dimensión grupal a través de percepciones y prácticas en los miembros de ambos equipos, ANG y SHOT, ambos reconocidos como los dos mejores exponentes del Perú en el videojuego mencionado. Además, consideraremos a sus managers, organizadores de competencias, y otros sujetos involucrados en el campo local de videojuegos. También, nos remitiremos a datos de observación y participación en el festival World Cyber Games 2013 - Perú, acontecido en el Centro de Convenciones María Angola, distrito de Miraflores, y en algunas cabinas de juegos emblemáticas de la ciudad.

La pregunta principal que guía la investigación es: ¿Qué características tiene la identificación grupal en los equipos de jugadores Arenales Net Games y Shot e-Sports, del videojuego League of Legends? Y la pregunta específica: ¿En qué consiste la dinámica grupal interpersonal y virtual entre los miembros de estos equipos? Así, el objetivo radica en interpretar y plantear análisis sobre las variables culturales que configuran la identificación de los equipos a través de su dinámica grupal.

Principales conclusiones:

- Los criterios de identificación y diferenciación en los jugadores de los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports emergen a partir de su dinámica grupal. Que evidencian variables socioculturales como conformación grupal, juego, performance, territorialidad, micropolítica, consumo, distinción y masculinidad, durante las diferentes situaciones de juego. Las variables mencionadas son analizadas detalladamente en el desarrollo de la tesis.
- Identificamos dos espacios de representación en la performance de los sujetos investigados: virtual y física. Ambos son simultáneos, sucesivos, complementarias e indisolubles. El espacio virtual configura el escenario donde desarrollan la performance diegética, a partir de su transfiguración en personajes, desempeño de los roles y realización de acciones en el mundo figurado del videojuego. Mientras que en el espacio físico desarrollan su performance extradiegética, caracterizada por su actuación como jugadores, interacción grupal y empleo de aparatos tecnológicos en espacios de cabinas de juego y torneos competitivos. Así también, los sujetos investigados evidencia patrones de territorialidad en lugares físicos y deterritorialidad en entornos virtuales
- El afecto entre los jugadores y la emotividad en la experiencia de juego configuran referentes preponderantes de identificación grupal. Las interacciones, virtuales y presenciales, entre jugadores son propiciadas por las diferentes actividades de juego competitivo, donde la proximidad y constancia entre sus miembros genera lazos de amistad y camaradería. Asimismo, las emociones en circunstancias de competición, tanto eufóricas como disfóricas, configuran el temperamento del equipo.



A mis amados abuelitos,
Milenka Zoricich y
Juvenal Minaya.

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN

I. VIDEOJUEGOS: PANORAMA Y APROXIMACIONES DE ESTUDIO	12
1.1 Sobre los videojuegos	13
1.2 Aproximaciones de estudio	20
II. ¿QUÉ ES LEAGUE OF LEGENDS?.....	28
2.1 Antecedentes	29
2.2 Ámbitos competitivos	31
2.3 Elementos estructurales del juego	33
2.3.1 Campo de juego.....	33
2.3.2 Los roles de juego	35
2.3.3 La experiencia de juego.....	38
III. COMPETITIVIDAD EN VIDEOJUEGOS, EL CASO DE LIMA	43
3.1 Etapa formativa.....	44
3.2 “La época dorada” de las cabinas de internet.....	47
3.3 Dinámicas de competencia local	51
3.4 Contexto actual de competición	55
IV. WORLD CYBER GAMES 2013 GAME FESTIVAL - PERÚ	59
4.1 Antecedentes de World Cyber Games	60
4.2 Aproximaciones iniciales.....	62
4.3 Organización WCG 2013 - Perú, categoría League of Legends	65
4.4 Observación participante en WCG 2013 - Perú.....	69
4.5 Distribuciones espaciales	71
4.5.1 La explanada principal	71
4.5.2 Sótano	74
4.6 Características y dinámicas de los asistentes	76
4.7 Torneo League of Legends	85
V. LOS EQUIPOS ARENALES NET GAMES Y SHOT E-SPORTS.....	99
5.1 Equipo Arenales Net Games (ANG)	100
5.1.1 Miembros del equipo ANG.....	100
5.1.2 Trayectoria y formación del equipo Arenales Net Games.....	108
5.2 Equipo Shot e-Sports.....	115
5.2.1 Miembros del equipo SHOT	116
5.2.2 Formación y trayectoria del equipo SHOT e-Sports	127
VI. ANÁLISIS Y ABSTRACCIONES CONCEPTUALES	133
6.1 Grupos y ámbitos de interés	134
6.1.1 Industria de videojuegos.....	134
6.1.2 Negocio de cabinas de juego.....	135
6.1.3 Gestión competitiva.....	137

6.1.4	Lógicas de auspicio	140
6.1.5	Jugadores y reinterpretación local	142
6.2	Identificación grupal	145
6.3	Juego	148
6.4	Parámetros de conformación grupal.....	152
6.5	Performance	156
6.5.1	Performance y representación en el espacio virtual	157
6.5.2	Performance y representación en el espacio físico	159
6.6	Territorialidad	163
6.6.1	Territorialidad en espacios físicos	163
6.6.2	(De)Territorialidad en espacios virtuales	168
6.7	Poder y micropolítica	170
6.8	Consumo	173
6.9	Distinción y capitales.....	176
6.9.1	Capital económico	176
6.9.2	Capital cultural.....	178
6.9.3	Capital Social.....	180
6.9.4	Capital simbólico.....	181
6.10	Rasgos de masculinidad	184
VII. CONCLUSIONES		188
VIII. BIBLIOGRÁFICAS Y REFERENCIAS.....		193
ANEXOS		198
9.1	Guías de entrevistas.....	199
9.1.1	Información personal.....	199
9.1.2	Sobre trayectorias individuales, y proceso de conformación del equipo de jugadores	199
9.1.3	Imaginario respecto al consumo de videojuegos	201
9.1.4	Implicancias de la práctica de videojuego en la vida cotidiana	202
9.2	Guías de observación	204
9.2.1	Guía de observación de partidas de juego.....	204
9.2.2	Guía de observación de espacios comunes de juego	204
9.2.3	Guía de observación de espacios domésticos de juego	205

Índice de figuras

<i>Figura 1. Esquema del campo de juego</i>	33
<i>Figura 2. Cuadro de equipos, jugadores, roles y nicknames</i>	38
<i>Figura 3. Comentarios en el grupo Comunidad - League of Legends - Perú</i>	45
<i>Figura 4. Cabinas de juegos en línea del Centro Comercial Arenales</i>	50
<i>Figura 5. Perfil del equipo SPEED del video Juego Counter Strike, en el foro Bloodzone.net</i>	51
<i>Figura 6. Stand de Samsung, explanada principal de WCG 2013 - Perú</i>	65
<i>Figura 7. Portada promocional en "Comunidad - League of Legends - Perú", fan page de Facebook</i> ..	67
<i>Figura 8. Diagrama de la explanada principal, WCG 2013</i>	71
<i>Figura 9. Diagrama del sótano del evento, WCG 2013-Perú</i>	74
<i>Figura 10. Ingreso a WCG 2013 - Perú, Centro de Convenciones María Angola, Miraflores</i>	76
<i>Figura 11. Stand de EVGA, fabricante de tarjetas gráficas</i>	79
<i>Figura 12. Desfile de cosplay en el escenario principal</i>	80
<i>Figura 13. Stand de Comando SNES, colección de retro games</i>	81
<i>Figura 14. Escenario del sótano de WCG 2013-Perú</i>	82
<i>Figura 15. Módulo de competición de League of Legends</i>	85
<i>Figura 16. Resultado de competencias del primer día, League of Legends</i>	87
<i>Figura 17. Resultado de competición del segundo día, League of Legends</i>	88
<i>Figura 18. Final de League of Legends en el escenario principal</i>	89
<i>Figura 19. Premiación del equipo Arenales Net Games</i>	96
<i>Figura 20. Polo firmado por los jugadores del torneo de League of Legends, WCG 2013 – Perú</i>	98
<i>Figura 21. Logo del equipo Arenales Net Games</i>	100
<i>Figura 22. 'Gaming house' del equipo ANG, distrito de La Molina</i>	114
<i>Figura 23. Cuadro de jugadores, roles y nombres de juego del equipo ANG</i>	114
<i>Figura 24. Logo del equipo SHOT e-Sports</i>	115
<i>Figura 25. Logo del equipo Ducks on Fire</i>	115
<i>Figura 26. Cuadro de jugadores, roles y nombres de juego del equipo SHOT</i>	131

Introducción

La siguiente investigación antropológica se enfoca en los aspectos culturales que emergen en el contexto de consumo de videojuegos en Lima. Específicamente, responde a los cuestionamientos planteados en 'Proyecto de trabajo de Campo', penúltimo curso en la formación curricular en el pregrado de la Facultad de Antropología de la Pontificia Universidad Católica del Perú, referidos a identificación y dinámicas grupales en los equipos de jugadores Arenales Net Games (ANG), y Shot – e Sports (SHOT) del videojuego League of Legends, en el contexto competitivo local.

Nos aproximaremos a este fenómeno en su dimensión grupal a través de testimonios y prácticas en los miembros de ambos equipos, reconocidos como los dos mejores exponentes del Perú en el videojuego mencionado. Además, consideraremos a sus respectivos managers, organizadores de eventos competitivos, y otros sujetos involucrados en el campo local de videojuegos.

También, nos remitiremos a datos de observación y participación en el festival World Cyber Games 2013 - Perú, acontecido en el Centro de Convenciones María Angola, distrito de Miraflores, y en algunas cabinas de juegos emblemáticas de la ciudad como Centro Comercial Arenales y Shopping Center, de Lince y San Miguel Respectivamente. Por último, me referiré a información complementaria en publicaciones de comunidades virtuales, como foros, grupos y redes sociales en internet, relacionados a videojuegos.

La pregunta principal que guía mi investigación es: **¿Qué características tiene la identificación grupal en los equipos de jugadores *Arenales Net Games* y *Shot e-Sports*, del videojuego *League of Legends*?** Y la pregunta específica: **¿En qué consiste la dinámica grupal entre los miembros de estos equipos?**

Las investigaciones de perspectiva cultural respecto a las actuales tecnologías de información y comunicación son relativamente recientes y van generando mayor interés en el entorno académico local. En el pregrado de la facultad, la

llamada etnografía virtual – y sus otras variantes - aún no es considerada como un método de investigación válido, y/o propicio para una tesis de licenciatura.

En este sentido, la condición establecida por mis profesores para brindar viabilidad a nuestra investigación consistió en llevar a cabo etnografía 'tradicional'. Es decir, enfocarnos en las interacciones personales, imaginarios y prácticas de los sujetos investigados, y no en los contenidos y representaciones del videojuego en cuestión.

Los instrumentos teóricos empleados para la presente investigación abarcan distintas vertientes del conocimiento socio antropológico: identificación, juego, consumo, masculinidad, territorialidad, poder, distinción y performance. Pretendemos abarcar la complejidad de las variables culturales que emergen de la práctica competitiva de videojuegos en Lima, a través del estudio de los ANG y SHOT, dedicados a la práctica competitiva de League of Legends.

La perspectiva antropológica considera a los videojuegos como *“Una forma cultural que hibrida cultura de los medios audiovisuales a la lógica del juego (...) como un conjunto de prácticas relacionadas con el consumo, el ocio y los compañeros de sociabilidad”* (Ardévol, Roig, San Cornelio, Pagès, Alsina: 2006, p. 1)¹. Se resalta la diferencia entre el videojuego como representación narrativa, y la experiencia de inmersión por el acto mismo de juego, donde el consumidor no es simple espectador, sino tiene un rol activo en la significación, manejo y uso de los contenidos.

Así, la experiencia de juego del usuario es planteada como *“una sinfonía visual-motora, auditiva, de toma de decisiones, y una historia real-virtual única, que produce una nueva forma de arte de acción co-producido por jugadores y diseñadores de juegos (Gee: 2006, p.61)”*², la experiencia de inmersión se basa en la transfiguración del usuario en el personaje que desempeña y en las acciones que despliega en el entorno simulado del juego.

¹ Traducción nuestra.

² Traducción nuestra. Citado en Elisenda Ardévol, Antoni Roig, Gemma San Cornelio, Ruth Pagès, Pau Alsina. Game pleasures and media practices. Open University of Catalonia – UOC: 9th Bi-Annual Conference, Bristol, UK, 18th-21st September 2006. P. 2.

Además, las primeras investigaciones de internet evidencian la emergencia de 'comunidades virtuales' a partir de las comunicaciones mediadas por ordenador (CMC). *“Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético”* (1994: p. 20-21). Así, se forman a partir de la interacción virtual entre usuarios a partir de intereses comunes, se suman integrantes a su entorno, donde emergen normas y prácticas aceptadas por los miembros, que pautan su funcionamiento.

En este sentido, League of Legends es un videojuego en línea para computadora, donde los jugadores emplean computadoras y servicio de internet para acceder al entorno virtual e interactuar con otros usuarios durante la experiencia de juego, donde surgen afinidades, rivalidad, y grupos habituales de juego.

Ciertos grupos de juego presentan mayor involucramiento y permanecen en el tiempo, configurando equipos competitivos que también despliegan sus actividades en entornos figurados externos al videojuego, como foros, páginas y redes sociales de internet. Así también, pueden extender sus vínculos a interacciones personales en espacios concretos, participando en torneos presenciales, festivales tecnológicos, lugares de comunes de entrenamiento y competición.

La modalidad principal de juego en League of Legends implica la interacción simultánea de diez jugadores, agrupados en dos equipos contrarios de cinco miembros cada uno, durante aproximadamente 50 minutos, tiempo promedio de una partida. Ellos caracterizan personajes, construyendo una ficción de conflicto por el dominio del territorio enemigo. El juego presenta una estructura que posibilita la actuación de los sujetos, y permite su recreación en diferentes partidas.

Consideramos *juego* a partir de las nociones de Johan Huizinga (1972), argumenta que el juego es una característica fundamental de los seres humanos, 'homo ludens'. Todo juego significa algo por el hecho de albergar un sentido, su esencia se revela en él, la presencia de un elemento simbólico. Así, el juego

debe ser comprendido como factor intrínseco de la reproducción de la vida cultural, y no de una actividad que deviene de la característica lúdica de la conducta humana.

En esta perspectiva, el juego manifiesta una connotación de función social, porque permite la reproducción de representaciones y prácticas sociales. Su comprensión requiere considerar el valor de su significado, la estructura de juego la experiencia de los jugadores y contexto en el que se desarrolla. Así, nos enfocaremos en la interacción grupal de los miembros de ambos equipos, a partir de sus experiencias y significaciones respecto a la práctica competitiva de juego en League of Legends.

Según la evidencia etnográfica, los sujetos estudiados no sólo son jugadores de videojuegos, sino se desenvuelven en otras actividades, son trabajadores y/o estudiantes en sus respectivas áreas de especialización. Por ende, su dinámica grupal se desarrolla en situaciones relacionadas al de juego competitivo, como reuniones, entrenamientos, torneos, viajes, gestión de imagen grupal, manejo en redes sociales, negociaciones con managers y auspiciadores, etc. En este marco, identificamos que las prácticas se desenvuelven en dos planos de representación: físico, durante actividades en espacios físicos; y virtual, inmersos en entornos figurados del videojuego e internet.

Luego, nos aproximaremos al análisis de su identificación como miembros de sus respectivos equipos a través de nociones planteada por Michel Maffesoli (1990). El autor afirma que en las sociedades postmodernas se suscita un “regreso de lo arcaico”, donde los jóvenes expresan conductas grupales de características tribales. Expresado como el rechazo a la asignación de residencia y certidumbre a la identidad estable. Sumado a la emergencia de solidaridad social en las agrupaciones juveniles actuales.

De este modo, se expresa un desplazamiento en el sujeto, de una identidad estable hacia la persona con múltiples identificaciones y roles. Para Maffesoli, las características situacionales, el plano emocional y los estados afectivos de la experiencia grupal, son referentes de identificación preponderantes. Donde el individuo contrapone la frialdad del individualismo a la proximidad humana y los

lazos emotivos a través de la pertenencia a una “tribu”; compartiendo sus valores e intereses.

Asimismo, Leslie Villapolo argumenta que *“No se puede hablar de una identidad sino de un conjunto de identidades que se plasman en la conducta del papel que desempeña en un determinado momento... Una o más de estas identidades serán las ejemplificadas al interior del grupo... Definiremos identidad grupal como proceso de formación de auto concepto del grupo mismo que es determinado por las interacciones de sus miembros (que tienen como base motivaciones e intereses individuales) que son plasmados en actividades que tienen un espacio y tiempo definidos”* (1991: p. 19).

En este sentido, indagaremos en los referentes de identificación de manera inductiva, a través del análisis de diferentes variables culturales de su dinámica grupal, como juego, performance, territorialidad, consumo, micropolítica, distinción y masculinidad, desde las historias individuales de los jugadores, proceso de conformación, trayectoria de los equipos, y prácticas relacionadas al juego competitivo.

El trabajo de campo inició en el mes de julio del año 2013, con la búsqueda de torneos de videojuegos, jugadores y equipos protagonistas. Continuó hasta la última semana de noviembre, período en que realizamos observación participante en el evento competitivo World Cyber Games 2013 Perú. Posteriormente, llevamos a cabo entrevistas a los miembros de los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT), sus respectivos managers, gestores de comunidades y competencias locales en League of Legends.

Además, observamos cabinas de juego céntricas de la ciudad, como en el Centro Comercial Arenales situado en el distrito de Lince, y en el Shopping Center en San Miguel. Por último, mantuvimos conversaciones con jugadores aficionados e indagamos en comunidades, foros y páginas de internet vinculadas a League of Legends y videojuegos en general.

La manera en cómo secuenciaremos y sistematizaremos la presente investigación se divide en siete partes. Primero, presentaré una revisión puntual sobre la trayectoria del fenómeno videojuegos, desde sus inicios hasta la

actualidad, resaltando las implicancias socioculturales de su desarrollo, y un balance sobre las principales perspectivas académicas sobre el tema.

Segundo, nos enfocaremos en el videojuego League of Legends, sus antecedentes, difusión y práctica competitiva global. También nos referiremos la reinterpretación local y las lógicas competitivas que emergen en Lima a partir de la interacción de jugadores y gestores. En esta sección también describiremos someramente los elementos estructurales de juego: espacios, normas, roles, y performance.

Tercero, nos referiremos al contexto competitivo de videojuegos en Lima, desde su formación en los últimos años de la década del 90 y consiguiente desarrollo hasta la actualidad. Resaltaremos la trayectoria y rol de las cabinas de juegos como espacios donde emergieron dinámicas grupales en función a la competencia entre jugadores y equipos. Después, plantaremos aspectos principales del contexto competitivo actual de videojuegos en Lima, caracterizados por la gestión y participación en torneos locales e internacionales.

Cuarto, detallaremos la experiencia de campo en el festival Word Cyber Games 2013- Perú, como fase clasificatoria de uno de los torneos más importantes del mundo. Evento acontecido el último fin de semana del mes de agosto del año 2013, en el Centro de convenciones María Angola, distrito de Miraflores. Cuya final en el videojuego League of Legends fue disputada por ambos equipos considerados en esta investigación: Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT).

Quinto, nos enfocaremos en los jugadores de cada equipo, principalmente aspectos de sus vivencias y valoraciones personales referidas a los videojuegos, priorizando su experiencia como jugadores competitivos en League of Legends. Además, nos referiremos a los procesos de conformación, trayectoria, gestión y dinámica grupal de sus respectivos equipos.

Sexto, desarrollaremos el análisis conceptual de los elementos culturales en los grupos investigados. Iniciaremos con la identificación de grupos y ámbitos de interés, y luego emplearemos enfoques conceptuales de identificación, juego, performance, territorialidad, consumo, micropolítica, distinción y masculinidad. Finalmente, plantaremos conclusiones de la investigación en conjunto.

I. Videojuegos: Panorama y aproximaciones de estudio

En este capítulo presentaremos un panorama sobre los videojuegos. El lector podrá aproximarse al fenómeno, implicancias de su consumo y reflexiones académicas. Procuraremos no profundizar en aspectos técnicos y enfatizaremos en los usos e innovaciones que influenciaron en el modo de entretenimiento en los usuarios, e implicancias socioculturales de su consumo. Luego, esbozaremos un balance resumido sobre los estudios y enfoques de estudio sobre el tema de videojuegos, haciendo énfasis en psicología, comunicación, sociología y antropología.



1.1 Sobre los videojuegos

Desde sus comienzos, la progresión de los videojuegos es un importante factor de innovación tecnológica. Comprender el fenómeno implica considerar el tránsito de oralidad a escritura, y posteriormente a la informática (Levis: 1997). Así, hemos llegado a un estado tecnológico donde se puede digitalizar cualquier tipo de contenido y formato, incluyendo sonido, texto, video y gráficos. Información que es procesada por las aplicaciones en los dispositivos electrónicos, y puesta a disposición de los usuarios.

Específicamente, la unión de lo electrónico y lo digital permite que los contenidos simbólicos aparezcan de manera sucesiva y simultánea a distintas velocidades, dependiendo de las características particulares de procesamiento de los aparatos y las funciones de sus correspondientes aplicaciones (Quiroz y Tealdo: 1996). En este sentido, los videojuegos ofrecen contenidos, gráficos, sonoridades y ficciones de características sofisticadas según el caso. Además, presentan diferentes características de inmersión e interactividad (Ryan: 2001), disponibles en una gama amplia de aparatos tecnológicos y títulos de videojuegos, adecuados a las demandas de los usuarios.

Es complicado señalar cuál fue el primer videojuego debido a las definiciones que se han ido estableciendo sobre el concepto. Franqueando esta controversia, podemos considerar como primer videojuego analógico al Dispositivo de Entretenimiento de Tubos de Rayos Catódicos, creado por Thomas T. Goldsmith Jr. y Estle Ray Mann en el año 1947, que simulaba el lanzamiento de misiles (Rabin: 2005).

Posteriormente, en la década de los 50, se desarrollaron los videojuegos pioneros, como *Ajedrez*, diseñado en 1950-1951 por Claude Shannon. Este fue el primer artículo publicado sobre problemas de ajedrez, cuando aún no se habían programado computadoras para jugarlo. Luego, Alexander S. Douglas diseñó Nought and Crosses (OXO o “ceros y cruces”) en 1952, consistió en una versión computarizada del tres en raya que permitía enfrentar a un jugador humano contra la máquina. Después, En 1958 William Higginbotham diseñó Tennis for Two (Tenis para dos), un simulador de tenis de mesa para

entretenimiento de los visitantes del Brookhaven National Laboratory (Belli y López: 2008).

La aceptación y popularización de los videojuegos entre los niños y jóvenes estadounidenses se puede rastrear hacia la primera mitad de la década de los 70', cuando se lanzó al mercado la primera consola de videojuegos doméstica Magnavox Odyssey, y los videojuegos Pong y Space Invaders, de la empresa Atari, instalados en lugares públicos, como bares, aeropuertos y salones de billar, correspondiente a la tradición de los juegos electrónicos llamados *pinball*. Marcan un hito en el progreso de los videojuegos, e inician su etapa industrial (Belli y López: 2008), donde el consumo de videojuegos se inserta de forma gradual en las prácticas de entretenimiento en el sector juvenil, predominantemente masculino.

La consola doméstica de videojuego resultó una fórmula atractiva, ya que se basó en la combinación del *pinball*, juego tecnológico característico de la época, y un televisor, referente principal de la creciente inserción de la modernidad en los hogares (Levis: 1997).

El fenómeno representó la implementación de tecnologías que unificaban de manera complementaria la electrónica y la informática en el ámbito cotidiano, que anteriormente fueron de uso exclusivo de especialistas e investigadores enfocados en el desarrollo y uso de sistemas de inteligencia artificial, administración y estrategia militar (Roszak: 1988). Además, proporcionó al usuario la capacidad de actuar sobre lo que pasaba en la pantalla, es decir *“Combinar la multiplicación de estímulos y el dinamismo visual de la participación activa del usuario. Esto los convierte (a los videojuegos) en pioneros de un nuevo concepto: el multimedia interactivo”*. (Levis: 1997, p. 36).

La interactividad es una característica preponderante en el fenómeno de los videojuegos, y es clave para entender su práctica. En términos generales, *“Es la capacidad de respuesta de un medio (receptor) para modificar su funcionalidad o mensaje a partir de las decisiones de control de una persona o grupo de personas (emisor/es), dentro de los límites de su lenguaje y diseño”* (Zangara y Sanz: 2012, p. 85).

Es decir, se basa en el intercambio de información entre el usuario (receptor) y el sistema (emisor), y en la posibilidad que ofrece al usuario de incidir de manera directa en el desarrollo no-lineal del mensaje emitido hasta el grado establecido por el sistema. También involucra al volumen de información que el sistema es capaz de procesar y transmitir, para replantear una nueva circunstancia de interactividad.

A su vez, la jugabilidad es una característica que involucra a las cualidades de interactividad que el juego incluye, se refiere a las opciones que plantea al usuario para interactuar con el mundo virtual y la forma en que este reacciona a las elecciones que el jugador realiza (Rouse: 2001). Esta noción nos remite a las estructuras de interacción del usuario con el sistema de juego y con otros jugadores, que permiten definir el grado en el que el usuario se involucra en una realidad virtual determinada (Eguia, Contreras y Solano: 2013).

Los usuarios indican las elecciones de juego a través de controladores o dispositivos periféricos de entrada. El mercado de videojuegos ofrece una gama muy diversa de dispositivos: mandos de control, teclados, mouses, pistolas, pantalla táctil, micrófonos, palancas, volantes, tableros de control, sensores de movimiento, etc. La asignación y modo de empleo de un controlador depende del aparato y del videojuego en cuestión. Según su género y temática, se plantean un conjunto de acciones disponibles en la interfaz del usuario, donde se eligen las opciones. De este modo el jugador emite mensajes, información y órdenes, influyendo en la situación y experiencia de juego.

De este modo, la innovación en tecnología de videojuegos ha influido en los mecanismos de entrada de información. Por ejemplo, las actuales consolas Nintendo WI U, PlayStation 4 y Xbox One, podrían contar con mecanismos que reconocen el movimiento de los ojos, la sonoridad de la voz y los movimientos corporales. Posibilitando experiencias de juego más complejas que los aparatos de hace dos décadas, con la finalidad de incrementar la experiencia de inmersión y las opciones de jugabilidad en los usuarios.

Sobre el particular, Esteban Gonzales Clua, doctor en informática de la Universidad Federal Fluminense, en el Seminario Play: Videojuegos e

Innovación Tecnológica (PUCP 2012), señaló que los retos y futuro del desarrollo de hardware (aparatos) y software (programas) relacionados a videojuegos, se enfocan en los aspectos de computación gráfica (diseño, iluminación, reflejos, partículas, etc.), física de los cuerpos (flexibilidad, colisiones, fluidos y sonido), e inteligencia artificial (animación biomecánica, cinematografía, interactividad, etc.).

Respecto a los aparatos, la industria de los videojuegos ha desarrollado una cantidad muy considerable. Nuestro objetivo no es brindar descripciones detalladas de estos, sino plantearémos categorías básicas. Los dispositivos pueden ser agrupados en cuatro tipos, y a pesar de sus similitudes en tanto esquema, las características particulares de cada soporte condicionan los modos de uso y las aplicaciones de videojuegos específicos (Levis: 1997):

1. Máquinas recreativas: Suelen estar instalados en salones de entretenimiento, llamadas genéricamente *arcade*. Su mecanismo habitual consiste en el cobro de una moneda o ficha a cambio de un turno de juego.
2. El ordenador: Incluye a computadoras, laptops y sus dispositivos periféricos correspondientes, como audífonos, *gamepad*, teclado, mouse, etc. En el medio local el usuario puede contar con una computadora personal propia, o acceder a sus servicios en cabinas de juegos.
3. Videoconsolas: Son aparatos especializados en el uso de videojuegos, requieren la conexión a un televisor o pantalla. Actualmente, las consolas vigentes son XBOX ONE, Nintendo Wi U y Playstation 4. Los usuarios cuentan con dispositivos propios, o alquilan el servicio en locales de entretenimiento.
4. Consolas portátiles: Caracterizadas por su tamaño reducido, movilidad e incorporación de la pantalla de visualización. Los dispositivos más

difundidos en la actualidad son Nintendo DS, PlayStation Portable, y sus respectivas variantes³.

Así también, los géneros, temáticas, contenidos, y títulos de los videojuegos se han complejizado y multiplicado. No ahondaré en estas cuestiones, sólo mencionaré los géneros más representativos: *Beat them up* (pelea a progresión), lucha, acción, infiltración, plataforma, simulación de combate, *arcade*, deportes, carreras, agilidad mental, educación, aventura, musicales, juegos *on-line*, etc. (Belly y López: 2008).

La teoría ponderada del videojuego lo define como un medio que agrupa cuatro componentes elementales: gráficos, interfaz, actividad del jugador y algoritmo (Wolf y Perron: 2003). Los gráficos se refieren al tipo de visualización en una pantalla que produce algún tipo de imagen, que han de encontrarse en una pantalla electrónica y presentar un componente controlado por el usuario.

La interfaz se encuentra en la frontera entre el jugador y el propio videojuego. Incluye elementos como la pantalla, los periféricos o controles de entrada y los elementos gráficos interactivos. La interfaz es el punto de unión entre la entrada y la salida de información, entre el hardware (aparato) y el software (videojuego), entre el jugador y el aparato de juego, representa el portal a través del cual se desarrolla la actividad del jugador. Además, está establecido por las características de interactividad y jugabilidad.

La actividad del jugador es el centro de la experiencia del videojuego. Consiste básicamente en la entrada de datos por medio de la interfaz del usuario, e implica dos ámbitos de actividad. La *diegética* estriba en lo que hace el avatar del jugador en el espacio virtual del juego, la inmersión a través de la trasfiguración y actuación como personajes. Y la *extradiegética* se refiere la actividad física en el uso de un aparato para conseguir un resultado determinado. De esta dicotomía devienen los planos de representación físico y virtual, considerados en el análisis conceptual referido a performance y territorialidad, de la presente investigación.

³ En este campo también incluimos a los teléfonos móviles, tanto convencionales como inteligentes, que ofrecen la posibilidad de reproducir una gama muy amplia de videojuegos.

El algoritmo es el programa o configuración matriz que contiene el conjunto de procedimientos que controlan el juego en absoluto, como gráficos, sonido, procesamiento de información, entorno virtual, parámetros de interacción, inteligencia artificial, etc. En resumen, el algoritmo define la *representación* (simulación del mundo virtual del juego), *respuestas* (acciones y reacciones que produce el algoritmo como respuesta a las situaciones de juego), *normas* (limitaciones que se imponen a las actividades y representaciones, regulan las respuestas y los movimientos del juego), y *aleatoriedad* (impredictibilidad para que el juego sea diferente cada vez y no monótono).

Por otro lado, los contenidos simbólicos de videojuegos con mayor difusión se refieren a temáticas relacionadas a violencia, como guerra, pelea y competencia. Además, evocan implícitamente el sexismo a través de atribuciones de roles, estéticas en personajes y ficciones, como representaciones de género asociados a modelos de masculinidad tradicionales. Así, los videojuegos comúnmente son considerados juguetes para hombres, propiciando un consumo predominantemente masculino.

Además, la ubicación de los dispositivos de videojuegos fue preferentemente en lugares públicos asociados al ocio y entretenimiento masculino, como bares y salones de juego. Esta tendencia se mantiene en el contexto de consumo de videojuegos en lugares públicos de Lima. Los locales de cabinas de juegos y alquiler de consolas suelen estar situadas en centros comerciales y zonas concurridas de la ciudad. Cuya concurrencia evidencia un público consumidor masculino de alrededor 90%, según las observaciones del trabajo de campo.

Sin embargo, el desarrollo de nuevas temáticas y dispositivos compatibles para videojuegos han promovido el aumento de un público consumidor femenino. También influenciado por la disminución entre las brechas sobre representaciones de género relacionadas a lo lúdico, uso de espacios públicos, y por la creciente participación de las mujeres en actividades que solían ser consideradas tradicionalmente para hombres. Estos prejuicios se van diluyendo en el imaginario de un sector juvenil, que considera a los videojuegos como una alternativa de entretenimiento tanto para varones y mujeres.

Así, una nota publicada por el diario *Publimetro*, afirmó en abril del 2014 que el porcentaje de mujeres *gamers* (48%) está por equiparar al de los hombres (52%), una tendencia que viene sucediendo desde el 2008. Este estudio fue realizado por la **Entertainment Software Association, empresa dedicada a los negocios y publicidad en videojuegos, a partir de una muestra de 2.200 hogares estadounidenses. Sostiene que la** apertura de la industria del entretenimiento por personajes mujeres como elemento central de la historia, y su participación como personajes jugables, contribuyó a esta tendencia.

En el ámbito local, el consumo de videojuegos en Lima es notorio. Observaciones en diversas zonas de la ciudad evidencian cuenta sobre numerosas tiendas de venta de tecnología en videojuegos, además de lugares de entretenimiento, alquiler *videoconsolas* y computadoras. Por ejemplo, los principales centros comerciales de la ciudad presentan tiendas de videojuegos y salones de entretenimiento electrónico. A su vez, se evidencia el uso extendido de dispositivos móviles que permiten a sus usuarios el uso de videojuegos.

Las cuestiones mencionadas dan cuenta acerca del fenómeno videojuegos, desarrollo de su industria, implicancia en prácticas de entretenimiento y tendencias de consumo en el ámbito local. A continuación, esbozaremos un balance sobre el estudio académico del fenómeno videojuegos.

1.2 Aproximaciones de estudio

Mark J. P. Wolf y Bernard Perron sostienen que:

“Actualmente el videojuego es considerado todo tipo de cosas, desde ergódico (de trabajo) hasta lúdico. Se lo considera narración, simulación, performance, re-mediación (paso de un medio a otro) y arte; una herramienta potencial para la educación o un objeto de estudio para la psicología del comportamiento; un medio para la interacción social, y –no hace falta decirlo- un juguete y un medio de distracción. Asimismo, el campo emergente de la teoría del videojuego también constituye el punto de convergencia de una gran variedad de enfoques, que incluyen la teoría del cine y la televisión, la semiótica, la teoría de la performance, los estudios del juego, la teoría literaria, la informática, las teorías del hipertexto, el cibertexto, la interactividad y la identidad, el posmodernismo, la ludología, la teoría de los medios de comunicación, la narratología, la estética y la teoría del arte, la psicología, las teorías de los simulacros, entre otros. El hecho es que el estudio de los videojuegos se ha convertido en un punto de convergencia del pensamiento teórico contemporáneo” (2003, p. 2).

Las primeras publicaciones acerca de videojuegos fueron escasas y realizadas por aficionados enfocados en su programación, versan principalmente sobre su potencial de entretenimiento y negocio. Desde su fase experimental eran considerados como juguetes que favorecían actividades no útiles, tal como es imaginado en algunos sectores de la sociedad en la actualidad. Luego, con la aparición de los videojuegos en salas recreativas y hogares, se hicieron publicaciones y reseñas respecto al mercado de videojuegos.

En los años setenta se publicaron artículos sobre videojuegos en revistas para administradores de salones, como atractivas máquinas “tragamonedas”. Por ejemplo: PlayMeter en 1974 y Star Tech Journal en 1979. Así también, se publicaron los primeros libros especializados como: Consumer Microelectronics: Electronic Video Games, de Creative Strategies (1976); Video Games, de Len Buckwalter (1977), y *The Complete Book of Video Games*, de Consumer Guide (1977), que enfatizaron sobre aspectos técnicos del desarrollo de videojuegos.

Luego, en los ochenta, a raíz de la difusión de la computadora personal y emergencia del sector empresarial de videojuegos, se crearon revistas y libros dirigidos principalmente a los coleccionistas, aficionados a videojuegos e interesados en la electrónica. Empresas de videojuegos como Activision, Atari, Coleco, Imagic, Mattel y Magnavox lanzaron sus propias revistas, a la par de la publicación de una cantidad considerable de libros como *The Winner's Book of Video Games*, de Craig Kubey, *How to Beat the Video Games*, de Michael Blancet, o *Ken Uston's Guide to Buying and Beating Home Video*, que se refirieron a descripciones, reseñas y guías de juego.

Asimismo, en esta década se gestó el interés de estudio por los videojuegos desde perspectivas históricas y psicológicas. El primer libro histórico fue *Phoenix: The Fall and Rise of Home Video Games* (1994), de Leonard Herman; y uno de los estudios psicológicos pioneros fue *Mind at Play: The Psychology of VideoGames* (1983), de Geoffrey R. Loftus y Elizabeth F. Loftus (1983). Este último indagaba sobre las motivaciones psicológicas de los usuarios, la vinculación de juego con el sistema cognitivo (atención, percepción y memoria), motricidad y toma de decisiones. Esta perspectiva se mantiene actualmente en algunos estudios psicológicos sobre consumo de videojuegos.

Luego de la quiebra en la industria de los videojuegos acaecida en 1984 se desarrollan innovaciones en su tecnología. El lanzamiento del primer Nintendo (NES) representa la siguiente generación de consolas, logrando gran difusión en el mercado. Simultáneamente, se incrementa el interés académico por los interactivos multimedia, considerados como un nuevo medio de socialización y posteriormente “objeto cultural” (Wolf y Perron: 2003).

En la década de los noventa se situaba a los videojuegos al nivel de otros medios como la televisión y cine. Pronto el tema ganó respetabilidad e interés académico, y a lo largo de los años siguientes creció su poder de representación y su status de objeto cultural. El libro *Playing With Power: Movies, Television, and Video Games from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* (1991), de Marsha Kinder, da cuenta respecto al inicio de esta tradición.

Actualmente, consideramos la industria y consumo de videojuegos como fenómenos inscritos en un proceso global ligado al desarrollo y difusión de tecnologías en información y comunicación. Que propicia un nuevo modo de experiencia llamado “vida digital”, cuya característica principal radica en la inserción e influencia de aparatos y contenidos digitales en nuestras vidas cotidianas (Villanueva: 2010). Estas discusiones motivan a diferentes investigadores a enfocarse en las implicancias psicológicas, sociales y culturales a partir del consumo de videojuegos y respectivos contenidos.

Desde las ciencias de la comunicación los videojuegos han sido estudiados por autores como Roxana Morduchowicz, Diego Levis, Diego Golte y Patricia Marks. Autores que se enfocaron en las características comunicativas, modos de percepción, acceso a realidades virtuales, cualidades de los contenidos simbólicos, construcción de identidades, y consecuencias de su consumo en los niños y jóvenes. También, consideran el fenómeno industrial de los videojuegos como un rubro importante en la industria del entretenimiento e innovación tecnológica.

En psicología, autores como Patricia Córdova y Sherry Turkle, estudiaron las consecuencias adictivas por el uso desmedido de videojuegos. Argumentan sobre una patología psicológica, donde la adicción es una forma de escape o evasión de la realidad, motivado por problemas de autoestima y conflictos familiares. Esta característica conlleva a la dependencia, pérdida de capacidades de sociabilidad, conflictos en la vida cotidiana y comportamientos violentos y mentalidad sexista, a partir de las cualidades de los contenidos simbólicos en los videojuegos, orientados hacia la violencia física y representaciones de género machistas. Complementariamente, otros estudios psicológicos se aproximan al estudio de capacidades creativas, cognitivas y perceptivas en los usuarios de videojuegos (Estallo: 1997).

La perspectiva patológica respecto al consumo de videojuegos inicia en los años noventa, la mayoría de estudios lo estigmatizan y comparan con otras actividades de juego socialmente más aceptadas. Por nuestra parte, consideramos al fenómeno como una experiencia mediática singular de nuestra época con características propias según el caso de estudio. No desestimamos

las conclusiones referidas al potencial adictivo del consumo de videojuegos, sino alentamos a complejizar su perspectiva, reconociendo la especificidad del caso y su lugar en la cultura mediática.

Por su parte, las ciencias sociales han estudiado principalmente los contenidos simbólicos de los videojuegos, influencia en el imaginario y rol de socialización en sus usuarios. Es decir, analizan las representaciones sociales abstraídas en su jugabilidad, temáticas, ficciones, personajes y estéticas.

Autoras como Eugenia López Muñoz (2010), sostienen que la mayoría de representaciones sociales referidas en los contenidos de videojuegos reproducen tendencias de las principales industrias culturales de entretenimiento, como televisión, cine, literatura, música, etc. Donde predominan alusiones a violencia física y desigualdad de género, fomentando y reafirmando indirectamente estos imaginarios en sus consumidores.

Por su parte, Cristian López Raventós (2008) sostiene que los videojuegos son un elemento de socialización determinante con las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC). Donde niños y jóvenes adquieren capacidades y desarrollan habilidades diversas a través del consumo de videojuegos, influyendo en su dominio, aprecio y valoraciones respecto a la tecnología y el mundo.

El autor critica la noción académica de *impacto* de videojuegos – y tecnología en general - en las personas y sociedad, debido a que asume a priori la pasividad de los usuarios respecto al consumo tecnológico. Propone una *lectura* del entorno de consumo de videojuegos al considerarlos como herramientas de interacción y no aislamiento, que propician espacios físicos y virtuales de juego, lugares de socialización entre jugadores, donde tienen la oportunidad de expresar emociones reales en un contexto virtual. Esta perspectiva resalta la especificidad del caso de consumo de videojuegos.

En el medio académico local, el texto *Videojuegos o los compañeros virtuales* (1996) es uno de las primeras investigaciones en abordar el tema desde un enfoque interdisciplinar. María Teresa Quiroz y Ana Rosa Tealdo consideran las

perspectivas comunicacionales, psicológicas y socioculturales, basándose en datos empíricos de encuestas realizadas en distintos colegios de Lima.

Afirman que *“El videojuego como fenómeno tecnológico, como negocio, y como práctica social extendida, se convierte en la oportunidad para reflexionar acerca de sus implicancias culturales, en el desarrollo cognitivo, en los rituales de socialización y en los modos de percepción de lo real y de lo representado”* (p. 13). Así, indagaron sobre el lugar que tiene el videojuego en la vida personal y relacional de sus usuarios, el vínculo entre usuario y aparato para finalmente esbozar una teoría más amplia respecto a la función social de la práctica de videojuegos.

La perspectiva antropológica considera a los videojuegos como *“Una forma cultural que hibrida cultura de los medios audiovisuales a la lógica del juego (...) como un conjunto de prácticas relacionadas con el consumo, el ocio y los compañeros de sociabilidad”* (Ardévol, Roig, San Cornelio, Pagès, Alsina: 2006, p. 1)⁴. Se resalta la diferencia entre el videojuego como representación narrativa, y la experiencia de inmersión por el acto mismo de juego. Así, el consumidor no es simple espectador, sino tiene un rol activo en la significación, manejo y uso de los contenidos. Además, puede relacionarse con otros jugadores a partir de la experiencia de juego,

Así, la experiencia de juego es planteada como *“una sinfonía visual-motora, auditiva, de toma de decisiones, y una historia real-virtual única, que produce una nueva forma de arte de acción co-producido por jugadores y diseñadores de juegos (Gee: 2006, p.61)”*⁵, donde la inmersión se basa en la transfiguración del usuario en el personaje que se construye, y en las acciones que despliega en el entorno del juego.

⁴ Traducción nuestra.

⁵ Traducción nuestra. Citado en Elisenda Ardévol, Antoni Roig, Gemma San Cornelio, Ruth Pagès, Pau Alsina. Game pleasures and media practices. Open University of Catalonia – UOC: 9th Bi-Annual Conference, Bristol, UK, 18th-21st September 2006. P. 2.

Elisenda Ardévol (2006) sostiene que la práctica de videojuegos implica construcción de comunidades, con objetivos internos y valores de identidad. Además, argumenta que la actividad de juego tiene un rol en la producción y reproducción social de los mundos simbólicos. Son las formas culturales que generan nuestro sentido de lo que es realidad y ficción. En última instancia, los videojuegos son una forma cultural importante para entender la influencia de las prácticas de los medios de comunicación en las experiencias sociales y en los significados ligados al juego y al placer.

Adicionalmente, la masificación en consumo de videojuegos se debe en gran medida a la posibilidad de interactuar a tiempo real con otros usuarios, en opciones de juego *multijugador*. La categoría de *juego en línea* se refiere a la condición que tienen los usuarios de conectarse a internet para acceder a la plataforma virtual del videojuego. En nuestro caso, la experiencia de juego en League of Legends resulta de la complementariedad entre diferentes tecnologías: el videojuego como programa informático, las computadoras como aparatos, e internet como medio de conectividad entre los usuarios. Así, expresa los tres elementos que integran la llamada *vida digital*: un conjunto de aparatos, las aplicaciones de software y formación de redes sociales (Villanueva: 2010).

En este sentido, señalamos los planteamientos empleados en antropología para el estudio de internet. Se refieren a internet como un medio de representación, donde la interacción entre usuarios fomenta la negociación y emergencia de comunidades virtuales, a través de prácticas de sociabilidad, establecimiento de normas, mecanismos de control, etc. (Rheingold: 1996).

Christine Hine (2010) señala que los primeros estudios sociológicos sobre internet se basaron en proyecciones sobre el impacto de internet en diferentes ámbitos de la vida social humana, menciona dos asunciones académicas en el estudio social del Internet. Primero, la “era de la información” es un resultado de la lógica de las preocupaciones de la sociedad moderna acerca de la racionalidad, vigilancia y control de la organización social, como continuidad ineluctable a los desarrollos históricos previos. Segundo, considerado una manifestación postmoderna, contestataria en contra de un orden social previo, una etapa discontinua radical que tiene la capacidad de inducir el cambio social,

pero que aún no ha consolidado su potencial para poder revolucionarla. La autora sostiene que su labor como investigadora social no es la futurología, *“el agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella”* (2010, p. 13).

Los lineamientos metodológicos que la antropología emplea para el estudio de temas vinculados a internet son la etnografía virtual, etnografía digital, etnografía de la red y ciber-etnografía. *“Las diversas formas de conceptualizar la etnografía virtual están asociadas con una reflexión sobre el trasfondo cultural de internet y sobre el diálogo de las experiencias y las interacciones sociales con ese trasfondo cultural. Internet es un lugar rico en interacciones sociales donde la práctica, los significados y las identidades culturales se entremezclan a través de diversas vías. Las formas de relación social en el escenario virtual suponen un reto para los investigadores sociales y abren nuevos campos para el análisis en el terreno de la metodología cualitativa.”* (Daniel Domínguez, Anne Beaulieu, Adolfo Estalella, Edgar Gómez, Bernt Schnettler & RosieRead: 2007, p. 1).

La complejidad del objeto de estudio suscita el replanteamiento y discusión de problemas etnográficos tradicionales, como representación, interpretación, cuestiones éticas, relación con los sujetos de estudio, participación en el campo y construcción del discurso etnográfico. En esta perspectiva, los contenidos e información inmersos en el recurso tecnológico representan el objeto de estudio y también configuran herramientas metodológicas. Característica que otorga particularidad a la etnografía virtual, e invita a investigadores a plantear variantes creativas.

También, autoras como Mónica Greschke y Simona Isabella (2007) plantean la complementariedad de herramientas etnográficas virtuales (*online*) y tradicionales (*offline*), con el objetivo de explorar relaciones entre las prácticas e imaginarios referidos a los espacios físicos y virtuales de representación. En este sentido, Hine sostiene que las *“etnografías online”* dan cuenta del estudio de Internet como cultura, y la *“etnografía offline”* plantea el estudio del internet como *artefacto cultural*, es decir, como un tipo de tecnología producida, manipulada y percibida por los usuarios. Así, la complementariedad entre estos enfoques etnográficos *“...puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los*

significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella.” (Hine: 2010, p. 17).

Por su parte, Elisenda Ardévol sostiene que las nociones de *cultura de internet* o *cibercultura* suelen emplearse para “...teorizar sobre las nuevas formas de sociabilidad en torno al uso de internet, tanto para explicar la emergencia de los patrones culturales en línea, como para hacer referencia a grupos y movimientos sociales que toman internet como el centro de sus actividades e incluso como factor esencial de su misma existencia como colectivo” (Ardévol: 2002, p. 3).

La autora agrupa en tres categorías sus perspectivas de estudio:

- a. El análisis de la cultura de internet o cibercultura como nuevo modelo cultural, influido por teorías materialistas y evolucionistas sobre la cultura. Que plantean el análisis de internet como nueva forma cultural a partir de su potencial de cambio y transformación de los diferentes ámbitos de la sociedad.
- b. El análisis de la cultura de internet o cibercultura como parte del sistema cultural. Sugiere el análisis de internet a partir de las interacciones *online* de sus usuarios, y destaca la emergencia de patrones culturales a partir de la socialización en línea.
- c. El análisis de la cultura de internet o cibercultura como categoría *emic*. Propone el estudio de la cibercultura en tanto sistema de símbolos que dan sentido a la experiencia de internet en los propios usuarios. Evidenciando la necesidad de comprender el modo en como internet influye en las propias formas de percepción de las relaciones sociales, la subjetividad, la identidad y la dinámica dentro y fuera de la red.

En la actualidad, la aproximación cultural al estudio de casos relacionados a internet es afín estas dos últimas categorías.

II. ¿Qué es League of Legends?

En este capítulo describiremos el videojuego League of Legends: antecedentes, ámbitos competitivos, elementos estructurales, desarrollo de una partida y experiencia de juego. Nos encontramos en la dificultad de explicar un videojuego a través de texto escrito, sumado a que algunos lectores podrían situarse poco familiarizados al tema de videojuegos y tecnología. Sin embargo, brindaremos una idea comprensible sobre el juego a través de descripciones sencillas.

Básicamente, imaginemos la estructura de este videojuego similar al fútbol soccer, donde dos equipos compiten sobre un campo de juego, tienen una cantidad estable de miembros, roles establecidos, desenvuelven acciones colaborativas y disputan la victoria a partir del dominio del terreno enemigo. Además, consideremos que la naturaleza de ambos juegos permite su reproducción ritual, donde las cualidades en el desarrollo de cada partida son únicas. Jamás una partida es igual a otra.

De un modo semejante pensemos en sus dinámicas competitivas. Se evidencia la actividad de gestores del deporte electrónico (*e-sport*); plantales de equipos o clubes; ritmos de entrenamiento; procesos clasificatorios; participación en torneos locales, nacionales, continentales e internacionales; mercado de jugadores; y lógicas de auspicio. A su vez, la experiencia de juego tiene características grupales sinérgicas, conflictivas y emocionales.

Establecida esta comparación, iniciaremos mencionando los antecedentes del videojuego League of Legends.

2.1 Antecedentes

League of Legends fue creado la empresa estadounidense dedicada al desarrollo y distribución de videojuegos Riot Games Inc. Fue lanzado al mercado en octubre del año 2010, desde sus inicios generó expectativa entre los aficionados, gran número de jugadores, alto rendimiento económico y desarrollo de dinámicas competitivas. Su membresía es gratuita y su cobertura es global a través de sus servidores de juego sectorizados: Norteamérica, Europa Oeste, Brasil, Europa Nórdica y Este, Latinoamérica Norte, Latinoamérica Sur, Turquía, Rusia, Oceanía, China y Corea.

League of Legends pertenece al género Multiplayer Online Battle Arena (MOBA), cuya traducción al español es 'Arena de batalla para varios jugadores en línea'. Los aficionados comúnmente emplean el término 'MOBA' para referirse a esta categoría de videojuegos, y 'LOL' para referirse a League of Legends. Los MOBA se caracterizan por la contienda estratégica a tiempo real entre dos equipos de cinco jugadores respectivos. El objetivo principal radica en la conquista del territorio enemigo, donde mediante acciones colaborativas y de contienda entablan batallas sucesivas para asesinar a sus contrincantes, destruir las construcciones defensivas y la base principal del equipo contrario.

League of Legends está inspirado en Dota 1 (*Defense of the Ancients*), un videojuego que generó millones de seguidores en el mundo y fue una categoría principal en torneos internacionales de *e-sports* (deportes electrónicos) durante varios años. Dota 1 es un juego diseñado a partir de funciones personalizadas del laureado videojuego Warcraft III. En términos sencillos, es un juego dentro de otro juego, su práctica y modificación está condicionada por el videojuego original.

Los profesionales de Riot Games Inc. visualizaron el potencial de masividad y competencia en la dinámica de juego en Dota 1, y crearon su propio título llamado League of Legends. Insertaron sus propias innovaciones y generaron una industria propia, fomentando circuitos propios de competencias y autonomía frente a la marca *Warcraft III*. Un proceso similar sucedió con la empresa estadounidense Valve Corporation, en julio del año 2013 lanzó su propio título llamado Dota 2. En la actualidad, junto a *League of Legends*, son las dos

principales marcas competidoras en el mercado de videojuegos MOBA a nivel mundial.

La masividad de League of Legends fue sorprendente desde su lanzamiento. Sus desarrolladores revelaron en noviembre del año 2012 habían atraído a 32.5 millones de jugadores registrados, y 11.5 millones de jugadores activos al mes. A mediados del 2013, las cifras fueron de 32 millones de jugadores activos al mes, y una media de 12 millones de jugadores activos diariamente⁶. La empresa, se ha autoproclamado como el título más jugado en el mundo a través de la publicación de una infografía digital. Compararon la cantidad promedio de horas jugadas al día por sus usuarios, con la de otros títulos de videojuegos emblemáticos⁷. Este fenómeno posiciona a League of Legends como protagonista en la industria de los videojuegos, un fenómeno sin precedentes.

Además, la misma fuente afirma que el 90% de sus jugadores registrados son de sexo masculino, el 85% se encuentran en edades de 16 a 30 años, y que el 60% han culminado o se encuentran cursando estudios superiores.

⁶ ABC Tecnología, “League of Legends” alcanza los 32 millones de jugadores mensuales.
<http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos-pc-mac/20121012/abci-league-legends-alcanza-millones-201302060927.html>

⁷ Vandal, League of Legends se autoproclama el título más jugado en el mundo.
<http://www.vandal.net/noticia/74044/league-of-legends-se-autoproclama-el-titulo-mas-jugado-del-mundo/>

2.2 Ámbitos competitivos

League of Legends cuenta con temporadas de juego, comúnmente llamadas 'seasons'. Cada temporada se caracteriza por cambios e innovaciones en los elementos del juego, el reinicio de los procesos de clasificación competitiva, y el campeonato mundial que le pone fin.

Las partidas de juego convencionales son llamadas 'clásicas', donde se prioriza el entretenimiento. En contraste, las partidas de juego en los procesos de clasificación competitiva son llamadas 'clasificatorias', influyen en la acumulación de rango en función a la cantidad de partidas ganadas y perdidas. Así, un jugador puede formar o integrarse a un equipo, disputar los rangos y clasificarse en su servidor regional.

En cada servidor emergen equipos competitivos reconocidos por su trayectoria de clasificación y participación en torneos. La variedad de certámenes competitivos es bastante amplia, acontecen torneos organizados por la empresa Riot Games Inc., y otros gestionados por empresas e instituciones vinculadas a tecnología computacional y competición en deportes electrónicos. Además, dependiendo del torneo, las etapas de competición pueden ser de carácter presencial y/o virtual.

De este modo, se evidencian campeonatos de diversas escalas territoriales y trascendencias competitivas. Por ejemplo, en Lima se organizan torneos en las cabinas de juegos en línea como el *Shopping Center* en el distrito San Miguel y *Centro Comercial Arenales* de Lince. También, contamos con torneos de convocatoria nacional, como el Festival Tecnológico MasGamers, acontecidos en Lima y otras ciudades importantes del país.

Con una mayor trascendencia competitiva identificamos torneos continentales como el "Intel Extreme Masters", organizado por la marca de hardware Intel. También los campeonatos de clasificación internacional como World Cyber Games (WCG) y League of Legends World Championship, este último organizado por la empresa Riot Games Inc.

En este marco, durante los meses de setiembre y octubre del año 2013 aconteció el torneo "Season 3 World Championship" finalizando la tercera temporada de

juego en League of Legends, donde participaron catorce equipos representantes de Europa, Norte América, Taiwán, China, Corea, y Filipinas⁸. La fase final de competición fue presencial, donde los equipos viajaron a Culver City y Los Ángeles, en Estados Unidos. El certamen congregó a miles de aficionados, representantes de empresas computacionales, corresponsales mediáticos, y audiencias masivas en transmisiones por internet. El campeón fue el equipo coreano SK Telecom 1, ganadores de la copa y un millón de dólares⁹.

En comparación a países como Estados Unidos, Corea y China, donde los *e-sports* (deportes electrónicos) presentan mayor desarrollo y profesionalismo como, el ámbito en Lima atraviesa un proceso formativo, que se remonta aproximadamente a la década del 2000. En este sentido, los equipos de jugadores Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT), considerados en esta investigación, se desenvuelven en torneos locales y en competencias continentales, logrando reconocimiento entre los mejores equipos de Latinoamérica.

⁸Los servidores de Latinoamérica Norte, Latinoamérica Sur, Oceanía, Turquía y Rusia, no fueron considerados porque fueron recientemente implementados a mediados del año 2013, meses antes del campeonato.

⁹LEAGUEPEDIA, *Season 3 World Championship*.
http://lol.gamepedia.com/Season_3_World_Championship

2.3 Elementos estructurales del juego

Reconocemos la dificultad de presentar los aspectos estructurales de un videojuego. Sin embargo, no plantearemos una guía detallada, sino descripciones comprensibles de los aspectos más importantes del video juego. League of Legends posee aspectos normativos, temporales y espaciales, como elementos que posibilitan la experiencia de juego, regulan la actuación de los jugadores, y permiten su recreación ritualizada en diferentes partidas.

2.3.1 Campo de juego

El campo de juego en League of Legends está representado por un entorno virtual a través de gráficos digitales, no tiene realidad material. Sin embargo, posee características comunes a otros campos o tableros de juegos tradicionales: simetría, límites, recorridos, zonas y objetivos. El siguiente gráfico y respectiva leyenda presenta sus elementos principales

Figura 1. Esquema del campo de juego



- a. Lugares de aparición: Es donde inicia la partida, ambos equipos cuentan con un lugar de aparición en sus respectivas bases. En este punto

reaparecen, luego de tiempos determinados, los personajes cada vez que mueran durante las contiendas.

- b. Torres defensivas: Las torres están distribuidas regular y simétricamente en ambas mitades del mapa por los tres caminos principales. Cada equipo cuenta con torres defensivas, su objetivo es impedir el avance del equipo enemigo, atacándolos automáticamente al tenerlos en su rango de visibilidad.
- c. Objetivo principal: Cada base cuenta con un objetivo principal. Para llegar al objetivo principal enemigo es necesario destruir todas las torres defensivas en al menos en uno de los tres caminos. El equipo que logra destruir el objetivo principal enemigo es el vencedor.
- d. Tiendas de objetos: Cada base cuenta con una tienda de objetos donde los jugadores adquieren los equipamientos necesarios, en función al personaje elegido, el rol asignado y la estrategia de su equipo. La moneda de compra es acumulada durante la partida de forma proporcional a la consecución de objetivos y asesinatos enemigos.
- e. Objetivos secundarios: Son criaturas neutrales distribuidas por el campo de juego, en lugares específicos de los caminos de jungla (i) y río (j). Tienen diferentes aspectos y características, los jugadores que los cazan reciben beneficios en monedas y habilidades. Aparecen continuamente cada cierto lapso de tiempo.
- f. Camino de arriba: Llamado '*top lane*' o 'línea de arriba', es un camino principal donde están distribuidas tres torres defensivas en cada mitad del mapa. En este camino se enfrentan los jugadores que desempeñan el rol de '*top laner*', de cada equipo¹⁰.

¹⁰ Los caminos o líneas se corresponden con el desempeño de los roles de juego.

- g. Camino del medio: Comúnmente llamado '*mid lane*' o 'línea del centro', es un camino principal donde están distribuidas tres torres defensivas en cada mitad del mapa. En este camino se enfrentan los jugadores que desempeñan el rol de '*MID*' o 'medio', de cada equipo.
- h. Camino de abajo: Comúnmente llamado '*bot lane*' o 'línea de abajo' es un camino principal donde están distribuidas tres torres defensivas en cada mitad del mapa. En este camino se enfrentan los jugadores que desempeñan los roles de '*ADC*' y '*soporte*', de cada equipo.
- i. Caminos de jungla: La jungla tiene caminos que suelen transitarse como atajos y/o lugares de emboscada, entre los caminos principales. Además, la mayoría de objetivos secundarios están distribuidos esta zona. En la jungla suelen desenvolverse los jugadores que desempeñan el rol de '*jungler*' o 'junglero'.
- j. Camino del río: Este camino une transversalmente a los tres caminos principales. Está situado exactamente en la mitad oblicua del campo de juego, donde están situados los objetivos secundarios más importantes, como el Baron Nashor y los Dragones. Su captura propicia las batallas grupales más sustanciales.
- k. Límites de las bases: Las líneas punteadas representan los límites de las bases de cada equipo en los extremos opuestos del mapa. La única forma de ingresar a las bases es destruyendo todas las torres defensivas de al menos un camino enemigo.

2.3.2 Los roles de juego

League of Legends cuenta con 124 personajes diferentes, comúnmente llamados 'héroes' o 'campeones', cada uno presenta un diseño, estética y atributos diferenciados. La cantidad de personajes se incrementa conforme las temporadas van transcurriendo, los desarrolladores continuamente implementan nuevos personajes y modifican las características de los anteriores. Con el fin de

renovarlos, hacerlos atractivos para los jugadores, y balancear comparativamente sus habilidades.

Las características de los personajes consisten en tres aspectos: nombre, apariencia y habilidades ('skills'). No profundizaré sobre cada uno de los personajes, sin embargo, apuntamos que cada personaje tiene cinco habilidades especiales, relacionadas al rol de juego que desempeñan. Las habilidades incrementan su poder en el transcurso del juego, en función al nivel acumulado y a los equipamientos adquiridos.

La efectividad del juego grupal durante las partidas se evidencia en función a la complementariedad estratégica respecto a la actuación de sus respectivos roles, la sinergia entre las habilidades de sus personajes y la comunicación entre sus miembros. De un modo similar a la complementariedad en los roles de juego del fútbol.

El desempeño de los roles se relaciona a las diferentes zonas del campo de juego y a las funciones que ejecutan en las batallas. Son cinco jugadores en cada equipo, cada uno desempeña actividades específicas y complementarias. Sin embargo, los roles son proclives a variaciones mediadas por las características de los personajes, el estilo y nivel de habilidad del jugador, y la particularidad táctica del equipo.

Además, la lógica de roles es estricta durante las partidas de clasificación y competencia oficial, debido a que optimiza las funciones de cada jugador. Mientras que es más flexible en las partidas comunes de entretenimiento y/o aprendizaje. Los jugadores podrían desenvolver cualquiera de los cinco roles, pero usualmente se especializan en algunos de ellos. De este modo, en el campo de competición oficial, los equipos de jugadores competitivos establecen que cada miembro se especialice en el desempeño de un solo rol.

Los cinco roles característicos de juego son:

- a. Top: Este rol se desempeña en el 'camino de arriba' del campo de juego (f. en Gráfico 1). Defiende la mitad propia y ataca la mitad enemiga, combatiendo al jugador análogo del equipo adversario. Los personajes que ejercen este rol se caracterizan por su ataque cuerpo a cuerpo y

resistencias. Suele iniciar las batallas grupales y provoca sobre sí mismo los ataques enemigos.

- b. MID: Este rol se desempeña en el 'camino del medio' del campo de juego (g. en Gráfico 1). Defiende la mitad propia y ataca la mitad enemiga, combatiendo al jugador análogo del equipo contrario. Los personajes que ejercen este rol se caracterizan por los daños importantes que provocan sus habilidades físicas o mágicas. Es una de las principales fuerzas de ataque del equipo.
- c. ADC: Se desempeña complementariamente al rol de Soporte en el 'camino de abajo' del campo de juego (h. en Gráfico 1). Defienden la mitad propia y atacan la mitad enemiga, enfrentándose a los jugadores análogos del equipo contrario. ADC son las iniciales de '*ability damage carry*', que significa 'conducción de poder de daño'. Los personajes que ejercen este rol son tiradores a distancia, se caracterizan por su baja resistencia y daño notable. Es la principal fuerza de ataque del equipo.
- d. Soporte: Se desempeña complementariamente al rol de ADC en el 'camino de abajo' del campo de juego (h. en Gráfico 1). Defienden la mitad propia y atacan la mitad enemiga, enfrentándose a los jugadores análogos del equipo contrario. Los personajes que ejercen este rol se caracterizan por sus habilidades de apoyo aliado y disfunción enemiga. Durante las batallas grupales colaboran en el desenvolvimiento táctico y resguardo de los miembros de su equipo.
- e. Jungla: Este rol se desempeña por los 'caminos de jungla' del campo de juego (i. en Gráfico 1). Prioriza la obtención de los 'objetivos secundarios' y la emboscada de los jugadores adversarios en sus respectivos caminos. Los personajes que ejercen este rol se caracterizan por sus habilidades de aparición súbita. Durante las batallas grupales asaltan por sorpresa a los personajes menos resistentes del equipo contrario.

Mediante el siguiente cuadro mencionaré a los miembros de los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sporst (SHOT), sus respectivos roles de juego y *nicknames*.

Figura 2. Cuadro de equipos, jugadores, roles y nicknames

	Arenales Net Games (ANG)		Shot e-Sports (SHOT)	
Rol	Nombre	Nickmane	Nombre	Nickname
Top	Giovanne Huamán	ANG	Guillermo Cárdenas	SHOT
	García	FraggioRulz	Portugal	Guishe
MID	Bruno Wilson			SHOT
	Arancibia	ANG Kyo	Henry Aylas Salazar	Henry
Soporte			Miguel Vásquez	SHOT
	Diego Arce Chang	ANG Arce	Quiñones	Darwid
ADC		ANG		SHOT
	Aníbal Collantes	SpiritWolf	Thany Rocillo	Thany
Jungla	Luis Canales		Sebastián Niño	SHOT
	Tacilla	ANG Kanix	Zavaleta	Oddie

2.3.3 La experiencia de juego

Inicialmente, los jugadores requieren aparatos tecnológicos para jugar a League of Legends: una computadora, el programa del videojuego y conexión a internet. La computadora debe contar con capacidades de procesamiento superiores al estándar debido a la complejidad gráfica del videojuego. La instalación del videojuego es gratuita, está disponible en su web oficial 'www.leagueoflegends.com'. El servicio de internet permite la conexión de los usuarios en un servidor de juego e interacción con otros jugadores. Finalmente, los jugadores crean perfiles de usuario mediante un *nickname* (apodo) y contraseña, para iniciar sesiones cuando lo requieran.

La experiencia de juego en League of Legends incluye dos ámbitos de actividad: extradiagética y diagética. La complementariedad entre las acciones desplegadas en los planos de representación físico y virtual, establecen el sentido de la experiencia de juego.

2.3.3.1 Aspecto extradiegético

Se refiere a lo que hace físicamente el jugador para conseguir un resultado determinado empleando los aparatos.

El usuario emplea una computadora y los respectivos dispositivos periféricos, como teclado, mouse, pantalla y audio. Los jugadores manejan adecuadamente los aparatos para desplegar acciones en el entorno figurado de la partida. A su vez, la habilidad con que se emplean los aparatos varía según las capacidades del jugador y trascendencia de juego. Por ejemplo, un jugador profesional posee conocimientos y habilidades de juego diferentes a las de aficionado común. Los profesionales emplean aparatos especializados a sus necesidades de juego, donde la competitividad requiere mayor precisión y compromiso en el juego.

Finalmente, el factor emocional también influye en el manejo de los aparatos. Los jugadores suelen experimentar emociones intensas durante las partidas competitivas, la excitación, presión, confianza y frustración, median en su concentración y precisión de juego.

2.3.3.2 Aspecto diegético – Una partida común de juego

Estriba en lo que hace el jugador a través de su personaje al interior del entorno virtual del videojuego. Es decir, consiste en las acciones del personaje representado en la ficción de juego.

El acceso al entorno virtual de League of Legends implica el inicio de una sesión a través del perfil de usuario del jugador. Al interior de la interfaz de juego el usuario personalizar opciones, desbloquea personajes, crea equipos, conforma grupos de juego, participa en partidas comunes y de clasificación competitiva.

Al iniciar una partida los jugadores se adhieren a un grupo y personalizan opciones ('*setup*'), seleccionan a los personajes en función a los roles. La concertación estratégica del equipo depende de los objetivos de juego, a mayor competitividad se requieren acuerdos más exactos. La partida inicia el término de las elecciones preliminares.

El desarrollo de una partida depende íntegramente de las acciones que los jugadores efectúan a través de los personajes en la partida de juego. Las acciones se influyen de los sucesos precedentes y a la vez propician su secuencialidad, configurando la impredecibilidad del devenir del juego. De este modo emerge una ficción narrativa irreplicable durante cada partida.

Durante el inicio de la partida los personajes aparecen en el objetivo principal de sus respectivas bases. Disponen rápidamente la compra de su equipamiento básico en las tiendas de objetos y se dirigen a tomar posición en los caminos correspondientes a sus roles. En ocasiones intentan emboscadas iniciales a los jugadores adversarios, ocasionando batallas grupales y muertes precipitadas de algunos personajes.

Los 'súbditos' son unidades automáticas enviadas regularmente por cada base principal hacia los tres caminos, desde el inicio hasta el fin de la partida. Su resistencia y ataque son reducidos, tienen el objetivo de ayudar a los jugadores en el avance de sus respectivos caminos. También, los personajes reúnen una cantidad de monedas por cada súbdito enemigo que aniquilan.

La 'fase de líneas' o 'juego temprano', se caracteriza por el combate sucesivo entre personajes que desempeñan roles análogos sobre un determinado camino de juego. Como resultado de estas batallas alguno de los contendientes es asesinado por su enemigo, dejando desprotegido su camino durante el lapso de su renacimiento. El jugador vencedor ataca las torres enemigas con ayuda de los súbditos y/u otros jugadores aliados, hasta que los adversarios vuelven a posicionarse para defender su territorio.

Además, la destrucción de torres y asesinato de personajes enemigos generan ganancia de monedas, el monto acumulable con las recompensas de 'objetivos secundarios' y aniquilamiento de súbditos. Los jugadores adquieren los equipamientos o '*items*' en función las características de su rol, estilo y circunstancias de juego. Así también, los mejores equipamientos tienen precios elevados, brindan atributos especiales e incrementan las habilidades de los personajes. La ventaja de un equipo consolida proporcionalmente al dominio de

los caminos, asesinato de enemigos, obtención de objetivos secundarios, acumulación de monedas y compra de equipamiento

Tal superioridad está en constante negociación, los equipos disputan persistentemente en la fase de 'batallas grupales' o 'juego tardío'. Esta etapa no tiene un inicio determinado, usualmente se evidencia a los quince o veinte minutos de juego cuando los enfrentamientos tienden a involucrar varios personajes, y ocurren en cualquiera de los caminos y sectores del campo de juego. La efectividad durante una batalla grupal se basa en la complementariedad entre las acciones de jugadores, desempeño adecuado de sus respectivos roles, y sinergia entre las habilidades de sus personajes.

Desde los primeros minutos de la partida pueden ocurrir batallas grupales a menor escala que involucran a algunos personajes. Usualmente los personajes que desempeñan el rol de 'jungla' emboscan a sus enemigos mediante ataques súbitos ('*gank*') en los diferentes caminos de juego. Estas acciones requieren de coordinación entre los jugadores, tienen como finalidad el apoyo de los aliados en el dominio de sus respectivos caminos. Progresivamente, las batallas grupales se intensifican por la participación de los demás jugadores en las contiendas.

Las batallas grupales ocurren en diferentes espacios del campo de juego, sin embargo, se intensifican en torno a las 'torres defensivas' y 'objetivos secundarios'. Por ejemplo, el Baron Nashor y los Dragones son criaturas poderosas situadas en el camino del río, otorgan atributos y cantidad de monedas considerables al equipo que logra cazarlos.

En este sentido, las batallas grupales donde participan la mayoría o totalidad de personajes tienen resultados decisivos en la partida de juego. El equipo que pierde la batalla desprotege a los 'objetivos secundarios' y su territorio a merced de los adversarios sobrevivientes, hasta que renacen y toman posición para el combate sucesivo. Además, durante la etapa de 'juego tardío' el renacimiento de los personajes se hace cada vez más prolongado, los adversarios suelen aprovechar este lapso para destruir torres y conseguir objetivos secundarios.

A medida que la partida transcurre, el equipo que gana consecutivamente las batallas grupales consolida su ventaja. Sin embargo, es posible superar la adversidad mediante una batalla grupal decisiva. Los vaivenes de las contiendas son impredecibles y propician los momentos más emotivos durante una partida.

La influencia del factor emotivo es preponderante en el desarrollo de las partidas de juego. Los jugadores experimentan diversas emociones como ira, frustración, confianza y satisfacción, que influyen en el despliegue de sus habilidades de juego, toma de decisiones, comunicación, manejo de conflictos, y concentración.

La partida se extiende a un rango de cincuenta a sesenta minutos, donde el esquema de juego se reproduce hasta que uno de los equipos logra invadir la base principal del enemigo y destruye su objetivo principal. La partida también finaliza cuando un equipo se da por vencido, después de los primeros veinte minutos de juego es posible solicitar votación para la rendición.

En resumen, la experiencia de juego en League of Legends evidencia los siguientes aspectos:

- ✓ Uso de aparatos: Los jugadores emplean computadoras y dispositivos periféricos para jugar a *League of Legends*.
- ✓ Contexto: Las circunstancias de juego influye en el desenvolvimiento y performance de los jugadores.
- ✓ Habilidad individual: Consiste en el conocimiento y pericia que tiene un jugador en el desempeño de su rol y sobre el juego en conjunto.
- ✓ Sinergia: Estriba en la complementariedad entre el desempeño de los roles y habilidades de los personajes durante la partida de juego.
- ✓ Comunicación: Se refiere a la coordinación entre los miembros de un equipo respecto a los sucesos de la partida y toma de decisiones.
- ✓ Experiencia emocional: Los jugadores experimentan emociones que median en sus decisiones, acciones y desarrollo de la partida.
- ✓ Adaptación: Los equipos despliegan estrategias dependiendo del curso de la partida. Intentan incrementar su ventaja o remontar las situaciones desfavorables.

III. Competitividad en videojuegos, el caso de Lima

Consideramos que la habilidad y conocimientos de la práctica de videojuegos es variable dependiendo del caso en cuestión. Algunos videojuegos se instituyen como deportes electrónicos ('e-sports') debido al potencial competitivo y especialización profesional en su dominio. Algunos de los videojuegos considerados como categorías oficiales de competición en e-sports son *League of Legends*, *Dota2*, *Starcraft II*, *Counter Strike: Global Offensive*, *FIFA*, *Pro Evolution Soccer*, etc.

En este marco, los jugadores se involucran en dinámicas de competición a partir del desarrollo de diferentes niveles de habilidad, como aficionados, intermedios, avanzados, amateur y profesional. En esta sección trataremos sobre el ámbito competitivo de videojuegos en Lima. Iniciaremos la descripción de su formación, trayectoria y características actuales. Finalmente, situaremos la actividad de Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (Shot) en este proceso.

3.1 Etapa formativa

El trabajo de campo evidenció datos importantes sobre la formación de dinámicas competitivas de videojuegos en Lima desde fines de la década de los noventa. Identificamos datos importantes en la entrevista a Bruno Wilson Arancibia, jugador del equipo ANG, en conversaciones con José Farías Torres, ex campeón nacional del videojuego StarCraft, y otros jugadores involucrados al caso.

Los sujetos entrevistados afirmaron que su aproximación inicial a los videojuegos sucedió durante su infancia, con el uso de consolas de juego, computadoras y máquinas *arcade*. Mencionaron que el involucramiento durante la infancia es una característica constante en la mayoría de jugadores; accedieron a estos aparatos en sus espacios domésticos, en las casas de familiares o de amigos, y en establecimientos de alquiler de servicios de entretenimiento.

Los lugares predominantes de entretenimiento en videojuegos fueron los salones de máquinas *arcade*, se instalaron a inicios de la década de los ochenta y comúnmente fueron llamados '*pinbol*'. Luego, los primeros lugares de alquiler de consolas se implementaron a finales de esta misma década en zonas céntricas de la ciudad.

Por su parte, el alquiler de computadoras sin internet se situaba cerca de institutos y universidades con fine de ofimática. En el año 1995 la Red Científica Peruana (RCP) inauguró la primera cabina pública de internet en el distrito de Miraflores (Delfín: 2008). Después, las cabinas de internet fueron cubriendo la demanda de este servicio, donde el alquiler resultó una vía económica de acceso a estas tecnologías

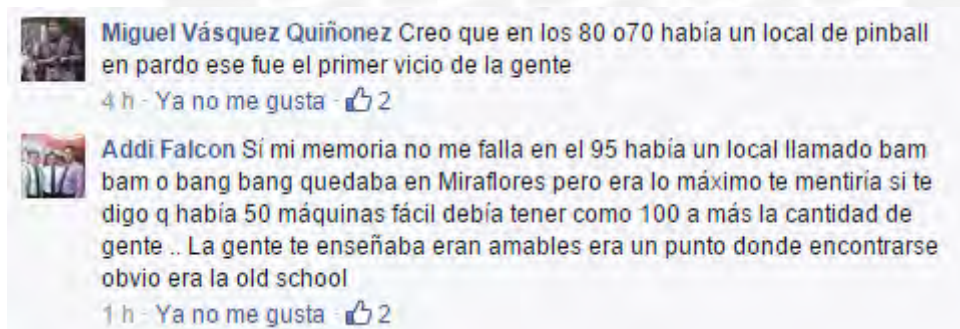
Generalmente, los establecimientos se situaron en zonas concurridas de la ciudad, cercanos a colegios, universidades y centros comerciales. Los entrevistados afirmaron que la mayoría de jugadores no contaban con los recursos para comprar una consola o computadora propias. Resultó más asequible pagar un monto por turnos de juego en máquinas *arcade*, o por tiempo de uso en consolas y computadoras.

Según Bruno Wilson, el ámbito competitivo en videojuegos en Lima se gestó en los establecimientos de entretenimiento en videojuegos “*En los vicios (máquinas arcade) era chevre porque podías jugar con gente que no conocías, la gente te retaba y para seguir jugando (conservar tu cupo) tenías que ganar al que te retaba...era así en casi todos los juegos, principalmente en los de pelea*”.

También, afirmó que la tendencia competitiva se evidenció con mayor intensidad alrededor del año 2000. “*El pinball que yo iba era el más conocido de Lima, el de (la avenida) Pardo. Como era el pinball céntrico, todos los fines de semana bajaba gente de varios puntos de Lima. Era bravazo retar, el reto era lo emocionante. Aparte de la ficha (cupo de juego), ponías S/.0.50 de apuesta, era el filtro para que no jueguen los malos (inexpertos); y habían colazas. Filtraban a los más lobos (experimentados) con la apuesta. Ahí veías cosas locazas, te dabas cuenta que había un levelzaso (gente con mucha habilidad). Yo perdía, pero iba por la emoción de estar ahí y jugar con gente de buen nivel y ver cómo jugaban*”.

Además, en una discusión sobre el particular en un grupo de Facebook llamado 'Comunidad – League of Legends – Perú', comentaron lo siguiente:

Figura 3. Comentarios en el grupo Comunidad - League of Legends - Perú



Así, los iniciales circuitos de juego propiciaron interacción entre sujetos de diferentes zonas de la ciudad, los aficionados concurrían a los establecimientos para competir entre sí, entretenerse y/o aprender a jugar. Ciertos jugadores lograron mayor reconocimiento, demostrando sus habilidades ganando partidas a los demás. También surgía el compañerismo y solidaridad, debido a que los jugadores compartían sus conocimientos y habilidades.

Los videojuegos de máquinas *arcade* que fomentaron mayor competitividad en esta época fueron: *Street Fighter, Fatal Fury, Samurai Shodown, The King of*

Fighters, Tekken, Marvel v.s Capcom, etc. Son títulos del género 'pelea', cuyas técnicas, combinaciones y poderes, exigieron dedicación y muchas horas de práctica. Actualmente, algunos de estos videojuegos, como *Ultra Street Fighter IV* y *Tekken 7*, cuentan con versiones actualizadas compatibles con las consolas modernas, y continúan fomentando dinámicas competitivas en la ciudad.

El fenómeno mencionado en establecimientos de máquinas *arcade* es previo al surgimiento de circuitos de competencia en videojuegos para computadora.



3.2 “La época dorada” de las cabinas de internet

A mediados de la década de los noventa empezaron a implementarse las llamadas 'cabinas de internet' en distintos puntos de la ciudad. Los usos de internet tuvieron fines múltiples, como educación, entretenimiento, información, comunicación, etc.

En el campo del entretenimiento, algunas cabinas se enfocaron en la oferta de videojuegos para computadora. Títulos como *Starcraft*, *Age of Empires*, *Half-Life*, *Diablo* y *Counter Strike*, propiciaron el juego entre varios jugadores a través de una conexión de red local (LAN). Estos establecimientos fueron visitados por un público masculino de afición marcada por los videojuegos, y paulatinamente fueron denominados 'cabinas de juegos en red'.

En las cabinas de juegos en red la conectividad entre computadoras, por medio de conexión a red local (LAN) e internet, sumadas a los videojuegos para multijugador, posibilitaron la interacción a tiempo real de varios jugadores en una sola partida de juego. A diferencia de las máquinas *arcade* y consolas, que comúnmente permitían la interacción de dos jugadores a la vez, característica que suscitó la popularidad de los juegos en red.

Al respecto, Bruno comentó: *“Como treinta puntas (compañeros) de mi cole, el Champagnat, iban al vicio. Me enseñaban a jugar, había unos que eran buenos. En el 2001 algunos jugaban StarCraft, siempre me hablaban de eso. Al comienzo era malísimo, y como no tenía computadora en casa, siempre tenía que alquilar en las cabinas”*.

La asistencia asidua a cabinas de juegos en red es patrón en los testimonios de los sujetos entrevistados, mencionaron que el uso de una computadora propia con conexión a internet en el espacio doméstico no era predominante en la gran mayoría de aficionados. Incluso los jugadores que contaban con la tecnología necesaria en sus casas asistieron asiduamente a cabinas de juegos en red, debido a que la interrelación con pares en los mismos lugares de juego les brindaba una experiencia de juego más atractiva. De este modo se establecieron dinámicas grupales en base al interés común por videojuegos, afinidad entre pares y uso de espacios comunes de juego.

José Farías, ex campeón nacional del videojuego StarCraft, también conocido como JOSEZ, comentó respecto a los primeros videojuegos para multijugador practicados en cabinas durante el inicio de la década del 2000. Half-Life y Counter Strike, del género 'shooter' - disparos en primera persona - propiciaron la interacción entre 2 a 32 jugadores a tiempo real en una misma partida de juego. Por su parte, Age of Empires y StarCraft, títulos del género 'estrategia militar', agruparon de 2 a 8 jugadores.

Al respecto, Bruno Wilson señaló emocionado: *“El mundo de las cabinas era loco, llegaba un momento en que la gente se quedaba todo el día, casi todos se conocían, y admiraban a los que tenían mejor nivel. Los más pegados (asiduos) le dedicaban más tiempo al juego, leían guías, veían videos, repeticiones de campeonatos internacionales, y así mejoraban su juego. Además, muy pocos se conocían por sus nombres, todo el mundo se llamaba por su nick (nombre de juego), y usaban un lenguaje especial derivado de los videojuegos (...). No olvidaré el tiempo de las cabinas, conocí a mucha gente, con algunos hasta ahora tengo contacto, pasé ratos muy divertidos”.*

La proximidad entre el establecimiento de cabinas y los lugares habituales en la cotidianeidad de los usuarios fomentó la concurrencia habitual. Donde los jugadores se involucraron entre sí a través de interacciones de juego, algunos usuarios se conocieron en la misma cabina de juego, y otros en grupos de pares como compañeros del colegio, universidad, barrio, etc.

Las observaciones que realizamos en las cabinas del Centro Comercial Arenales, del distrito de Lince; *Shopping Center*, en San Miguel; y Unreal Games, frente a la Pontificia Universidad Católica del Perú, evidencian características de interacción grupales como:

- Los jugadores suelen llamarse entre sí por sus *nicknames* (nombres de juego).
- Los criterios de reconocimiento consideran la habilidad de juego y cualidades conductuales.
- El sociolecto que emplean incluye lisuras y términos derivados del lenguaje del videojuego, españolización de ciertas palabras en inglés, y términos soeces.

- El humor que emplean contiene referencias a la adicción, sexismo, falta de relaciones sociales, rendimiento educativo y habilidades de juego.

Las expresiones que mencionaremos a continuación fueron recogidas en situaciones de juego en las cabinas observadas:

- *“Tengo clase de mate (matemática) básica en un toque...ya, me la vuelo (falto). ¿Sale otro Dota? jajaja...”*. Conversación entre dos jugadores en las cabinas *Unreal Games*.
- *“Fuera manco, no vas a estar en mi team (equipo) ni cagando...”*. Un jugador burlándose de la habilidad de otro en cabinas de *C.C. Arenales*.
- *“Claro pe, si paras todo el día jugando acá, consíguete una flaca (enamorada) – risas de varios jugadores -...”*. Un jugador criticando al adversario al terminar una partida en cabinas del *Shopping Center*.
- *“Infernal (nickname de un jugador), créate un Dotita al toque, ya llegó la gentita...”*. Conversación previa al inicio una partida en cabinas *Unreal Games*.
- *“Oe, 'fricéalo' (palabra derivada del término en inglés “freeze”, referida a una habilidad de congelamiento) pues imbécil...puta madre ya se escapó...”*. Exclamación de un jugador durante una partida de *Dota 2* en cabinas del Centro Comercial *Arenales*.

Por otro lado, algunas cabinas de juego empezaron a destacarse entre las demás, principalmente por las cualidades de sus aparatos y por el nivel de juego en sus usuarios. Distinción que fomentó la movilización de jugadores a otros establecimientos para conocer su dinámica y entablar juego con otros jugadores.

Así, el consumo de videojuegos y las dinámicas grupales que emergieron en las cabinas de juegos en red, fueron las bases que cimentaron los primeros circuitos competitivos en Lima. En palabras de Bruno, llamaremos a este proceso formativo como la 'Época dorada de las cabinas en Lima'.

Figura 4. Cabinas de juegos en línea del Centro Comercial Arenales



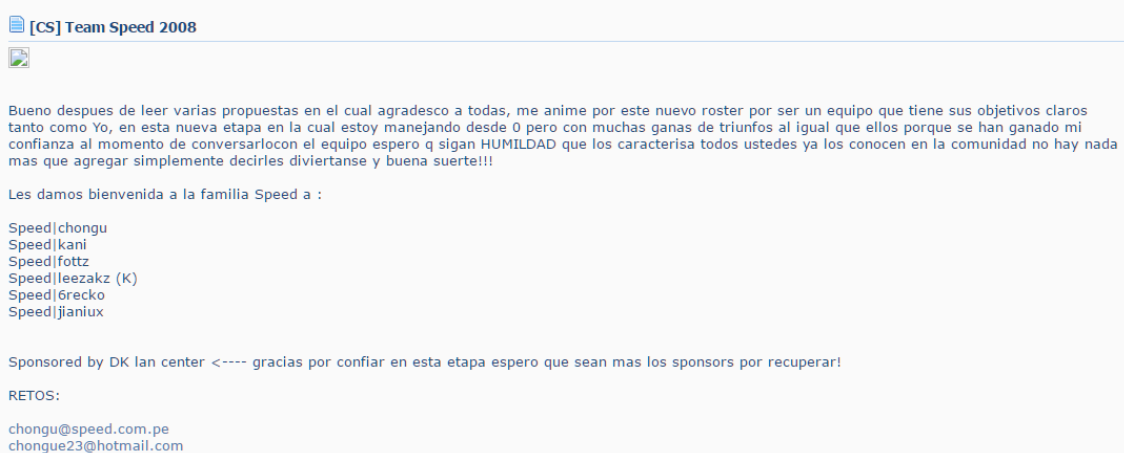
3.3 Dinámicas de competencia local

Bruno Wilson comenta: *“Yo solía ir a unas cabinas de (la avenida) Pardo, pero me enteré que había unas cabinas por el óvalo de Higuiereta, donde jugaban StarCraft. Me daba cuenta que los que jugaban ahí tenían más nivel. Me hice amigos y comencé a jugar con gente que si estaba rankeada (clasificada) en StarCraft. Parábamos ahí todo el día...”*

Además, agregó emocionado, *“Fue cuando conocí a JOSEZ (José Farías) y EXECUTOR (ambos jugadores reconocidos de StarCraft), ellos venían de otras cabinas, sabían que en las del óvalo había buen nivel, por eso venían como una o dos veces a la semana a retarse. Había dos jugadores, KILLYOU y CARNAGE ellos siempre jugaban contra JOSEZ y EXECUTOR. Una vez hubo un torneo y JOSEZ perdió mil soles en la final contra uno de ellos, fue cuando pensé que 'sí se puede'. Después volví a jugar a las cabinas de Pardo, nadie me ganaba, porque yo jugaba con los mejores”*.

De este modo, los jugadores interesados en destacar sus habilidades visitaban las cabinas de mayor nivel competitivo y entablaron retos con otros jugadores, los mejores se distinguieron y fueron reconocidos por los aficionados. A su vez, los establecimientos se distinguieron por el nivel de sus usuarios y lógicas competitivas. Por ejemplo, en el videojuego Counter-Strike se destacaron las cabinas 'Cavenet' en San Isidro, 'Ya existe' en Surco, y 'DeathMatch' próxima a la Universidad de Lima. Y en el título StarCraft, sobresalieron las cabinas de 'Galerías Brasil' en Jesús María, y 'Galería Centro de Lima' en el Cercado de Lima.

Figura 5. Perfil del equipo SPEED del video Juego Counter Strike, en el foro Bloodzone.net



[CS] Team Speed 2008

Bueno despues de leer varias propuestas en el cual agradezco a todas, me anime por este nuevo roster por ser un equipo que tiene sus objetivos claros tanto como Yo, en esta nueva etapa en la cual estoy manejando desde 0 pero con muchas ganas de triunfos al igual que ellos porque se han ganado mi confianza al momento de conversarlocon el equipo espero q sigan HUMILDAD que los caracteriza todos ustedes ya los conocen en la comunidad no hay nada mas que agregar simplemente decíles diviertanse y buena suerte!!!

Les damos bienvenida a la familia Speed a :

Speed|chongu
Speed|kani
Speed|fottz
Speed|leezakz (K)
Speed|6recko
Speed|janiux

Sponsored by DK lan center <---- gracias por confiar en esta etapa espero que sean mas los sponsors por recuperar!

RETOS:

chongu@speed.com.pe
chongue23@hotmail.com

Los jugadores y equipos que se formaron en estas cabinas tuvieron un nivel sobresaliente, protagonizaron la escena competitiva y participaron en los primeros torneos locales. Estas competencias tenían sede en las mismas cabinas de juegos, fueron organizadas por los mismos dueños. Donde los participantes pagaban su inscripción, se otorgaron premios en horas gratis de juego y cantidades módicas de dinero.

La correspondencia entre jugadores y cabinas de juego habituales fue predominante en este período formativo. Cada establecimiento contó con jugadores representantes, característica que fue más notoria en los años siguientes. Además, varios videojuegos competitivos establecieron mecanismos de clasificación en sus respectivas interfaces de juego, donde jugadores de diferentes partes del mundo entablaron partidas de juego y evaluaron rangos de competitividad.

Sin embargo, en el período inicial de competición en videojuegos de Lima, la lógica de clasificación tuvo características propias. Los mecanismos oficiales no eran preponderantes, el reconocimiento de jugadores y equipos emergió a partir de lógicas prácticas en competencias en torneos locales y desafíos entre jugadores de diferentes cabinas de juegos.

Los jugadores competitivos empezaron a involucrarse en el circuito competitivo local. La información circuló a través de conversaciones entre aficionados y publicaciones de internet, como en el foro peruano especializado en videojuegos llamado *BloodZone.net*, donde solían divulgarse información sobre cabinas, jugadores, equipos y servidores independientes de juego. Además, este foro también fue empleado para difundir guías, reseñas, consultas y conversaciones respecto a videojuegos y tecnología computacional. Actualmente, *BloodZone.net* aún mantiene vigencia y genera participación.

Por otro lado, las dinámicas competitivas en las cabinas de juego tuvieron desarrollos diferenciados según el caso. Por un lado, mediaron las características económicas y administrativas del establecimiento; y por otro, el involucramiento y nivel competitivo de los usuarios. Sobre el particular, Bruno Wilson mencionó:

- *“En las cabinas YA EXISTE, había un clan que se llamó SPEED (equipo de Counter-Strike), que fue conocidísimo. Yo siempre quise ser parte de SPEED, estaban fuera de mi nivel, era muy alto”.*
- *“Fui a (las cabinas) DEATHMATCH, ahí pasaba algo que nunca he visto en mi vida: se jugaba de 8 a 9 de la mañana gratis...Además, se jugaban videojuegos que no eran conocidos en otros lugares y salía gente buenísima...Ahí todo el día había retos, muchos clanes (equipos) iban a retarse. KIKEACE era el dueño, quería que su cabina sea la mejor, y por lo tanto quería a los mejores jugadores en su cabina”.*
- *“CAVENET era la cabina más ficha (mayor status económico), porque estaba en San Isidro y cobraba S/. 4 la hora, y paraba llena. Ir a los torneos de CAVENET era ir al torneo sensación, ahí jugaban los BLOOD, que fue el primer equipo en jugar World Cyber Games (torneo internacional) en Counter-Strike. DEVIL (nickname de su líder) les enseñó a jugar a su equipo, ellos estaban por encima de la habilidad de los demás”.*
- *“Justo cuando estaba saliendo del pinball me vi con un pata (amigo) que jugaba en (las cabinas) YA EXISTE, y me llevó a (las cabinas) PLANET GAMES. Esa fue la cabina que me marco para toda la vida, porque ahí jugué un buen tiempo. Era la primera cabina donde auspiciaban a un equipo, a los SPEED de Counter-Strike, les daban cinco máquinas para que jugaran todo el día gratis”.*

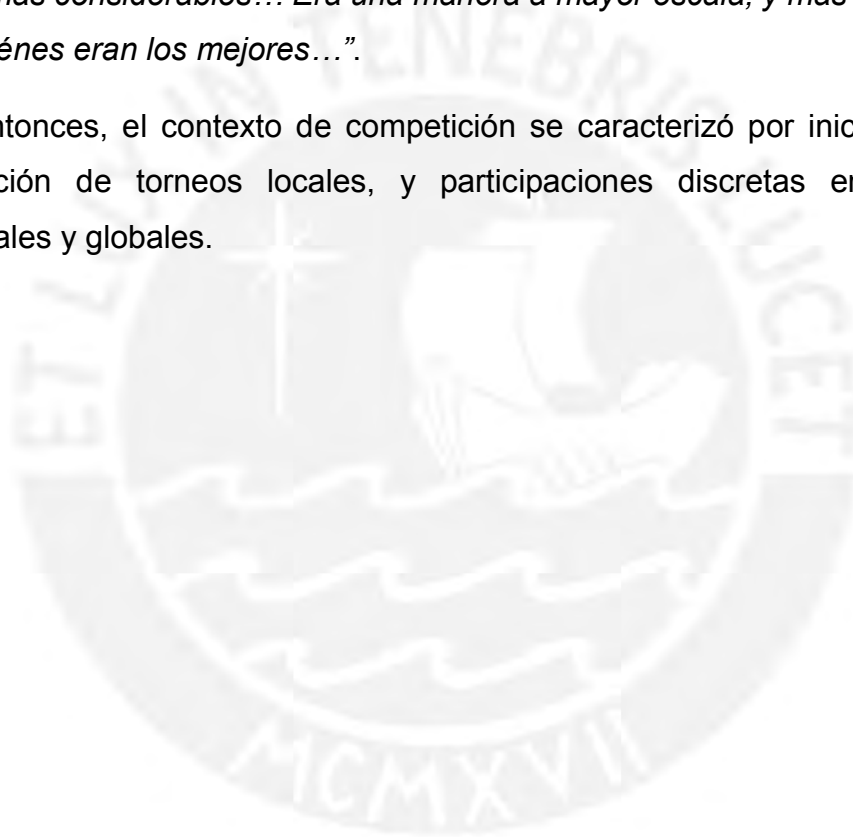
En síntesis, el modo en cómo se establecieron las dinámicas competitivas entre los diferentes jugadores de diferentes cabinas fue un proceso gradual que evidenció los siguientes aspectos:

- a. Actividad de juego entre usuarios de una misma cabina.
- b. Formación de jugadores y equipos de jugadores competitivos.
- c. Competencia entre jugadores. En las mismas cabinas de juegos, o a través de servidores por internet (*online*).

- d. Participación de jugadores en circuitos de competencia local.
- e. Reconocimiento de jugadores y equipos sobresalientes.
- f. Gestión y participación en torneos locales.
- g. Involucramiento moderado en torneos globales.

Sobre el último punto, la participación de Perú en los torneos clasificatorios de ámbito global inicia con el World Cyber Games Perú - 2001. Bruno comentó: *“Alrededor del 2001 comienza Word Cyber Games (WCG) y ahí se marcan a los mejores equipos. Aparte, eran torneos de más nivel porque convocaban a jugadores de más lugares de Lima, había más expectativa, nerviosismo y premios más considerables... Era una manera a mayor escala, y más formal, de saber quiénes eran los mejores...”*.

Desde entonces, el contexto de competición se caracterizó por iniciativas de formalización de torneos locales, y participaciones discretas en torneos continentales y globales.



3.4 Contexto actual de competición

El contexto competitivo actual conserva los elementos estructurales mencionados en la sección anterior: las dinámicas grupales entre en las cabinas de juegos. Pero también evidencia los siguientes aspectos: (a) nuevos títulos de videojuegos competitivos, (b) mayor accesibilidad a computadoras y servicio de internet, y (c) formalidad en gestión de competiciones.

Primero, la industria de videojuegos innova en la producción de títulos y respectivos contenidos, constantemente innova en las temáticas, características interactivas, experiencia de inmersión, tecnología gráfica y estrategias de mercadotecnia, con la finalidad de incrementar sus ventas y captar mayor cantidad de aficionados. El ámbito de deportes electrónicos no es ajeno a este desarrollo, en los últimos diez años se han integrado nuevas categorías de juego.

En este sentido, los videojuegos competitivos que tienen protagonismo en el contexto limeño actual son: League of Legends, Street Fighter, FIFA, Dota 2, StarCraft 2, Assault Fire, Pro Evolution Soccer, Counter Strike Global Offensive, The King of Fighters, etc.

Segundo, el abaratamiento y creciente accesibilidad a tecnología computacional y servicios de internet. Según el informe técnico titulado *Las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*¹¹, una proporción importante de población mayor a seis años, accede a internet desde cabinas públicas (47,6%), los demás acceden a este servicio en los hogares (42,1%) y en el trabajo (15,7%). Estas cifras dan cuenta sobre penetración de internet, acceso de computadoras en el ámbito doméstico y uso de cabinas públicas.

Las percepciones de los jugadores entrevistados sobre este punto, también apuntan a que el acceso a computadoras y servicio de internet es más factible que en épocas anteriores, *“Ahora muchos chibolos juegan desde su casa, tienen*

¹¹Perú 21, INEI: *El 25.5% de hogares peruanos tiene acceso a Internet.*

<http://peru21.pe/economia/inei-255-hogares-peruanos-tiene-acceso-internet-2137521>

su propia computadora con internet y ya no van tanto a las cabinas.”, señaló Aníbal Collantes, miembro del equipo Arenales Net Games (ANG).

También, Sebastián Niño, miembro del equipo Shot e-Sports (SHOT), comentó que: *“Antes tenía que ir a la cabina si quería jugar con mis amigos, y jugaba a veces en la computadora de mi hermano mayor. Ahora tengo mi propia computadora y juego desde mi casa. Aunque también seguía yendo a cabinas porque es chevre jugar con la gente, emocionarse y trollear (bromear). Ahora ya no voy mucho porque no tengo tiempo, tengo que estudiar y practicar (League of Legends) con el equipo en las noches”.*

Además, aproximadamente desde el año 2003 los videojuegos de computadora más populares en Lima ofrecían sus propias plataformas y servidores de juego a través de internet. Títulos como Gun Bound, Rakion, Gunz, Warcraft III, Knight Online y World of Warcraft, propiciaban la interacción entre jugadores de diferentes partes del mundo de manera virtual. Así, las nuevas características de conectividad influyeron en el cambio en la denominación de los establecimientos de entretenimiento, de 'cabinas de juegos en red' a 'cabinas de juegos en línea'.

Este fenómeno de penetración de computadoras e internet en los hogares restó cierta preponderancia a las cabinas de juegos, porque permitió a los jugadores trascender las barreras geográficas/físicas y establecer interacción con otros jugadores alrededor mundo desde sus espacios domésticos. A pesar de ello la vigencia de las cabinas se mantuvo especializando la cualidad de sus servicios de entretenimiento, evidenciada por la cantidad de establecimientos en la ciudad, los jugadores que congregan, las dinámicas grupales que emergen, y torneos a escalas menores.

Sin embargo, el ámbito competitivo perdió terreno en las cabinas de juegos. La gran mayoría de torneos formales resuelven sus instancias clasificatorias en la modalidad '*online*' (no presencial), los jugadores prefieren participar desde una computadora particular. Las instancias finales suelen jugarse presencialmente en eventos celebrados en centros de convenciones o cabinas de juegos reconocidas de la ciudad

El contexto competitivo actual en Perú evidencia gestión y participación en torneos oficiales. Como mencionamos anteriormente, el torneo clasificatorio

World Cyber Games Perú – 2001 es precedente de este proceso. Posteriormente, otros actores interesados han organizado competiciones oficiales en diferentes videojuegos. Por ejemplo, marcas como GIGABYTE e INTEL, suelen gestionar torneos de trascendencia nacional, continental e internacional.

Además, directivos de la revista peruana de videojuegos MASGAMERS, representantes de marcas computacionales, y gestores de torneos locales, organizan conjuntamente el Festival MasGamers. Un evento que incluye exposiciones de tecnología en videojuegos, actividades de entretenimiento multimedia y torneos en títulos competitivos. Según Khel Barrios, director de la revista, los eventos tuvieron gran acogida, y acontecen en diferentes ciudades del Perú, primero en Lima, luego en Arequipa y Trujillo.

Finalmente, afirmamos que el contexto competitivo de videojuegos en Lima está en formación y presenta características propias en comparación a países como Corea, Estados Unidos o China, donde la competición en deportes electrónicos presenta mayores avances en el desarrollo de su profesionalismo.

En estos países, los deportes electrónicos (*e-sports*), cuentan con la participación de múltiples actores involucrados en la gestión de competencias. Además, las propias empresas creadoras de los videojuegos en cuestión, representantes de marcas en tecnología computacional e instituciones públicas y privadas promueven importantes torneos de *e-sports*.

Además, en estos contextos de *e-sports* desarrollados presentan diferentes campos de especialización: gestión de competencias, profesionalismo de jugadores (*pro gamers*), lógicas de auspicio, administración de clubes y equipos, mercado de jugadores, etc. Configuran un modelo de negocio que produce importantes sumas de dinero.

Las observaciones en el caso limeño evidencian patrones similares a los circuitos desarrollados, como dinámicas competitivas en los videos *Dota2*, *League of Legends*, *Counter Strike: Global Offensive*, *StarCraf II*, *Fifa*, etc.; gestión ocasional de competencias locales; actividad discreta de managers de equipos; reducida participación de marcas auspiciadoras; jugadores con destacadas habilidades de juego; e involucramiento moderado en circuitos competitivos

globales. Sin embargo, los diferentes sujetos involucrados en su dinámica no solventan en su totalidad los costos de vida por medio de los ingresos en la actividad de juego competitivo y/o gestión de eventos.



IV. World Cyber Games 2013 Game Festival - Perú

El festival de videojuegos World Cyber Games 2013 – Perú aconteció durante los meses de agosto y setiembre del año 2013. El trabajo de campo que realizamos durante su fase presencial, 31 de agosto y 1 de setiembre en el Centro de Convenciones María Angola, enfatizó la observación participante en sus diferentes actividades.

Este evento representa un punto importante en la investigación: la aproximación a uno de los torneos más emblemático contexto competitivo actual de videojuegos en Lima. Específicamente, establecimos contacto con organizadores del evento, jugadores y managers de los equipos investigados, Arenales Net Games (ANG) y Shot e-sports (SHOT).

En esta sección brindaremos descripciones sobre la experiencia de campo en esta competencia. Iniciaremos señalando los aspectos generales de World Cyber Games (WCG).

4.1 Antecedentes de World Cyber Games

World Cyber Games (WCG) es un festival de videojuegos que promueve las competencias más importantes en deportes electrónicos (*e-sports*) del mundo. Inspirada en los Juegos Olímpicos, es gestionada por la empresa sur coreana World Cyber Games Inc., que fomenta la participación de los mejores jugadores de diferentes países. Además, goza de importantes auspicios, como las reconocidas marcas Samsung Electronics y Microsoft.

WCG organiza festivales desde el año 2000 y sus categorías de juego han incluido los títulos de mayor competitividad. Durante sus comienzos priorizó a videojuegos competitivos para computadora, después abarcó algunos títulos para consolas y, más recientemente, a videojuegos para aplicaciones de dispositivos móviles.

WCG incluye fases de competición de escalas nacionales e internacionales. Los representantes de cada país y gestores locales de competiciones, organizan el campeonato nacional. Los jugadores ganadores en cada categoría oficial de competición representan a su país en la fase presencial de competición internacional.

La fase internacional acontece durante el último trimestre de cada año en Estados Unidos, o algún país de Europa o Asia. Los festivales tienen lugar en importantes centros de convenciones o estadios, donde asisten los jugadores finalistas en cada videojuego, miles de aficionados, representantes de marcas en tecnología, corresponsales mediáticos, y millones de espectadores virtuales alrededor del mundo a través de transmisiones por internet.

WCG tiene representación en varios países del mundo, desde los inicios de la década del 2000 ha tenido injerencia en el ámbito competitivo peruano. Así, a inicios del año 2013, Brad Lee, CEO local de WCG, anunció el evento WCG 2013 en Perú. Según el diario El Comercio, el representante afirmó que el nivel competitivo de los jugadores peruanos tiene capacidades y potencial. Sin embargo, aún no se ha desarrollado un nivel competitivo comparado al de países asiáticos o europeos.

El resultado final de WCG 2013 - Perú clasificó a ocho jugadores peruanos, que posteriormente compitieron en el World Cyber Games 2013 - Kunshan, China¹². Entre ellos, los cinco miembros del equipo Arenales Net Games (ANG), en el videojuego League of Legends.



¹² WCG 2013 – Kunshan, China, se celebró desde el 28 de noviembre, hasta el 4 de diciembre del año 2013. El trabajo de campo finalizó días antes del viaje del equipo Arenales Net Games (ANG) a esta competición.

4.2 Aproximaciones iniciales

Alrededor de junio en el año 2013 accedimos a información preliminar sobre el evento WCG 2013 – Perú. En aquel entonces nos encontrábamos en plena redacción del texto final para el curso “Proyecto de Trabajo de Campo”, y buscábamos información sobre torneos locales de videojuegos en diferentes páginas web relacionadas a videojuegos. Así, encontramos banners promocionales en el foro BLOODZONE.NET¹³ y en el perfil de Facebook de la revista de videojuegos *MasGamers*. Entonces, decidimos entablar contacto con Khel Barrios, director de esta publicación, para indagar sobre los detalles de la competición.

Khel Barrios fue estudiante de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú, aficionado a videojuegos y director de la revista *MasGamers*, anteriormente lo conocimos durante un conversatorio sobre videojuegos en la Facultad de Letras de la PUCP.

Al iniciar la investigación sobre WCG 2013 – Perú, acordamos una visita en la sede de la revista. Donde mantuvimos una conversación amena sobre temas afines y expliqué mi intención de estudiar el campo competitivo de videojuegos en Lima desde la perspectiva antropológica. Khel se mostró entusiasta y nos ofreció su apoyo, brindándonos contacto con Favio Cossio Vallejos, director de ventas en la empresa Gaming Service S.A.C., encargada de la organización de WCG 2013 – Perú.

Mediante correos electrónicos y llamadas telefónicas enviamos una carta de presentación y expusimos la iniciativa de estudio respecto al evento. Favio fue gentil desde un inicio, accedió a la petición y brindó facilidades para nuestra participación e investigación en el Festival WCG-2013 Perú.

Además, identificamos la actividad de jugadores de League of Legends en redes sociales de internet, principalmente en dos grupos de Facebook. El primero llamado 'Comunidad - League of Legends– Perú', con 14 241 miembros,

¹³ Bloodzone Peruvian Gaming Community (www.bloodzone.net) es un foro especializado en temas relacionados a videojuegos y tecnología computacional.

administrado por César Bellido Cornejo; y el otro, 'Comunidad LoL PERU', de 6359 miembros, administrado por Dante Erick y Luis Vergara, manager del equipo Shot e-Sports.

Ambos grupos presentan publicaciones y participación de sus miembros sobre diversos temas relacionados a League of Legends, como guías, debates, recomendaciones, anécdotas y experiencias de juego. En su entorno también organizan y difunden torneos locales, publican noticias sobre jugadores y torneos internacionales. La interacción entre sus miembros suele ser amena y burlona, a través de comentarios e imágenes¹⁴.

Nuestra participación en el grupo 'Comunidad - League of Legends – Perú' inicio con la indagación sobre los mejores jugadores del videojuego en cuestión y los eventos competitivos. Luego de generar participación en algunos de sus miembros accedimos a información preliminar sobre los dos mejores equipos de Perú en League of Legends: Arenales Net Games (ANG), y Shot e-sports (Shot).

Respecto a ambos grupos, durante las posteriores entrevistas en el mes de setiembre del año 2013, identificamos conflictos de interés entre sus respectivos administradores por el reconocimiento y rango oficial como gestores de torneos de *League of Legends* en el medio local.

César Bellido, administrador de 'Comunidad - League of Legends – Perú', se refirió enojado respecto al grupo 'Comunidad LoL PERU': *“Las comunidades compiten por el derecho a tener la exclusividad del nombre, a lo que nosotros tenemos cuidado. Por nuestra parte, es bueno que existan comunidades de gamers (jugadores) y de e-sports (deportes electrónicos), pero no un plagio de un nombre, que se presenten al mundo con los torneos que nos costó a nosotros realizarlos...”*.

El comienzo de este conflicto inició en la organización del Festival MasGamers 2012-1, y se agravó en la edición 2012-2, cuando César Bellido se percató de

¹⁴ Todas las publicaciones en estas comunidades tienden a generar comentarios de humor peculiar. Los mismos miembros de la comunidad lo llaman 'troleo', un tipo de humor que consiste en burlarse y fastidiar, mediante comentarios textuales o imágenes llamadas 'memes'. Se nutren de contenidos de videojuegos, sexismo, marginalidad, homofobia, inexperiencia, racismo, etc.

ciertas irregularidades. Comentó que *“En ese momento del MasGamers 2012-2, nos dimos con la sorpresa que existía un requisito oculto para participar del torneo de League of Legends, era darle 'like' (suscribirse) a la 'fanpage' (página de Facebook) de 'Comunidad LoL PERU', que era una copia exacta de la nuestra. Donde indicaban los torneos y las fotos que nosotros realizamos... nos tomó por sorpresa, al enterarnos quisimos hablar con Dante (su administrador) sobre el tema, lo único que hizo fue colgarnos el teléfono y eliminarnos de su Facebook personal”*.

Esta pugna generó una división respecto a la organización de torneos de League of Legends formales. Los directivos de 'Comunidad LoL PERU' gestionan los torneos nacionales de League of Legends en el marco de los Festivales MasGamers. Y, por su parte, los administradores de 'Comunidad - League of Legends – Perú' se ocupen del torneo de League of Legends en los eventos WCG.



4.3 Organización WCG 2013 - Perú, categoría League of Legends

El festival WCG 2013 – Perú en conjunto fue organizado por Augusto Zapata, conocido como NOOBZAIBOT, y la empresa Gaming Services S.A.C. Específicamente, César Bellido, administrador del grupo en Facebook 'Comunidad - League of Legends – Perú', estuvo encargado de gestionar y monitorear el torneo de League of Legends. Lo entrevistamos para indagar sobre el proceso particular.

Figura 6. Stand de Samsung, explanada principal de WCG 2013 - Perú



César Bellido se involucró con los videojuegos alrededor de los quince años. “Yo jugaba con los de mi colegio los sábados, cuando no había labores. Íbamos a un internet, en ese tiempo era nueva la idea. Comencé jugando el Counter-Strike. Luego empecé a jugar desde casa (por internet) con personas que seguramente eran mejores que yo y mis amigos. Así fue que comencé en el mundo gamer”, mencionó entusiasmado.

En esta etapa sostuvo interacción virtual con jugadores de forma presencial en los mismos lugares de juego y también virtualmente por internet, a partir por la práctica de juego, y estableció grupos habituales. “Conocí gente por Ventrilo (programa de comunicación por audio), conocí gente buena. Recuerdo que un día nos reunimos y fue genial conocer (cara a cara) gente que sólo jugábamos

por internet”. De acuerdo a su testimonio, y el de otros sujetos entrevistados, los jugadores tienden a extender sus interacciones virtuales al espacio físico, si la proximidad geográfica lo permite.

Luego, durante su residencia en Brasil, sus compañeros de juego en Counter Strike le recomendaron probar League of Legends. *“Empezamos a jugarlo a comienzos del año 2011. Se nos ocurrió la idea de crear un grupo en Facebook, y así fue que empezó la 'Comunidad - League of Legends - Perú', el 9 de agosto del 2011. Comenzamos siete personas, los mismos que jugábamos Counter Strike, ahora somos miles de miembros en el grupo... En la actualidad (2013) cuento con seis personas, quienes son Andrés Parra, Miguel López, Steven Rojas, Efrén García, Luis Valderrama y Cristhian Juárez, con ellos tratamos de que exista en Perú una competitividad y buena calidad de jugadores de League of Legends... Pase de ser un gamer a un gamer administrativo”.*

El grupo creado por César creció progresivamente a una cantidad considerable de seguidores, actualmente más de 14 mil aficionados a League of Legends participan en su página. También, gestionó los primeros campeonatos locales y su labor fue reconocida por los aficionados. Posteriormente, los representantes de WCG 2013 – Perú le encomendaron la organización del torneo de League of Legends en el marco del festival de videojuegos.

A este respecto, desde el año 2000 cuando iniciaron los primeros eventos en Perú, los representantes de WCG se vincularon con personalidades y gestores afines al contexto competitivo de videojuegos local, como dueños de cabinas reconocidas, jugadores sobresalientes y gestores de campeonatos locales.

César comentó al respecto: *“Un día le mande (a Augusto Zapata) un mensaje a su bandeja de entrada, el año pasado, diciéndole que teníamos una comunidad en el Facebook de bastantes personas. Yo, junto con Luis Valderrama (colaborador), fuimos a visitarlo a su oficina. Le hablamos del juego (League of Legends), de lo que habíamos hecho anteriormente y le dijimos para apoyarlo. Él dijo que necesitaría también nuestro apoyo y este sería mutuo. Así es como para aquel año en WCG Perú - 2012 realizamos 'El Torneo de Exhibición de League of Legends', de manera no oficial...Para este año 2013, Augusto y yo*

charlamos en persona, discutimos los puntos más importantes de esta versión nueva y se dio, salió 99.9% perfecto”.

Puntualmente, la organización del torneo de League of Legends en WCG 2013-Perú estableció las siguientes bases de competición:

- Convocatoria: Nacional.
- Inscripción: A cargo del capitán del equipo, inscribe a los miembros en el foro *Bloodzone.net*, en un tópico especial llamado “WCG PERU – League of Legends, Inscripciones abiertas”.
- Registro de equipos: Se solicitaron los nombres de los jugadores, respectivos *nicknames* (nombres de juego), documentos de identidad, y lugares de residencia.
- Fase de clasificación: Modalidad *online* (no presencial), durante los domingos 18 y 25 de agosto del 2013.
- Fase final: De carácter presencial, se celebró en el Centro de Convenciones María Angola del distrito de Miraflores, los días 31 de agosto y 1 de setiembre.
- Premios: \$ 2000 para los primeros lugares. Además, los jugadores y equipos ganadores de las categorías oficiales de competición representarían a Perú en WCG 2013 Kunshan – China, con todos los gastos pagados.

El evento fue promocionado principalmente a través de medios virtuales en internet, como en la página y grupo en Facebook de 'Comunidad - League of Legends – Perú', banners en cabinas del Centro Comercial Arenales, anuncios en la radio web Wilson Podcast, notas en la revista *MassGamers*, publicaciones en el foro *Bloodzone.net*, etc.

La convocatoria logró la inscripción de más de 75 equipos, aunque estuvieron previstos un máximo de 42. Por razones operativas se consideraron a 72 equipos, un total de 360 jugadores, distribuidos en 8 grupos de 9 equipos cada uno. “*Tuvimos a equipos de Arequipa, Tacna, Trujillo, Cuzco, Huancayo, Puno, Tarapoto y Lima*”, comentó César.

Figura 7. Portada promocional en "Comunidad - League of Legends - Perú", fan page de Facebook



Durante las clasificaciones *online* los equipos de cada grupo jugaron en modalidad 'todos contra todos'. Los equipos ganadores del primer lugar en sus respectivos grupos se clasificaron a la fase presencial de competición final. Así, durante los domingos 18 y 25 de agosto del 2013 se desarrollaron un total 576 partidas de juego, donde cada equipo jugaba cuatro partidas por día.

Los equipos que resultaron clasificados fueron: Shot e-Sports, Digital Generation, Piece of Cake, Arenales Net Games, Ranked House, DragoStore, XPG e-sports y NTNS.

4.4 Observación participante en WCG 2013 - Perú

El sábado 31 de agosto, aproximadamente a las 10 a.m., acudimos al Centro de Convecciones María Angola del distrito Miraflores, Lima. Al llegar encontramos una fila de alrededor cien personas, casi todos varones, a la expectativa que evento abriera sus puertas. Nos dirigimos a la puerta principal y conversamos con los encargados de la entrada, les explicamos el acuerdo dispuesto con los organizadores para investigar el evento.

Sin demora nos enviaron hacia la puerta trasera del local a buscar a Favio Cossio. Reconocimos que el festival aún no estaba apto para iniciar, algunos equipos y espacios terminaban de ser acondicionados, y se ultimaban los detalles. Al ingresar no pudimos hablar con Favio, se encontraba bastante atareado y un empleado sugirió retornar a la fila de ingreso y esperar el inicio del evento.

En la fila nos acercamos a dos sujetos, amablemente conversamos y fueron nuestra compañía durante los dos días del evento. Uno de ellos es Israel Arenasa de 24 años aficionado a League of Legends; el otro, un jugador arequipeño de 32 años, clasificado para la fase final del videojuego de fútbol FIFA 2013, que viajó a Lima con la única finalidad de competir, ganar experiencia y conocer personalmente a los jugadores con que usualmente había jugado a través por internet, y ganar experiencia en torneos.

El jugador comentó: “... *no creo que gané, hay un buen nivel y es la primera vez que participo en un torneo. Mi flaca no me creía que estaba viajando para jugar, pensaba otra cosa, que me iba a ver con alguien...*”. Más tarde perdió su segunda partida y fue eliminado aquel mismo día.

Israel, por su parte, nos comentó sobre algunos aspectos el torneo de League of Legends, desde un inició evidenció su marcada afición, conocimiento del juego, e interés competitivo. Durante la conversación le explicamos sobre la investigación, él accedió entusiasmado a guiar y brindarme la información que necesitara.

Cuanto le consultamos sobre los equipos participantes de League of Legends, Israel señaló a un equipo uniformado situado en la fila de ingreso. Se trataba de

DRAGOSTORE, un equipo auspiciados por las cabinas del mismo nombre, que portaban casacas negras con el logo del equipo. Al respecto mencionó: *“DRAGOSTORE no juegan nada, son pura casaca -risas-. El mejor equipo es ANG, yo conozco a FRAGGIO (Giovane Huamán) y a KYO (Bruno Wilson), no los pierdas de vista, la destruyen...”*.

Después abrieron las puertas de WCG Perú – 2013, la fila avanzó sin contratiempos y nos situamos en el vestíbulo de la entrada principal, donde al lado derecho controlaban el ingreso, y en el otro vendían las entradas a de S/.15. A cambio del monto brindaron pulseras azules adhesivas que pusieron en las muñecas de los asistentes. También, las entradas también eran vendidas en los puntos Tu Entrada de la cadena de supermercados Vivanda.

Esperamos unos minutos cuando se apersonó un empleado que nos dirigió con Favio Cossio. Luego de saludarlo presentamos la carta de presentación PUCP, y recordamos nuestro acuerdo. Él se mostró algo apurado, me hizo entrega de una pulsera de color amarillo, dio la bienvenida al evento y continuó con sus labores.

Previamente, preparamos una credencial con mi nombre y logo de la PUCP, que solamente usamos para visitar áreas restringidas para jugadores competitivos y personal autorizado, como el estrado, lugares administrativos y de monitoreo. Durante toda la observación y participación procuramos un involucramiento espontáneo, también positivamente influenciado por el entusiasmo y afición propia por los videojuegos.

Sin perder tiempo empezamos con la observación de los recorridos, espacios y actividades características del evento.

4.5 Distribuciones espaciales

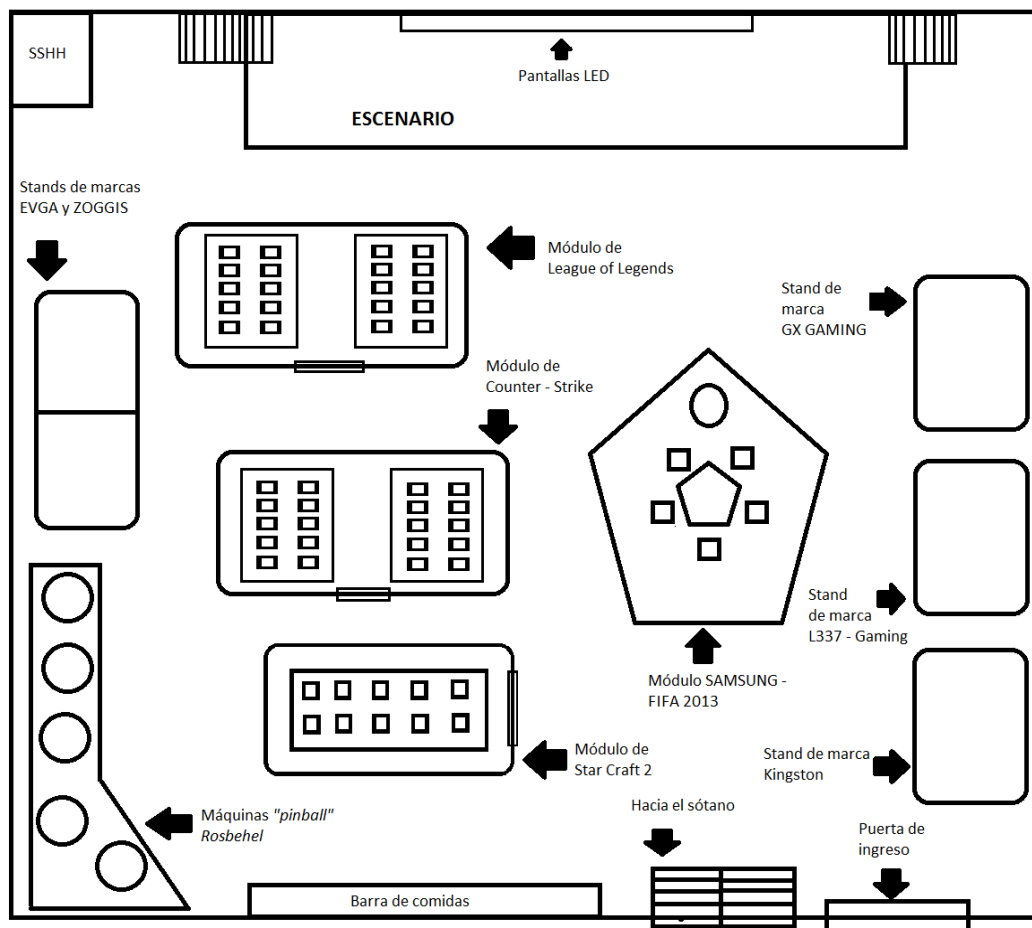
Al interior del recinto identificamos que las instalaciones no estaban del todo terminadas, aún se implementaban algunos ambientes del evento. El espacio estuvo compuesto por dos ambientes principales, acondicionados para el tránsito de los asistentes, participación de los jugadores, exposición de tecnología, venta de productos y actividades de marcas auspiciadoras.

Describiremos detalladamente ambos ambientes, primero la explanada principal y luego el sótano.

4.5.1 La explanada principal

En este espacio principal se situaron todas las secciones de competición para videojuegos de computadora, stands de las marcas auspiciadoras, maquinas *arcade*, barra de comida y el escenario principal. Mediante el siguiente esquema representaré su distribución física y explicaré cada sección.

Figura 8. Diagrama de la explanada principal, WCG 2013



- a. Stand de Kingston: Kingston es una marca de *memorias* RAM, USB, micro SD y SD. Auspició el festival y presento un stand de exhibición y venta de sus productos, además ofreció promociones y regalos de merchandising. Por ejemplo, durante el domingo 1 de setiembre, compramos una tarjeta micro SD de 16 GB, debido a que la memoria de la cámara fotográfica había agotado su capacidad.
- b. Stand de L337 – GAMING: Marca de 'tarjetas madre' (*mainboard*) para computadoras, también auspiciadora del festival. Los productos en exhibición fueron especializados en el rendimiento de videojuegos.
- c. Stand de *GX Gaming*: Marca de dispositivos para *gamers*, contó con stand de exhibición y venta de sus productos como alfombrillas, auriculares, teclados y ratones, adecuados para mejorar el rendimiento de juego.
- d. Escenario: Fue el espacio principal del festival, donde sucedieron varias actividades: acto inaugural, concursos de *cosplayers*, partidas finales y premiación. Contaba con pantallas LED de gran tamaño para transmitir las incidencias del torneo y las partidas finales de cada videojuego.
- e. Stand EVGA y ZOGGIS: Estas marcas especializadas en el desarrollo de tarjetas de video (VGA) también estuvieron presentes en el festival. En sus ambientes exhibieron el rendimiento de sus productos más recientes.
- f. Sección Rosbehel: Es una empresa dedicada a la venta y alquiler de máquinas *arcade* (*pinbol*). Se instalaron seis de sus aparatos, los asistentes podían jugar gratuitamente, esperando en fila por un turno.
- g. Módulo Samsung: Samsung es el auspiciador principal de WCG. En su sección central, cinco computadoras conectadas a pantallas LED de 42, se jugaron las partidas de *FIFA 2013*. Mientras que en la sección inferior estaban instaladas seis laptops de 15 pulgadas, donde se jugó el torneo de exhibición de *Warcraft III*. Además, en este módulo promocionaron productos como televisores, dispositivos móviles y laptops.

- h. Módulos de League of Legends y Counter Strike¹⁵: En cada módulo se llevaron a cabo los torneos respectivos y presentaron características similares. Contaron con veinte computadoras cada uno, diez en cada mesa, cinco alineadas en una dirección, y las otras cinco en sentido contrario, una distribución acondicionada para el juego de equipos con cinco jugadores cada uno.
- i. Módulo de StarCraft II: Contó con un total de 10 computadoras. Se diferenció de los dos módulos anteriores porque su modalidad de juego supone la contienda de un jugador contra otro (1 VS 1).

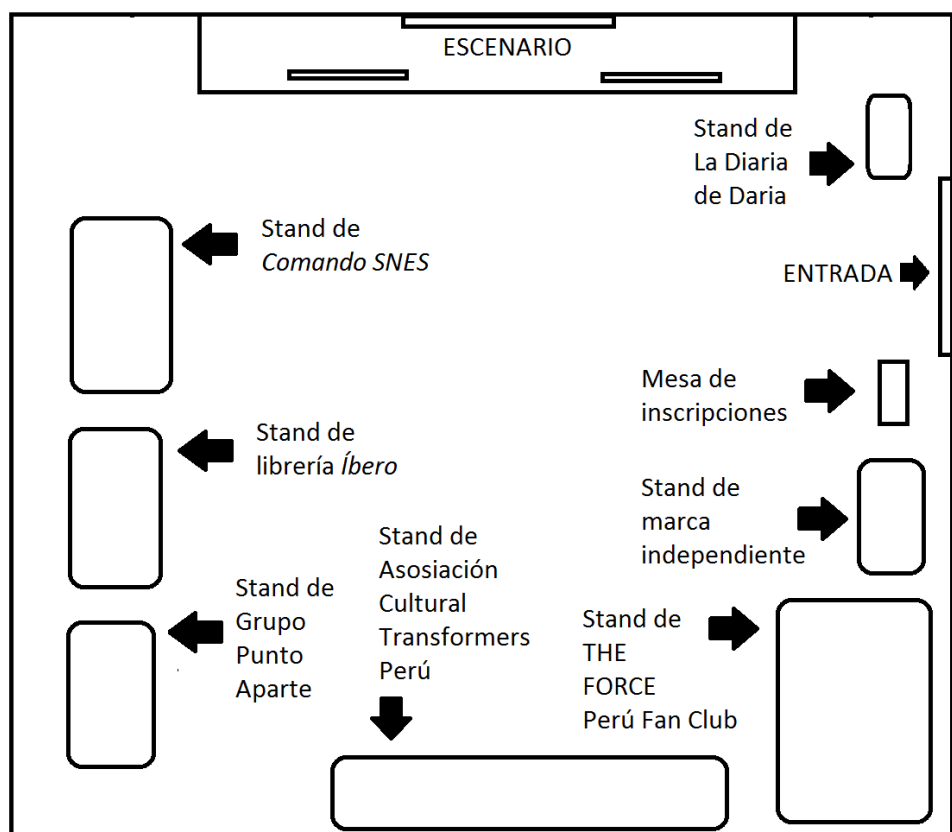


¹⁵ Los torneos de WarCraft III y Counter Strike fueron de exhibición, no categorías oficiales de competición en WCG Perú - 2013.

4.5.2 Sótano

En el sótano se situaron stands con diferentes temáticas, muestras de colecciones, inscripción para torneos, ventas de productos diversos, y torneos para consola XBOX 360. Mediante el siguiente gráfico representaré cada una de sus secciones:

Figura 9. Diagrama del sótano del evento, WCG 2013-Perú



- Mesa de inscripciones: En este punto se inscribieron los participantes en los torneos de exhibición, como The King Of Fighters XIII, Counter-Strike y Warcraft III.
- Stand de marca independiente: Exhibieron y vendieron productos como tasas, cuadernos, posters, prendedores y *adhesivos*. Los diseños estaban inspirados en personajes de MARVEL COMICS, Dragon Ball, DC COMICS, etc.

- c. Stand de THE FORCE – Perú Fan Club: En esta sección se mostraron colecciones de *StarWars*, un conjunto de publicaciones, fichas, tarjetas, posters, juguetes, figuras de acción, maquetas, etc. Algunos productos estaban en venta.
- d. Stand de Asociación Cultural Transformers Perú: Este grupo presentó una colección numerosa de figuras de acción de la saga Transformes, los personajes de la época clásica y de versiones modernas. Algunas figuras estaban en venta.
- e. Stand de Grupo Punto Aparte: Este grupo, dedicado a elaboración de accesorios y fanzines, ofrecieron a la venta sus productos.
- f. Stand de librería Íbero: Esta cadena de librerías también contó con una sección en el festival, donde exhibieron publicaciones referidas a comics, series y videojuegos.
- g. Stand de Comando SNES: Un grupo de coleccionistas de videojuegos, exhibieron su consolas y títulos de '*retro games*' (clásicos) más emblemáticos en cada soporte tecnológico. Además, ofrecieron al público el uso gratuito de algunos aparatos.
- h. Stand de La Diaria de Daria: En esta sección vendieron productos japoneses como golosinas, bebidas y snacks.
- i. Escenario: Fue el espacio más importante del sótano, donde se desarrollaron las partidas de los torneos en Street Fighter IV y The King Of Fighters XIII, ambos videojuegos de tipo pelea, para consola XBOX 360. Presentó dos amplios televisores conectados a sus respectivas consolas, y un proyector que amplificó la imagen de las partidas en el fondo del escenario.

4.6 Características y dinámicas de los asistentes

El público asistente se caracterizó por sexo y grupo de edad. La mayor proporción fue masculina, alrededor del 90%, tendencia más notoria en los jugadores competidores. Por ejemplo, la única competidora fue Stefani, de *nickname* 'Cachetona', miembro del equipo *Piece of Cake* (PoC) del videojuego *League of Legends*.

La edad promedio de los asistentes mantuvo el rango de 14 a 30 años. Evidentemente, el evento se enfocó en un público juvenil aficionado a videojuegos y tecnología. La cantidad de público en ambos días del evento fue de aproximadamente de 1200 asistentes. Además, el festival también convocó a espectadores virtuales, que accedieron a las incidencias del evento a través de TwitchTV¹⁶, un portal de internet para transmisiones en vivo.

Figura 10. Ingreso a WCG 2013 - Perú, Centro de Convenciones María Angola, Miraflores



La participación de los asistentes se asoció a la dinámica y actividades del evento. Inició con la compra de los boletos de entrada, con un costo de S/.15 para el acceso a ambos días del festival, y S/. 10 sólo para el segundo día. Por ejemplo, Eduardo Toykin, mi hermano menor, asistió el día domingo y pagó el

¹⁶ Portal *TwitchTV*, canal de WCG-2013 Lima, Perú. <http://www.twitch.tv/wcgperu>

monto señalado. Además, las entradas incluyeron cupos de inscripción a torneos de videojuegos de exhibición y también fichas para el sorteo de aparatos tecnológicos, los asistentes escribieron sus datos y las depositaron en un ánfora.

Las actividades principales del festival WCG 2013 - Perú fueron los torneos en las categorías oficiales de juego, que incluyeron los títulos StarCraft II, Street Fighter IV, FIFA 2013, y League of Legends.

Así, las secciones correspondientes a los torneos oficiales propiciaban la concentración de los asistentes. Por ejemplo, el módulo de juego en League of Legends estuvo constantemente colmado de espectadores. Según César Bellido, organizador de la competición, varios de los espectadores participaron en algunos de los 64 equipos que no lograron clasificarse, pero asistieron a presenciar el resultado final de la competición.

Por su parte, los torneos de exhibición fueron en Counter- Strike, Warcraft III, The King of Fighters XIII, y otros videojuegos clásicos (*retrogames*) en el stand de Comando SNES. Estas competiciones propiciaron la participación y expectación de asistentes, las partidas se llevaron a cabo en los respectivos módulos y otorgaron premios menores a sus ganadores.

En total se realizaron seis torneos, cuatro oficiales y tres de exhibición (sin contar los torneos menores de *retrogames*). Las partidas en conjunto fueron muy numerosas, se llevaron a cabo en simultáneo y a distintas horas del día. Por ejemplo, las primeras partidas del torneo de exhibición en Warcraft III, empezaron alrededor de las 20:00 horas en el primer día del festival, mientras los torneos de otros títulos empezaron desde la apertura de las puertas del evento por la mañana.

Durante el primer día, la inscripción a los torneos menores empezó alrededor de las 12:00 y duró hasta alrededor de las 15:00. La fila de inscripción fue numerosa, propiciando abarrotamiento de jugadores en el sótano, y el tránsito se tornó dificultoso.

Personalmente, procuramos que nuestra investigación en WCG 2013 – Perú fuera de manera espontánea y participativa, nos involucramos en su dinámica desde que abrió sus puertas hasta la última premiación en la madrugada del

lunes 2 de setiembre. Esta motivación propició nuestra participación en el torneo de exhibición en WarCraft III, un videojuego clásico practicado durante los años de educación secundaria.

Al respecto, varios jugadores se refirieron a la diferencia en la experiencia de juego por entretenimiento y por competencia. La particularidad en la experiencia de juego en un torneo implica una dimensión subjetiva compleja, caracterizada por la presión, nerviosismo, concentración, expectativa, control anímico, etc. Nos interesamos en este aspecto emocional y nos dispusimos experimentarlo personalmente.

Así, aproximadamente a las 12:45 p.m. bajé al sótano, el aire era cargado y el ambiente bochornoso. Había mucha gente aglomerada en la fila de inscripción, me ubiqué y esperé mi turno mientras conversaba con otros jugadores. Al llegar a la mesa elegí el padrón del torneo Warcraft III, escribí mis datos: nombres, apellidos y *nickname*. Luego, me dirigí a la explanada a continuar las observaciones.

Mientras tanto los asistentes recorrían las diferentes instalaciones del festival, principalmente visitaban los stands de marcas tecnológicas, consultaron sobre los productos en exhibición, conversaron y fotografiaron con las anfitrionas de trajes ceñidos. Los representantes de las marcas auspiciadoras organizaron promociones y sorteos, las inscripciones iniciaron el domingo por la tarde. Para ello los interesados tuvieron que dirigirse al stand en cuestión, suscribirse a la página en Facebook de la marca en cuestión y anotar sus datos (nombres, apellidos, correo electrónico) en un registro.

Los sorteos se llevaron a cabo en los descansos entre las partidas finales de cada torneo oficial. Previamente los encargados realizaron el sorteo en sus respectivos stands, luego un presentador difundió el nombre de los ganadores, que se acercaron al escenario principal para recibir su premio. Si el ganador no estaba presente se procedió a llamarlo posteriormente, o, en última instancia, se reanudó el sorteo.

En este marco, la marca EVGA sorteo dos tarjetas de video de características avanzadas y costos elevados. Por su parte, GX Gaming sorteó un teclado y mouse especiales para videojuegos. Kingston, regaló merchandising, como

polos y pisapapeles, mediante concursos y por compras de productos en su stand. Además, L337 Gaming sorteó mochilas para laptop.

Figura 11. Stand de EVGA, fabricante de tarjetas gráficas



Por su parte, las anfitrionas *cosplayers* en el festival WCG 2013 – Perú (12 mujeres y 2 varones) atrajeron la atención de los asistentes, principalmente de sexo masculino. Dash Cosplay es un grupo de animadoras y anfitrionas *cosplay* para eventos relacionados a tecnología, anime y videojuegos. Según la ocasión, se disfrazan y actúan como personajes de dibujos animados, películas, comics, anime, videojuegos, etc.

Israel Arenaza, jugador asistente, afirmó que las *Dash* son conocidas por la mayoría de aficionados que suelen asistir a este tipo de eventos. En esta oportunidad, lucieron atuendos de personajes de videojuegos considerados para el evento competitivo en cuestión. Así, priorizaron la representación de personajes mujeres de League of Legends, cuyos rasgos estéticos exaltan el erotismo y voluptuosidad.

Las *cosplayers* transitaron aleatoriamente por las instalaciones del evento, mantuvieron el rol de animación y promoción de una atmósfera acorde a la

temática del evento. Actuaron poses y actitudes del personaje representado, atrayendo la atención de los asistentes, que las observaron y fotografiaron. Israel me tomó una foto junto a una cosplayer que representó al personaje Akali, y luego yo a él con Katarina, ambos personajes de League of Legends.

Seguidamente, alrededor de las 17:00 del primer día, se llevó a cabo un concurso de *cosplay* en el escenario principal. Participaron las chicas Dash y también algunos aficionados del público asistente. El presentador llamó a cada participante, que desfilaron luciendo sus vestuarios y actuando a manera de los personajes representados.

Figura 12. Desfile de cosplay en el escenario principal



Esta actividad atrajo la atención de la gran mayoría de asistentes, se aproximaron al escenario a tomar fotografías, y comentaron amablemente sobre los participantes en escena. Finalmente, el aficionado disfrazado del personaje Master Yi, de *League of Legends*, ganó el concurso. Durante su actuación fue el más aclamado por los espectadores, debido a que su vestuario y actuación fueron idénticas al original.

Simultáneamente, demás actividades se llevaron a cabo en el sótano del local. En este ambiente se situaron stands expositivos y de ventas, donde los

concurrentes circularon por sus instalaciones, observaron las colecciones y productos. Por ejemplo, las figuras de acción de las sagas StarWars y Transformers atrajeron la atención de muchos aficionados. También, el stand de Comando SNES propició gran interés en el público. Sus colecciones de consolas y *retro games* propiciaron la participación del público, que preguntaron sobre la formación de la colección, historia de los aparatos, y jugaron videojuegos clásicos gratuitamente.

Figura 13. Stand de Comando SNES, colección de retro games



El espacio principal del sótano consistió en un pequeño escenario confirmado por la pantalla principal, donde se transmitieron las partidas de los torneos para la consola XBOX 360: Street Fighter IV y The King of Fighters XIII, ambos videojuegos del género *pela*. Durante las fases de clasificación se congregaron numerosos aficionados a observar, algunos de pie y otros sentados en las sillas. Cada partida de juego fue más emocionante que la anterior, los mejores jugadores se abrían camino a las instancias finales entre vítores y esténtores del público.

Figura 14. Escenario del sótano de WCG 2013-Perú



Luego, a las 20:00 del sábado, se convocó a los participantes del torneo de exhibición del videojuego Warcraft III. Como mencionamos líneas arriba, me inscribí a este torneo alrededor del mediodía y me apersoné algo nervioso al módulo de competición Samsung y esperé mi turno. Los otros jugadores involucrados se situaron en el módulo, varios de ellos expresaban vínculos de proximidad previos. Percibí un ambiente amical y solidario en los participantes comentaron, observaron las incidencias de las partidas y se prestaron sus dispositivos de juego, debido a algunas complicaciones técnicas de los aparatos.

A diferencia de los torneos oficiales que emplearon computadoras para videojuegos, esta competición de exhibición se llevó a cabo en laptops de capacidades limitadas, condición que provocó las críticas y molestia entre los jugadores. Principalmente por la incomodidad de jugar en una pantalla de superficie reducida y un teclado integrado a la laptop. Sin embargo, los jugadores tuvieron que continuar con la competición a pesar de estas dificultades.

Entablé conversación con Miguel, un jugador que también participó de este torneo. Me explicó sobre la comunidad de jugadores de Warcraft III en Perú, el grupo de Facebook, y los pequeños campeonatos que organizan entre sí. Este título no es vigente en los torneos oficiales, pero su trayectoria generó muchos aficionados que aún lo practican competitivamente o por entretenimiento.

Al llegar mi turno tomé posición en la laptop correspondiente, elegí como *nickname* 'Repiquetero', y junto con mi adversario procedimos configurar las opciones iniciales de la partida. Antes del encuentro, Miguel se acercó con un amigo suyo, le pidió el favor de prestarme su teclado y ratón para optimizar mi rendimiento de juego. Dos sujetos que recién conocía tuvieron un gesto de amabilidad muy agradecido por mi parte, luego me apresuré en instalar los dispositivos a la laptop.

Warcraft III es un videojuego de estrategia militar épico-legendario, similar a la temática en *El Señor de los Anillos* de J. R. R. Tolkien. El jugador puede elegir entre cuatro razas diferentes: orcos, humanos, elfos nocturnos y muertos vivientes. Elegí a los orcos y mi contrincante con muertos vivientes, con las manos sudorosas y sumo nerviosismo iniciamos la partida, no fue como jugar en casa o con los amigos.

Empecé a construir mi base, primeras unidades y recolección de recursos, tratando de recordar mis estrategias. Pasaron alrededor de diez minutos cuando mi asentamiento fue invadido por el ejército enemigo, mientras que mis tropas incursionaban en territorio desconocido. Me percaté de inmediato, y utilicé una teletransportación de retorno para defenderme, resistí el embate con serios daños en mis construcciones, por lo pronto, había disipado el peligro.

Sin embargo, el enemigo logró reunir un ejército considerable y súbitamente me invadió con mayor agresividad. Fue un ataque devastador que no pude resistir, la partida terminó con mi derrota. Miguel se acercó, palmeó mi espalda y dijo sonriendo: *“Buena partida, se nota que jugabas antes, pero te falta práctica. Te acaba de ganar el mejor de los muertos vivientes de la comunidad”*. Estreché la mano del contrincante, y retorné los dispositivos al jugador que me los prestó.

Aún permanecí en el módulo, pensativo en mi derrota, observando las partidas y conversando con algunos participantes. Sentí mucha empatía con los *gamers*, sujetos poco comprendidos y considerados '*freaks*' (fenómenos) por gran parte de la sociedad. Sin importar las demás particularidades de sus vidas interactuaban entre sí, durante momentos, muchas veces anónimamente, actuando personajes, por medio de aparatos y mundos figurados en videojuegos.

Las actividades mencionadas fueron llevadas a cabo regularmente por los asistentes, en diferentes momentos del festival durante los dos días de su desarrollo. El ritmo de interacción y usos de los espacios fueron principalmente establecidos por los torneos de videojuegos y actividades complementarias. A continuación, desarrollaremos las incidencias del torneo de League of Legends.



4.7 Torneo League of Legends

En perspectiva, este capítulo inició abordando los aspectos generales de World Cyber Games y nuestro involucramiento con el caso particular de investigación WCG 2013-Perú. Luego, mencionamos los aspectos organizativos del evento, enfatizando en la gestión del torneo en League of Legends, para después describir los espacios, actividades y prácticas del festival WCG 2013 - Perú.

En este apartado describiremos las incidencias del torneo de League of Legends en el marco del festival. Priorizaré en observaciones sobre las prácticas de los equipos *Arenales Net Games (ANG)* y *Shot e-Sports (SHOT)*, sus respectivos miembros y mánagers. A su vez, nos remitiremos a datos de entrevistas posteriores y a conversaciones con jugadores aficionados que asistieron al evento.

En líneas anteriores mencionamos sobre la fase clasificatoria del torneo, se realizó en dos domingos previos al festival, el 18 y 25 de agosto, en modalidad *online* (no presencial). La convocatoria captó a más de 75 equipos, aunque estuvieron previstos un máximo de 42. Por razones operativas consideraron a 72 equipos, un total de 360 jugadores, distribuidos en 8 grupos de 9 equipos cada uno.

Figura 15. Módulo de competición de League of Legends



“Tuvimos a equipos de Arequipa, Tacna, Trujillo, Cuzco, Huancayo, Puno, Tarapoto y Lima”, comentó César. De esta fase resultaron los ocho mejores equipos del Perú en *League of Legends: Arenales Net Games* (ANG), *Shot e-Sports* (SHOT), *Digital Generation*, *Piece of Cake* (PoC), *Ranked House*, *DragoStore*, *XPG e-sports* y *NTNS*”, afirmó el organizador César Bellido.

Durante el evento WCG 2013-Perú no interactué directamente como investigador con los miembros de los equipos ANG y SHOT, sólo observamos sus prácticas y dinámicas grupales de competición. A los managers explicamos nuestro estudio, planteamos entrevistar posteriormente a los jugadores y observarlos en sus lugares habituales de juego. José Valverde y Luis Vergara, mángers de ANG y SHOT respectivamente, nos trataron con amabilidad y aceptaron la propuesta.

Además, el juego competitivo requiere un grado alto de concentración y compromiso, es así que no interrumpimos la dinámica habitual de los jugadores de ambos equipos. Nos dispusimos a observar sus comportamientos en el evento, identificar sus roles y habilidades de juego durante las partidas. Sin embargo, aún no comprendíamos el fenómeno por completo, desconocíamos las lógicas específicas de juego en contextos de competitividad oficial. Esta información complementamos posteriormente a través de entrevistas.

El esquema de competición fue de tipo llaves, una sola partida por encuentro. Donde los equipos ganadores se posicionaban en el *winner bracket* (grupo de ganadores) y los equipos vencidos se situaban en el *loser bracket* (grupo de perdedores). Según César, procuraron no programar a los equipos Arenales Net Games y Shot e-sports en la ronda inicial.

Las partidas de juego se desarrollaron en el módulo de *League of Legends*¹⁷, y los encuentros finales se disputaron en el escenario principal el día domingo por la noche hasta la madrugada del lunes. Los resultados del primer día de competición fueron los siguientes:

¹⁷ Ver gráfico de “3.5.1 La explanada principal”

Figura 16. Resultado de competencias del primer día, League of Legends

1ST ROUND				2ND ROUND			
A	1	Shot e-sports	1	E	1	Shot e-sports	0
	2	Digital Generation	0		4	ANG	1
B	3	PoC	0	F	5	Dragostore	0
	4	ANG	1		7	XPG e-sports	1
C	5	Ranked House	0	L	5	Dragostore	1
	6	Dragostore	1		3	PoC	0
D	7	XPG e-sports	1	M	1	Shot e-sports	1
	8	NTNS	0		8	NTNS	0
J	3	PoC	1	K	5	Ranked House	0
	2	Digital Generation	0				

El equipo ANG ganó su primera partida contra el equipo *PoC* con relativa facilidad, y el equipo SHOT impuso su juego ante el equipo Digital Generation. Por tanto, ambos ganadores se enfrentaron en la segunda ronda, un encuentro muy esperado por la afición, que se aglomeró rápidamente al módulo de competición, dificultando la circulación en el espacio aledaño. Además, cientos observaron la transmisión de la partida en vivo (*stream*) mediante la plataforma Twitch de internet.

El encuentro fue tenso, resultando victorioso ANG, sus miembros lucieron su experiencia competitiva frente a las acciones dubitativas de SHOT. El ganador aseguró su cupo en la semifinal del grupo de ganadores, y SHOT fue enviado al grupo de perdedores, aún con posibilidades de clasificarse a la final. Respecto a este resultado desfavorable, los miembros de SHOT afirmaron tomar decisiones equivocadas desde la elección de personajes y acciones durante la contienda.

Los jugadores de un equipo mantienen comunicación constante durante el juego, acuerdan la elección de personajes, movimientos, estrategias, e informan sobre los acontecimientos de la partida. Para ello emplean un sistema de auriculares especiales y aplicaciones como *RaidCall* o *Skype*, para agregarse a un grupo de conversación. También usan el chat propio del videojuego, aunque la escritura conlleva a ciertas demoras en la experiencia de juego.

En este sentido, los miembros de ambos equipos tuvieron problemas de comunicación durante la partida, el ruido producido por los aficionados atenuó

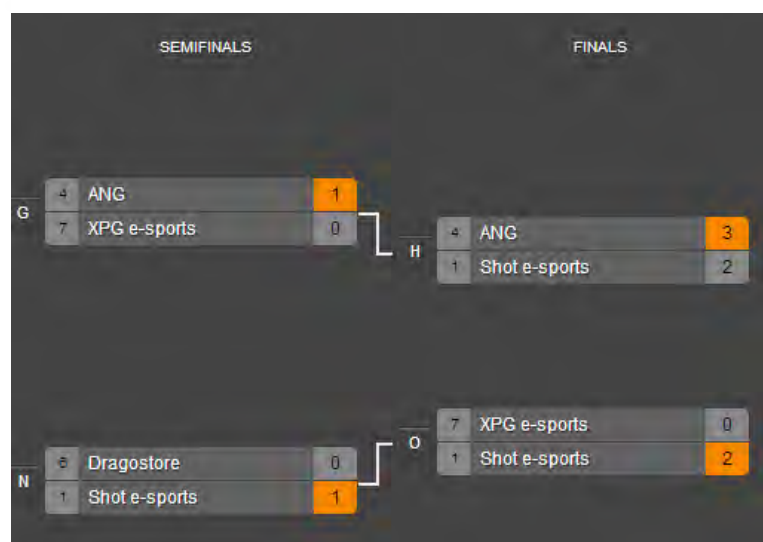
los volúmenes de sus dispositivos de audio. Además, en entrevistas posteriores, los miembros de SHOT afirmaron que las computadoras que emplearon durante el juego presentaron ralentizaciones que influyeron negativamente en el desarrollo del juego, y tampoco pudieron escucharse entre sí.

Los jugadores de ANG también afrontaron estos inconvenientes, pero gracias a sus mouses, teclados y dispositivos de audio adecuados al juego competitivo mermaron las dificultades. En aquel entonces *Thermaltake*, marca especializada en *hardware gamer*, auspiciaba a solo ANG con auriculares. Este respaldo fue obtenido por los resultados favorables en competiciones internacionales anteriores, y se reafirmó hasta su participación en la Final WCG, Kunshan-China, con el patrocinio de ratones y teclados a cada miembro.

Por su parte, SHOT jugó una partida adicional contra el equipo NTSN. Antes de esta partida los miembros de SHOT evidenciaron cierto nerviosismo, porque la derrota contra ANG los condicionó a no perder ninguna partida para llegar a la final y obtener su revancha. Sin embargo, SHOT venció después de una partida táctica y se posicionó como semifinalista en el grupo de perdedores. Luego de esta partida sus miembros fueron a las afueras del local a buscar su almuerzo.

Al día siguiente, último día de competición, se jugaron las partidas semifinales alrededor del mediodía. Los resultados fueron los siguientes:

Figura 17. Resultado de competición del segundo día, League of Legends



Observamos que el equipo ANG ganó con relativa facilidad a *XPG e-sports* en el grupo de ganadores, y *Shot e-sports* venció a *Dragostore* en el grupo de perdedores, clasificándose ambos como finalistas del torneo. Al respecto, SHOT atravesó dificultades contra DRAGOSTORE, el juego fue muy disputado e impredecible, los resultados de las batallas grupales beneficiaron irregularmente a cada equipo y no se perfiló un ganador, mientras la afición alentaba emocionada.

Finalmente, a los 45 minutos de juego, SHOT consolidó su ventaja después de una batalla grupal definitiva suscitada por la caza del objetivo Baron Nashor en el lado izquierdo del río. La muerte de todos sus enemigos permitió que destruyeran las últimas construcciones en la base principal del adversario. Al término, los ganadores se abrazaron emocionados y festejaron su cupo en la final.

Los encuentros finales no fueron desarrollados en el módulo de League of Legends, sino acontecieron en el escenario principal, al igual que las demás partidas finales de los otros torneos oficiales, donde se instalaron las computadoras y demás equipos de transmisión. Así, las partidas fueron

Figura 18. Final de League of Legends en el escenario principal



observadas por los asistentes del evento y transmitidas a través de Twitch vía internet. La siguiente foto ilustra la final de League of Legends.

Además, las partidas finales fueron proyectadas mediante paneles de pantallas LED dispuestas en el escenario con un retraso de tres minutos respecto al juego en desarrollo. Esta medida preventiva fue tomada para evitar posibles filtraciones de información sobre las acciones de los jugadores durante el juego. El conocimiento sobre los movimientos del equipo enemigo, facilitado por terceros, implica una infracción grave a las reglas de juego.

José Valverde, manager de ANG, explicó rápidamente, *“Imagínate si la transmisión fuera exactamente a tiempo real, el que está viendo por la pantalla gigante sabe las maniobras de ambos equipos, que en cuestión de segundos podría comunicar vía celular, o por chat a los jugadores que están compitiendo, o a su staff”*.

La final de League of Legends consideró un máximo de cuatro partidas, ANG tendría que ganar solo dos juegos para llevarse el campeonato, ya que contaba con una victoria a su favor después de haber vencido a SHOT durante el primer día de competición. Mientras que SHOT tendría que ganar un total de tres partidas para llevarse el campeonato.

Corroborado por los comentarios de varios asistentes, ANG fue el equipo favorito, respaldado por sus logros en campeonatos internacionales y reiteradas victorias en torneos locales. Sin desmerecerlo, SHOT también era el segundo favorito para disputar la final, ambos equipos respaldaban con su juego y trayectoria el reconocimiento como los dos mejores equipos del Perú en League of Legends.

La primera partida final se disputó aún en el módulo de *League of Legends* alrededor de las 20:00. El resultado favoreció a ANG, que ganaron por un amplio margen desde el inicio, consolidado por las reiteradas victorias en los combates individuales de las líneas, batallas grupales, emboscadas y logro de objetivos. Así, SHOT atravesó nuevamente la presión, sus acciones y expresiones fueron dudosas, nerviosas, y los favoritos impusieron su habilidad y experiencia.

Al respecto, a diferencia del juego común que prioriza el entretenimiento, en las partidas de clasificación oficial están en juego el reconocimiento y consecución

de rangos competitivos. Principalmente en los torneos de carácter presencial y sus fases finales, los jugadores experimentan niveles de tensión que podrían influir sustantivamente en su estado de ánimo, toma de decisiones, comunicación interna, despliegue de habilidades y acciones estratégicas.

En conversaciones posteriores con los miembros de ambos equipos, señalaron que las partidas de clasificaciones *online* (no presenciales) les resultaron relativamente sencillas de ganar, lo dificultoso implicó jugar numerosas partidas consecutivas durante los domingos previos al evento WCG 2013 - Perú. Inclusive, como fue para ANG, varias de las partidas presenciales del evento fueron superadas sin mucha dificultad.

Durante los encuentros finales los jugadores reconocieron la dificultad y tensión que implicó jugar contra su adversario. En especial los miembros de SHOT, *“Jugar sobre un escenario espectacular, con todas las miradas de todos los gamers del evento puestas sobre nosotros, jugando contra el campeón ANG, compitiendo por los pasajes y los cupos para China, fue complicado...estábamos nerviosos.”*, mencionó Henry Aylas (SHOT HENRY).

Así, la segunda partida de la etapa final se jugó en el escenario principal alrededor de las 21:30. Su desarrollo fue sorpresivo para ANG, porque, ante los pronósticos, SHOT *los venció*. El encuentro fue reñido desde el inicio, los combates y logro de objetivos fueron equiparados. La ventaja de SHOT se despuntó cuando Guillermo Cárdenas (SHOT GUISHE) destruyó las defensas de la línea de arriba enemiga (*'top lane'*), mientras sus demás compañeros distraían a los adversarios, dejando un camino libre para invadir la base principal.

Los sucesos de la partida fueron narrados y comentados por tres sujetos comúnmente llamados *'casters'*. Mediante altoparlantes se dirigieron a los asistentes, y hacia los miles de aficionados que observaron la transmisión vía internet por Twitch. Estos sujetos poseen conocimientos específicos de League of Legends y los aspectos ligados al juego competitivo. Así, pueden narrar las incidencias de forma muy detallada y emotiva.

Además, es usual que al término de las partidas de juego los jugadores, ganadores y perdedores, escriban en el chat las letras 'GG' o 'gg', conocidos acrónimos de la expresión 'Good game' o 'buen juego, como señal de aceptación

del resultado. En este sentido, al finalizar la partida de ANG y SHOT, los *casters* y el público exclamaron emotivamente “¡YIYI!”, la expresión fonética de GG.

Los jugadores de SHOT festejaron el logro con vítores y abrazos, sus rostros expresaban la esperanza de ganar el campeonato, “Después de todo, *el campeón no era invencible*”, señaló Guillermo Cárdenas (SHOT GUIDHE). Por su parte, ANG se encontraba sorprendido, aceptaron la derrota en silencio, y se dispusieron a acordar su estrategia para la siguiente partida junto con su manager. Mientras tanto, la afición emocionada miraba la repetición de las jugadas más importantes en los paneles LED.

En esta instancia ANG tenía que ganar una partida más para coronarse campeón, mientras que SHOT habría de superar dos encuentros consecutivos. Alrededor de las 22:30 se inició la tercera partida con un desarrollo similar a la previa. SHOT inclinó discreta y progresivamente su ventaja de un modo similar a la partida anterior, a través de distracciones grupales para que Guillermo (SHOT GUI SHE) invada la línea de arriba, destruyendo las construcciones defensivas y creando una brecha irrecuperable. Luego se entablaron las batallas grupales decisivas cuyo resultado benefició a SHOT con pocas pérdidas y el juego finalizó nuevamente con su victoria.

El rumbo de los acontecimientos equiparó las posibilidades de ANG y SHOT frente al ansiado campeonato, cada equipo con dos puntos y una partida pendiente. Los asistentes emocionados celebraban el triunfo de SHOT, inclusive algunos aficionados a ANG cambiaron su favoritismo, debido al desempeño y modestia de sus adversarios.

Luis Vergara, manager de SHOT, comentó emocionado: “*Nosotros, un equipo recién formado, sin auspicios, con la situación en contra, sin hardware especializado (equipos), estamos haciendo temblar al campeón...*”. Una impresión corroborada por la reacción de ANG frente a la derrota, sus miembros y manager se mostraron estupefactos y preocupados por la partida final restante, el título se les escapaba de las manos.

El descanso previo a la partida final fue prolongado, alrededor de las 23:30 algunos concurrentes se retiraron del evento. Sin embargo, un público numeroso aún esperaba el resultado del último encuentro, entre ellos mi hermano Eduardo

y yo. Mientras que los *casters* repasaban las mejores jugadas de las últimas partidas, expresaron sus pronósticos, expectativas, y se mantenían asombrados por el triunfo súbito de SHOT.

Un narrador señaló que *“Este increíble resultado es algo que todos los invocadores (jugadores de League of Legends) no esperábamos, estoy seguro que tampoco lo esperaban las 25 mil personas que están viendo esta final en sus casas...”*. Así, la predilección hacia SHOT se extendía en el público asistente y también de los observadores en *Twitch*, que expresaban su ánimo hacia SHOT y burlas sobre ANG en el chat tal portal.

En conversaciones posteriores con los miembros de SHOT, comentaron que durante el descanso previo al encuentro final recibieron numerosos mensajes de aliento desde el chat del videojuego, en sus páginas personales y comunidades de League of Legends en Facebook. El clima de competición apuntaba a que SHOT asestara el golpe final y se coronase campeón de WCG 2013 – Perú.

Entre tanto, ANG estaba reunido al lado del escenario, cerca de los baños de la explanada. Se mostraron preocupados, José Valverde, su mánager, les habló con firmeza: *“¿Hemos llegado hasta aquí para perder?, hemos perdido dos veces de la misma manera, ya sabemos que van a hacer, juguemos concentrados. ¿Acaso no quieren ir a China?”*. Los jugadores escucharon en silencio, inclusive Diego Arce (ANG ARCE), encargado del rol soporte, tenía los ojos llorosos debido a que tuvo errores importantes en las partidas anteriores.

El descanso terminó y alrededor de las 00:15 ya del día lunes, dio inicio el juego definitorio. La etapa inicial donde los jugadores eligen a sus respectivos personajes por turnos intercalados (*'setup'*), presentó contratiempos y fue reiniciada. Luis Vergara, manager de *Shot*, reclamó ante la organización argumentando que el reinicio implicaba cambios en los nuevos turnos de elección, por ende, el requerimiento de nuevos acuerdos en cada equipo para adecuarse a las elecciones de su enemigo.

Posteriormente a la competición, Luis comentó acalorado que la organización del torneo mantenía favoritismo por ANG y rechazo por SHOT. La organización del torneo de *League of Legends* en WCG 2013, fue gestionada por César Bellido y sus colaboradores de *Comunidad – League of Legends – Perú*, ellos

sostienen conflictos con los administradores de *Comunidad – Lol –Perú*, entre ellos Luis Vergara, por la titularidad del nombre, legitimidad y rol de gestión competitiva de los grupos.

En este sentido, Luis Vergara es miembro de la facción gestora de los torneos nacionales de League of Legends en el marco del Festival MasGamers, que compite con el grupo de César Bellido, responsables del torneo de League of Legends en los eventos de WCG. Luis mencionó que la presencia de su equipo en la etapa final incomodó y desafió a sus organizadores. Circunstancias que mediaron en la preferencia hacia *el equipo Arenales Net Games*.

Se brindó solución el impase y la partida inició sin más demoras. Los jugadores de ambos equipos se ubicaron en sus respectivas posiciones en el campo de juego, tentando la posibilidad de invadir el territorio de jungla enemigo, propiciando una batalla grupal temprana. Las tentativas se aplacaron y los jugadores se dispusieron a defender sus respectivas líneas.

Súbitamente empezaron las primeras acciones agresivas de ANG. Previamente analizaron la estrategia enemiga en las partidas anteriores, e iniciaron un hostigamiento constante contra Guillermo Cárdenas (SHOT GUI SHE). Así, Giovane Huamán (ANG FRAGGIORULZ), encargado de la línea de arriba, fue constantemente apoyado por Luis Canales (ANG KANIX), rol de 'jungla', en las emboscadas.

Del mismo modo, Bruno Wilson (ANG KYO) se movilizó activamente desde su posición central hacia los caminos de abajo y arriba, buscando intensificar el factor sorpresa y los daños causados en las emboscadas. Esta estrategia fue muy dinámica, los jugadores se comunicaron fluidamente y lucieron muy concentrados. ANG fue logrando resultados favorables al contrarrestar el avance en el camino de arriba y acumulando asesinatos enemigos en las batallas por objetivos.

Por su parte, SHOT advirtió el cambio de estrategia en su adversario y ponderó sus consecuencias negativas. Sin embargo, demoraron en adaptar sus tácticas al juego enemigo y optaron por una postura más defensiva, hasta recolectar monedas suficientes, mejorar sus equipamientos y luchar frente a frente en

mejores condiciones. Hasta cierto punto sus acciones de contingencia detuvieron la ventaja enemiga y el encuentro se equiparó por momentos.

Al término del juego temprano ('*early game*'), alrededor de los primeros veinte minutos, cesaron los combates individuales en las líneas y empezaron a prevalecer las batallas grupales. Ambos equipos eran cautos al iniciar los encuentros y trataron de aminorar sus pérdidas retirándose prudencialmente cuando se encontraban en desventaja. Sin embargo, fue decisivo el encuentro originado por la obtención de un objetivo importante situado en el río.

ANG se posicionó en el lado superior del río colocando 'guardias de visión' en el área aledaña para observar los movimientos enemigos. SHOT, ante la ausencia de acciones enemigas, intuyó que sus enemigos iniciaban la caza del Baron Nashor y fueron a su encuentro para evitarlo o robarlo. El logro de este objetivo se caracteriza por importantes bonificaciones de habilidad ('*buff*') al equipo captor.

Así, cuando los jugadores de SHOT se acercaron al objetivo mencionado su enemigo ya había avanzado en más de un 50% su captura. El equipo ANG se percató de la amenaza y tuvo una aparente retirada, esperando que SHOT descuidara sus posiciones. Así, desde un flanco inesperado Luis Canales (ANG – KANIX) emboscó a Henry Aylas (SHOT HENRY) sumándose al ataque el jugador Aníbal Collantes (ANG – SpiritWolf), responsable del daño físico a distancia.

Ante tales acciones SHOT retrocedió tardíamente a defender sin éxito a Henry que caía asesinado. Su desconcierto fue aprovechado por Bruno Wilson (ANG KYO) y Giovanne Huamán (ANG FRAGGIORULZ), que arremetieron con todo su poder a sus adversarios. La batalla culminó con el asesinato de todos los jugadores de SHOT (exterminio), mientras que ANG sólo perdió a Aníbal Collantes (ANG SPIRITWOLF)

Sin la intromisión enemiga ANG capturó rápidamente al Baron Nashor que otorgó incrementos de habilidades en sus cuatro miembros vivos. Tenían que pasar alrededor de setenta segundos hasta que reaparecieran sus enemigos, tiempo suficiente en que destruyeron sin resistencia las estructuras en la línea del medio, abriendo una importante brecha hacia su base principal.

Este resultado contribuyó en la ventaja y animó la actitud de ANG, sus miembros se alentaron y felicitaron entre sí por las acciones y resultados favorables. Pese a los esfuerzos de SHOT, la situación adversa no fue superada y sufrieron la derrota de las dos siguientes batallas grupales. Ante su estupor e impotencia el resultado era inminente, con la destrucción total de su base principal el sueño del campeonato se desvaneció: ¡GG!

ANG había ganado la partida final y se coronó con el título de campeón nacional de WCG 2013-Perú en la categoría de League of Legends. Sus jugadores celebraron el triunfo con mucha efusividad y se abrazaron con su manager. Además, accedieron a un premio de dinero en efectivo y cupos pagados para la fase competición internacional a realizarse en Kunshan, China.

Los fotógrafos disparaban ráfagas de flashes sobre sus rostros mientras el presentador y los *casters* narraban emotivamente los movimientos principales que dispusieron la victoria del campeón. Los asistentes aplaudieron enardecidos y comentaron emotivamente sobre la partida final, mientras otros se retiraban apresurados debido a que el evento se extendió hasta la madrugada del día lunes.

Los miembros de SHOT se mostraron afligidos, algunos derramaron lágrimas silenciosas y expresiones estoicas. A pesar del resultado mostraron un rendimiento destacado, superior a las expectativas propias y de aficionados, lograron vencer en dos partidas consecutivas al campeón. Paso seguido, como es costumbre, los jugadores de ambos equipos se saludaron y felicitaron mutuamente. Los ganadores demostraron humildad y estrecharon las manos de los contendientes.

Todos los jugadores que disputaron la final se conocieron con anterioridad por el ambiente competitivo de League of Legends, inclusive algunos se alinearon en mismo equipo en ocasiones competitivas anteriores. El videojuego que alguna vez propició sus vínculos los reunió en la final de WCG 2013-Perú, como un episodio emotivo e importante en la escena competitiva de deportes electrónicos del país.

Figura 19. Premiación del equipo Arenales Net Games



Los organizadores se apresuraron en hacer entrega de los premios a todos los jugadores clasificados a la final internacional en China, entre ellos los jugadores de ANG: Giovane Huamán García (FRAGGIORULZ), Bruno Wilson Arancibia (KYO), Diego Arce Chang (ARCE), Anibal Collantes (SPIRITWOLF), y Luis Canales Tacilla (KANIX). En la categoría de Super Street Fighter IV premiaron a Ángel Navarro (ANG DARLAN), en StarCraft II a Julio Sotomayor (BLORD), y en FIFA 2013 a Andrés Gutiérrez (ANDRUCAS). También premiaron a los ganadores de los campeonatos de exhibición no oficiales *Counter-Strike* y *Warcraft III*.

Posteriormente, César Bellido, organizador del torneo de League of Legends, rememoró la experiencia de WCG 2013, durante la entrevista nos enseñó esta fotografía agregando: *“Y este es el recuerdo del mejor torneo que hemos tenido, esperamos tener muchos más con la firma de los mejores jugadores de League of Legends del Perú”*.

Figura 20. Polo firmado por los jugadores del torneo de League of Legends, WCG 2013 – Perú.



Finalmente, a las 1:30 a.m. del día lunes se dio por terminado el evento. Aún emocionados mi hermano Eduardo y yo retornamos a casa.

V. Los equipos Arenales Net Games y SHOT e-Sports

El torneo “World Cyber Games 2013 – Perú” finalizó la madrugada del 2 de setiembre después de la premiación. Recapitulando, el equipo ANG derrotó a SHOT e-sports coronándose campeón nacional del videojuego *League of Legends*, y además ganó el cupo de participación para la siguiente fase mundial en el evento “World Cyber Games 2013 - Kunshan, China”.

Durante el evento establecimos contacto con los managers de ambos equipos para pautar las entrevistas posteriores. En esta sección presentaremos los datos obtenidos en observaciones a lugares de juego y entrevistas a los managers y jugadores de cada equipo.

Primero daremos cuenta sobre las trayectorias individuales de cada jugador respecto a su vinculación con los videojuegos, práctica competitiva y afición por *League of Legends*. Luego, describiremos el proceso de conformación y dinámica grupal de cada equipo.

4.8 Equipo Arenales Net Games (ANG)

Este equipo fue considerado como el campeón absoluto nacional en League of Legends, y uno de los mejores equipos de Latinoamérica.

Durante su trayectoria competitiva ha ganado el torneo continental CIBER DEPORTES tres veces consecutivas. Además, ganaron el segundo puesto de una edición continental *online* del torneo ESLA 2012-1.

Concuraron en Chile durante el torneo presencial WCG Panamericanos - 2012, logrando el segundo puesto. También ganaron el segundo puesto en otra edición continental *online* del torneo ESLA 2012-2, el segundo lugar del torneo latinoamericano Intel Extreme Masters 2013, y el segundo puesto en el torneo latinoamericano oficial de *League of Legends* organizado por Riot Games Inc., cuya final fue de carácter presencial en México.

En los torneos oficiales nacionales obtuvieron el primer puesto del torneo de exhibición *League of Legends* en WCG 2012 – Perú, y el primer lugar del torneo en el Festival Mas Gamers 2013-1, Lima. Además – como narré en el capítulo anterior - ganaron el primer lugar en el torneo de *League of Legends* WCG 2013 – Perú, y representaron a Perú en la final mundial de WCG 2013 – Kunshan, China¹⁸.

Figura 21. Logo del equipo Arenales Net Games



4.8.1 Miembros del equipo ANG

La alineación de un equipo es llamada '*roster*', durante la competición WCG 2013 – Perú los miembros de ANG fueron los siguientes:

4.8.1.1 Bruno Wilson Arancibia

¹⁸ El trabajo de campo finalizó días antes del viaje de ANG a WCG 2013 Kunshan, China. Posteriormente observamos las transmisiones en vivo del evento, donde ANG fue eliminado en la primera ronda.

- Nickname: ANG KYO
- Rol¹⁹: MID, camino del medio
- Edad: 27 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de ANG, y estudiante de post grado en 'Psicología de Negocios, Administración y Recursos Humanos'

Bruno se inició en los videojuegos a la temprana edad de 6 años, *“yo comencé desde muy chico, me gustaba jugar con mi primera consola, era un Nintendo. Como éramos tres hermanos, nos peleábamos por jugar. Así, que casi siempre alquilábamos en los vicios del barrio. Con mi hermano del medio, teníamos el afán de jugar, mis padres no querían comprarnos consolas porque eso implicaban que compren para cada uno...”*.

Durante el primer acercamiento sus videojuegos favoritos fueron Duck Hunt (o “mata patos”), Mario Bros, Tortugas Ninja, Castlevania, Comando y Battle Toads. *“Con este último título (Battle Toads) creo que empezó lo competitivo, porque era un juego muy complicado, que tenías que memorizarlo y jugarlo mucho para ser mejor que los demás...”*.

Luego, por los últimos años de educación secundaria, frecuentó los 'pinbols' e inició su trayectoria competitiva propiamente dicha con las consolas arcade. “Me gustó un montón *el pinball*, me gustó el hecho que la gente se retaba todo el tiempo, y hacerte conocido en un lugar”. Sobresalió en videojuegos como The King of Fighters, Tekken y Street Fighter.

Progresivamente su afición fue enfocándose en videojuegos competitivos para computadora, Bruno cuenta que dedicó muchas horas de práctica a *StarCraft*, *Counter-Strike*, *Warcraft III*, *DOTA*, sobre todo a *World of Warcraft*, su videojuego preferido, y finalmente a *League of Legends*.

Durante esta etapa, década del 2000, predominó su asistencia a las cabinas de internet dedicadas a videojuegos más emblemáticas de Lima, “la época dorada

¹⁹ Para comprender mejor los roles de juego revisar la sección “1.3.2 Roles del juego”.

de las cabinas”²⁰. Frecuentó los establecimientos Death Match, Galerías Brasil, Galerías Centro de Lima, Cavenet, Ya Existe, Planet Games, Dragonet, Netcom, etc.

Al respecto agregó: *“Me vi con un pata que jugaba en – cabinas - YA EXISTE, y me llevó a PLANET GAMES. Esa fue la cabina que me marcó para toda la vida, porque ahí jugué un buen tiempo. Yo iba a la Pre-UNI en las mañanas, y luego me iba siempre a PLANET GAMES, mi vida era ir a la pre y a PLANET, falte un monto a la pre (risas). Luego di mi examen para la UNI, di los 3 exámenes en el 2004 y de ahí Leo (dueño de PLANET GAMES) me preguntó si había ingresado, yo le dije que iba a entrar. Cuando revisó los resultados vimos que había ingresado a pesar de que falte un montón...”*

Bruno inició su práctica competitiva en videojuegos para computadora con StarCraft, junto con los mejores jugadores de ese entonces: JOSEZ, EXECUTOR, KILLYOU y CARNAGE. *“Yo solía ir a unas cabinas de (la avenida) Pardo, pero me enteré que había unas cabinas por el óvalo de Higuiereta, donde jugaban StarCraft. Me daba cuenta que los que jugaban ahí tenían más nivel. Me hice amigos y comencé a jugar con gente que si estaba rankeada (clasificada) en StarCraft”*.

Después, alrededor del 2002, empezó a practicar Counter-Strike, sobresaliendo en los circuitos competitivos locales. *“En las cabinas YA EXISTE, había un clan que se llamó SPEED (equipo de Counter-Strike), que fue conocidísimo. Yo siempre quise ser parte de SPEED, estaban fuera de mi nivel, era muy alto... “.* Aunque posteriormente, después de demostrar su progresión competitiva con su propio equipo INSIDE, fue convocado a las filas de SPEED por un periodo.

Alternativamente, jugó Knight Online y Warcraft III, también logrando niveles de juego importantes, priorizando su afición por Counter-Strike, hasta que DOTA fue concentrando su práctica de juego competitivo. Bruno mencionó que se dedicó casi por completo a este videojuego y se destacó notablemente en la escena competitiva.

²⁰ Para profundizar en el tema revisar el capítulo 3, “Competitividad en videojuegos, Lima”.

“Yo comencé a jugar DOTA más o menos en el 2004, en la cabina ya había gente que me llevaba meses jugando. Me senté en una máquina a probar los héroes (personajes) y aprenderlos, comencé a jugar y les ganaba a todos. Luego fui a jugar a PLANET GAMES porque había más level (nivel de juego), ahí el mejor equipo de DOTA era de VOLRATH, él me enseñó a jugar y me jaló a su equipo. Comencé entrenar a la gente e hicimos un equipo en PLANET, luego hubo en el 2005 un torneo de DOTA, fueron todos los equipos de Lima, el DOTA había crecido un montón, ahí si me hice super conocido”.

Cuando Bruno jugó alrededor de 5 años el videojuego World of Warcraft (WOW), título de género MMORPG (videojuego de rol multijugador masivo en línea). Señaló, *“De ahí me pegue durísimo con el WOW, quería ser mejor en ARENA 3 vs 3 que era el modo más competitivo. Tenía el mejor guild (equipo) de Latinoamérica, y era el guild master (líder) (...). Tanto jugaba que una vez mi enamorada me dijo: 'no puedo más con tu espalda' (verlo jugar sentado en la computadora). Tuve que dejar de jugar WOW por un tiempo (risas)”.*

Durante el año 2009 tuvo un reconocimiento especial, *“En el Mas Gamers (festival de videojuegos) gané los torneos de Mario Kart para Nintendo Wi, Top Gear y Street Fighter IV, que fue el evento principal. Gané 3 Playstation's y en la premiación me abuchearon por llevarme las consolas y otros premios. Mi mamá me esperó al final y cuando me vio con los premios me dijo: 'todo el tiempo que jugaste no fue en vano' (risas). Leo (dueño de PLANET GAMES) dice que yo fui el primer gamer profesional del Perú, que él me descubrió. Él me pagaba 600 soles, que yo los gastaba en menú, gaseosas y golosinas para jugar todo el día”.*

Finalmente, se retiró de World of Warcraft y probó League of Legends (LOL), *“Por el 2011 deje de jugar WOW, lo deje al final de Wrath of Lich King (segunda entrega), quería ver como moría Arthas, esa pelea fue increíble. La gente de WOW sabía que me iba retirar del juego y todos me escribieron y comentaron para que vuelva. Luego iba a PLANET GAMES para ver a la gente que jugaba, tenía un amigo que siempre estaba con nosotros, RUCONE, y me dijo que pruebe LOL, que todos lo estaban jugando. La primera vez que jugué LOL no me gustó, no quería jugar algo que era parecido a DOTA”.*

Desde entonces su afición se incrementó y entrenó intesamente para sobresalir en la competitividad emergente. *“Mis patas que jugaban LOL eran PUCHO, RUCONE y YOSHODA eran patas que conocía cara a cara. Comencé a jugar ranking (clasificación), veía los torneos que podía, chequeaba los perfiles de los mejores jugadores y trataba de adaptarme a su juego”*. Así formó su primer equipo, llamado Conexión Lan Center.

Bruno es llamado KYO en el mundo de los videojuegos competitivos en Lima, es considerado uno de los jugadores con más trayectoria competitiva local, además fue campeón de WCG en *Street Fighter III* por algunos años consecutivos. También ha sido miembro de los principales equipos competitivos de *DOTA*, *Counter-Strike*, *World of Warcraft* y, actualmente, *League of Legends*.

4.8.1.2 Aníbal Augusto Collantes Chuquillanqui

- Nick: ANG SPIRITWOLF
- Rol: ADC – 'Ability damage carry' (conducción de poder de daño físico)
- Edad: 21 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de ANG, y estudiante de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Lima

Aníbal empezó su afición por los videojuegos cuando tenía 8 años. *“Recuerdo que el primer videojuego que jugué fue Age of Empires en la computadora de mi viejo –su padre-, él siempre jugaba con su amigo para ver quién era el mejor. Al principio sólo miraba, hasta que un día lo jugué, aprendí a jugar, pero nunca le pude ganar a mi papá (risas)...”*

Mantuvo una inclinación preponderante por los juegos de computadora, sobre todo los juegos *DOTA* y *World of Warcraft*.

“Tenía varios amigos con los que iba a las cabinas de por mi casa y el colegio, nos reuníamos después de clase y jugábamos hasta tarde a jugar. Con DOTA empezó lo de competitivo, porque ya en las mismas cabinas los que iban querían sobresalir con su equipo, luego retaban en otras cabinas y en los torneos locales...En esa época también jugaba WOW (World of Warcraft) en

un servidor europeo, ahí conocí a bastante gente, con varios jugamos hasta ahora.”

Según menciona Aníbal, en el servidor europeo de World of Warcraft entabló interacción *online* con jugadores argentinos y españoles, conformando un *clan* (equipo) en el mismo videojuego por algunos años. Luego, alrededor del 2011 estos compañeros le recomendaron probar el videojuego League of Legends.

“Algunos patas de mi clan empezaron a hablar sobre un nuevo MOBA, decían que era de los mismos creadores de DOTA y lo probé para ver qué tal. Desde el inicio me gustó el juego, era dinámico y tenía unos gráficos chevres, además se parecía a DOTA, pero con un nuevo aire.”

De este modo inició su afición por League of Legends, en unos meses, después de ganar cierta experiencia, se integra a un equipo llamado *Team Rescue Zelda*, su primer cuadro competitivo en este videojuego.

4.8.1.3 Diego Arce Chang

- Nick: ANG CHANG
- Rol: Soporte (support)
- Edad: 22 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de ANG, estudiante de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de Lima

Diego Arce inició su afición por los videojuegos desde los 8 años. Su primera experiencia fue con el legendario videojuego Contra para Nintendo, luego transitó por varias consolas de videojuegos y con el pasar de los años se enfocó en videojuegos para computadora.

“Yo he tenido Nintendo, Game Boy, Game Boy Advance, todo lo de Game Boy (consolas portátiles marca Nintendo), menos el último Nintendo DS, porque ya no jugaba mucho. También tuve Game Cube, Nintendo 64; PlayStation nunca

tuve, pero iba a jugar a la casa de un amigo. Y lo último que tuve fue un Wii, como hace dos años, y de ahí simplemente me dediqué a jugar juegos de computadora”.

De esto modo, Diego experimentó una inclinación progresiva hacia los videojuegos de computadora, paralelo al uso de consolas. *“Yo empecé cuando mi primo me invitó a jugar con su computadora, a partir de los 13 años. Siempre, en todos los juegos que jugué, llegaba a un nivel que era más o menos bueno, nunca me quedé en un nivel bajo, juego que llegaba siempre lo jugaba bien...”.* Entre sus títulos favoritos mencionó los videojuegos Knight Online, Gunz, y DOTA.

Cuando Diego comenzó a jugar League of Legends aún no se había involucrado en dinámicas competitivas específicas a pesar de su dominio en los videojuegos de multijugador, sólo participó en competencia habitual que emerge en toda cabina de juegos, y los retos informales entre jugadores de diferentes establecimientos de juego.

“De los 13 hasta los 18 años jugaba simplemente por diversión, hasta que me pasó la voz un amigo de la universidad de primer ciclo para jugar League of Legends. Con el mismo creamos un equipo llamado GroovyShark, y empezamos a ir a los torneos que había en (las cabinas de) Arenales. Mi equipo siempre quedaba cuarto o quinto, nunca llegábamos a los primeros puestos, no le podíamos ganar a ANG”.

Desde entonces Diego priorizó League of Legends en su práctica de videojuegos y no cesó hasta sobresalir de manera importante en el ambiente competitivo latinoamericano.

4.8.1.4 Giovanne Huamán García

- Nick: ANG FRAGIORULZ
- Rol: *Top laner* – camino de arriba
- Edad: 20 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador del equipo ANG a tiempo completo.

Giovanne comenzó a jugar a los 9 años, empleó progresivamente las consolas de las marcas Nintendo, PlayStation, XBOX, GameBoy, y finalmente computadoras. Nos cuenta, *“Cuando era chibolo salía de mi casa a jugar con mis patas del barrio, íbamos a alquilar Super Nintendo y también iba a jugar en la casa de mis primos. Luego tuve mi PlayStation y paraba jugando más en mi casa, aunque también salía a jugar a los plays (lugares de alquiler) con mis patas.”*

Después fue enfocándose en los videojuegos para computadora, sus favoritos fueron Counter-Strike, Half- Life, Gunbound, Rakion y DOTA. *“Ya después, cuando estaba en secundaria, empecé a ir a las cabinas con mis amigos del cole, nos pegábamos a las salidas hasta tarde. Ahí nos retábamos y armábamos los equipos, algunos jugaban mejor que otros, y yo siempre era de los que jugaba bien cualquier juego. En DOTA hicimos un buen team (equipo).”*

Cuando empezó a jugar *League of Legends* a inicios del año 2011 se separó de su primer equipo competitivo de DOTA, argumentando que estaba aburrido de ese videojuego y quería experimentar algo novedoso. Mencionó que *“La mayoría que juegan League of Legends empezó con DOTA, porque salió antes y su modo de jugar cinco contra cinco fue nuevo. Varios nos cambiamos a LOL porque es parecido, pero con mejores gráficos y nuevos héroes (personajes). Ahora también hay DOTA 2 y algunos lo están jugando.”*

Luego acumuló experiencia suficiente en *League of Legends* y formó su primer equipo junto con hermanos, amigos, y participaron en los nacientes torneos locales. Afirmó emocionado, *“Para mí ser gamer, llegar a ser gamer profesional, es ganar un torneo, levantar la copa y que todos conozcan tu nombre”*.

Desde su involucramiento en *League of Legends*, el nivel de juego Giovanne se incrementó rápidamente, ascendiendo en la clasificación competitiva oficial. Es conocido como un jugador agresivo y ha participado en equipos de reconocidos en Latinoamérica.

4.8.1.5 Luis Canales Tacilla

- Nick: ANG KANIX
- Rol: *Jungler* – caminos de jungla

- Edad: 23 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador del equipo ANG, estudiante de Ingeniería de Software en IDAT, y trabajador en una empresa de software.

Mantuvimos interacción distante con Luis durante las visitas y observaciones que hice a la *gaming house* (lugar común de entrenamiento) de ANG, situada en La Molina. Sin embargo, sólo sostuvimos conversaciones cortas y él se mantuvo reservado conmigo, apenas terminaba la práctica se retiraba a su casa alegando que tenía que estudiar. Según sus compañeros de equipo, Luis hacía un gran esfuerzo por jugar competitivamente League of Legends, porque se dedica a sus estudios y a trabajar.

4.8.2 Trayectoria y formación del equipo Arenales Net Games

El equipo ANG tiene su origen en un cuadro precedente, en el año 2011 Bruno Wilson (KYOMON), Renzo Wong (YOSHODA), Gonzalo Pro (CARLTONDANCE), Julio Salas (DEACEPOO), y Alfonso Guerra (PUCHO), formaron el equipo “Conexión Lan Center”. Empezaron este proyecto motivados por sus logros individuales en el ranking de *League of Legends*, y con la finalidad de trascender en la escena competitiva local que estaba gestándose.

Además, la cercanía de Bruno, Renzo y Alfonso contribuyó a la formación y cohesión del equipo, porque se conocían desde hace algunos años por frecuentar cabinas de juegos comunes. El equipo se inscribió en un par de torneos locales. *“Los ganábamos aplastando, lo ganábamos facilísimo porque teníamos a los mejores jugadores”*, comentó Bruno.

El segundo torneo aconteció presencialmente en las cabinas Arenales Net Games, del Centro Comercial Arenales. En esa oportunidad Alfonso Guerra (PUCHO) se aburre de League of Legends, se retira del equipo, y para suplir su ausencia convocaron a Giovane Huamán (FRAGIO). Con algunos ajustes en la distribución de roles de juego pudieron ganar el primer lugar de esa competición.

La victoria de este torneo, sumado a sus logros competitivos previos, respaldaba la trayectoria y renombre del equipo. Fue cuando José Valverde, dueño de las cabinas Arenales Net Games, les propuso auspiciarlos y ser su mánager. Bruno

conocía a José desde hace un tiempo y que antes auspició a EXECUTOR y a ODIN, reconocidos jugadores del clásico videojuego *StarCraft*.

Así, el equipo pasó a ser gestionado por José desde el rol de mánager. Además, se estableció el cambio de nombre del equipo, antes 'Conexión Lan Center' a 'Arenales Net Games', al igual que el nombre de la cabina de juegos en línea de José. Resaltamos que esta cuestión es común en el ámbito local competitivo de videojuegos, los managers suelen ser dueños de cabinas de juegos en línea, y nombran al equipo auspiciado al igual que su negocio.

Por su parte, también en el contexto local, un equipo llamado 'Team Solo Cuy' empezaba a darse a conocer en la escena por su creciente nivel competitivo. Donde jugaban Luis Canales (KANIX) y Aníbal Collantes (SPIRITWOLF), jugadores que, en un futuro, bajo circunstancias particulares, pasarían a formar las filas del equipo ANG, que investigamos en el presente estudio.

Cabe mencionar que la mayoría de jugadores en los principales equipos locales establecen vínculos previos debido su interacción en el espacio virtual del videojuego, por su participación en comunidades virtuales de jugadores en Facebook, y/o por sus experiencias comunes y competición en torneos locales. Estas circunstancias contribuyen a un tránsito de jugadores entre los equipos, dependiendo de la situación competitiva.

Así, durante la primera temporada del torneo CIBERDEPORTES, Gonzalo Pro (CARLTONDANCE), decide retirarse del equipo ANG por problemas familiares. Su lugar fue ocupado por Luis Canales (KANIX), que después de un reajuste de roles de juego pasó a ser un miembro estable. Con esta nueva formación ganaron el segundo lugar de un torneo online continental llamado ESLA 2012-1.

Tiempo después se anunció el torneo WCG Panamericanos 2012 – Chile, el equipo ANG decidió participar, y contaron con el apoyo de José, su mánager. Tres días antes del vuelo a Chile, Julio Salas (DEACEPOO) tiene un problema con sus padres y no le permitieron viajar, y a Renzo Wong (YOSHODA) no le otorgaron licencia para faltar al trabajo.

A pesar de las circunstancias adversas el equipo mantuvo la determinación de participar en el torneo e implementaron un cambio de jugadores. Entraron Aníbal

Collantes (SPIRITWOLF), del equipo Team Solo Cuy, y otro jugador llamado BUNNYSMASHER. *“Todo fue muy rápido, no tuvimos tiempo para practicar y adaptarnos al juego de ellos, a pesar de todo viajamos y ganamos el segundo puesto”*, mencionó Bruno.

De esta experiencia competitiva recuerdan con desazón la partida final. Tuvieron que afrontar un encuentro con fallas técnicas en los dispositivos y computadoras, además del favoritismo en la organización para con el equipo chileno finalista. Inclusive, José Valverde, su manager, mencionó al respecto: *“Yo diría que todo estuvo arreglado. Cómo unos peruanos iban a ganar el campeonato hecho por chilenos, y en Chile (ríe)”*.

A su retorno a Perú, trataron de volverse a juntar con los miembros que no pudieron viajar para tal competición, pero ambos afrontaban problemas personales y tuvieron que mantener la alineación que viajó a Chile por un período más. El torneo World Cyber Games edición 2012 – Perú tuvo al videojuego League of Legends como una categoría de exhibición, es decir, sin clasificación oficial para instancias internacionales. Sin embargo, fue considerado en el marco de esta prestigiosa competición, que suscitó el interés y participación de los equipos locales de League of Legends.

En esta ocasión ANG volvió a convocar a Julio Salas (DEACEPOO) a sus filas, debido a que la dinámica de juego no funcionaba adecuadamente con Aníbal Collantes (SPIRITWOLF). Además, BUNNYSMASHER procedió a retirarse del equipo a pesar de la sinergia lograda, y llamaron nuevamente a uno de sus iniciales miembros, Alfonso Guerra (PUCHO).

Como vemos, el cambio de jugadores es una constante en la trayectoria del equipo ANG, mediado por las circunstancias personales, la afinidad entre sus miembros, y/o por las necesidades tácticas de juego ante una eventualidad competitiva. Sin embargo, podemos concluir que mantienen una selección de jugadores cercanos de confianza que circulan en el equipo titular.

Con esta reformulación del equipo llegaron hasta las instancias finales del torneo WCG 2012 – Perú. Después de transitar con éxito las partidas iniciales se enfrentaron en la final contra *Team Solo Cuy*, precisamente el equipo donde los recientemente jugadores apartados Aníbal Collantes (SPIRITWOLF) y

BUNNYSMASHER habían retornado. ANG venció al rival y se coronó como el primer puesto en este torneo de exhibición.

La siguiente competición fue el torneo continental ESLA 2012-2, como era habitual, ANG atravesó dificultades internas. Julio Salas (DEACEPOO), por complicaciones personales laborales no tenía disponibilidad para practicar, sin embargo, mantuvo su nivel de juego y titularidad en el equipo. A diferencia de Alfonso Guerra (PUCHO) que evidenció falta de compromiso, bajo rendimiento, y cambiaron su posición, nuevamente, por BUNNYSMASHER. Con esta formación llegaron a la etapa final y quedaron en segundo puesto.

De manera similar, durante el torneo INTEL EXTREME MASTERS obtuvieron un intrincado segundo lugar. En el encuentro final Bruno Wilson y Julio Salas (DEACEPOO) discutieron gravemente, por esta causa Julio se retiró del equipo y decidió dejar de jugar League of Legends, según dijo “definitivamente”, y su lugar fue ocupado nuevamente por Aníbal Collantes (SPIRITWOLF).

Algún período después ANG mantuvo esta última formación, y ganaron el primer lugar del torneo nacional de League of Legends en el marco del Festival MasGamers. En este punto la fama del equipo ya desbordaba la escena nacional de *e-games* y era reconocido como uno de los mejores equipos de América Latina.

Por otro lado, Giavanne Huamán (FRAGIO) era un miembro estable e importante en ANG, presente desde sus primeras competiciones. Pero, según mencionó, vivió una etapa de aburrimiento y saturación con el equipo pese a sus logros. Con nuevos proyectos en mente FRAGIO fundó un equipo junto a los mejores jugadores de Latinoamérica, llamado LIONGAMING, labrando un camino de victorias y reconocimiento intercontinental.

El abandono súbito tomó por sorpresa a sus compañeros en ANG, causando dificultades ante los torneos venideros. Por un lado, perdieron a un jugador de muy alto nivel competitivo, y por el otro, la confianza de un amigo cercano.

Riot Games Inc., la empresa creadora de League of Legends, implementó dos servidores nuevos el 5 de junio del 2013: Latinoamérica Norte (LAN) y Latinoamérica Sur (LAS). Antes de estos servidores localizados los jugadores de

ANG (y la mayoría de jugadores comunes peruanos) estaban registrados y jugaban en el servidor Norteamérica (NA). Así, la empresa no contaba con mecanismos clasificatorios certificados en Latinoamérica, más que los resultados de los torneos organizados por diferentes marcas computacionales.

En ocasión del lanzamiento de estos servidores nuevos, Riot Games Inc. organizó su primer torneo oficial de League of Legends en Latinoamérica, convocando a los equipos más destacados por sus logros competitivos. Como era de esperarse, ANG fue un flamante competidor del evento.

Ante la importante competición ANG dispuso prepararse y redoblar su dedicación. En la última temporada el equipo había dejado de practicar y funcionaron con menos cohesión. Inesperadamente, Julio Salas (DEACEPOO), que había se había retirado “definitivamente” de League of Legends, se contactó con Luis Canales (KANIX) para retornar al equipo, ante la reciente deserción de Giovanne Huamán (FRAGIO).

A su vez, BUNNYSMASHER se retiró nuevamente del equipo y llamaron a un reemplazo nuevo. Se trataba de un miembro del equipo *Team Solo Cuy*, Miguel Ángel Vázquez Quiñones (DARWID), que durante nuestro trabajo de campo fue jugador titular del otro equipo investigado, SHOT e-Sports.

Luego, contactaron con otro jugador destacado, Sebastián Alonso Niño Zavaleta (ODDIE), también miembro de SHOT e-Sports durante nuestra investigación. ODDIE ingresó a ANG reemplazando a Julio Salas (DEACEPOO), que – como hemos descrito - solía ausentarse y retornar intermitentemente. Con este cambio ganaron el primer lugar del torneo GIGABYTE TOP LEAGUE y en otros torneos locales importantes.

Con un ritmo relativamente estable ANG inició su participación en la fase clasificatoria *online* del torneo latinoamericano oficial de Riot Games Inc. mencionado, en ocasión del lanzamiento de sus nuevos servidores latinoamericanos. En la clasificación sus resultados fueron favorables y progresivamente aseguraron su presencia en la instancia de finalistas, a celebrarse en la ciudad de México.

Lamentablemente, y a pesar de su desenvolvimiento destacado, Sebastián Alonso Niño Zavaleta (ODDIE) fue retirado del equipo por dos razones: era menor de edad (15 años) y sus padres no le dejarían viajar a México por la prioridad de sus estudios, en su reemplazo retornó Julio Salas (DEACEPOO).

Además, durante esta temporada los miembros de ANG evaluaron que Miguel Vásquez (DARWID) había disminuido considerablemente su nivel de juego y mantenía constantes discusiones con Aníbal Collantes (SPIRITWOLF). Por aquel entonces Diego Arce (ARCE) era jugador del equipo GROOVYESHARK, y sobresalía notablemente entre que sus compañeros, fue convocado reemplazando a DARWID en el rol de SUPPORT.

Con esta formación viajaron a México junto a su mánager José Valverde, y disputaron los encuentros finales. ANG desplegó un juego muy competitivo caracterizado por la sinergia táctica entre sus miembros, comunicación interna, superaron a los rivales en su grupo de clasificación, y aseguraron su participación en la fase final.

Curiosamente el encuentro final fue disputado por los equipos Arenales Net Games y LIONGAMING, equipo fundado por el ex ANG Giovanne Huamán (FRAGIO), que no figuraba en la alineación titular, sino como suplente. La contienda fue ardua y pareja, resultando triunfador LIONGAMING, primer campeón latinoamericano oficial, y además ganó el cupo de participación al torneo internacional GAMESCOM en Alemania.

Después de esta experiencia e importante derrota, se anuncia el inicio de las fases clasificatorias para el torneo nacional World Cyber Games 2013 - Perú (evento investigado durante nuestro trabajo de campo), que incorporaría al videojuego League of Legends como una categoría oficial con posibilidades de clasificación a la competencia internacional. Arenales Net Games dispuso prepararse para este evento.

Como era habitual, Julio Salas (DEACEPOO) se retiró nuevamente del equipo a causa de sus dificultades personales. Giovanne Huamán (FRAGIO) no logró retornar a la formación titular de su equipo, el campeón latinoamericano LIONGAMING, y *“volvió como el perro con el rabo entre las patas al equipo”*,

sostuvo Bruno Wilson (KYO). Su retorno fue aceptado por sus compañeros por la afinidad y confianza que mantenían, pero también por su alto nivel competitivo.

La formación después de estos cambios se mantuvo durante toda la competición WCG 2013 – Perú, desde las clasificaciones hasta la victoria final, donde vencieron a SHOT e-Sports en unas partidas emocionantes. Inclusive viajaron juntos a Kunshan - China, a disputar los encuentros internacionales, desempeñando una participación discreta, fueron eliminados en la primera ronda del grupo de clasificación.

Figura 22. 'Gaming house' del equipo ANG, distrito de La Molina



Hasta la finalización de nuestra investigación esta fue la formación titular de ANG:

Figura 23. Cuadro de jugadores, roles y nombres de juego del equipo ANG

Rol	Nombre	Nickname
Top	Giovanne Huamán García	ANG Fragio
Mid	Bruno Wilson Arancibia	ANG Kyo
Support	Diego Arce Chang	ANG Arce
ADC	Aníbal Collantes	ANG SpiritWolf
Jungler	Luis Canales Tacilla	ANG Kanix

4.9 Equipo Shot e-Sports

Figura 24. Logo del equipo SHOT e-Sports



Shot e-Sports es un club de deportes electrónicos (*e-sports*) cuyas iniciales representan sus ideales: Superación, Humildad, Orden y Tenacidad.

Además de League of Legends, incluye la gestión competitiva de otros videojuegos competitivos como StarCraft II, Pro Evolution Soccer, DOTA 2 y Counter Strike Global Offensive. Así, cada videojuego cuenta con equipos, jugadores y mánager respectivos. La división de SHOT e-sports en *League of Legends*, tiene a Luis Vergara como mánager.

Este equipo fue el competidor más acérrimo de Arenales Net Games durante los años 2012 y 2013. Así, durante el torneo nacional de League of Legends, en el marco del World Cyber Games 2013 – Perú, disputaron la final en un encuentro reñido y emocionante, quedando en el segundo lugar²¹.

Figura 25. Logo del equipo Ducks on Fire



Este resultado atrajo la atención de gestores del ambiente competitivo en videojuegos. Así, Martín Firbas (KISHTAR), reconocido *vlogger* (*video blogger*) de tecnología computacional y videojuegos en el ambiente local, propuso a los jugadores de SHOT crear un nuevo equipo conservando a sus integrantes.

KISHTAR ofreció una gestión con mayor formalidad, prácticas constantes y auspiciadores de hardware (dispositivos para juego) a futuro. Los miembros de SHOT aceptaron la propuesta y formaron el equipo Ducks on Fire (DOF), cuyo desenvolvimiento posterior cosechó logros. Ganaron el torneo de League of

²¹ Contienda descrita en el Capítulo 4: World Cyber Gamer 2013 - Perú

Legends del Festival MASGAMER 2013-3, clasificando a las finales del torneo ESLA a celebrarse en México, en que no pudieron participar por falta de financiamiento para los pasajes aéreos.

A continuación, describiremos la historia del equipo y las vivencias personales relacionadas a los videojuegos en cada uno de sus miembros, a través de testimonios en entrevistas. Nos enfocaremos en la etapa anterior a Ducks on Fire, solamente a su trayectoria como Shot e-Sports.

4.9.1 Miembros del equipo SHOT

Las vivencias de los miembros de SHOT presentan patrones similares a las de miembros más jóvenes del equipo Arenales Net Games.

El involucramiento a los videojuegos se caracteriza por el uso de consolas de videojuegos desde temprana edad, a los 8 y 10 años. Luego, en la etapa adolescente, asisten a cabinas de internet con sus grupos de pares afines, integrados por hermanos, primos, amigos de barrio y/o compañeros de colegio. Asimismo, jugaron los títulos más difundidos de la época, como Counter-Strike, Warcraft III, GunBound, Knight Online, Mu, Rakion, Gunz y DOTA.

Este último, DOTA, es predecesor de League of Legends²², y los jugadores entrevistados afirmaron tener experiencias competitivas previas en este videojuego. También, han establecido y mantenido interacción con otros jugadores en forma virtual, a través de la experiencia de juego multijugador mediada por internet, en cabinas de juegos en línea, y a través de redes sociales. Por este tipo de influencias comunes llegaron a practicar League of Legends.

Las historias de los jugadores de SHOT son las siguientes:

4.9.1.1 Henry Aylas Salazar

- Nick: SHOT HENRY
- Rol: Mid (Medio)

²² Revisar el vínculo entre los videojuegos DOTA y League of Legends en el capítulo 1 de este texto, “¿Qué es League of Legends?”.

- Edad: 21 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de League of Legends, y estudiante de la universidad San Ignacio de Loyola, en Ingeniería Informática y Sistemas.

Henry inició su práctica con videojuegos desde los 5 años, *“Lo primero que jugué fue Atari y Super Nintendo. Mis primeros juegos fueron Mario Bros y Donkey Kong, me pasaba bastantes horas jugándolos. Mis papas paraban saliendo de la casa, por eso siempre tenía tiempo para mí solo y jugaba”*, mencionó.

La siguiente generación de consolas de juego también fue empleada por Henry. *“A los 10 años más o menos jugué PlayStation 1, Nintendo 64. Los jugué en la casa de mi primo, que me enseñó al comienzo y tuve bastantes horas jugando con él. Super Smash Bros, Crash Bandicoot, Musashi y Final Fantasy fueron los que más jugué. A los 12 ya tuve las dos consolas, un poco presionando a mis padres (risas)”*.

La práctica grupal de juego con compañeros afines también caracterizó la experiencia de Henry. *“(…) alquilábamos en los 'plays' porque mis amigos que vivían en mi cuadra solían jugar en grupo, más que nada era para pasar el tiempo en grupo”*.

Sucesivamente el uso de videojuegos para computadora inició alrededor de los 13 años, influido por su afición a la tecnología computacional. *“Lleve cursos de ensamblaje, también me gustaba la matemática, el software y hardware. Luego llevé cursos de computación y de dibujo en computadora, por curiosidad y aprendí bastante.”*

En esta etapa Henry practicó asiduamente títulos RPG o videojuegos de rol. *“Jugué Maple History y Ragnarok. Es probable que ese juego lo jugué más en toda mi vida, desde los 14 hasta los 20 años, ahí experimente lo que era juego competitivo”*. Como en los demás jugadores entrevistados, la práctica competitiva es común en juegos de interacción grupal, DOTA es el título ilustrativo y recurrente.

“DOTA lo comencé a jugar a los 15 años, iba a jugar con los amigos de un club de deportes. Fue genial, incluso ahora el DOTA 2, me gusta conocer todas las

rotaciones, habilidades, la teoría y basarme en eso para ser mejor que otros. He jugado DOTA 4 o 5 años en cabinas, Ombus y Garena²³. Empecé a usar la palabra rendimiento y siempre un amigo español, de un clan de otro juego, me estaba instruyendo. En las cabinas jugábamos apuesta con otros jugadores mayores a 20 y 50 soles por cabeza”.

Después, alrededor de los 18 años gesta su afición por League of Legends, *“Comencé a jugar LOL por un amigo del básquet; y también algunos (compañeros) de mi equipo de Ragnarok nos pasamos a LOL. Fue todo un proceso, para mí era muy fácil, a comparación del DOTA era muy suave, pero los gráficos atraían más. En un punto dije: si me va bien en este juego y puedo usar mis habilidades me quedo acá”.*

Sucedió tal como Henry esperaba, sus habilidades fueron incrementándose con la práctica competitiva en el servidor de Norte América con su primer equipo llamado “Feeding Style Evo”, conformado por sus amigos del juego Ragnarok. Luego se insertó progresivamente en el circuito competitivo local de League of Legends, y participó en los equipos “Solo Cool”, “SHOT e-sports” y “Ducks on Fire”.

4.9.1.2 Miguel Ángel Vásquez Quiñones

- Nick: SHOT DARWID
- Rol: Soporte - Support
- Edad: 21 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de DOF, ayudante en negocio de sus padres y estudiante de Ingeniería Industrial en la Universidad de Lima

El acercamiento de Miguel Ángel a los videojuegos fue a los 6 años en su casa y por influencias de amigos de barrio. *“Jugaba en la computadora de mi tío, Supaplex, un juego bien antiguo. En ese tiempo yo sólo jugaba en mi*

²³ Ombus y Garena fueron servidores independientes que permitieron la interconexión de jugadores de distintas partes del mundo a través de internet, con la finalidad de establecer partidas de juego.

casa, era más que nada los fines de semana. Nunca tuve Super Nintendo, pero lo probé porque un amigo que vivía a una cuadra de mi casa lo tenía”.

Luego, alrededor de los 9 años empleó aparatos de la siguiente generación de consolas, *“No recuerdo a que edad me compraron el Nintendo 64, me gustó mucho Super Mario 64 y Super Smash Brothers, de hecho, lo sigo jugando cuando voy a la casa con un amigo (ríe). Fue mucho después que compre el PlayStation, pero eso en realidad nunca me gustó mucho”.*

La dinámica grupal en la práctica de videojuegos se evidenció con mayor intensidad en este período. Miguel menciona, *“Las demás consolas que probé fue por mis amigos, me prestaron un GameBoy un Nintendo DS, y he ido a sus casas para jugar PlayStation 2, PlayStation 3. Luego vendí mis consolas, más o menos fui dejándolas porque jugaba Counter Strike y DOTA (computadora), o iba a cabinas con mis amigos”.*

Es regular en los jugadores disminuir el uso de consolas luego de involucrarse con videojuegos para computadora y acudir a cabinas de juego. En este campo los títulos favoritos de Miguel fueron: Warcraft III, Counter Strike, GunBound, Rakion, y, de especial predilección, DOTA y World of WarCraft (WOW).

En WOW, Miguel conoció a un miembro de SHOT, Guillermo Cárdenas (GUISHE). *“Empecé WOW a los 13 años hasta los 16. Jugaba y lo dejaba, porque no tenía plata y empecé a jugar en servidores privados²⁴, en 'Guerreros por la paz'. GUISHE jugaba ahí, pero yo no sabía que era él (ríe). Ahí también conocí a gente que juega LOL, que ahora ya conozco cara a cara. Inclusive a uno que nos apoya actualmente, Kevin, CHORO DE CONRONGO (nick)”.*

La perspectiva de juego competitivo se reafirmó durante la práctica de este videojuego, *“En ese momento de WOW empecé a interesarme en competitivo, en ese servidor éramos primeros en el 'ranked' (clasificación).*

²⁴ Para jugar en el servidor oficial de World of Warcraft es necesario pagar una membresía mensual que oscila en los \$10 a \$15, aparte de la compra del videojuego. Por ello, algunos aficionados de este título optan jugar en servidores privados gratuitos.

Desde ese momento empecé a querer figurar en juegos PVP (jugador contra jugador)."

Seguidamente, por recomendaciones de sus compañeros de WOW, Miguel Ángel conoce League of Legends (LOL). *"En ese servidor privado conocí a un amigo que su nick es FOX, se llama Jorge del Castillo, y él me dijo para jugar LOL. De hecho, yo empecé a jugar LOL cuando estaba empezando, en ese momento sus gráficos eran malísimos, y lo dejé de jugar. Sólo jugué una semana, de ahí seguí jugando WOW".*

Así, es común que los jugadores competitivos se especialicen en uno o dos videojuegos. Esta predilección no implica que abandonen por completo los títulos que han practicado con asiduidad, o dejen la búsqueda de otros videojuegos. Tienen expectativa por las historias/ficciones – usualmente para jugar individualmente – y/o en nuevas dinámicas competitivas entre jugadores.

En el caso de Miguel, World of Warcraft y League of Legends fueron los títulos que practicó durante la última etapa. *"De ahí seguí jugando WOW, aunque con una cuenta (personaje) que no era mía, era de un pata, la mía la vendí. Luego de eso pase a jugar a otros servidores de WOW, me aburrí y descargue otra vez LOL. Empecé a jugar nuevamente LOL a inicios del 2011".*

De manera similar a los casos de los otros jugadores entrevistados, Miguel se insertó rápidamente en la dinámica competitiva local de League of Legends. También conoció a los jugadores más importantes del medio, a través de la experiencia virtual de juego y/o por su participación en competiciones presenciales.

Al respecto Miguel comenta, *"En WCG 2011 hubo un torneo de exhibición de LOL. Conocí a FRAGGIO (Giovane Huamán García, de ANG), hicimos un equipo con FOX (Sergio del Castillo), FRAGGIO, CARACHIN (Luis Jiménez), DRAGO (Luis Valderrama), nadie me dijo el nombre del equipo (ríe). En ese momento perdimos el primer juego contra los actuales ANG. Perdimos esa WCG y dijimos que ya íbamos a practicar en serio, pero FRAGGIO se fue".*

A partir de entonces Miguel decidió involucrarse con mayor dedicación por el logro de objetivos competitivos en League of Legends. De esta manera se estableció el sustrato del equipo SHOT e-sports, a partir de la formación y participación en equipos de menor rango en torneos locales.

4.9.1.3 Sebastián Alonso Niño Zavaleta

- Nick: SHOT ODDIE
- Rol: Jungla - *jungler*
- Edad: 15 años
- Lugar de nacimiento: Lima
- Ocupación: Jugador de SHOT e-sports, y estudiante de cuarto de secundaria. Planea estudiar medicina en el futuro.

Fue el jugador más joven que entrevistamos. A pesar de su corta edad Sebastián es reconocido por su nivel competitivo en la escena local de League of Legends.

Respecto a su involucramiento con los videojuegos, comenta: *“Comencé cuando yo tenía 7 u 8 años con varios amigos que yo tenía por mi barrio. Por donde nosotros vivíamos, al frente había un lugar donde jugaba 'play' (PlayStation), entonces le pedía plata a mi papá a cada rato para ir a jugar (ríe). En ese tiempo jugaba Pepsi Man”*.

Durante ese mismo período Sebastián se involucró con videojuegos para computadora, jugó los títulos competitivos 'clásicos' Half Life, Counter Strike y DOTA. De manera similar a los casos en la mayoría de jugadores que destacan en su cabina habitual de juego, Sebastián rápidamente estableció prácticas competitivas y formó su primer equipo.

“Nosotros a cada rato íbamos al internet para jugar Counter y DOTA, porque en esos tiempos no sabía LOL. Éramos muy buenos en DOTA, en ese internet nos conocían como 'los de la otra cuadra', les ganábamos a gente que tenía 20 años. Luego nos propusieron participar en unos torneos que están en ese mismo internet. Jugamos ese torneo y quedamos en segundo lugar, un amigo se tuvo que ir en la final y perdimos por 'walkover', igual nos dieron un trofeo, ese fue

uno de mis comienzos. También dijeron para otros torneos, pero no podíamos movernos porque éramos muy pequeños (ríe)”.

Esta etapa grupal, con los compañeros del colegio y barrio, finalizó por circunstancias laborales de su padre, y tuvo que mudarse junto a su familia. Su práctica de videojuegos fue tendiendo al espacio doméstico, con una computadora a través de servidores de juego e internet. Alejándose de su primer círculo, caracterizado por la visita frecuente a cabinas de juegos en red.

Alrededor de los 10 años, conoció League of Legends. *“Mi hermano había ingresado a la UNI, y a veces no tenía tiempo. Él se había descargado un juego que era bastante bueno, era el LOL. Cuando tenía que irse, me decía para terminar sus partidas, me explicaba y yo las terminaba. Desde ahí empezó mi interés de jugar LOL”,* comenta Sebastián.

League of Legends resultó muy atractivo por la afinidad con el predecesor DOTA. *“Para ese tiempo mi papá me había comprado una máquina para mí, descargué el LOL y me creé una cuenta para jugar desde cero. Al principio sus gráficos y los héroes me parecieron bajos, pero después me gustó, se parecía al DOTA y era fácil de entender. En ese tiempo sólo jugaba una hora, porque tenía que ponerme a estudiar, eran como una o dos partidas”.*

Rápidamente Sebastián buscó clasificarse competitivamente en el servidor norteamericano (NA). *“Después de llegar a 'level' 30 dejé de jugar (partidas) normal, empecé a jugar solamente clasificatorias en el servidor NA y me fue bien, ganaba la mayoría. Luego vi una página que 'stremeaban' (transmitían) a los jugadores profesionales del mundo, era por TWITCH TV. Yo no creía que el aspecto competitivo iba a desarrollarse en Perú”.*

Luego, consideró que su nivel era apto para competir en los torneos locales, formó un equipo para participar. *“A inicios de este año (2013) empecé a jugar torneos. Yo les dije a mis hermanos para un torneo de Plaza San Miguel, donde conocí a varios que jugaban LOL y eran de Perú. Al empezar las primeras partidas a los equipos que ya estaban formados les ganábamos fácilmente, pero perdimos contra ANG”.*

Esta experiencia fue importante para Sebastián, *“A partir de ese torneo se llegó a saber que un niño de 15 años era Diamante 1 en NA²⁵. Cuando llegue a mi casa triste, recibo una notificación a mi cuenta, me agregó un jugador de ANG, era KANIX (Luis Canales). Me pidió para entrar a su 'team' porque yo era Diamante 1 y eso le sorprendió. ANG fue mi primer equipo profesional, que el mejor equipo de Perú te diga para entrar es algo bastante emocionante y alentador”*.

Durante su participación en el equipo ANG, Sebastián conoció a un compañero actual de SHOT e-sports, Miguel Ángel Vásquez (DARWID), además lograron la clasificación a la fase final del primer torneo latinoamericano oficial de Riot Games Inc. en México. Pero fue retirado por ser menor de edad y porque sus padres no le dejaron viajar por motivo de estudios.

Luego pasó a la alineación del segundo equipo en League of Legends del mánager José Valverde, llamado Arenales Net Games Academy. En esta agrupación conoció a otro jugador de SHOT, Thany Rosillo (THANY), consiguiendo cierto reconocimiento en la escena local.

“Éramos THANY, DARWID, KENNY y COTTONCANDY, empezamos a jugar contra otros equipos. Les ganábamos a varios, pero no podíamos ganarle a ANG, sólo les dábamos pelea. Luego fuimos a un torneo donde ANG también participó, era el GYGABITE en junio (2013). Ganamos todas las partidas y ANG también, así que la final fue entre ANG y ANG Academy. Ese torneo lo perdimos por poco, lo principal fue porque no tuvimos buena comunicación entre nosotros”.

En adelante Sebastián siguió buscando destacarse en la escena local de League of Legends, transitando por algunos equipos hasta llegar a SHOT e-sports. *“Quiero ganarles a ANG y ser el mejor, los demás se conformaban con ser los segundos, o darles pelea”*.

²⁵ En los servidores de League of Legends los rangos son clasificados ascendentemente según el rendimiento y cantidad de partidas ganadas: Bronce, Plata, Oro, Diamante y Retador, con 5 grados en cada rango. Durante el torneo de Plaza San Miguel, Sebastián contaba con rango notable: Diamante de grado 1 en el servidor norteamericano.

4.9.1.4 Guillermo Cárdenas Portugal

- Nick: SHOT GUISHE
- Rol: *Top laner* – (Línea de arriba)
- Edad: 21 años
- Lugar de nacimiento: Apurímac
- Ocupación: Cursa estudios de inglés en el Instituto Cultural Peruano Norteamericano (ICPNA) del Cusco, e Ingeniería de Sistemas en la Universidad Andina del Cusco.

Guillermo empezó a practicar videojuegos alrededor de los 10 años de edad, *“A mi familia no le gustaba. Había locales de 'play' (PlayStation) por mi casa y ahí iba con mis amigos a jugar, era un vicio (risas)”*, mencionó. Así, la consola PlayStation protagonizó esta primera etapa.

Luego sus padres le compraron una computadora personal con fines educativos, y Guillermo la empleó prioritariamente para jugar títulos de PlayStation 1 por medio de un programa especial llamado PSX Emulator. Así, su afición por los videojuegos de computadora propiamente dichos, inició algún tiempo después.

“Poco a poco me cambié más a la computadora, es difícil que alguien juegue bien ambas cosas (PC y consolas). Empecé con juegos que no eran 'online' Diablo, Age of Empires, Red Alert y StarCraft, que lo jugué muy poco. De ahí, más o menos a los 13 años, sentí atracción por los 'online' GunBound, Rakion, Mu, DOTA y Metin 2, pero dependían mucho del internet. Como a los 15 años tuve internet en casa y empecé a jugar WOW (World of Warcraft)”.

Guillermo accedió a experiencias de juego en grupo principalmente en los servidores de videojuegos a través de internet y en cabinas de juegos. Los aspectos grupales propiciados por la interacción de juego con otros se evidenciaron durante esta etapa.

“Jugué DOTA antes que WOW en el tiempo de cabinas, porque no podía jugar desde mi casa (sin internet). Cuando juegas en cabinas es genial, gritas y dices cualquier cosa, yo amaba el DOTA cuando lo jugaba (ríe). Ahí tuvimos un equipo,

a veces íbamos a retar entre cabinas y ganábamos plata o algún torneo. Los miembros eran de mi colegio, dos de mi grado y otros dos eran mayores”.

Su experiencia de juego *online* también expresó sociabilidad con otros jugadores. *“Cuando empecé con WOW me puse a investigar y encontré los servidores privados que habían, jugué en uno español. También usé algunos programas de comunicación por voz, conocí a mucha gente y empecé a tener idea de otro tipo de cultura y países, porque antes yo era muy cerrado. Ahí hicimos un clan y fue cuando me interesé en jugar competitivamente”.*

Luego, alrededor de los 16 años Guillermo se mudó junto a su familia hacia Cusco. Por ello su presencia en el círculo habitual de juego, caracterizado por asistencia a cabinas y participación en torneos a menor escala, fue interrumpida. Desde entonces la práctica de videojuegos tendió a la interacción *online*. Sin embargo, trató de encontrar un nuevo grupo de juego en su nueva localidad.

“Cuando ya me fui a Cusco iba a alguna cabina y no conocía a la gente. Buscaba la forma de jugar DOTA, aunque sea 'online', pero no era lo mismo, por eso deje de jugarlo. En ese tiempo yo mantenía contacto con mis amigos españoles del WOW, y ellos me recomendaron jugar LOL (League of Legends), por eso empecé en el servidor europeo. Me llamó mucho la atención sólo por saber que lo hicieron los mismos creadores de DOTA²⁶.”

Así Guillermo inició su afición por League of Legends (LOL). *“Siempre me ha gustado resaltar en los videojuegos y llegar a un nivel decente. Trato de enfocarme mucho y no fallar, intentarlo al menos. Con los españoles, a la vez que jugábamos el LOL, también jugábamos WOW, pero yo priorizaba el LOL.”*

Después buscó contactarse con círculos de jugadores latinoamericanos e ingresó a su primer equipo. *“Luego revisé los foros de LOL en Europa, y encontré una comunidad latinoamericana que también jugaba en ese servidor. Mi primer equipo fue argentino, ellos estaban reclutando 'top laner' (rol camino de arriba),*

²⁶ League of Legends fue desarrollado por la empresa Riot Games Inc., desde el inicio su equipo está integrado por algunos de los creadores de DOTA. Para mayor información revisar capítulo uno de este texto, “¿Qué es League of Legends?”.

se llamaba HIGH PING GAMING. Hasta el día de hoy seguimos hablando y jugando”.

El interés competitivo en League of Legends surgió cuando Guillermo descubre el circuito de torneos y equipos profesionales, *“Me enteré de la liga Cyber Deportes, donde daban premios como de \$100 o \$50 por cada temporada que hacían. No podíamos participar porque nuestras cuentas estaban en el servidor europeo. Ahí empecé a alejarme del servidor europeo, y del equipo HIGH PING GAMING”.*

Guillermo tuvo que cambiar de equipo y emigrar al servidor Norteamérica (NA), y posteriormente al servidor Latinoamericano Norte (LAN) para competir oficialmente. *“En los foros de Cyber Deportes conocí al equipo REVENGGE TEAM, me probaron y entré a jugar con ellos. Los otros cuatro integrantes eran de Chile. El capitán me explico todo, me dijo sobre los mejores equipos y jugadores de Latinoamérica: Los ISURUS GAMING de Chile, ANG de Perú, y DASH NINE de Colombia.”*

En esta etapa Guillermo incrementó notablemente su nivel de juego y fue uno de los mejores jugadores de REVENGGE TEAM. Que, a pesar de los problemas internos y cambio de jugadores, lograron cierto reconocimiento competitivo en la escena latinoamericana, hasta que sus miembros decidieron disolver el equipo.

En adelante se comprometió con la escena competitiva peruana de League of Legends y entabló interacción con jugadores talentosos. Uno de ellos, Max Medina, lo recomendó para probarse en el equipo SHOT e-sports. Al ingresar Guillermo fue integrante suplente de rol 'top laner' (camino de arriba), luego, a partir del 2013, se destacó y pasó a ser miembro titular.

4.9.1.5 Thany Rosillo

- Nick: SHOT Thany
- Rol: ADC – 'Ability damage carry' (conducción de poder de daño físico)
- Edad: 22 años
- Lugar de nacimiento: Puerto Rico

- Ocupación: jugador de SHOT e-sports y estudiante de la Universidad San Martín de Porres

Alrededor de un mes luego del torneo WCG 2013 – Perú, Thany Rosillo fue retirado del equipo debido a problemas de conducta y falta de compromiso con el grupo. Además, en aquel entonces los jugadores ya no pertenecían al club SHOT e-sports, sino eran conducidos por Martín Firbas (KISHTAR), conformando el nuevo equipo DUCKS ON FIRE, y en conjunto decidieron separarlo del grupo. Debido a estas circunstancias no logramos establecer un vínculo asertivo con Thany para llevar a cabo la entrevista.

Luego, en reemplazo de Thany, el equipo convocó a Kevin Santos Rodríguez (DOF CHORO), jugador de origen peruano residente en Estados Unidos, para las competencias *online* - no presenciales -. Y también al jugador André Alarcón (DOF LINK), para las competencias presenciales.

4.9.2 Formación y trayectoria del equipo SHOT e-Sports

La formación y trayectoria del equipo SHOT e-Sports, de manera similar a Arenales Net Games, expresa las participaciones de algunos jugadores destacados en el contexto competitivo local de League of Legends, mediadas por situaciones personales, asuntos grupales, y circunstancias competitivas. A su vez, se gesta en las experiencias de los miembros en sus respectivos equipos previos.

En este sentido, los miembros que fueron estables durante la temporada previa y participaron en el WCG 2013-Perú han jugado en los equipos Team Rescue Zelda, ANG Academy (segundo equipo del manager José Valverde), Team Solo Cuy, FeedingStyle y, finalmente, SHOT e-sports.

Como mencionamos previamente, Shot e-sport es un club de deportes electrónicos que, además de League of Legends, gestiona equipos y jugadores en los títulos competitivos *StarCraft II*, *Pro Evolution Soccer*, *DOTA 2* y *Counter Strike GO*. Así, la división de SHOT e-sports en *League of Legends* es administrada por Luis Alex Vergara Cruz, conocido en el ambiente de videojuegos como MAGNUS.

Luis se considera “*gamer por excelencia*”, cuya afinidad por los videojuegos inició desde la infancia. Su experiencia lo llevó gradualmente a involucrarse en la asesoría, organización y promoción de eventos “*gamers*” en Perú, especialmente en los *Mas Gamers Tech Festival IV, V, VI* (Arequipa - Trujillo - Lima). Así, a inicios del año 2013 asumió la administración del equipo SHOT e-sports en la división de League of Legends.

SHOT e-sports se conformó en el 2012 y mantuvo un desempeño discreto en los circuitos competitivos locales. Ningún jugador de su primer alineamiento se ha conservado hasta el momento de nuestra investigación. Fue a finales del 2012 que Henry Aylas (AYLAS) es convocado al equipo, previo al ingreso de Luis Vergara como manager. Ambos generaron cambios importantes en la formación de jugadores y gestión del equipo.

Henry, antes de alinearse en SHOT, fue miembro del equipo FEEDING STYLE. “*...era un equipo simple con que jugamos un MAS GAMERS (festival de videojuegos), con unos amigos que conocí, pero se disolvió con el tiempo. Con este equipo jugamos WCG - 2012 (World Cyber Games) y jugamos contra SHOT, a ellos les ganamos. Después jugamos contra ANG, y ahí si perdimos, eran superiores*”, mencionó.

A partir de esta competencia la administración de SHOT empezó a promover iniciativas de renovación del equipo debido a su desempeño limitado en WCG-2012. Así, Henry es convocado a sus filas para desempeñar el rol de MID, y mantuvo en su formación oficial a los jugadores Manuel Alarcón (COCOLISO) en TOP, Roger Días (Typlosion) en JUNGLA, Mauricio Chambi (LATIN) en ADC, y Ricardo Teruyo (RICHIK) como SOPORTE.

Al llegar Luis Vergara como manager del equipo se efectuaron las modificaciones más significativas para la temporada 2013. Al respecto, Henry mencionó que “*El manager y el CEO, que era la cabeza de todo, tenían los pasos para hacer las cosas bien. Yo le comentaba sobre cosas que estuvieran buenas para el equipo*”

*y ellos escuchaban mi punto de vista. Siempre tuvimos buen trato con SHOT, hasta ahora que ya no jugamos ahí*²⁷.

Ante la próxima inauguración de los servidores oficiales de League of Legends para Latinoamérica, el comienzo de las fases clasificatorias de World Cyber Games 2013 y eventos competitivos locales, SHOT inicia su preparación. El ritmo entrenamiento se intensifica, cambian a ciertos jugadores y para dinamizar e incrementar su nivel de juego.

Ricardo Teruyo fue el primer miembro en ser reemplazado. Él era consciente de su situación, tanto las habilidades de juego como su disposición para el equipo fueron menguando progresivamente, debido a que priorizaba sus estudios universitarios, así que dio un paso al lado ante la posibilidad de su reemplazo. En su lugar ingresó el jugador Max Medina (MOSHI), en el rol de SUPPORT. Henry lamentó este retiro debido a la amistad que mantenía con Ricardo.

A su vez, el jugador Guillermo Cárdenas Portugal (GUISHE) fue probado en el rol de TOP como suplente de Manuel Alarcón (COCOLISO), que evidenciaba ciertas limitaciones en su nivel de juego. Guillermo ganó progresivamente la titularidad en el equipo gracias a sus habilidades y actitud competitivas. Henry lamentó la salida de Manuel, debido a que eran amigos cercanos, pero la decisión fue en aras de incrementar la competitividad del equipo.

A partir de la entrada de Guillermo, SHOT tuvo un crecimiento notable en la escena competitiva local. *“Con Guishe empezamos a enfrentar a ANG de igual a igual”*, mencionó Henry (SHOT Henry). Manuel Vásquez (SHOT Darwid), también destacó las habilidades de su compañero de equipo, *“Ahorita, de los que juegan TOP, (Guillermo) es el mejor. Es bien consistente en sus games (jugadas) y también es bien agresivo.”*

SHOT fue gestando reconocimiento en la escena competitiva latinoamericana de League of Legends, su ranking oficial se incrementó progresivamente, y

²⁷ Las entrevistas a los miembros de SHOT e-sports se realizaron un mes después del evento World Cyber Games 2013 – Perú. Luego de esta competición sus miembros acordaron, a partir de la propuesta de Martín Firbas (KISHTAR), formar un nuevo equipo llamado DUCKS ON FIRE, separándose definitivamente de SHOT.

competía contra los equipos más reconocidos de la región. Por ejemplo, durante la clasificatoria previa al torneo por el lanzamiento de los servidores oficiales de Latinoamérica, SHOT llegó a la etapa final del Grupo D, jugando contra uno de los mejores equipos de Colombia, DashNine.

SHOT perdió esta contienda debido al nerviosismo durante los episodios más determinantes del juego. Según mencionaron al respecto, cada cual empezó a jugar por su cuenta, sin comunicar sus acciones y faltos de estrategia. La derrota fue áspera e imposibilitó a SHOT clasificarse a la fase presencial final del torneo en México²⁸. Sin embargo, el equipo reconoció su potencial y reafirmó su orientación competitiva.

Por ese entonces el segundo equipo de Arenales Net Games, también gestionado por el manager José Valverde, llamado ANG Academy, afrontaba discordancias entre sus miembros y algunos se retiraron en busca de nuevas oportunidades en otros equipos. Uno de los primeros jugadores en acercarse a Henry (SHOT Henry) fue Sebastián Niño Zavaleta (DEODONBLACK), que le solicitó integrarse a SHOT y fue aceptado en prueba.

Días después, SHOT integró a Sebastián en su formación y libró una partida no oficial de revancha contra DashNine, el equipo colombiano que los eliminó durante unas clasificatorias previas. A diferencia de este resultado, SHOT venció a su contrincante y decidieron mantener a Sebastián en reemplazo de Roger Días (Typlosion) en el rol de JUNGLA, debido a su desenvolvimiento notable durante la partida, lo nombraron “SHOT Oddie”.

De manera similar, otros dos ex miembros del equipo ANG Academy, Thany Rosillo (THANATOS) y Miguel Vásquez²⁹ (DARMER), solicitaron integrarse a SHOT para ser probados e integrar sus filas. Henry Aylas, como líder, tomó la decisión de retirar a Mauricio Chambi (LATIN) y a Max Medina (MOSHI) para incrementar el potencial competitivo del equipo.

²⁸ En contraste, el equipo Arenales Net Games (ANG), logró clasificarse en su grupo y participó en la fase presencial, logrando el segundo puesto luego de perder el encuentro final contra el equipo LIONGAMING.

²⁹ Miguel Vásquez integró transitoriamente las filas del equipo principal ANG, llegando a participar en la fase final de primer torneo oficial Latinoamericano acontecido en México.

Henry y Mauricio habían entablado lazos de amistad, esta circunstancia dificultó su salida del equipo. Por el contrario, el reemplazo de Max fue menos complicado, ya había tenido advertencias de retiro debido a reiterados incidentes por comportamientos inadecuados, además de ser considerado un miembro negativo para la “Comunidad LOL Perú” en Facebook.

Además, los ingresos simultáneos de Thany y Miguel se fundamentaron en sus roles ADC y SUPPORT respectivamente, que se ejercen y complementan en el carril inferior de juego (BOT), porque su sinergia deviene del juego sincronizado. En este sentido, ambos jugadores provenían del mismo equipo, y conocían mutuamente su estilo de juego. Fueron nombrados como “SHOT Thany” y “SHOT Darwid”. A partir de estos acontecimientos se establece la formación oficial y más competitiva de SHOT. Juntos iniciaron las clasificaciones para el torneo nacional World Cyber Games 2013 – Perú, superando a sus adversarios sin dificultades, asegurando su participación en la fase final presencial, acontecida en el Centro de Convenciones María Angola, Miraflores, Lima.

Como se esperaba, ambos equipos, Arenales Net Games y SHOT e-Sports, disputaron la contienda final del torneo después de una intensa jornada de clasificación durante los dos días de competición presencial. SHOT perdió por muy poco la partida decisiva frente a ANG, logrando un meritorio, pero insuficiente, segundo lugar³⁰. Esta derrota les negó, aparte del título nacional, la posibilidad de participar en la fase mundial presencial del WCG 2013 – Kunshan, China, con todos los gastos pagados.

Hasta la finalización de nuestra investigación la formación oficial de SHOT e-Sports que participó en las fases clasificaciones hasta la final del evento investigado WCG 2013 – Perú, fue:

Figura 26. Cuadro de jugadores, roles y nombres de juego del equipo SHOT

Rol	Nombre	Nickmane
Top	Guillermo Cárdenas Portugal	SHOT Guishe

³⁰ Los acontecimientos referidos a la partida final entre ANG y SHOT del torneo, están descritos en la sección final del capítulo 4, “World Cyber Games 2013 – Perú”.

Mid	Henry Aylas Salazar	SHOT Henry
Support	Miguel Vásquez Quiñones	SHOT Darwid
ADC	Thany Rosillo	SHOT Thany
Jungler	Sebastián Niño Zavaleta	SHOT Oddie



VI. Análisis y abstracciones conceptuales

Finalmente, nos aproximaremos al análisis del caso planteado, luego de señalar la trayectoria histórica de los videojuegos desde sus inicios hasta la actualidad; las reflexiones que ha suscitado en diferentes disciplinas académicas; la progresión del contexto competitivo local en Lima; y los sucesos del torneo WCG 2013 - Perú disputado por los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT) en la categoría League of Legends.

Así, enfocaremos el análisis en la dinámica grupal de los equipos ANG y SHOT, y no en los contenidos y representaciones simbólicas inmersas en el videojuego League of Legends. Es decir, buscaremos la comprensión de las variables culturales que se expresan en los espacios virtuales y físicos de interacción entre jugadores.

Las herramientas conceptuales principales que guían nuestro análisis son: juego, performance, territorialidad, identificación, distinción, poder y masculinidad. Sin embargo, iniciaremos el análisis de grupos y ámbitos de interés, conformación grupal, y consiguientemente el análisis de variables culturales.

5.1 Grupos y ámbitos de interés

Es preciso identificar a los grupos de interés inmersos en el fenómeno competitivo de los videojuegos en Lima: (1) La industria dedicada a la producción y mercadotecnia de videojuegos y correspondientes dispositivos electrónicos; (2) Empresas que ofrecen los servicios de entretenimiento desde espacios especializados en consumo de videojuegos; (3) Empresas y personalidades dedicadas a la administración, gestión y auspicio de la competitividad en videojuegos; y (4) Jugadores y equipos que practican videojuegos competitivamente.

En adelante nos referiremos a los grupos y ámbitos de interés inmersos en la dinámica competitiva del caso planteado.

5.1.1 Industria de videojuegos

La práctica de videojuegos evidencia la complementariedad y sincronía entre el programa – software -, dispositivos electrónicos correspondientes – hardware- y usuarios. Así, su consumo genera un tipo de práctica multimedia incrustada en la dinámica de medios de comunicación e información (Ardevol: 2006).

En este sentido, la industria de videojuegos propicia la emergencia de un fenómeno cultural específico vinculado a las prácticas de juego, ocio entretenimiento y competencia. Su consumo introduce cambios innovadores en la producción de contenidos simbólicos, los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación, lugar en la vida cotidiana, y dinámica de los grupos de usuarios.

En nuestro caso, la empresa estadounidense Riot Games Inc. representa al grupo de interés dedicado al desarrollo y difusión global del videojuego League of Legends. Sus ganancias dependen directamente de la cantidad de usuarios activos, las horas de juego que dedican, el dinero que invierten, y el dinamismo de los circuitos competitivos.

League of Legends es un videojuego gratuito, cualquier persona puede acceder a su instalación desde la web principal (www.leagueoflegends.com), y practicarlo en algún servidor zonal. Sin embargo, algunas características del juego tienen costos variables, como los aspectos estéticos de los personajes (*skins*), objetos

que bonifican atributos de combate específicos (runas), y otras funciones complementarias que se pueden conseguir más rápidamente con dinero “real”³¹. Riot Games Inc., se beneficia económicamente de estas compras virtuales.

A su vez, integran este grupo las empresas responsables de la producción de dispositivos electrónicos para computadora, como Intel, AMD, Gigabyte, Asus, Samsung, LG, Razer, Thermaltake, Nvidia, Radeon, etc. Dado que la práctica de League of Legends requiere el uso de computadoras con alto rendimiento, las marcas computacionales compiten con una gama muy amplia de dispositivos enfocados en las necesidades de los jugadores.

El mercado computacional limeño ofrece -no produce- un conjunto basto de marcas y modelos de uso convencional y especializado para jugadores (*gaming*). El emporio más conocido está situado en la avenida Garcilaso de la Vega del Cercado de Lima, conocido como “Wilson”. Además, otras tiendas particulares de computación y *retail* (Saga Falabella, Ripley, Curazao, Hiraoka, Oeschle, etc.) venden computadoras de diferentes especificaciones. Por su parte, las tiendas virtuales también facilitan el acceso a estos dispositivos.

Finalmente, como veremos más adelante, las empresas que impulsan la industria de videojuegos también se involucran en los circuitos competitivos de videojuegos.

5.1.2 Negocio de cabinas de juego

Desde las fases más tempranas del desarrollo de los videojuegos fue común su disposición en espacios de entretenimiento – principalmente enfocado en público masculino-, como salones de billar y bares en los Estados Unidos, donde los juegos *arcade* (localmente llamados '*pinbols*') gozaban de demanda. La tendencia se reproduce en el contexto limeño de videojuegos para computadora, donde la gran mayoría de usuarios son de sexo masculino.

Como señalamos en el capítulo “III. Competitividad en videojuegos, Lima”, el negocio de las cabinas de juegos en red se popularizó desde la segunda mitad

³¹ Estas características complementarias del videojuego League of Legends pueden comprarse con dinero “real”, pero la habilidad y competencia del jugador se consiguen sólo con la práctica.

de la década de los noventa hasta la actualidad. Inició en cabinas de internet para usos comunes (email, chat, búsqueda de información, ofimática, entretenimiento multimedia, etc.), donde los jugadores compartían el espacio con otros usuarios de internet.

En aquel entonces, la gran mayoría de aficionados acudían a estos recintos para acceder al juego entre varios jugadores mediante una red de conexión local, los títulos StarCraft, Age of Empires, Half Life, Counter Strike, Diablo, etc., fueron más recurrentes. Aún no se habían masificado las modalidades de juego en línea a través de servidores, tampoco el servicio de internet ni las computadoras personales mantenían una penetración notable en los hogares.

Actualmente, la totalidad de videojuegos para computadora con opciones de multijugador cuentan con servidores en línea. Es decir, desde una computadora conectada a internet es posible entablar partidas con otros usuarios de cualquier parte del mundo. Así, el abaratamiento de computadoras, dispositivos y servicio de internet potenciaron la proliferación y especialización de las cabinas de juegos. También favoreció el aumento de aficionados que optaron por jugar desde sus propias casas con equipos propios.

Así, el negocio de cabinas de internet comunes donde también se practicaban videojuegos fue especializándose a servicios de entretenimiento. Progresivamente, pasaron de “cabinas de internet” a “cabinas de juegos en red”, y finalmente a “cabinas de juegos en línea”. Actualmente se evidencian numerosos negocios de este tipo en numerosos sectores de la ciudad de Lima³².

El Centro Comercial Arenales situado en el distrito Lince es el ejemplo más representativo de este fenómeno. En su interior se reconocen al menos diez negocios muy concurridos con un rango de quince a treinta computadoras especializadas en videojuegos, donde se practican títulos como League of Legends, Dota 2, World of Warcraft, Counter Strike Global Offensive, etc.

³² Esta característica se evidencia en las demás ciudades de todo el Perú.

En este sentido, como veremos más adelante, algunos aficionados a los videojuegos implementan sus propios negocios en cabinas de juego y se involucran en la gestión y patrocinio del circuito competitivo.

5.1.3 Gestión competitiva

La competencia profesional de deportes electrónicos (*e-sports*) evidencia elementos comunes a deportes convencionales como el fútbol o básquet. Se reconoce la actividad de (1) Instituciones y gestores que promueven y regulan las temporadas competitivas; (2) Empresas y personalidades que dirigen equipos y jugadores, (3) Marcas que auspician a exponentes con fines publicitarios; y (4) Mercado de jugadores profesionales (*pro gamers*). De similar manera, la competitividad local presenta similitudes.

La emergencia del circuito competitivo de videojuegos para computadora en Lima se gesta en las cabinas de juego, este fenómeno es descrito en el capítulo “III. Competitividad en videojuegos, Lima” de la presente investigación. En resumen, inicia con la competencia interna entre usuarios del mismo establecimiento, se extiende a jugadores y equipos de otras cabinas, para luego conformarse las primeras redes competitivas de la ciudad.

En este contexto, los primeros jugadores y equipos que sobresalieron tuvieron algún tipo de patrocinio y dirección de los dueños de los establecimientos donde jugaban. Son los casos de Bruno Wilson, miembro del equipo ANG, y también de José Farías, primer campeón nacional de StarCraft a fines de la década de los noventa, que recibieron horas gratis y módicas sumas de dinero por jugar competitivamente.

A su vez, los dueños de las cabinas de juego más prestigiosas se involucraron en la gestión de los primeros torneos locales, principalmente en videojuegos como StarCraft y Counter-Strike. En estas competencias participaban los mejores jugadores, los ganadores recibían premios en horas gratis de juego, dispositivos de hardware y/o sumas de dinero. Además, configuraron las primeras redes de jugadores competitivos.

Por ejemplo, el circuito competitivo limeño de League of Legends manifiesta redes medianamente consolidadas y eventos regulares. Los jugadores de mayor

potencial captan la atención de gestores interesados en promover los deportes electrónicos, entre ellos a propietarios de cabinas de juego, que les proponen formar clubes y/o equipos bajo su dirección y auspicio. Así, no es casualidad que varios equipos competitivos lleven el mismo nombre de la cabina de juegos que los patrocina, de esta manera también publicitan sus negocios.

En el caso investigado, José Valverde, manager del equipo Arenales Net Games (ANG), es propietario de una cabina de juegos en línea del mismo nombre, con más de treinta computadoras especializadas en videojuegos competitivos, situado en el Centro Comercial Arenales del distrito de Lince, Lima. De manera similar, el mánager del equipo antagonista, Shot e-Sports (SHOT), Luis Vergara, cuenta con un negocio similar en la ciudad de Nuevo Chimbote.

Según sus testimonios, su motivación inicio en la afición propia por los videojuegos, pasó por el establecimiento de sus cabinas de juegos y, por último: *“Las ganas de promover los E-sport – deportes electrónicos- en Perú... cambiar el enfoque errado por los paradigmas de la sociedad peruana que aún siguen viendo que los videojuegos son una actividad para perder el tiempo, o quienes los practican son viciosos.”*, Luis Vergara.

Así, los managers gestionan los recursos humanos y económicos; establecen dinámicas de entrenamiento; buscan el auspicio de marcas; otorgan un salario a sus miembros; generan diálogo entre los jugadores para generar acuerdos y conciliación de conflictos; gestionan la participación del equipo en los torneos; toman decisiones para el cambio de formación; y dirigen al equipo durante la performance competitiva.

Por ejemplo, Arenales Net Games (ANG) fue el representante peruano en League of Legends para la final internacional World Cyber Games 2013 en Kunshan – China, su manager, José Valverde, mantuvo contacto permanente con los representantes de WCG en Perú para tramitar las visas de viaje, compra de pasajes, organización del alojamiento, transporte, estadía y retorno.

Además, una semana antes del mencionado evento, José encargó la confección de uniformes en el emporio textil Gamarra situado en el distrito de La Victoria. Donde se elaboraron casacas negras con el nombre del equipo e imagen del auspiciador oficial Thermaltake, una reconocida marca en desarrollo de

dispositivos de cómputo especializados para videojuegos y sistemas de enfriamiento para computadoras.

Por su parte, el equipo Shot e-Sports (SHOT) de League of Legends, dirigido por Luis Vergara, integra un club de deportes electrónicos del mismo nombre. Esta institución gestiona equipos y jugadores en diferentes títulos competitivos como DOTA 2, StarCraft 2, FIFA y Counter-Strike Global Offensive. Cada categoría cuenta con un mánager propio, en conjunto están bajo la dirección general del fundador y CEO Jhony Ramos.

La competitividad limeña en League of Legends expresa cierta regularidad de torneos. Los de menor envergadura empezaron a gestionarse desde las cabinas de juegos en línea, como son los centros comerciales Arenales (Lince) y Shopping Center (San Miguel). Posteriormente, otros actores asumieron la organización de competiciones, dedicando mayores capacidades logísticas, sistemas de clasificación, convocatoria y cualidades en los premios.

Identificamos a marcas electrónicas como Razer, Gigabyte e Intel, que organizan torneos con instancias de clasificación nacional, continental y/o internacional. También, los festivales de videojuegos MasGamers celebrados en diferentes ciudades del país, tienen como atractivo principal los torneos de videojuegos, entre ellos League of Legends. El evento es organizado por la revista peruana MasGamers, articula a diferentes gestores de videojuegos y goza del auspicio de marcas importantes como Kingston, Samsung, PlayStation, Nvidia, etc.

Por último, reconocemos a los gestores de los torneos oficiales de League of Legends más importantes de clasificación internacional: Riot Games Inc., empresa desarrolladora de League of Legends; y World Cyber Games, empresa surcoreana dedicada a la competitividad de deportes electrónicos³³. Ambas empresas cuentan con lógicas propias de clasificación local y posterior competición internacional.

Riot Games Inc. cuenta con temporadas de juego llamadas 'season' cuya duración es de un año, donde se clasifican los mejores equipos en sus

³³ Los World Cyber Games acontecieron consecutivamente desde el año 2001 hasta el 2013.

respectivos servidores sectorizados: Norteamérica, Europa Oeste, Brasil, Europa Nórdica y Este, Latinoamérica Norte, Latinoamérica Sur, Turquía, Rusia, Oceanía, China y Corea. Al término de cada temporada compiten entre sí en un campeonato internacional presencial llamado League of Legends World Championship (LCS)³⁴, un evento fastuoso donde acuden miles de aficionados y se otorgan premios que ascienden a millones de dólares.

Por su parte, World Cyber Games sigue una lógica de clasificación en cada país, cuenta con el respaldo económico de Riot Games Inc., el auspicio de Samsung, Genius, Kingston, L337, etc., y apoyo logístico de gestores locales. Realiza eventos anuales donde los ganadores de cada país compiten en el torneo internacional celebrado en una sede de Europa, Estados Unidos o Asia. La edición del año 2013 aconteció en la ciudad de Kunshan (China), y tuvo la participación del equipo ANG en la categoría de League of Legends.

5.1.4 Lógicas de auspicio

Las lógicas de auspicio en los deportes electrónicos son similares a los deportes físicos, diferentes marcas se interesan en el potencial publicitario de jugadores y equipos profesionales. Por su parte, el equipo en cuestión recibe patrocinio económico, apoyo logístico y/o equipamiento tecnológico, a cambio de portar la marca como parte de su imagen. De este modo ambas partes se benefician del acuerdo.

Este tipo de publicidad se expresa principalmente en la actividad del equipo en redes sociales como Facebook, a través publicaciones donde mencionan explícita y reiterada a la marca auspiciadora. También se visibiliza en la indumentaria oficial de competición del equipo, portan la imagen de la marca en los trajes, siendo vistosa durante la performance en los escenarios y en el registro audiovisual del equipo.

En países como Estados Unidos, China o Corea la competición en deportes electrónicos es ampliamente desarrollada y ha propiciado el profesionalismo en

este campo. Es decir, los jugadores (*pro gamers*) se especializan en un videojuego y reciben salarios, viven del “juego”. Además, otros actores como asesor de imagen, psicólogo y manager integran los equipos y se benefician económicamente de su actividad.

En contraste, el contexto local atraviesa un lento proceso de formación. Es decir, las competencias importantes aún son escasas, un reducido número de marcas auspician a los exponentes, la mayoría de equipos no consolidan su institucionalidad, y los jugadores profesionales no reciben remuneración suficiente para solventar sus gastos de vida exclusivamente de esta actividad³⁵.

La mayoría de jugadores competitivos son jóvenes, entre 15 a 30 años, estudian en el colegio, siguen una carrera técnica o universitaria, y/o trabajan en sus respectivos rubros de especialización. Así, sólo algunos jugadores aficionados cambian su motivación de juego, del entretenimiento a la competitividad oficial, y unos pocos logran un tipo de auspicio importante, que contribuye a solventar, parcial o por completo, su actividad de juego competitivo.

Durante la progresión competitiva los jugadores deben demostrar sus habilidades derrotando a otros jugadores. Inicialmente el reconocimiento se gesta en espacios físicos como en la cabina de juegos y la red competitiva local. Actualmente, los videojuegos competitivos cuentan con servidores de juego geográficamente sectorizados, son los escenarios virtuales donde los jugadores se enfrentan y clasifican según sus logros competitivos.

En el caso estudiado, todos los jugadores en los equipos ANG y SHOT juegan en el servidor oficial Latinoamérica Norte de League of Legends. Cultivaron su afición en cabinas de juego, destacaron en títulos competitivos como World of Warcraft, Dota y Counter-Strike. Posteriormente practicaron League of Legends,

³⁵ Estos puntos ponen en cuestión el potencial profesional del circuito competitivo local. Donde la capacidad y desempeño competitivos de jugadores nacionales comparada a países asiáticos y europeos es menor.

desarrollaron sus habilidades, conformaron sus respectivos equipos, y lograron reconocimiento como los mejores del país e inclusive Latinoamérica³⁶.

Las características del auspicio son directamente proporcionales al nivel competitivo del equipo. Es decir, los equipos sobresalientes logran los primeros puestos en los torneos, atraen la atención de los representantes de diferentes marcas electrónicas e informáticas, que buscan beneficiarse con la imagen y protagonismo del equipo.

Por ejemplo, Thermaltake es el auspiciador internacional más importante del equipo Arenales Net Games (ANG), fue otorgado gracias a sus resultados competitivos en diferentes torneos internacionales. Durante la primera mitad del año 2013 ANG clasificó como finalista en torneos de México, Chile y Brasil, sumado al primer lugar del World Cyber Games 2013 – Lima, y la consiguiente clasificación a la etapa final en China. La marca les envió un paquete de ratones, teclados y *pads* (alfombrilla de mouse) profesionales para cada jugador.

La expectativa de auspicio es importante en la progresión de los equipos competitivos. Shot e-Sports (SHOT), luego de lograr segundo puesto en World Cyber Games 2013 – Lima, captó la atención de Martín Firbas (KISHTAR), un popular *videoblogger* de videojuegos. Les propuso dirigirlos como nuevo mánager y cambiar el nombre a Ducks On Fire (DOF), además ofreció el auspicio de Razer, especializada en dispositivos de juego competitivo.

SHOT aceptó la propuesta de KISHTAR porque hasta ese momento no contaba con el apoyo de ninguna marca importante. Posteriormente, el club Shot e-Sports consiguió el auspicio de las marcas Gigabyte y Razer para todas sus categorías competitivas.

5.1.5 Jugadores y reinterpretación local

Comúnmente se emplea el término '*gamer*' (jugador) para referirse al consumidor de videojuegos. Dependiendo de su dedicación y especialización de juego, son considerados: (a) *gamer* casual, cuyo objetivo principal es el entretenimiento; (b)

³⁶ Este proceso es detallado a partir de las historias individuales y trayectoria de ambos equipos en el capítulo "V. Los equipos Arenales Net Games y SHOT e-Sports" de la presente investigación.

hardcore gamer (jugador extremo), caracterizado por una dedicación y nivel superior a la media; y (c) *pro gamer* (jugador profesional o ciber atleta) que especializa su actividad en la competencia profesional. Por nuestra parte, llamamos 'jugadores' a los sujetos involucrados en nuestro caso de estudio.

Los jugadores a través de su actividad e interacción son protagonistas de sus respectivos contextos competitivos y promueven su dinamismo. Se desarrollan en espacios físicos como cabinas de juegos en línea, festivales de videojuegos y/o torneos presenciales, también en espacios virtuales, como partidas en línea, sistemas de clasificación en servidores, foros de discusión en portales de internet y grupos de jugadores en redes sociales como el Facebook.

Los jugadores y equipos competitivos de League of Legends en Lima conforman grupos de interés enfocados en desarrollar niveles de profesionalismo similares a los estándares internacionales. Sin embargo, las limitaciones que atraviesan se corresponden con la manera en cómo un fenómeno global es reinterpretado en un contexto sociocultural de características propias.

Consideramos la práctica multimedia en videojuegos como dispositivo cultural específico inmersa en el fenómeno global de medios de comunicación e información. Esta práctica tiene innovadores usos sociales respecto a la interacción, ocio, entretenimiento y competencia profesional. Donde la industria de videojuegos difunde aparatos tecnológicos, contenidos simbólicos y dinámicas de consumo.

En este sentido, League of Legends y Dota 2 son los títulos competitivos en el género MOBA (arena de batalla en línea para multijugador) más populares del mundo. Donde Riot Games Inc. y Valve, respectivamente, son las empresas responsables de su desarrollo y gestión de la estructura competitiva. No obstante, sus sistemas de clasificación diferenciados, ambas expresan un modelo de negocio enfocado en promover la competitividad internacional.

Estas tendencias globales generan recepción local, una reinterpretación mediada por imaginarios culturales de los sujetos partícipes de su dinámica. En este sentido, los jugadores de los equipos ANG y SHOT expresan, comparten, reproducen, negocian e innovan un conjunto de significados y prácticas respecto a la competitividad en deportes electrónicos y videojuegos en general.

Es decir, adaptan lógicas hegemónicas competitivas en deportes electrónicos al contexto local, donde emergen grupos de sujetos con dinámicas culturales propias. Nos referimos a variables como identificación, juego, conformación, performance, territorialidad, poder, distinción, consumo y masculinidad.



5.2 Identificación grupal

Según Gilberto Giménez Montiel (2002) la noción de identidad no sólo ha sido empleada por los especialistas de las ciencias sociales, sino también por otros en diversos ámbitos, como política, periodismo, empresariado, etc. Es decir, se busca atribuir una identidad a todos los ámbitos de la actividad humana. El fenómeno ha sido ampliamente criticado, inclusive tildado como moda, pero manifiesta un dato significativo: la necesidad social del concepto identidad.

El concepto es influenciado por diferentes reflexiones desde los años setenta, como el debilitamiento y/o cambio del modelo de estado-nación y la naturaleza de las formas institucionales tradicionales; la repercusión en los paisajes culturales referentes a clase, género, etnicidad y nacionalidad; la creciente mundialización de la política supranacional y la economía; y la consecuente resistencia y/o autoafirmación de grupos y clases subalternas.

En este sentido, el concepto identidad es de uso común en las ciencias sociales *“...por su poder heurístico, analítico y desmitificador”* (Montiel: 2002, p. 37). Ampliamente busca comprender la dinámica social en conjunto, las acciones individuales e interacciones sociales, a través de enunciados implícitos o explícitos a cuestiones socioculturales compartidas por los actores implicados.

En este sentido, revisamos el concepto de identidad y nos alejamos de las connotaciones sustancialistas e inequívocas, que atribuyen características constantes y sin variaciones en el tiempo al fenómeno en cuestión. Sugerimos esbozar de forma inductiva su capacidad analítica según las dimensiones culturales y especificidad del caso estudiado.

En palabras de Stuart Hall, *“Deberíamos pensar la identidad como una producción, la cual nunca se completa, está en constante proceso y se constituye dentro y, no por fuera de la representación (...) la identidad está en continuo*

proceso de formación (...) la identidad significa, o connota, el proceso de identificación.” (1990: p. 222)³⁷ .

Además, en base a los planteamientos de Bernard Lahire (2004), afirmamos que en sociedades complejas y heterogéneas el individuo no evidencia un carácter de unicidad en la acción, sino una condición de *singularidad plural*. Mantiene *esquemas de acción parciales* organizados en *repertorios plurales* con transferencia inter-situacional limitada. Así, el individuo actúa de manera circunstancial en base a imaginarios y disposiciones de acción.

Desde una perspectiva afín, Michel Maffesoli (1990) argumenta sobre los referentes de identificación, el autor afirma que la sociedad postmoderna propicia un 'retorno a lo arcaico', donde los sujetos presentan conductas grupales de características tribales, expresado como el rechazo a la asignación de residencia – certidumbre - a la identidad única. En contraste, se evidencia emergencia de solidaridad social en las agrupaciones juveniles actuales, como si fueran tribus.

En este sentido, señala el desplazamiento del individuo, de una identidad estable hacia un sujeto con múltiples identificaciones. Desempeña roles y despliega acciones en diferentes grupos, donde la emotividad y afectividad son referentes identitarios preponderantes en la experiencia grupal. Así, el sujeto contrapone el individualismo a la proximidad humana a través de la pertenencia a una tribu, compartiendo además sus valores e intereses.

Por su parte, Néstor García Canclini (1987) señala que el consumo configura un espacio donde se negocian las identidades colectivas y la diferenciación de grupos y clases sociales. Así, las categorías de clasificación y valoración respecto a lo material y simbólico de aquello que se *consume* constituyen referentes de identificación y diferenciación.

En esta línea, Leslie Villapolo sostiene que *“No se puede hablar de una identidad sino de un conjunto de identidades que se plasman en la conducta del papel que*

³⁷Citado en la tesis “Asháninka online: ¿nuevas tecnologías, nuevas identidades, nuevos liderazgos? Una aproximación antropológica a la relación de la Comunidad Indígena Asháninka Marankiari Bajo con las tecnologías de la información y la comunicación” de Norma Belén Correa Astete.

desempeña en un determinado momento (...). Una o más de estas identidades serán las ejemplificadas al interior del grupo (...). Definiremos identidad grupal como proceso de formación de auto concepto del grupo mismo que es determinado por las interacciones de sus miembros (que tienen como base motivaciones e intereses individuales) que son plasmados en actividades que tienen un espacio y tiempo definidos” (1991: p. 19).

La presente investigación se enfoca en sujetos involucrados en lógicas competitivas a través de la práctica de videojuegos y uso de aparatos tecnológicos. Inmersos en una sociedad compleja caracterizada por la masificación de medios de comunicación, información y tendencias globales de entretenimiento, conforman grupos juveniles a partir de valoraciones e intereses comunes, y desarrollan sus actividades en contextos específicos.

En adelante nos aproximaremos a la construcción, negociación y puesta en escena de los referentes de identificación y diferenciación en los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT), a través del análisis de dimensiones culturales inscritas en su dinámica grupal. Así, indagaremos en las variables como de conformación grupal, performance, territorialidad, poder, distinción y masculinidad.

5.3 Juego

La presente investigación se enfoca en sujetos que establecen dinámicas grupales y competitivas a partir del *juego*. Johan Huizinga, historiador holandés, desarrolla ampliamente el concepto en su texto *Homo Ludens* (1972).

“El juego, en su aspecto formal, es una acción libre ejecutada “como si” y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que puede absorber por completo al jugador sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual. (...) El juego es una lucha por algo o una representación de algo. Ambas funciones pueden fundirse de suerte que el juego represente una lucha por algo o sea una pugna a ver quién reproduce mejor algo.” (Huizinga: 1972, p. 27)

El autor argumenta que el juego es una característica esencial del ser humano. Todo juego significa algo, alberga un sentido, se revela en él, la presencia de un elemento inmaterial. Así, juego es entendido como un factor intrínseco de la reproducción de la vida cultural, y no solamente como una actividad que deviene de la característica lúdica del comportamiento humano.

Además, el juego está pautado por un conjunto de parámetros que circunscriben las acciones de los participantes, como roles, normas, espacios y temporalidades, donde la repetición y la transmisión son dos características esenciales. En su desarrollo se manifiestan representaciones sociales a través de las prácticas de los sujetos partícipes de su dinámica, son los referentes que le otorgan sentido.

Mientras el juego transcurre expresa movimiento, devenir, cambio, seriación, enlace y desenlace. Después permanece como (re)creación, es transmitido por usanza y puede ser *performado* por otros sujetos en circunstancias propicias. De este modo, mediante el juego elementos culturales de un grupo social, se recrean, transmiten, afirman y renuevan. Esta perspectiva incluye tres aspectos

interrelacionados del juego: (a) función de reproducción cultural, (b) estructura de juego³⁸, y (c) experiencia del individuo que juega.

Para entender cuál es la función de reproducción cultural a partir de la práctica del videojuego League of Legends debemos incluir dos aspectos: (1) La reproducción de un conjunto de representaciones sociales en el contenido simbólico del videojuego; y (2) la reproducción de una práctica grupal caracterizada por la competencia a través de medios tecnológicos.

La interpretación pormenorizada del contenido simbólico de League of Legends implica un análisis que desborda los objetivos de esta investigación. El videojuego cuenta con más de 120 personajes de características diferenciadas en historia individual, habilidades, apariencias, diálogos e interacciones; cientos de objetos de equipamiento con atributos especializados; numerosos componentes que configuran los ambientes virtuales de juego; y mucho más.

Al respecto, de manera general, afirmamos que el videojuego representa un mundo ficticio de referencias múltiples, como edad media, anime, ciencia ficción, mitología nórdica, germánica, egipcia, china, griega, celta, hindú, etc. En cada partida se recrea la contienda de dos bandos por el dominio del territorio enemigo. Los elementos característicos son la violencia física durante las batallas, y la colaboración entre los miembros del mismo bando.

La filósofa Eugenia López (2010) sostiene que la mayoría de representaciones sociales referidas en los contenidos de videojuegos reproducen tendencias de las principales industrias culturales de entretenimiento, como televisión, cine, literatura, música, etc. Donde predominan alusiones a violencia física y desigualdad de género, fomentando y reafirmando indirectamente estos imaginarios en sus consumidores.

Un análisis somero de los contenidos simbólicos de League of Legends se corresponde con el argumento mencionado, la alusión a la confrontación bélica es explícita en todo su desarrollo. Respecto a las representaciones de género no

³⁸ La estructura de juego en League of Legends es descrita en la sección "III. ¿Qué es League of Legends?, 1.3 Elementos estructurales del juego".

identificamos una polarización respecto a roles, los atributos de combate (curación, magia, ataque cuerpo a cuerpo, tirador, brujería, emboscada, etc.) están distribuidos tanto en personajes de sexo masculino como femenino.

En contraste, las apariencias de casi todos los personajes de sexo femenino tienden a mostrar un patrón estético que cosifica el cuerpo de la mujer, basado en la esbeltez exagerada, hermosura en los rasgos faciales, voluptuosidad en los senos y nalgas. Además, las apariencias de la gran mayoría de personajes humanos fueron diseñados con rasgos de raza blanca, presentando reducidas alusiones a otros rasgos fenotípicos.

Al respecto, no contamos con evidencia etnográfica para identificar y/o analizar el proceso de internalización de las representaciones sociales mencionadas en el imaginario de los sujetos investigados, no fue el objetivo trazado. Sin embargo, creemos pertinente cuestionarnos la manera en cómo los contenidos simbólicos en la industria de videojuegos son referentes de socialización para sus consumidores.

Por su parte, los factores de (a) reproducción cultural de juego referido a la práctica grupal competitiva a través de medios tecnológicos, y (b) las experiencias de juego en sus participantes, guardan correspondencia con el análisis antropológico que planteamos sobre el caso de estudio.

Al respecto, la perspectiva antropológica considera a los videojuegos como *“Una forma cultural que hibrida cultura de los medios audiovisuales a la lógica del juego (...) como un conjunto de prácticas relacionadas con el consumo, el ocio y los compañeros de sociabilidad.”* (Ardévol, Roig, San Cornelio, Pagès, Alsina: 2006, p. 1)³⁹. Donde el consumidor tiene un rol activo en la significación, manejo y uso de los contenidos.

La experiencia de juego es planteada como *“Sinfonía visual-motora, auditiva, de toma de decisiones, y una historia real-virtual única, que produce una nueva forma de arte de acción co-producido por jugadores y diseñadores de juegos*

³⁹ Traducción mía.

(Gee: 2006, p.61)⁴⁰. La transfiguración del usuario en el personaje que construye y las acciones que despliega en el juego otorgan sentido a su práctica.

Elisenda Ardévol sostiene que la práctica de videojuegos implica construcción de comunidades con objetivos internos y valores de identidad. Así como un rol de producción y reproducción social de los mundos simbólicos y formas culturales que generan nuestro sentido de la realidad y ficción. Además, los videojuegos son *dispositivos culturales* claves para entender la influencia de las prácticas de los medios de comunicación en las experiencias sociales y significados relacionados al juego y al placer (2006).



⁴⁰ Traducción mía. Citado en Elisenda Ardévol, Antoni Roig, Gemma San Cornelio, Ruth Pagès, Pau Alsina. Game pleasures and media practices. Open University of Catalonia – UOC: 9th Bi-Annual Conference, Bristol, UK, 18th-21st September 2006. P. 2.

5.4 Parámetros de conformación grupal

Reconocemos rasgos comunes en la lógica de conformación grupal en ambos equipos y en las trayectorias de los jugadores involucrados⁴¹, aspectos que influyen en su dinámica cultural grupal.

Los jugadores investigados expresan regularidades respecto a su involucramiento con el consumo de videojuegos. Iniciaron entre los 7 y 10 años, principalmente usando consolas como Nintendo, Game Boy, Super Nintendo, Nintendo 64, PlayStation 1 y 2. El acceso varía según el caso, unos contaban con dispositivos propios, otros jugaron en casa de familiares o amigos cercanos, y/o alquilaban el servicio en algún establecimiento cercano al barrio o al colegio.

Luego, entre los 11 a 15 años, su actividad de juego fue enfocándose a los videojuegos para computadora. La mayoría de entrevistados contaban con una computadora personal en casa, para los usos comunes de ofimática y entretenimiento. Sin embargo, no tenían servicio de internet, por lo que acudieron regularmente a cabinas de internet en busca de información educativa, correo electrónico y videojuegos.

La interconectividad por red local en las cabinas posibilitó experiencias de juego con otros jugadores, grupo integrado por los pares del colegio y barrio. Posteriormente, jugaron con aficionados de cualquier parte del mundo a través de servidores de internet para videojuegos. Durante esta etapa jugaron los títulos más difundidos en la primera década del 2000, como StarCraft, Counter-Strike, Warcraft III, Gun Bound, Knight Online, Age of Empires, Rakion, Gunz y Dota.

El videojuego Dota generó dinámicas competitivas importantes a nivel local, nacional e internacional, considerado un precedente fundamental de League of Legends⁴². En este sentido, los entrevistados afirmaron que Dota y Counter Strike fueron los videojuegos que forjaron su predilección competitiva, los

⁴¹ Las historias individuales referidas a videojuegos, y el proceso de conformación de los equipos ANG y SHOT fueron detallados en el capítulo “V. Los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT)”, de la presente investigación.

⁴² La empresa Valve desarrolló una versión mejorada de Dota, llamada Dota 2, lanzada posteriormente al a League of Legends. Ambos títulos son los protagonistas en deportes electrónicos del género Multiplayer Online Battle Arena (MOBA).

practicaron con frecuencia en cabinas de juego, conformaron sus primeros equipos, y compitieron con otros grupos análogos.

Los videojuegos se difunden por sugerencias entre aficionados, son recomendados entre miembros de un grupo habitual de juego, se difunden en foros, portales web y grupos en redes sociales. De este modo, a inicios del año 2011, los entrevistados obtuvieron información de League of Legends, señalaron que su recepción inicial no fue del todo entusiasta debido al parecido con Dota y por su predilección en otros títulos competitivos.

Sin embargo, la popularidad de League of Legends se incrementó debido a sus constantes innovaciones en la dinámica de juego, características gráficas, cualidades de personajes y lógicas competitivas. A mediados del 2013 la empresa desarrolladora, Riot Games Inc., revelaron que el videojuego contaba con 32 millones de jugadores activos al mes, y una media de 12 millones de jugadores activos diariamente⁴³.

Los entrevistados mencionaron que sus primeros compañeros de juego en League of Legends fueron aquellos que conocieron en videojuegos anteriormente practicados, con los interactuaban en el mundo virtual del juego, y/o también con aquellos que compartieron la habitual cabina de juegos. En este sentido, identificamos una continuidad y sostenibilidad en las relaciones, grupos y redes de jugadores, propiciadas por consumo de videojuegos comunes.

Posteriormente, en agosto del 2013, Riot Games Inc. inauguró los servidores Latinoamérica Norte y Latinoamérica Sur para League of Legends. Previo a este lanzamiento los jugadores latinoamericanos jugaban en los servidores Norte América y/o Europa Oeste. Así, durante la primera etapa de práctica los jugadores entrevistados se encontraron inmersos en un grupo amplio de aficionados, cuyo lenguaje habitual fue el inglés y español.

En este contexto se conformaron equipos con jugadores de diferentes procedencias. Por ejemplo, Aníbal Collantes (SPIRIT WOLF), miembro de ANG,

⁴³ ABC Tecnología, "League of Legends" alcanza los 32 millones de jugadores mensuales.
<http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos-pc-mac/20121012/abci-league-legends-alcanza-millones-201302060927.html>

formó un equipo en Europa Oeste, compuesto por dos españoles, un argentino y un peruano, que conoció previamente en el mundo virtual de World of Warcraft. Para su sorpresa, luego estableció contacto presencial con el jugador peruano en uno de los primeros torneos de League of Legends en Lima.

Luego, los jugadores entrevistados, y otros de procedencias afines, migraron sus cuentas de usuario, de los servidores Europa Oeste y Norteamérica hacia Latinoamérica Norte y Sur. Desde entonces emergieron nuevas redes y equipos de jugadores con nuevas alternativas competitivas. En este nuevo escenario se formaron los equipos latinoamericanos más importantes, como Isurus Gaming, Dash Nine, Revenge, Lyon Gaming, LoL Cave, Arenales Net Games, etc.

De manera similar surgieron los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT). Al menos dos compañeros aficionados a League of Legends emprenden la formación del equipo, inclusive jugadores de otros cuadros fueron agregados y tuvieron una participación itinerante. Así, agruparon los demás miembros en función a sus niveles de juego, complementariedad táctica, concordancia actitudinal, compromiso competitivo y vínculos de camaradería.

Durante su trayectoria ambos equipos tuvieron que sustituir integrantes en circunstancias particulares. Fue crucial la falta de disponibilidad de tiempo en algún jugador para dedicarse al juego competitivo, debido a que todos los entrevistados trabajan y/o estudian, y la especialización en deportes electrónicos requiere dedicación constante. Otros aspectos considerados fueron la conducta inadecuada y el bajo rendimiento competitivo.

Al respecto, los equipos mencionados mantienen un promedio de dos años de trayectoria, durante este tiempo atraviesan un proceso de consolidación institucional continua, donde los jugadores fundadores y de mejor nivel son más estables, mientras los otros varían según los requerimientos competitivos y características individuales de sus miembros. Además, las directrices que el equipo asume son concertadas e impulsadas por el respectivo manager.

Por otro lado, la interacción que establecen los jugadores no sólo se limita al juego en sí. Sino también participan en otros espacios virtuales de socialización, como foros web, *streams* (páginas de transmisión en vivo) de eventos competitivos, comunidades en redes sociales, canales de YouTube, etc.

Vinculados a videojuegos y tecnología, donde se propician conversaciones, convocatorias, disertaciones, recomendaciones y bromas de todo tipo.

Por ejemplo, el grupo de Facebook “Comunidad - League of Legends – Perú”, cuenta con más de 10 000 miembros. Sus publicaciones se refieren a torneos locales e internacionales, convocatorias para formación de equipos, guías de juego, venta de artículos afines (figuras de acción, ropa y accesorios, etc.), enlaces de transmisión de eventos, relatos sobre experiencias de juego, humor gráfico (memes) y diversos contenidos relacionado al videojuego.

Finalmente, identificamos los siguientes patrones en la lógica de conformación de los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports:

- a) Trayectoria e interés común de los jugadores en consumo videojuegos, específicamente en League of Legends.
- b) Relaciones establecidas entre sus miembros a partir de la práctica previa y/o complementaria de otros videojuegos.
- c) Interés común y compromiso en desarrollar competitividad profesional.
- d) Evaluación del desempeño, entrenamiento y mejora de habilidades de sus miembros.
- e) Búsqueda de camaradería y concordancia actitudinal en la interacción grupal de sus miembros.
- f) Comunicación y sinergia táctica entre los roles de jugadores durante la experiencia de juego.

5.5 Performance

Iniciaremos el análisis desde la perspectiva de 'performance', considerada una variable fundamental para comprender los aspectos culturales que emergen de la práctica competitiva de League of Legends.

Identificamos *dos espacios de representación en la performance: virtual y física*, ambos son simultáneos, sucesivos, complementarios e indisociables. El espacio virtual se expresa durante el desarrollo de las partidas en el mundo figurado del videojuego; mientras que el espacio físico es configurado por las relaciones interpersonales que establecen los jugadores en los contextos de juego.

La teoría de performance concibe la puesta en escena del individuo como una representación inscrita en la dinámica del ritual, donde se revelan ciertos criterios de clasificación, categorías y contradicciones de los procesos sociales de la sociedad en la que se desarrolla (Turner: 1988). Además, *“Las formas de representación cultural, entendidas como prácticas performativas y generadoras de experiencia, constituyen espacios donde las identidades y las relaciones entre los participantes se crean, transforman y negocian.”* (Cánepa: 2001, p. 18).

Identificamos aspectos rituales en las partidas de League of Legends, como representaciones sociales, normas, espacios, temporalidad, actuación de los participantes y recreación. Tal ritualidad es común a los jugadores partícipes de su dinámica, e inscribe a otros sujetos interesados como desarrolladores del videojuego, managers de equipos, organizadores de torneos, gestores de competiciones, marcas auspiciadoras, público aficionado, etc.

Esta práctica ritualizada de juego propicia la emergencia de espacios de expresión, negociación y transformación de identificaciones grupales a partir de las interacciones entre jugadores, durante las competiciones (virtuales y presenciales), partidas de juego, entrenamientos, actividad en redes sociales, y demás prácticas en grupo.

A continuación, profundizaremos en la performance inmersa en los espacios de representación virtual y físico.

5.5.1 Performance y representación en el espacio virtual

La virtualidad del juego figura un espacio de representación para los contenidos simbólicos, escenarios y actuación de los participantes. La performance 'diégetica' consiste en transfiguración del usuario en el personaje que construye y las acciones que despliega en el videojuego. Así, los jugadores desempeñan roles complementarios establecidos⁴⁴, inscritos en la ficción de una batalla por el dominio del territorio enemigo.

La performance del jugador es única en cada partida de juego, aunque los roles y personajes mantengan parámetros establecidos, permiten amplios márgenes de creatividad y múltiples posibilidades de acción. La actuación depende de la particularidad del jugador, habilidad de juego, personalidad, y temperamento. A su vez, es influenciada por la interactividad con los demás jugadores, conjuntamente generan las variables y posibilidades en el devenir del juego.

En este sentido, los equipos Arenales Net Games (ANG) y Shot e-Sports (SHOT) son integrados por jugadores que desempeñan roles durante las partidas de juego, en contextos de entrenamiento, clasificación y competición. No brindaremos una revisión detallada de su performance en una determinada partida, nuestra investigación se centra en las interacciones personales –cara a cara-. Mencionaremos los patrones que identificamos en su performance.

- a. Habilidad individual: Llamado comúnmente '*skill*', los jugadores demuestran su habilidad individual principalmente en la fase inicial de la partida, cuando se enfrentan contra el oponente de rol análogo. Progresivamente, su participación es decisiva en las batallas grupales, mediante el adecuado desempeño de su rol en las acciones cooperativas.
- b. Trayectoria competitiva: El reconocimiento competitivo ejerce influencia en la performance del jugador y la manera en que los demás juegan frente a este.

⁴⁴ Los roles de juego están descritos en la sección “2.3.2 Los Roles de juego” de la presente investigación.

- c. Cooperatividad: La cooperación ideal entre los distintos jugadores se expresa en la complementariedad de las funciones de cada rol. Señalamos sinergia cuando las estrategias expresan un desempeño y resultados favorables, en el dominio de las líneas de juego, el logro de los objetivos y las victorias en las batallas en equipo.
- d. Liderazgos: Los equipos suelen nombrar un capitán, generalmente es el jugador propositivo de acciones, estrategias, y encamina la comunicación y temperamento del equipo. Sin embargo, los liderazgos tácticos y emocionales no recaen en el mismo jugador, al menos dos jugadores se encargan de estos aspectos durante las partidas.
- e. Toma de decisiones: Las partidas de juego se desarrollan a 'tiempo real', es decir, la interacción de los jugadores es inmediata, configurando una experiencia dinámica a través de la concatenación de acciones que posibilitan y constriñen el devenir de la partida. Las decisiones se efectúan rápidamente en función a la situación del juego, para el esbozo y ejecución de tácticas para conservar la ventaja o superar las circunstancias desfavorables.
- f. Comunicación: En consecuencia, los jugadores tendrían que estar enterados de la mayor cantidad posible de detalles durante la partida. Además de enfocarse en la actuación de su rol, se comunican constantemente mediante audífonos, micrófonos, y/o por el habla interpersonal.
- g. Temperamento: La complejidad y dinamismo del juego propician múltiples sensaciones en los participantes, dependiendo del fracaso o éxito de las jugadas, y la trascendencia del contexto competitivo. Las emociones que experimentan influyen en la

precisión en con que usan los aparatos, el despliegue de acciones, y coordinación interna del equipo.

5.5.2 Performance y representación en el espacio físico

La interacción personal y la relación sujeto-máquina inmersos en los contextos de juego, configuran espacios físicos de representación donde los sujetos actúan como jugadores. Así, la performance extradiegética consiste en las actividades que los sujetos despliegan fuera del mundo figurado del juego, desempeñando el rol de jugador competitivo.

Los contextos en que se expresa la performance extradiegética consisten en lugares de práctica individual (cabinas de juegos y ámbito doméstico), entrenamientos comunes (casa de juegos) y, principalmente, en torneos de índole presencial. En este último el desenvolvimiento de los jugadores es notorio, emplean dispositivos especializados en videojuegos, y portan indumentaria oficial con el nombre, logo del equipo e imagen de las marcas auspiciadoras.

Durante la competencia investigada, WCG 2013 - Perú⁴⁵, los equipos ANG y SHOT concentraron y acudieron en respectivas movilidades privadas, mas no vistieron la indumentaria de sus clubes, debido a restricciones de imagen dispuestas por los auspiciadores oficiales de evento (Samsung), y la participación limitada de marcas patrocinadoras en la competitividad local. Así, tuvieron que portar los polos oficiales del evento durante las partidas finales en el escenario principal.

Los jugadores mantuvieron una actitud de pertenencia e identificación con su equipo, coordinaban continuamente con sus respectivos mánagers, se movilizaron agrupados, e interactuaron con otros jugadores conocidos. Además, no pasaron desapercibidos para los aficionados, que comentaron acerca de la

⁴⁵ Desarrollamos la descripción integral del evento en la sección “IV. World Cyber Games 2013 – Perú”.

trayectoria de los jugadores, les saludaron, felicitaron, pidieron recomendaciones de juego, y animaron a sus favoritos durante las partidas⁴⁶.

Por otro lado, en función a que el uso de tecnología permite la inmersión y experiencia de juego, la relación sujeto-máquina es un aspecto importante en la práctica y representación física de los jugadores. En este sentido, los organizadores del evento dispusieron computadoras para las competencias en las distintas categorías, aunque algunos jugadores criticaron su rendimiento limitado y fallas al ejecutarse los videojuegos.

El módulo de League of Legends presentó 10 computadoras en dos filas de 5 cada una, las que correspondieron al uso de un equipo estuvieron orientadas al sentido contrario que el rival, para evitar el espionaje de las pantallas y actividad de los contrincantes. Además, los ratones, teclados y auriculares son los principales dispositivos de entrada de información y comunicación, los jugadores competitivos suelen emplear aparatos adecuados a sus necesidades.

El uso de tecnología especializada es símbolo de nivel y status competitivo, los jugadores compran los dispositivos, o, en el mejor de los casos, el equipo recibe los dispositivos en forma de auspicio por las marcas que los desarrollan. También, los aficionados de distintos niveles de habilidad buscan acceder a estos dispositivos para mejorar su rendimiento e involucrarse con la práctica competitiva de videojuegos.

Al respecto, durante su participación en WCG 2013-Perú los jugadores de ANG reemplazaron los dispositivos genéricos de la competición e instalaron ratones, teclados y auriculares propios de marcas como Razer, Cyborg o Steel Series, hasta ese momento el equipo aún no contaba con el auspicio de Thermaltake⁴⁷.

⁴⁶ Al respecto, los jugadores de equipos de League of Legends mundialmente reconocidos como SK Telecom 1, ROX Tigers, Edward Gaming y TSM, gozan de un status similar al de las celebridades. Son seguidos en las calles, firman autógrafos y tienen clubes de fans. Hacen su aparición a los torneos en ostentosas movilidades, exponen importantes marcas auspiciadoras en su imagen, y son protegidos por un cuerpo de seguridad. Además, presentan un staff compuesto por psicólogos, estrategas, mánager, y relacionistas públicos.

⁴⁷ El equipo ANG recibió el auspicio de la marca Thermaltake luego de ganar el primer lugar del evento en cuestión, WCG 2013-Perú, en la categoría de League of Legends.

El manejo adecuado de estos dispositivos eleva el rendimiento de juego, además motiva la precaución en los contrincantes.

Durante las partidas de la competición cada equipo se dispuso de manera lineal en la fila de computadoras respectiva. El ordenamiento no fue aleatorio, generalmente los líderes táctico y temperamental se situaron juntos para facilitar su coordinación. A su vez, el equipo en conjunto se comunicó a través de los auriculares, sin embargo, el ruido del evento fue intenso y en varias ocasiones los jugadores alzaron la voz, e inclusive gritaron para comunicarse.

Este comportamiento, comúnmente llamado '*rage*' (furia), se agrava en las situaciones desfavorables de juego, cuando la desesperación se apodera del equipo, llegando a insultarse unos a otros, como sucedió al equipo SHOT en un encuentro temprano contra ANG. Cuando la disforia permanece, el rendimiento de equipo disminuye, pierden o se rinden. Sin embargo, la orientación a una actitud positiva posibilita superar la adversidad e inclusive ganar la partida.

De manera similar, cuando el curso del juego es satisfactorio, el entusiasmo se extiende en el equipo, celebran las jugadas, felicitan su desempeño, y la actitud positiva dispone un resultado favorable. Este comportamiento fue característico en el equipo ANG durante casi toda la competición, a excepción de las partidas finales contra SHOT, donde el exceso de confianza fue contraproducente ante las reacciones del rival, que estuvo a punto de vencerlo.

Las partidas presenciales de clasificación se desarrollaron en los respectivos módulos de cada videojuego, a diferencia de las finales que acontecieron en el escenario principal. Donde instalaron 10 computadoras en dos filas diagonales consecutivas, con pantallas gigantes en los lados y al centro del escenario para transmitir las imágenes al público, acompañado por las emotivas narraciones de los '*casters*' (locutores/narradores). Además, miles de aficionados observaron los encuentros a tiempo real a través de la página de '*streaming*' TwitchTV.

La complementariedad y simultaneidad entre la performance diegética y extradiegética en los jugadores se expresan en la práctica de cualquier partida de juego. Sin embargo, en las etapas finales de competición la actuación de los jugadores tiene una exposición más notoria, donde se evidencia su

desenvolvimiento como jugadores competitivos en un espacio concreto, y como personajes inmersos en la virtualidad del juego, ante la expectación del público.

En esta instancia ANG y SHOT se presentaron como los dos equipos más importantes de Perú en League of Legends. Durante la puesta en escena los jugadores expresaron sentido de pertenencia a sus respectivos equipos, conductas de camaradería, coordinación, así también como ira y frustración, sumado a un manejo adecuado de los aparatos y habilidades competitivas importantes.

En este contexto la performance extradiegética consiste en la actuación como jugadores competitivos en un espacio de representación físico, caracterizada por la interacción personal y el uso de los aparatos tecnológicos durante las partidas de juego. A su vez, también se evidencia en situaciones donde los jugadores se desenvuelven en otros espacios físico de juego⁴⁸, como cabinas de juegos y 'gaming house' (casa de juego).

Al respecto, el equipo ANG cuenta con una *gaming house* en el departamento de su mánager José Valverde, situado en el distrito de La Molina, Lima. Acondicionaron la sala a un espacio de juego común, con mesas, sillas y computadoras para los jugadores. En este lugar se agrupan regularmente para entrenar, concertar, competir en torneos y fases clasificatorias *online*.

⁴⁸ Es menos visible durante los torneos o fases de clasificación '*online*', donde cada jugador suele jugar desde su lugar doméstico o una cabina de juegos en línea.

5.6 Territorialidad

La territorialidad es una característica cultural de las sociedades humanas, sus principales elementos son identidad espacial, sentido de exclusividad y la compartimentación de la interacción humana en el espacio (Soja: 1971).

El caso de estudio evidencia la interacción grupal de sujetos en contextos específicos en función a su actividad de juego. Expresan territorialidad como práctica cultural que propicia identificación a un espacio sobre el que ejercen un conjunto de facultades y un modo de comportamiento. De manera similar a la performance, la territorialidad está influenciada por los espacios de representación físico y virtual.

Así, los espacios físicos incluyen al ámbito doméstico de juego, cabinas de juegos, *gaming house*, eventos competitivos presenciales y festivales de videojuegos. Mientras que los espacios virtuales abarcan los entornos figurados de League of Legends, *fanpage* del equipo, páginas de *stream*, foros web y las diferentes comunidades en las redes sociales en que participan.

5.6.1 Territorialidad en espacios físicos

La actual actividad de juego competitivo en los jugadores entrevistados se desarrolla principalmente en sus ámbitos domésticos, *gaming house*, competiciones presenciales y festivales de videojuegos. Sin embargo, identificamos en sus testimonios la concurrencia a cabinas de internet/juegos durante su involucramiento y trayectoria como jugadores. Por ello, también en función a observaciones en cabinas emblemáticas locales⁴⁹, brindaremos una revisión respecto a las dinámicas territoriales expresadas en estos espacios.

Así también, en la sección “III. Competitividad en videojuegos, el caso de Lima”, describimos el proceso de formación y consolidación de las cabinas de juego como lugares habituales de consumo de videojuegos en Lima. Configuran un precedente como espacios característicos donde emergieron patrones de

⁴⁹ Centro Comercial Arenales y Shopping Center, situados en los distritos Lince y San Miguel, respectivamente.

competitividad y territorialidad a través de dinámicas grupales por la actividad de juego.

En perspectiva, las cabinas de internet regularmente fueron empleadas por usuarios de intereses variados en comunicación, búsqueda de información, ofimática y entretenimiento multimedia. Debido al crecimiento del público consumidor de videojuegos el negocio fue especializándose a los servicios de entretenimiento, adoptando la denominación de 'cabinas de juegos en red o en línea'.

Los datos en testimonios de entrevistados, observaciones en cabinas de juegos, y conversaciones coloquiales con usuarios, dan cuenta sobre los modos de interacción, dinámicas grupales e identificación de los sujetos respecto a estos lugares de juego, mediadas por el consumo de videojuegos.

Estos locales ofrecen servicio de internet con alta velocidad para garantizar el desarrollo de las partidas sin desfases en la interacción de los jugadores, y computadoras de procesamiento gráfico superior al común enfocado en el óptimo funcionamiento de videojuegos. Otras actividades como descarga de archivos, videos, videoconferencias, etc., consumen ancho de banda y retrasan la experiencia de juego en usuarios ('lag'). *“No hay nada peor que jugar con lag, en las cabinas sólo se juega...”*, Giovanne Huamán (ANG).

La preferencia respecto a un establecimiento de cabinas de juego estriba en la valoración de sus condiciones tecnológicas, proximidad a la actividad cotidiana, afinidad entre sus usuarios y encargados. Es así, que la interacción y lazos de cercanía entre los jugadores configuran el referente principal de identificación al grupo y lugar habitual de juego, que suelen gestarse con pares de barrio, colegio, universidad, u otros usuarios que frecuentan lugares de juego comunes.

Los patrones de comportamiento que emergen en las cabinas de juego son influenciados por las características de los videojuegos que practican. Los jugadores suelen identificarse entre sí mediante sus '*nicknames*' -apodos de juego-, que eligen para crear perfiles de usuario en los videojuegos. Estos sobrenombres se mantienen en el tiempo y se emplean para denominarse de manera regular, inclusive en situaciones no relacionadas al juego en sí.

Bruno Wilson, miembro del equipo ANG, mencionó que 'Kyo' es su *nickname* desde inicios de la década del 2000, empleado durante su trayectoria de jugador en diferentes cabinas de juego y en videojuegos como StarCraft, WarCraft III, Counter Strike, World of WarCraft, etc. Es conocido como tal en el ambiente local de videojuegos, y nombrado del mismo modo por sus compañeros de equipo.

El sociolecto de los usuarios de cabinas de juego presenta particularidades, como la españolización de diferentes términos del videojuego. Por ejemplo, en Dota las habilidades llamada 'freeze' (congelar) o 'stone' (aturdir) son verbalizadas a 'fricear' y 'estonear'. Además, normalizan variaciones a la fonética, como en la cabina Unreal Net⁵⁰, donde un grupo de jugadores solían terminar las palabras con la letra 'e', "*¡heble, chine!*" en vez de "*¡habla, chino!*".

También, emplean términos de mayor difusión y consenso en el mundo de videojuegos, como 'lol', acrónimo de '*laughing out loud*' (reír a carcajadas), 'omg' (*¡Oh my god!* / ¡oh dios mío!), 'rofl' (*rolling on floor laughing* / tirado en el suelo riéndome), 'lmao' (*laughing my ass off* / riéndome hasta que se me parta el trasero), 'noob' (novato), etc. Son expresiones de uso común en interacciones textuales en entornos virtuales, pero también en el habla de los jugadores.

Las interacciones entre los jugadores se caracterizan por camaradería, jovialidad, algarabía e insultos, dependiendo de las circunstancias de juego. Los usuarios nuevos del establecimiento y los jugadores principiantes suelen ser blancos de bromas, pero también reciben apoyo y progresivamente se insertan a las dinámicas grupales. Por el contrario, los jugadores asiduos tratan entre sí con mayor confianza.

En las cabinas de juegos se practican los videojuegos más populares⁵¹, donde los jugadores suelen competir entre sí o con otros de manera virtual. Establecen equipos con los asistentes para jugar partidas casuales, o conforman equipos estables por criterios de afinidad y habilidad de juego. Regularmente, uno o dos equipos sobresalieron en el establecimiento y se involucran en una red

⁵⁰ Situada frente a la Pontificia Universidad Católica del Perú

⁵¹ Títulos como League of Legends, Dota 2, Counter Strike Global Offensive, WolfTeam, Left4Dead, etc.

competitiva contra equipos de otras cabinas, y/o participaron en los campeonatos locales.

Actualmente, los equipos tienden a formarse parcial o totalmente en espacios virtuales y no exclusivamente en cabinas de juego. Los videojuegos para multijugador han implementado servidores en internet facilitando la interacción de usuarios en entornos sociales que no se limitan a las partidas de juego en sí. Así, los jugadores pueden crear, adherirse e identificarse en grupos, clubes, equipos, clanes, etc.

Respecto a los equipos formados en cabinas de juego, varios lograron el reconocimiento en el ámbito de competición local, como ARTIC y SPEED en el videojuego Counter Strike durante la década del 2000. Así, el público identifica al equipo con la cabina de juegos en que se gestó, así como SPEED que se formó en las cabinas Ya Existe; o DRAGOSTORE, equipo de League of Legends que es formado y auspiciado por las cabinas de juego del mismo nombre.

De este modo, las cabinas de juegos son los espacios físicos característicos donde los jugadores expresan patrones de territorialidad. Donde las dinámicas grupales y modos de comportamiento denotan el sentido de identificación de los sujetos al espacio físico donde interactúan y desarrollan sus actividades de juego.

Por su parte, los torneos presenciales y los festivales de videojuegos, como WCG 2013 - Perú⁵² y Festival MasGamers, son espacios físicos donde los jugadores expresan territorialidad. Son eventos que acontecen con regularidad, convocan a cientos de aficionados, realizan competencias en diferentes videojuegos, exhiben novedades tecnológicas relacionadas al entretenimiento multimedia, y promueve la participación activa de los asistentes.

Así, las participaciones de los equipos ANG y SHOT en WCG 2013 – Perú y correspondiente desempeño del rol de jugadores competitivos denotan patrones

⁵² Describimos la trayectoria y acontecimiento en la sección “IV. World Cyber Games 2013 Game Festival – Perú”.

de territorialidad. Es decir, su performance extradiegética⁵³ está asociada a los patrones de territorialidad que expresa en tipo de eventos, caracterizada por modos de comportamiento, interacción social, empleo de tecnología y uso del espacio.

Luego, los jugadores investigados afirmaron no concurrir a cabinas de juegos con la frecuencia de etapas anteriores de su afición. Suelen desarrollar sus prácticas asociadas al juego competitivo, como entrenamientos y torneos *online*, desde sus ámbitos domésticos a través de sus computadoras personales e internet. De este modo, también expresan patrones de territorialidad en los espacios privados juego.

La estación de juego o '*game station*', está constituida por la computadora y dispositivos (teclado, auriculares y mouse) personales de los jugadores, situados en una locación preferencial de sus habitaciones. Son espacios privados por donde acceden a los entornos virtuales de los videojuegos, portales web, foros, comunidades y grupos en redes sociales.

Los jugadores entrevistados afirmaron jugar regularmente League of Legends desde sus casas un promedio de 2 horas diarias, elevando la cuota en sus días libres, fines de semana, o temporadas de entrenamiento y competición. Acceden al servidor Latinoamérica Norte y establecen interacción virtual con sus compañeros de equipo y demás jugadores. Además, emplean el programa *Raid Call* para participar en salas de comunicación por audio, donde hablan entre sí durante las partidas de juego, entrenamientos, o conversaciones afines.

Además, en circuitos competitivos de mayor desarrollo en deportes electrónicos, los equipos cuentan con '*gaming house*' o *casa de juego*, como espacio privado de juego. Es un lugar especialmente implementado para las actividades competitivas, presentan equipos individuales para cada jugador, y también características domésticas favorables para albergarlos durante las temporadas de entrenamiento y competición.

⁵³ Revisar la sección "6.5.2 Performance y representación en el espacio físico".

Al respecto, ANG cuenta con una casa de juego en el departamento de José Valverde, su manager, situado en el distrito de La Molina, Lima. El área de juego está dispuesta en la sala, donde están situadas las computadoras y dispositivos, además de muebles, consolas de videojuegos y un televisor amplio. Durante el trabajo de campo José facilitó nuestras visitas en las sesiones de entrenamiento del equipo.

ANG ganó a SHOT en el encuentro final de WCG 2013 – Perú, además del título nacional, clasificaron a la instancia internacional en Kunshan, China. En este contexto acordaron intensificar los entrenamientos virtuales a tres veces por semana desde sus respectivos espacios domésticos de juego, y todos los domingos, desde la mañana hasta la noche, presencialmente en la casa de juegos.

Observamos que durante los entrenamientos establecen partidas contra equipos de niveles competitivos similares, observan repeticiones y transmisiones de competiciones internacionales, analizan el rendimiento de sus rivales, convienen sus estrategias, evalúan su desempeño y conversan sobre temas afines al equipo. Además, toman sus refrigerios, descansan en los sillones, consultan contenidos en internet, gastan bromas constantemente, y discuten acaloradamente durante circunstancias desfavorables de juego.

A partir del testimonio de los jugadores sostenemos que la territorialidad en función a la actividad de juego es expresada en espacios físicos públicos como cabinas de juegos, torneos presenciales y festivales de videojuegos. Además, en espacios privados de juego como habitaciones domésticas y casa de juegos. Donde se identifican con el espacio y el grupo a través de comportamientos e interacciones de características regulares.

5.6.2 (De)Territorialidad en espacios virtuales

Anteriormente señalamos que la performance diegética⁵⁴ de los jugadores consiste en la actuación como personajes al interior del entorno virtual del

⁵⁴ Revisar la sección “6.5.1 Performance y representación en el espacio virtual”.

videojuego. Así también, participan en otros entornos figurados de internet, como foros, páginas web, canales de *stream*, comunidades, grupos en redes sociales, etc., donde se representan mediante un perfil de usuario e interactúan con otros a partir de intereses comunes en videojuegos y/o tecnología.

Tanto la experiencia de juego y la interacción virtual entre jugadores tienen lugar en espacios *deterritorializados*. Es decir, a través del uso de tecnología acceden a comunidades virtuales (Reihngold: 1994), construidas socialmente en entornos figurados digitalmente, sin adhesión intrínseca al espacio físico. Expresando aspectos de territorialidad, como identificación espacial, normatividad, comportamiento regular e interacciones comunes entre sus miembros.

En este sentido, el campo de juego y los entornos sociales en League of Legends son espacios característicos donde los jugadores entrevistados ejercen (de)territorialidad. Durante las partidas de juego los personajes interactúan entre sí por la defensa del terreno propio y dominio del enemigo. Además, se representan por cuentas de usuarios a través de *nicknames*, como ANG ARCE (Diego Arce) o SHOT ODDIE (Diego Niño), y se adhieren a un perfil grupal que los identifica como miembros de un equipo específico antes otros jugadores.

Así también, participan en comunidades en Facebook, 'Comunidad – Lol – Perú' y 'Comunidad – League of Legends – Perú', que cuentan con varios miles de jugadores peruanos y latinoamericanos. Donde interactúan textual y gráficamente en base a temas relacionados al videojuego, como bromas - 'trolling'-, consultas y recomendaciones, torneos nacionales e internacionales, venta de merchandising, promoción de eventos, anécdotas de juego, etc.

5.7 Poder y micropolítica

Michel Foucault (1999) sostiene que una de las dimensiones del poder consiste en la capacidad, influencia, albedrío, autoridad y/o eficacia de acción que ejercen los individuos en sus diferentes ámbitos de interacción social. En este sentido, la cuestión *micropolítica* está relacionada con la ideología, objetivos, intereses, estrategias, búsqueda de poder, toma de decisiones y construcción del significado del grupo, organización o institución.

El caso de estudio evidencia sujetos que ejercen poder en las diferentes actividades grupales que llevan a cabo. Por ejemplo, en las partidas de juego los jugadores toman de decisiones, dirigen a sus compañeros, despliegan estrategias, comunican sus actividades y regulan emociones. Manifiestan lideratos anímicos y estratégicos en función a las características del juego.

Como señalamos en la *performance diegética* en el espacio virtual del videojuego, los jugadores experimentan emociones eufóricas y disfóricas de diferente intensidad durante las partidas, mediadas por la frustración ante circunstancias desfavorables y/o excesiva confianza en situaciones beneficiosas. En estos casos algún jugador ejerce el liderazgo anímico para tratar de conducir el ánimo de sus compañeros.

El equipo ANG suele expresar episodios de *rage* (ira) durante las partidas, porque sus miembros son temperamentales. Ante situaciones satisfactorias suelen mantenerse animados y positivos, sin embargo, en la adversidad pierden el control e inclusive llegan a insultarse, buscando la responsabilidad que originó el infortunio. El liderazgo anímico es difuso y no siempre efectivo, Bruno Wilson (ANG KYO) es quien trata de sosegar al equipo, en ocasiones de formas asertivas y otras de maneras inflexibles.

En SHOT el liderazgo anímico es desempeñado por dos jugadores, Henry Aylas (SHOT HENRY), capitán del equipo, suele de conducir de forma tranquila y asertiva, mientras que Miguel Vásquez (SHOT DARWID) es severo y exigente. Los demás jugadores suelen mantenerse sosegada y tienden conducirse de manera orgánica. No obstante, la desesperación ante la adversidad puede cernir sobre cualquier equipo, independientemente a su nivel competitivo.

Por otro lado, las tácticas que despliega el equipo son planteadas desde antes del inicio de una partida, se negocian durante el devenir del juego, o se improvisan a partir de acciones individuales de los jugadores, y los miembros tienen injerencia en las propuestas y las decisiones para llevarlas a cabo. El liderazgo estratégico consiste en el esbozo de las tácticas, conducción de las acciones, y toma de decisiones de juego.

En el equipo ANG, los que perfilan estrategias y toman decisiones son Bruno Wilson (ANG KYO) y Giovanne Huamán (ANG FRAGGIORULZ), y el capitán Luis Canales (ANG KANIX). Los dos primeros son tácticos y dirigen las acciones, mientras que Luis es sorpresivo e improvisa las jugadas. Por su parte, Diego Arce (ANG ARCE) y Aníbal Collantes (ANG SPIRITWOLF) mantienen una postura pasiva y se adaptan a las decisiones de sus compañeros.

Respecto al equipo SHOT, el liderazgo estratégico es desempeñado por Sebastián Niño (SHOT ODDIE), con iniciativas súbitas de emboscada, y por Guillermo Cárdenas (SHOT GUI SHE), que conduce las acciones del equipo. Los tres jugadores restantes, Henry Aylas (SHOT HENRY), Kevin Santos (SHOT CHORO) y Miguel Vásquez (SHOT DARWID), suelen esperar las indicaciones de sus compañeros.

En ambos equipos los jugadores que preferentemente perfilan y dirigen las tácticas se encargan de los roles '*top laner*' (camino de arriba) y '*jungler*' (caminos de jungla)⁵⁵. Tales posiciones de juego se distinguen por habilidades de emboscada y ataque cuerpo a cuerpo durante las batallas. En este sentido, sugerimos que las características de los roles mantienen correspondencia con la personalidad y/o estilo de juego de los jugadores.

La capitanía en los equipos recae en Henry Aylas y Luis Canales. El primero es el miembro más antiguo de SHOT, ejerce el liderazgo anímico, y se encarga del rol '*mid*' (camino del medio); mientras que el segundo es uno de los fundadores de ANG, ejerce el liderazgo estratégico, y se encarga del rol '*jungle*' (caminos de

⁵⁵ Las descripciones de los roles de juego se encuentran en la sección "2.3.2 Los roles de juego"

jungla). Características que explican los estilos de juego en ambos equipos: ANG temperamental y agresivo, SHOT sosegado y adaptativo.

Por otra parte, los sujetos investigados también ejercen poder en la administración institucional y gestión competitiva de los equipos. En ambos casos los managers José Valverde (ANG) y Luis Vergara (SHOT) planifican los entrenamientos, buscan auspicios, tramitan la participación en torneos, velan por el bienestar del grupo, supervisan las competencias, propician el diálogo, promueven cambios en composición y dinámica del equipo.

La coordinación entre el equipo y el manager se establece a través de los capitanes, que canalizan las posturas de sus compañeros y comunican las circunstancias que atraviesan como grupo. En el equipo SHOT la administración de Luis Vergara se orienta a la consolidación institucional del equipo como parte de un club con diferentes categorías en *e-sports*, y el desarrollo del circuito competitivo local, bajo la dirección general del CEO Jhony Ramos.

Henry Aylas afirmó mantener una relación positiva y comunicación fluida con Luis Vergara desde un inicio; sin embargo, sus compañeros esperaban mejores resultados en la gestión competitiva. Es así, que luego de su participación en WCG 2013 – Perú, decidieron cambiar de equipo, otorgaron la dirección a Martin Firbas (KISHTAR), un reconocido *videoblogger* de videojuegos, bajo el nombre de Ducks on Fire (DOF), en busca oportunidades y auspiciadores potenciales.

Respecto a Arenales Net Games la dirección prioriza el desarrollo competitivo del equipo y el posicionamiento de la marca ANG asociada a las cabinas de juegos del mismo nombre propiedad de su mánager. El mánager se ocupa de los aspectos logísticos del equipo, les brinda su apartamento como *gaming house* con el equipamiento tecnológico correspondiente, busca auspiciadores y gestiona la participación en torneos.

Mientras que Bruno Wilson y Luis Canales gestionan la dinámica grupal interna, respecto a composición de jugadores, ritmos de entrenamiento y competición. Ambos jugadores son fundadores del equipo y suelen tomar decisiones determinantes. Por ejemplo, durante las primeras competiciones como equipo dispusieron el reemplazo de jugadores en función a sus habilidades, disponibilidad de juego y afinidad con los demás miembros del equipo.

5.8 Consumo

Mary Douglas y Baron Isherwood (1979) sostienen que las connotaciones del concepto *consumo* han sido comúnmente asociadas al consumismo; modos y medios de producción de bienes y servicios; leyes de regulación y sistemas económicos de circulación. Sin embargo, son perspectivas que no se aproximan la complejidad del fenómeno de consumo desde una perspectiva cultural.

Los autores mencionan que las mercancías son símbolo de las categorías de los individuos que las consumen, *“Un conjunto de mercancías en propiedad de alguien constituye un informe físico y visible de la jerarquía de valores que suscribe quien ha elegido”* (p. 19). Es decir, los bienes y servicios son vehículos de significados respecto a referentes valoración y clasificación de los grupos de consumidores.

Así también, *“Los bienes son necesarios para hacer visibles y estables las categorías de una cultura (...) sirven para establecer y mantener relaciones sociales.”* (p.74-75). Así, el consumo se refiere a los valores utilitarios y simbólicos expresados en los supuestos de clasificación y las relaciones de los miembros de grupos sociales a través del uso de bienes y servicios.

En esta línea, Néstor García Canclini (1987) argumenta que el consumo no sólo se refiere a los procesos sociales de producción y apropiación de mercancías, sino también representa un espacio donde se negocian las identidades colectivas, la diferenciación de grupos y clases sociales. Así, los aspectos materiales y simbólicos de los bienes que consumen configuran referentes de identificación en los miembros del grupo (Villapolo: 1991).

En el caso investigado los sujetos evidencian rasgos comunes de consumo que los identifica como grupos de jugadores, caracterizado por aparatos tecnológicos, videojuegos y lugares de juego. Desde las fases iniciales de su afición, los entrevistados emplearon computadoras y consolas como Nintendo, Super Nintendo, Nintendo 64, GameBoy, XBOX, PlayStation 1 y 2, y practicaron los videojuegos más emblemáticos de cada generación de consolas.

Luego, fueron priorizando el juego con opciones de multijugador para computadora, jugando títulos como Half Life, StarCraft, Counter Strike, Warcraft

III, Knight Online, Mu, Gun Bound, Gunz, World of Warcraft, Dota, League of Legends, entre otros. Resaltamos, que el uso de videojuegos también implica el consumo de sus contenidos simbólicos y parámetros de sociabilidad.

Por otro lado, los jugadores adquieren conocimientos sobre el funcionamiento de las computadoras, características de componentes y fabricantes. Tienden a potenciar sus aparatos con nuevos componentes y dispositivos para mejorar su experiencia de juego, como tarjetas de video, sistemas de enfriamiento, memorias, microprocesadores, tarjetas madre, mouse, teclados, auriculares, fuentes de poder, pantallas, etc. Tales aparatos son puestos en venta en tiendas - físicas y *online* - y centros comerciales como Wilson, en el Cercado de Lima.

Además, su afición por los videojuegos propicia participación en lugares y eventos. Por ejemplo, los festivales de juegos World Cyber Games y MasGamers que congregan a cientos de aficionados por las competencias en diferentes videojuegos, exhibición de tecnología computacional, muestras de coleccionistas, venta de publicaciones y demás merchandising relacionado. Donde los jugadores de ANG y SHOT participan como jugadores competitivos.

Por su parte, las cabinas de juegos presentan concurrencia frecuente de aficionados, donde los entrevistados asistieron durante su etapa de involucramiento competitivo. Constituyen lugares característicos de consumo de videojuegos, comúnmente situados en centros comerciales y locaciones concurridas en distintos puntos de la ciudad. En estos establecimientos los usuarios acceden a la experiencia de juego, establecen dinámicas grupales y competitivas con otros jugadores del mismo entorno, u otras partes del mundo.

También, los jugadores participan en entornos virtuales de internet como páginas, foros, plataformas de video, canales de *stream*, y grupos en redes sociales. Donde consumen diferentes contenidos vinculados a videojuegos, despliegan sociabilidad, y conforman comunidades virtuales a través de su interacción regular con otros usuarios (Reihngold: 1994).

Finalmente, a través del consumo de videojuegos, aparatos tecnológicos, lugares de juego y contenidos simbólicos correspondientes, se configuran y expresan las categorías de clasificación que identifican el *campo de jugadores*. Los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports, representan grupos inmersos

en este campo que comparten los patrones de consumo, pero priorizan la práctica competitiva en League Of Legends.



5.9 Distinción y capitales

Pierre Bourdieu señala que: *“Es imposible dar cumplida cuenta del funcionamiento del mundo social a no ser que reintroduzcamos el concepto de capital en todas sus manifestaciones, y no solamente reconocida por la teoría económica”* (2000: p. 133). Además, el autor disgrega el concepto capital en cuatro tipos: económico, cultural, social y simbólico, que pueden adquirirse, reproducirse, conservarse y transformarse entre sí según el *campo* donde los sujetos ejercen su práctica social.

Un campo es un espacio social de acción e influencia donde confluyen modos de relaciones sociales caracterizadas por la posesión y producción de un tipo o tipos de capital. La posición, reconocimiento y status de sus miembros se forman a partir de *criterios de distinción* en base a percepciones sobre los tipos de capital y su uso efectivo. Así las formas y relaciones del capital se explican dependiendo del campo en que se desenvuelven los sujetos (Bourdieu: 2000).

En este sentido, analizaremos los criterios de distinción en los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports, inmersos en el campo de jugadores competitivos de League of Legends, a partir de los tipos de capital de su dinámica social.

5.9.1 Capital económico

“El capital económico es directa e inmediatamente convertible en dinero.” (Bourdieu: 2000, p. 135), refiriéndose al patrimonio del individuo y su capacidad de adquisición de bienes y servicios. También consiste en *“Las capacidades de apropiación material de los instrumentos de producción material o cultural.”* (Bourdieu: 2011, p. 203), característica que permite su transformación en otros tipos de capital.

En el campo de jugadores el capital económico permite el acceso a tecnología adecuada para la práctica de videojuegos y sostener su consumo. Las inversiones más comunes consisten en servicios de entretenimiento en cabinas de juego, computadoras personales, dispositivos periféricos, consolas, videojuegos, internet y energía eléctrica. Otros costos se refieren a entradas para eventos y compra de artículos relacionados.

Además, los jugadores de mayor afición y nivel competitivo requieren dispositivos especializados con la finalidad de elevar su rendimiento de juego o por la satisfacción de poseer un objeto de deseo propio del mundo de videojuegos. Los costos de estos aparatos son sustantivamente más elevados que los equipos comunes, y están a la venta en centros comerciales y tiendas - físicas y virtuales- de tecnología computacional.

Los jugadores entrevistados afirmaron iniciar su afición durante la infancia, etapa en la que emplearon el patrimonio familiar para solventar la actividad de juego. Actualmente, la mayoría de ellos no asumen los costos de juego debido a su condición de estudiantes en universidades y/o institutos privados bajo la tutela y solvencia de sus padres. Características que expresan una posición social acomodada de clase media.

Para alcanzar su nivel competitivo han invertido mucho más tiempo de juego que aficionados comunes, conllevando gastos mayores en aparatos. Mencionaron invertir cientos de soles en la optimización de sus computadoras, comprando tarjetas de video, microprocesadores, pantallas, memorias RAM y *mainboards* (tarjeta principal); y en dispositivos como mouse, teclado y auriculares para elevar su rendimiento de juego.

Otros montos se vinculan a compras virtuales al interior de League of Legends para acceder a elementos especiales, como aspectos en los personajes y equipamientos que mejoran los diferentes atributos de juego. Así también, tarifas de servicio de internet con alta velocidad para propiciar una experiencia de juego sin retrasos (*lag*) en la interacción con otros jugadores.

Por su parte, el capital económico del equipo se expresa en los auspicios, salarios, equipamientos y competencias en que participan. Por ejemplo, durante el evento WCG 2013 – Perú, los equipos ANG, DRAGOSTORE y algunos jugadores de otros equipos exhibieron sus aparatos durante la competición. Sin embargo, el reconocimiento que los espectadores asignan a estos elementos deviene de las habilidades y prestigio de los jugadores.

Además, el equipo ANG ha competido en instancias de clasificación final de torneos internacionales celebrados en Chile y México, estas participaciones

evidencian su capacidad económica para financiar los pasajes aéreos y costos de estadía. Asimismo, el capital económico y reconocimiento del equipo se incrementó luego de ganar el primer lugar del WCG 2013 –Perú, consiguiendo su clasificación a la final internacional en China, y el auspicio de la marca Thermaltake, que les brindó dispositivos de juego a cada miembro del equipo.

En este sentido, el capital económico es un medio importante para desarrollar habilidades de juego competitivo, es la manera en que el capital económico se transforma en capital cultural. Sin embargo, su reconocimiento depende de las características competitivas de los jugadores y sus equipos.

5.9.2 Capital cultural

El capital cultural se refiere a los saberes y criterios que corresponden al desempeño de una actividad, en circunstancias específicas puede transformarse en capital económico y/o social (Bourdieu: 2000). Según sus características se presenta en los siguientes estados:

- a. Incorporado: Es el capital cultural vinculado al cuerpo, son aquellos saberes que el individuo ha acumulado por transmisión en el seno familiar, educación institucionalizada, o afán del mismo en cultivarse en algún tipo de actividad y conocimiento.
- b. Objetivado: Es el capital cultural plasmado en artículos que portan los contenidos asociados a los saberes, como libros, pinturas, canciones, películas, etc.
- c. Institucionalizado: Es el capital cultural inscrito y regulado por una entidad, independiente a la vida del portador. Presentan características de institucionalidad y normatividad, como las disciplinas académicas y deportivas.

El caso estudiado evidencia principalmente dos estados del capital cultural: incorporado e institucionalizado.

El capital cultural incorporado en el campo de jugadores competitivos consiste en las habilidades de juego. Los conocimientos y criterios que sustentan el nivel

competitivo, se desarrollan mediante la dedicación y trayectoria de los sujetos. Así, los logros en torneos, obtención de salarios y beneficios por auspiciadores, dependen de la habilidad de juego y resultados competitivos de los jugadores y respectivos equipos.

Al respecto, los jugadores entrevistados desarrollaron sus habilidades de juego desde la infancia, luego se enfocaron en videojuegos de multijugador para computadora, y finalmente especializándose en uno de los roles de juego en League of Legends. Durante su trayectoria han cultivado saberes que respaldan su prestigio competitivo como miembros de los dos mejores equipos de Perú, y se han posicionado en el circuito competitivo latinoamericano.

También, al interior de cada equipo se expresan las diferencias entre los niveles y características de juego de sus miembros. En ANG los jugadores de mayor nivel competitivo son Bruno Wilson (KYO) y Luis Canales (KANIX), mientras que en SHOT, lo son Henry Aylas (HENRY) y Sebastián Niño (ODDIE). Destacándose por su rendimiento de juego durante las competiciones y por su ranking individual en el servidor Latinoamérica Norte (LAN) del videojuego.

De este modo los jugadores entrevistados han transformado su capital económico en un capital cultural caracterizado por habilidades de juego y trayectoria competitivo. En tanto es reconocido como prestigio y status por los aficionados, jugadores, gestores de competiciones y auspiciadores, les posibilita acceder a otros capitales. El criterio de distinción preponderante en el campo de jugadores estriba en el reconocimiento de habilidades juego y status competitivo.

Los equipos ANG y SHOT cuentan con habilidades competitivas importantes que han propiciado su reconocimiento y posicionamiento en el circuito nacional y latinoamericano. Sin embargo, no generan capital económico significativo para los jugadores y mángers, debido a las características de la competitividad en deportes electrónicos de Perú, aún limitada en comparación al profesionalismo e institucionalidad de países como China, Corea y Estados Unidos.

Por otro lado, el capital cultural institucionalizado en este campo está configurado por los saberes y lógicas de las entidades que desarrollan el videojuego y gestionan los circuitos competitivos. Riot Games Inc, es la empresa que ha

creado el juego, periódicamente innova sus características de juego, e impulsa las lógicas de competición en todo el mundo. Así también, empresas como World Cyber Games, Intel y Gigabyte también organizan competiciones importantes de trascendencia internacional.

5.9.3 Capital Social

El capital social consiste en la pertenencia a un grupo social y la participación en redes de relaciones sociales del sujeto. *“En la práctica, las relaciones de capital social sólo pueden existir sobre la base de relaciones de intercambio materiales y/o simbólicas, y contribuyendo además a su mantenimiento”* (Bourdieu: 2000, p. 149). La atribución de este capital está relacionada a capitales culturales y económicos característicos del campo donde se desenvuelve el sujeto.

El caso estudiado evidencia un capital social configurado por las relaciones y contactos con que cuentan los jugadores y gestores para propiciar el desarrollo de sus objetivos. Por ejemplo, es conveniente que los jugadores establezcan contacto con otros jugadores, lo cual posibilita la conformación o incorporación a equipos con mejores posibilidades competitivas.

En este sentido, varios de los jugadores entrevistados afirmaron establecer contacto entre sí de manera virtual en League of Legends, otros videojuegos, y por asistencia común a torneos y festivales de videojuegos. Relaciones que luego influenciaron en la conformación de los equipos o en la búsqueda de reemplazos. Esta característica es expresada en la conformación y trayectoria de los equipos ANG y SHOT.

Así también, los mánagers requieren de vínculos con otros gestores del campo de videojuegos, como organizadores de eventos, representantes de marcas auspiciadoras, y administradores de comunidades de jugadores. El manejo de contactos importantes promueve el posicionamiento de los equipos que dirigen, fortalecen las posibilidades de conseguir patrocinios, y promueven el reconocimiento de los demás jugadores del circuito competitivo.

Por ejemplo: Martín Firbas (KISHTAR) es un reconocido *videoblogger* de videojuegos y tecnología, además mantiene relaciones con representantes de las prestigiosas marcas AVERMEDIA y RAZER. Este respaldo propició que los

jugadores de SHOT accedan a su petición de dirigirlos como un nuevo equipo bajo el nombre de Ducks on Fire, motivados también por sus propuestas de posicionamiento competitivo y futuro patrocinio de marcas auspiciadoras.

También, son importantes las relaciones de los managers con administradores de comunidades de League of Legends en Facebook, incluidos en la organización de eventos y competiciones debido a su capacidad de convocatoria de jugadores. El caso estudiado evidencia que las relaciones establecidas entre estos tipos de gestores influyen en la organización de eventos e incidencias en el desarrollo de los mismos.

Por ejemplo, el conflicto entre Luis Vergara, manager de Shot y administrador del grupo 'Comunidad LoL Perú', con César Bellido, organizador del torneo de League of Legends en WCG 2013 – Perú y administrador del grupo 'Comunidad – League of Legends - Perú', consiste en el reconocimiento como comunidad oficial. Asunto que propició la enemistad de los organizadores del torneo frente a los jugadores de SHOT, que alegaron irregularidades de arbitraje durante la elección de personajes durante una de las partidas de la etapa final.

Esta pugna también conllevó a una división en la organización en los torneos locales de League of Legends durante los años 2012 y 2013. Mientras que Luis Vergara y los administradores del grupo 'Comunidad LoL Perú' organizaron los torneos en el marco del FESTIVAL MASGAMERS; César Bellido y los administradores del grupo 'Comunidad – League of Legends - Perú' organizaron la competición en los festivales World Cyber Games.

5.9.4 Capital simbólico

Este tipo de capital se expresa por el reconocimiento de los demás capitales económico, cultural y social, en el campo en que se desenvuelve el sujeto. Es decir, el capital simbólico del sujeto depende de la percepción del grupo respecto al manejo de sus otros tipos de capital. Entonces *“Si algo resalta en esta definición es que el capital simbólico no es un tipo más de capital, sino un modo de enfatizar ciertos rasgos relacionales del capital en general”* (Fernández: 2013, p. 36).

Los diferentes capitales mencionados en el caso estudiado: recursos económicos para solventar la actividad de juego, habilidades de juego, trayectoria competitiva, patrocinio de auspiciadores, cualidades en dispositivos de juego, relaciones entre jugadores, mángers y gestores. Son atributos valorables y reconocidos en el campo de jugadores de League of Legends, en tanto se correspondan y respalden entre sí.

Así, en el evento WCG 2013 – Perú, los jugadores de DRAGOSTORE lucieron una indumentaria de equipo vistoso y dispositivos de juego costosos. Algunos aficionados mencionaron que su imagen y equipamiento no corresponden con sus habilidades y trayectoria competitiva. No fueron reconocidos como un equipo importante de League of Legends, ni como favoritos para ganar la competición.

Por el contrario, la actuación del equipo ANG produjo admiración entre los aficionados e intimidación en sus contrincantes. Con un perfil discreto y respaldados por numerosos logros competitivos y habilidades de juego, se presentaron uniformados, emplearon sus dispositivos de juego y ganaron la final contra el equipo SHOT.

Otro factor de reconocimiento consiste en la personalidad y conducta de los jugadores, características apreciadas por aficionados y los compañeros de equipo. Algunas conductas improcedentes y conflictivas son toleradas en cuanto se corresponde a momentos desfavorables en las partidas de juego, pero no cuando son regulares durante las demás actividades del equipo. Que usualmente conlleva a la separación del jugador en cuestión.

Por ejemplo, Thany Rosillo jugador del equipo SHOT, manifiesta un alto nivel de juego, pero luego del evento WCG 2013 – Perú empezó a manifestar conducta irrespetuosa frente a sus compañeros y actitud irresponsable durante las competiciones y entrenamiento, provocando la molestia en sus compañeros que optaron por retirarlo del equipo.

Por su parte, el equipo ANG es conocido por entablar discusiones acaloradas entre sus miembros durante el juego. Aníbal Collantes (SPIRITWOLF) y Diego Arce (ARCE) desempeñan sus roles de '*support*' (soporte) y '*adc*' (conducción de poder de daño) en el camino inferior del campo de juego, donde suelen discutir,

pierden la concentración y equivocan las jugadas durante las batallas. Los demás jugadores optaron por retirarlo del equipo una vez terminada su participación en la fase final del evento WCG 2013 – Kunshan, China.

En conclusión, los criterios de distinción en el campo de jugadores competitivos de League of Legends se configuran a partir de la valoración y reconocimiento de sus diferentes formas de capital, principalmente los vinculados a atributos de habilidad de juego, trayectoria competitiva y concordancia grupal.



5.10 Rasgos de masculinidad

El caso de estudio evidencia que los asistentes observados en cabinas de juegos y eventos de videojuegos, los jugadores de los equipos investigados, y diferentes gestores del circuito competitivo local, son en su gran mayoría hombres. Un patrón evidente y significativo que nos genera el siguiente cuestionamiento: ¿Por qué casi todos los sujetos involucrados en el circuito competitivo de League of Legends en Lima son de sexo masculino?

La pregunta es compleja y amerita una investigación de características conceptuales y metodológicas propias. Sin embargo, a partir de los datos recabados y reflexiones académicas respecto a masculinidad desde la perspectiva de relaciones de género, nos aproximaremos a hipótesis que explican esta tendencia.

Para entender la masculinidad – o masculinidades – debemos reflexionar en cuatro aspectos: (a) lo que hacen o piensan los hombres, (b) lo que hacen o piensan los hombres para ser *hombres*, (c) lo que piensan o hacen algunos hombres considerados paradigmáticos, y (d) la masculinidad parte de las relaciones de género (Gutmann: 1988).

Nos referiremos a masculinidad como el sistema de representaciones sociales, conductas y prácticas socialmente construidas y consideradas aptas para hombres. Proporciona un conglomerado de libretos y pautas que abarcan los repertorios y disposiciones de acción para actuar como hombre dependiendo de la situación particular en la que se desenvuelve el sujeto. Cuyos principales agentes de socialización son la familia, escuela y grupos de pares (Fuller: 1997).

En este sentido, no nos encontramos en la capacidad de señalar el sistema de representaciones, conductas y prácticas que configuran la masculinidad de los sujetos investigados, tampoco podemos señalar si evidencian o se identifican con algún modelo de masculinidad. Sin embargo, nos aproximaremos a la comprensión algunos rasgos de masculinidad que explican la tendencia mencionada.

El caso limeño evidencia que los primeros aparatos de videojuegos para uso público fueron dispuestos en salones de entretenimiento para un público preponderantemente masculino, como billares y salones de juego, a partir de la década de los 80, de manera similar a los Estados Unidos. Así, las máquinas 'arcade', comúnmente llamadas *pinbols* o vicios, empezaron a ser popularizadas en el sector juvenil masculino.

Desde entonces el consumo de videojuegos se ha caracterizado por situarse en lugares públicos céntricos en la ciudad y en el ámbito doméstico mediante el uso de aparatos propios. En la actualidad, las cabinas de juegos ofrecen computadoras, servicio de internet y videojuegos; en los establecimientos de alquiler de consolas se acceden a dispositivos como PlayStation y XBOX; y también se mantiene la tradición de salones de juego con aparatos 'arcade' (pinbols).

Las observaciones en los diferentes establecimientos de juego al interior del Centro Comercial Arenales en el distrito de Lince, y Shopping Center de San Miguel, evidencian alrededor del 95% de un público consumidor de sexo masculino. Así también, durante la investigación del evento WCG-2013 Perú, observamos que el torneo de League of Legends agrupó a los 8 mejores equipos del Perú, un grupo estuvo compuesto por 40 jugadores, donde sólo participó una mujer, Stefani (CACHETONA) del equipo Piece of Cake (POC).

Los datos mencionados guardan similitud con cifras estadísticas publicadas por la empresa Riot Games Inc.⁵⁶, creadora de League of Legends, durante el año 2012. El videojuego cuenta con alrededor de 32 millones de jugadores activos mensualmente, el 90% de ellos son hombres, el 85% se encuentran en edades de 16 a 30 años, y que el 60% ha culminado o se encuentran cursando estudios superiores.

⁵⁶ Infografía estadística en el artículo "League of Legends se autoproclama el título más jugado del mundo" de la revista virtual de videojuegos Vandal.
<http://www.vandal.net/noticia/74044/league-of-legends-se-autoproclama-el-titulo-mas-jugado-del-mundo/>

Señalamos una primera correlación, los espacios públicos de entretenimiento en videojuegos en Lima están caracterizados por la asistencia preponderantemente masculina. Esta tendencia se vincule a rasgos de un modelo de masculinidad tradicional, donde el uso del espacio público corresponde a la actividad de los hombres. Puntualmente, en lugares de juego observados se suscita la competencia y rivalidad jugadores.

Al respecto, Norma Fuller (1997) sostiene que el espacio externo implica lo público y la calle, asociado a la virilidad como la dimensión no domesticable, es el espacio donde se suscita la competencia, la rivalidad y la seducción. Lo público se asocia a la hombría, la masculinidad lograda y reconocida públicamente. También, la calle representa un espacio de interacción e integración con los grupos de pares, donde los referentes asociados a las representaciones masculinas van (re)negociándose.

La mayoría de títulos – por no decir todos – presentan contenidos simbólicos asociadas a violencia y desigualdad de género, similar a tendencias en las principales industrias culturales de entretenimiento (López: 2010). Así también, League of Legends se caracteriza por la confrontación bélica de dos bandos por la conquista del territorio enemigo. Donde la competencia se evidencia en la ficción de juego (diegética) y en la interacción que propicia entre los jugadores (extradiegética).

Respecto a la presencia de mujeres durante el torneo WCG 2013 – Perú, observamos que su asistencia fue reducida, aproximadamente un 10% del total. Además, participaron las anfitrionas del grupo Dash Cosplay, emplearon indumentarias que evocaron la estética de personajes de videojuegos y el erotismo de sus cuerpos. Su rol consistió en el entretenimiento de asistentes hombres, que las contemplaron cautivados y se fotografiaron con ellas. Además, las *cosplayers* desfilaron por el escenario durante el segundo día del evento.

Someramente, durante las entrevistas a los jugadores de los equipos ANG y SHOT, indagamos en sus opiniones respecto la tendencia de consumo masculino en videojuegos. Mencionaron que las mujeres no estaban dispuestas a dedicarle tiempo a una actividad que no consideran *real*, y se ocupan en

actividades que consideran más serias, como estudios y relaciones sentimentales.

También mencionaron que los temas de videojuegos se enfocan en aspectos violentos como armas, guerra, peleas, asesinatos, etc. Temáticas de juego que son comúnmente consideradas afines a los hombres y no del gusto o apta para mujeres. Señalaron que los padres compran consolas de juego a sus hijos, mientras que a mujeres le regalan juguetes relacionados a la cocina, crianza, enamoramiento, cuidado personal, etc.

Además, los entrevistados aludieron que aún pocas mujeres se dedican al juego competitivo, sin embargo, notan su interés creciente y niveles de habilidad moderados en videojuegos como League of Legends y Dota 2. También, reconocen la participación de mujeres en las comunidades de League of Legends en Facebook.

Finalmente, los argumentos que explican la tendencia de consumo masculino de videojuegos en el caso estudiado son: (a) Los videojuegos competitivos presentan contenidos comúnmente asociados a representaciones de masculinidad tradicional como guerra, pelea, armas, caza, etc. (b) La concurrencia a cabinas de juegos como espacio público de entretenimiento se asocia a un modelo tradicional de masculinidad donde los hombres despliegan actividades de competencia fuera del ámbito doméstico. (c) El espacio virtual del juego configura una extensión del espacio físico de competición y rivalidad, donde se representan ficciones a través de representaciones asociadas a masculinidad tradicional respecto a la violencia.

VII. Conclusiones

- a. El consumo de videojuegos genera un tipo de práctica multimedia inmersa en la dinámica de medios de comunicación e información. propiciando la emergencia de comunidades, grupos, equipos y redes sociales, tanto virtuales como interpersonales cara a cara. Es un fenómeno cultural específico inmerso en las prácticas de los medios de comunicación, el juego, el placer, el ocio y la competitividad. Su práctica introduce cambios innovadores en los usos sociales de las tecnologías de la información y comunicación, en la vida cotidiana, en la conformación y dinámica de los grupos de pares, y en la forma en cómo se producen y consumen contenidos simbólicos.
- b. La actual competitividad en videojuegos de Lima tuvo como precedente al desarrollo de las cabinas de juego iniciado a mediados de la década de los 90, y las redes competitivas entre jugadores y equipos que emergieron de su dinámica. Luego, diferentes gestores y sujetos interesados en videojuegos competitivos, organizaron los primeros torneos locales y posteriormente festivales de videojuegos de mayor envergadura. Finalmente, desde inicios de la década del 2000 hasta la actualidad, empresas como World Cyber Games, Riot Games Inc. y otras en desarrollo de tecnología computacional, propiciaron circuitos competitivos de trascendencia nacional, continental e internacional.

Sin embargo, la situación competitiva de deportes electrónicos en Perú es limitada en comparación al profesionalismo de países como Estados Unidos, Corea y China, donde los niveles de habilidad, circuitos competitivos, capacidades logísticas, y producción económica, superan ampliamente las características de contexto nacional.

- c. Los grupos y ámbitos de interés identificados en el fenómeno competitivo de League of Legends en Lima son: (1) La industria dedicada a la producción y mercadotecnia del videojuego y dispositivos electrónicos,

como las empresas Riot Games Inc. y otras en desarrollo de tecnología computacional; (2) Los empresarios que ofrecen servicios de entretenimiento en espacios especializados para consumo de videojuegos, principalmente en establecimientos como cabinas de juegos en línea; (3) Empresas y sujetos dedicado a la administración, gestión y auspicio de la competitividad local, como mánagers de equipos, organizadores de eventos competitivos, y representantes de marcas tecnológicas; y (4) Jugadores y equipos que practican el juego competitivo, como los miembros de Arenales Net Games y Shot e-Sports.

- d. La práctica de League of Legends y el uso de aparatos tecnológicos propició que los jugadores investigados establezcan dinámicas grupales y lógicas competitivas. Se trata de sujetos inmersos en una sociedad compleja caracterizada por la masificación de medios de comunicación, información y tendencias globales de entretenimiento. Su reinterpretación local implica la conformación de grupos juveniles a partir de valoraciones e intereses competitivos comunes en contextos socioculturales propios.
- e. Los criterios de identificación y diferenciación en los jugadores de los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports emergen a partir de su dinámica grupal. Que evidencian variables socioculturales como conformación grupal, juego, performance, territorialidad, micropolítica, consumo, distinción y masculinidad, durante las diferentes situaciones de juego.
- f. La práctica competitiva de League of Legends expresa un *juego* configurado por: (1) La reproducción cultural a través del consumo de contenidos simbólicos del videojuego y la competencia mediante el uso de aparatos tecnológicos; (2) La estructura del videojuego brinda pautas de actuación a los jugadores y permite la recreación del videojuego como práctica ritualizada; y (3) La experiencia de juego a partir de la inmersión y transfiguración del jugador en el personaje al interior de la virtualidad del videojuego.

- g. La trayectoria y conformación del equipo configuran referentes de identificación basado en las experiencias y memorias compartidas de los jugadores. Los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sport evidencian rasgos de conformación similares: (1) Trayectoria e interés común de los jugadores en consumo videojuegos, específicamente en League of Legends. (2) Relaciones previamente establecidas entre sus miembros a partir de la práctica de otros videojuegos. (3) Interés común y compromiso en desarrollar competitividad profesional. (4) Evaluación del desempeño, entrenamiento y mejora de habilidades competitivas. (5) Camaradería y concordancia actitudinal en la interacción de sus miembros.
- h. Identificamos dos espacios de representación en la performance de los sujetos investigados: *virtual* y *física*. Ambos son simultáneos, sucesivos, complementarias e indisociables. El espacio virtual configura el escenario donde desarrollan la performance diegética, a partir de su transfiguración en personajes, desempeño de los roles y realización de acciones en el mundo figurado del videojuego. Mientras que en el espacio físico desarrollan su performance extradiegética, caracterizada por su actuación como jugadores, interacción grupal y empleo de aparatos tecnológicos en espacios de cabinas de juego, torneos competitivos y otros.

La representación física y virtual del equipo configura referentes de identificación a partir de elementos como nombre, símbolo, indumentaria, estilo de juego. Además, el espacio de representación en internet, principalmente en redes sociales, les permite expresar su identidad grupal a través de imágenes, texto, fotos, videos y demás publicaciones sobre las actividades que llevan a cabo.

- i. La dinámica grupal de los sujetos investigados evidencia patrones de territorialidad en lugares físicos y deterritorialidad en entornos virtuales, como espacios donde ejercen un conjunto de facultades y modos de comportamiento. (1) Las cabinas de juegos, torneos presenciales, casa de juegos y festivales de videojuegos configuran espacios físicos donde emergen dinámicas grupales con características propias, sociolectos,

- criterios de humor, personificaciones, reconocimiento y competencia. (2) Mientras que los entornos virtuales del videojuego e internet propician interacción grupal a través de la representación de personajes o perfiles de usuarios, conformando comunidades virtuales (clanes, equipos, clubes, grupos, etc.) en función a intereses comunes.
- j. En el caso estudiado, los sujetos ejercen poder como la capacidad, influencia, albedrío, autoridad y/o eficacia de acción en la micropolítica de su interacción grupal. Por un lado, durante el desarrollo de las partidas de juego, los jugadores manifiestan lideratos anímicos y estratégicos en función a circunstancias de juego y características personales (temperamento, nivel de juego, trayectoria en el equipo, etc.). Así también, los sujetos investigados ejercen poder en la administración institucional y gestión competitiva de los equipos, negociando las decisiones y objetivos entre las posturas de los miembros, los capitanes y mánagers.
- k. Las entrevistas a jugadores y observaciones en espacios de juego evidencian rasgos comunes de consumo en videojuegos, aparatos tecnológicos, lugares y contenidos simbólicos correspondientes. Sus prácticas de consumo configuran y expresan las categorías de clasificación en el *campo de jugadores*. Los equipos Arenales Net Games y Shot e-Sports son grupos inmersos en este campo, se caracterizan por priorizar la práctica competitiva en League Of Legends y el empleo de aparatos especializados.
- l. Los criterios de distinción en el campo de jugadores competitivos de League of Legends se configuran a partir de la valoración y reconocimiento de sus diferentes formas de capital. (1) El capital económico de los jugadores se expresa en la capacidad de solventar su práctica de juego. Mientras que el capital económico del equipo es evidenciado por su patrimonio, auspiciadores, equipos tecnológicos y solvencia en los costos de competición. (2) El capital cultural característico se relaciona a las habilidades de juego y trayectoria competitiva que los jugadores han cultivado; y además en la regulación de las instituciones y gestores respecto a la competitividad local. (3) El capital social de los

jugadores implica la participación en las redes que median influencias para la conformación o reemplazos en la composición de los equipos. Mientras que el capital social de gestores y máangers se expresa en su relacionamiento con representantes de marcas que puedan auspiciar sus equipos y eventos competitivos. (4) El capital simbólico radica en el reconocimiento o no reconocimiento sobre los capitales mencionados y el uso efectivo de los jugadores, principalmente vinculados a atributos de habilidad de juego, trayectoria competitiva y concordancia grupal.

- m. El afecto entre los jugadores y la emotividad en la experiencia de juego configuran referentes preponderantes de identificación grupal. Las interacciones, virtuales y presenciales, entre jugadores son propiciadas por las diferentes actividades de juego competitivo, donde la proximidad y constancia entre sus miembros generan lazos de amistad y camaradería. Asimismo, las emociones en circunstancias de competición, tanto eufóricas como disfóricas, configuran el temperamento del equipo.
- n. La tendencia de consumo de videojuegos en el caso estudiado evidencia la preponderancia de público masculino entre 15 a 30 años de edad. Los rasgos de masculinidad que explican esta tendencia se refirieren a: (1) Los videojuegos presentan contenidos simbólicos asociados a representaciones de masculinidad tradicional como guerra, pelea, armamento, caza, etc. (2) La concurrencia a cabinas de juegos como espacio público de entretenimiento se asocia a un modelo tradicional de masculinidad donde los hombres despliegan actividades de competencia fuera del ámbito doméstico. (3) El espacio virtual del juego configura una extensión del espacio físico de competición y rivalidad, donde se representan ficciones a través de representaciones asociadas a masculinidad tradicional respecto a la violencia.

VIII. Bibliográficas y referencias

- ANG, Ien. "Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional". EN: *En busca del público*, Daniel Dayan (comp.). Barcelona. Gedisa. 1997. 380p.
- ARDEVOL, Elisenda y otros. *Game pleasures and media practices*. Open University of Catalonia – UOC: 9th Bi-Annual Conference, Bristol, UK. Del 18 al 21 de setiembre de 2006. Disponible en:
http://www.media-anthropology.net/ardevol_etal_gamepleasures.pdf
- BELLI, Simone y Cristian LÓPEZ. "Breve historia de los videojuegos". EN: *Athenea Digital*. Núm.14. Barcelona. Universitat Autònoma de Barcelona. Otoño del 2008. p. 159-179. Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2736172.pdf>
- BOURDIEU, Pierre. *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires. Siglo Veintiuno, 2011. 224p.
- BOURDIEU, Pierre. *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao. Desclée de Brouwer. 2000. 232p.
- CÁNEPA, Gísela (coord.). *Identidades representadas: performance, experiencia y memoria en los Andes*. Lima. PUCP. Fondo Editorial. 2001. 459p.
- CHIHU, Aquiles (coord.). *Sociología de la identidad*. México D.F. Universidad Autónoma Metropolitana. 2002. 253p.
- CÓRDOVA, Patricia. *Medios de comunicación: su influencia en la construcción de la masculinidad*. [s.l.: s.n., s.a.]⁵⁷
- CORREA, Norma. *Asháninka online: ¿nuevas tecnologías, nuevas identidades, nuevos liderazgos? Una aproximación antropológica a la relación de la Comunidad Indígena Asháninka Marankiari Bajo con las tecnologías de la información y la comunicación*. Lima. 272p. Tesis (Lic.)

⁵⁷ Texto sin referencias bibliográficas situado en la Biblioteca de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, código: HQ 1233 C77.

- Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Sociales.
Mención: Antropología.
- CHRISTENSEN, Neil. *Inuit in Cyberspace: Embedding Offline, Identities Online*. Dinamarca. Museum Tusulanum Press, University of Copenhagen. 2003. 135p.
 - DOMÍNGUEZ, Daniel y otros. "Etnografía virtual". EN: *Forum: Qualitative Social Research*. Volumen 8, Núm.3. Septiembre de 2007. Disponible en: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/274/603>
 - DELFÍN, Mauricio. *Cabinas públicas de Internet: niños y adolescentes - Informe Final*. Lima, 2008. 20p. Disponible en: <http://mauriciodelfin.pe/wp-content/uploads/2011/05/informefinal-cabinas-Delfin01.pdf>
 - DOUGLAS, Mary. *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*. México. Grijalbo. 1979. 237p.
 - EGUIA, José Luis y otros. "Videojuegos: Conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación". EN: *3 Ciencias, Revista de investigación Editada por Área de Innovación y Desarrollo, S.L.* 28 de marzo de 2013. 14p. Disponible en: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/04/videojuegos.pdf>
 - EL COMERCIO. "Ocho 'gamers' peruanos clasificarán al World Cyber Games 2013 de China". EN: *El Comercio*, edición virtual. Lima. Miércoles 8 de mayo de 2013. Tecnología. Disponible en: <http://elcomercio.pe/actualidad/1573844/noticia-ochosgamers-peruanos-clasificaran-al-world-cyber-games-2013-china>
 - FERNÁNDEZ, José. "Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu". EN: *Papers, revista de sociología*. Volumen 98. Núm. 1. Barcelona. 2013. Disponible en: <http://papers.uab.cat/article/view/v98-n1-fernandez>
 - FULLER, Norma. *Identidades masculinas: varones de clase media en el Perú*. Lima. PUCP Fondo Editorial, 1997. 192p.
 - GREENFIELD, Patricia. *El niño y los medios de comunicación: los efectos de la televisión, video-juegos y ordenadores*. Madrid: Morata, 1999. 243p.

- GUTMANN, Matthew. "Traficando con hombres: la antropología de la masculinidad". EN: *Horizontes Antropológicos*. Vol. 5. Núm. 10. Porto Alegre. Mayo de 1998.
- HINE, Christine. *La Etnografía Virtual*. España. Editorial UOC. 2010. 214p.
- HOLLANDER, Edwin. *Principios y métodos de psicología social*. Buenos Aires. Amorrortu. 1971. 515p.
- HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. Buenos Aires. Emecé Editores S.A. 1972. 287p.
- LAHIRE, Bernard. *El hombre plural: los resortes de la acción*. Barcelona. Bellaterra, 2004. 319p.
- LEVIS, Diego. *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona. Paidós. 1997. 222p.
- MAFFESOLI, Michel. *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona. Icaria, 1990. 284p.
- MINELLO, Nelson. "Masculinidades: Un concepto en construcción". EN: *Nueva Antropología*. Vol. XVIII, número 61. Septiembre del 2002. P. 11-30. Disponible en:
http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/minello_mas_culinidades_un_concepto_enconstruccion.pdf
- MORDUCHOWICZ, Roxana. *Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la identidad juvenil en internet*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica. 2012. 109p.
- MURUA, Iñaki. "Internet, campo y herramienta de investigación". EN: *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 8. Núm. 1. Mayo de 2007. Disponible en:
http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_muru_a_anzola.pdf
- PUBLIMETRO. "Ahora hay casi tantas mujeres como hombres gamers". EN: *Publimetro*, version digital. Lima. Jueves 24 de abril del 2014. Actualidad. Disponible en:
<http://publimetro.pe/actualidad/noticia-ahora-hay-casi-tantas-mujeres-como-hombres-gamers-22413>

- RHEINGOLD, Howard. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona. Gedisa. 1996. 381p.
- RUBIO, Juan. "League of Legends se autoproclama el título más jugado del mundo". EN: *Revista digital Vandal*. 12 de octubre del 2012. Disponible en:
<http://www.vandal.net/noticia/74044/league-of-legends-se-autoproclama-el-titulo-mas-jugado-del-mundo/>
- SÁNCHEZ, Tomás. "La singularidad plural o el habitus múltiple". EN: *Athenea Digital, Revista de Pensamiento e Investigación Social*. Núm. 12. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona. Otoño del 2007. P. 373-380. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53701229>
- SIMONA, Isabella. "Ethnography of Online Role-Playing Games: The Role of Virtual and Real Contest in the Construction of the Field". EN: *Forum: Qualitative Social Research*. Volumen 8. Núm. 3. Septiembre del 2007. Disponible en:
<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/280/615>
- SOJA, Edward. *The political organization of space*. Washington. Association of American Geographers, Commission on College Geography. 1971. 54p.
- TITO, Charo. *Performance e identidad en la fiesta "carnavalesca" de la Virgen de la Candelaria en Puno: la puesta en escena de dos mundos que entran en tensión*. Lima. PUCP. 2012. 141p.
- TURNER, Victor. *Anthropology of Performance*. New York. PAJ Publications. 1987. 36p. Disponible en:
[http://erikapaterson08.pbworks.com/f/Antrophology%20of%20performan ce\(2\).pdf](http://erikapaterson08.pbworks.com/f/Antrophology%20of%20performan ce(2).pdf)
- TURKLE, Sherry. *La vida en pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona. Paidós. 1997. 414p.
- QUIROZ, María y Ana TEALDO. *Videojuegos o los compañeros virtuales*. Lima. Universidad de Lima, Fondo de Desarrollo Editorial. 1996. 138.
- VILLANUEVA, Eduardo. *Vida digital: la tecnología en el centro de lo cotidiano*. Lima. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 2010, 159p.

- VILLAPOLO, Leslie. *Estudio exploratorio acerca de la identidad grupal en medios alternativos*. Lima: PUCP, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, 1991.
- WOLF, Mark y Bernard PERRON. "Introducción a la teoría del videojuego". EN: *The Video Game Theory Reader*. Nueva York. Routledge, Taylor & Francis Group, Inc. 2003. 343p.
- ZANGARA, Alejandra y Cecilia SAENZ. "Aproximaciones al concepto de interactividad educativa". EN: *I Jornadas Iberoamericanas de Difusión y Capacitación sobre Televisión Digital Interactiva*. La Plata. Instituto de Investigación en Informática LIDI, Facultad de Informática, Universidad Nacional de La Plata. 2012. P. 83-90. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25943/Documento_completo.pdf?sequence=1



ANEXOS

Los anexos que brindaremos a continuación se refieren a las guías de observación y entrevistas, empleados durante nuestra labor de trabajo de campo.



8.1 Guías de entrevistas

NOTA: para las entrevistas individuales se pedirá autorización al entrevistado para ser grabado en formato de audio. Para empezar, cada entrevista contemplará el llenado de datos personales del sujeto en el siguiente formato:

8.1.1 Información personal

- Nombres y apellidos:
- *Nickname*:
- Nombre del equipo:
- Videojuego:
- Edad:
- Lugar de nacimiento:
- Lugar de residencia:
- Ocupación:
- Grado de instrucción

8.1.2 Sobre trayectorias individuales, y proceso de conformación del equipo de jugadores

8.1.2.1 Trayectoria personal vinculada a los videojuegos y entretenimiento digital

- ✓ ¿Con qué tecnologías de entretenimiento y comunicación estuvo vinculado desde la niñez?
- ✓ ¿En qué circunstancias hizo uso de un videojuego por primera vez? (a qué edad/en qué lugar/en qué consola o pc/ qué videojuego/ con quién(es))
- ✓ ¿Cómo fue familiarizándose al uso de videojuegos?
- ✓ ¿Qué videojuegos y qué soportes tecnológicos fueron de su preferencia a lo largo de su trayectoria?
- ✓ Cree que hay una tendencia de género (hombres/mujeres) en el consumo de videojuegos? ¿Por qué?
- ✓ ¿Qué videojuegos, con opciones de multijugador, fueron los primeros que jugaste? (adversarios individuales/equipos de colaboración y/o competencia)
- ✓ ¿En qué momento fue dedicándole mayor atención a la práctica de videojuegos?
- ✓ ¿Qué videojuegos y qué soportes tecnológicos prefiere actualmente? (cuáles temáticas/qué tipos de jugabilidad/qué tipo de consolas)
- ✓ ¿Con qué frecuencia y en qué circunstancias hace uso de videojuegos actualmente? (qué horarios/qué videojuegos/en qué espacios/en qué consolas o pc/con quiénes)
- ✓ ¿Qué es un gamer/jugador?

8.1.2.2 Proceso de conformación del equipo de video jugadores

- ✓ ¿En qué circunstancias practicó de manera cooperativa y/o competitiva videojuegos por primera vez? (qué videojuego/en qué consola o pc/con quiénes – tanto adversarios como compañeros-/ en qué espacios)
- ✓ ¿En qué circunstancias estableció un equipo de video jugadores más o menos estable?
- ✓ ¿En qué circunstancias se reunía con su equipo de video jugadores?
- ✓ ¿En qué circunstancias tuvo interacción inicial con los miembros de su equipo de video jugadores actual?
- ✓ ¿Cómo eligieron el nombre del equipo?
- ✓ ¿En qué juego se especializan? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cómo se fue dando la estabilidad del equipo?
- ✓ ¿Cómo cree que es la manera habitual en que se forman los equipos de video jugadores?

8.1.2.3 Dinámica del equipo de video jugadores

- ✓ ¿En qué circunstancias interactúa con los demás miembros de su equipo? (con qué fines/ ¿interacción virtual y/o interpersonal?)
- ✓ ¿Qué normas rigen el funcionamiento adecuado de su equipo?
- ✓ ¿Hay un líder del equipo? ¿En qué ámbitos rige su autoridad?
- ✓ ¿Hay roles y/o responsabilidades en el equipo? Tanto a nivel organizacional del mismo, como al interior de una partida de videojuego.
- ✓ ¿Hay otras personas parte del equipo, que no cumplen roles de juego? (Administrativos, logístico, imagen, etc.)
- ✓ ¿Hay circunstancias en las que se requieren nuevos miembros – o prescindir de algún miembro -? ¿Cómo lo manejan? Cite un ejemplo.
- ✓ ¿Se han presentado situaciones de conflicto entre equipos, y entre los miembros? ¿Cómo así?
- ✓ ¿El equipo cuenta con auspiciadores o algún tipo de apoyo institucional? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Cuáles son los medios y modos de especialización del equipo?
- ✓ ¿Cómo pretenden desarrollar e incrementar sus habilidades competitivas?
- ✓ ¿Cómo se vinculan a situaciones competitivas formales?
- ✓ ¿En qué otras situaciones despliegan el equipo como grupo?

8.1.2.4 Discursos sobre sí mismos y el videojuego en que se especializan

- ✓ ¿Qué lo motiva a ser parte de este equipo?
- ✓ ¿Cuáles son los ideales y objetivos que orientan a este equipo?
- ✓ ¿Qué es este equipo para ti?
- ✓ ¿Qué sentimientos crees que unen a sus miembros?
- ✓ ¿Cuál crees que sea la situación de este equipo en el futuro?

- ✓ ¿Qué crees que diferencia a este equipo de los demás?
- ✓ ¿Por qué especializarse en este videojuego? ¿Por qué este videojuego y no otros?
- ✓ ¿Qué aspectos de este videojuego te agradan? ¿Cuáles no?
- ✓ ¿Por qué desarrollar habilidades competitivas?

8.1.3 Imaginarios respecto al consumo de videojuegos

8.1.3.1 Involucramiento en el juego

- ✓ ¿Qué significa para ti jugar videojuegos? ¿Por qué juegas?
- ✓ ¿Por qué continuarías o dejarías de jugar con videojuegos?
- ✓ ¿Qué emociones y sentimientos te producen las experiencias de juego?
- ✓ ¿Imaginas la práctica de videojuegos como parte de tu cotidianidad en el futuro? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Crees que la práctica de videojuegos debe ser promovida – o limitada -? ¿Por qué?
- ✓ ¿Crees que la práctica de videojuegos desarrolla y/o limita características en los usuarios? (Conductuales, habilidades, capacidades, etc.)
- ✓ ¿Crees que hay una tendencia de género (varones/mujeres) en el consumo de videojuegos? ¿Por qué?
- ✓ ¿En qué videojuego(s) te especializas? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cómo empezaste a vincularte a estos videojuegos?
- ✓ ¿Cómo crees que es percibida la práctica de videojuegos para aquellos que no están familiarizados con su dinámica?
- ✓ ¿Qué aspectos más te agradan de tales videojuegos? ¿Qué aspectos no te agradan? ¿Qué cambiarías?

8.1.3.2 Frecuencia de juego y aspecto competitivo

- ✓ ¿Cómo fue desarrollándose tu interés por los videojuegos? ¿Se han vuelto parte de tu vida? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Cuánto tiempo aproximado le dedicas a la práctica de videojuegos? Explica ritmos y circunstancias.
- ✓ De ese tiempo ¿Cuánto le corresponde a la práctica del videojuego(s) en que te especializas?
- ✓ ¿En qué circunstancias decidiste desarrollar habilidades competitivas? ¿Por qué competir?
- ✓ ¿Qué opinas del nivel competitivo de tu equipo en general?
- ✓ ¿Qué opinas sobre el nivel competitivo de cada miembro de tu equipo?
- ✓ ¿Crees en alguna eventualidad que haya marcado un antes y un después en la trayectoria competitiva de tu equipo? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Qué opinas del nivel competitivo de los equipos a nivel local?
- ✓ ¿Cuáles son los logros más significativos de tu equipo?
- ✓ ¿Cuáles son los retos y objetivos competitivos de tu equipo a largo plazo?

8.1.3.3 Valoraciones y percepciones de los miembros del equipo sobre sus propios compañeros de equipo

- ✓ ¿Cuál fue la impresión que te produjo conocer a los miembros del equipo?
- ✓ ¿Qué emociones te provocan compartir la experiencia de juegos con ellos?
- ✓ ¿Qué aspectos definen tu relación e interacción con cada uno?
- ✓ ¿Cómo valoras las particularidades competitivas de cada miembro del equipo?
- ✓ ¿Qué particularidades – aparte de las competitivas – te agradan y/o desagradan de cada miembro del equipo? ¿Cómo así? (Personalidad, valores, actitud, carácter, etc.)

8.1.3.4 Percepciones sobre otros equipos de video jugadores

- ✓ ¿Cuáles son las competencias más importantes tanto a nivel local como internacional del videojuego en que te especializas? ¿Haz participado en alguna ocasión? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Cuáles son los equipos más importantes enfocados en el videojuego en que te especializas? ¿Por qué?
- ✓ ¿Destacas a algunos miembros en particular de tales equipos? ¿Por qué?
- ✓ ¿En qué circunstancias tiene interacción con los demás equipos?
- ✓ ¿Qué actitudes entre equipos reconoces en contextos formales de competición?
- ✓ ¿Cómo un equipo logra reconocimiento y prestigio?
- ✓ ¿Qué otros aspectos además de los competitivos contribuyen en reconocimiento de un equipo?
- ✓ ¿Cómo crees que es percibido su equipo por los miembros de otros equipos?
- ✓ ¿Te gustaría pertenecer a algún otro equipo? ¿Por qué?
- ✓ ¿Admiras a algún equipo local / Internacional? ¿Por qué?

8.1.4 Implicancias de la práctica de videojuego en la vida cotidiana

8.1.4.1 Redes sociales e interacción a través de la práctica de videojuegos

- ✓ ¿Considera que ha establecido relaciones sociales a través de la práctica de videojuegos? ¿Cómo? ¿En qué sentido?
- ✓ ¿En qué circunstancias se ha vinculado a otros video jugadores? ¿Cómo así? (Espacios/videojuegos/interacción virtual e interpersonal)
- ✓ Las relaciones que ha establecido a partir de los videojuegos ¿han trascendido al ámbito de interés de juego en sí? ¿En qué otros ámbitos se han expresado?
- ✓ ¿Alguna vez ha conocido a un jugador por medio virtual y ha conllevado a conocerlo de manera personal (cara a cara)? ¿Cómo así?

- ✓ ¿De qué maneras suele vincularse con los jugadores más cercanos? (virtual/interpersonal, eventualidades específicas/cotidianidad/etc.)
- ✓ ¿Considera que la práctica de videojuegos – y/o nuevas tecnologías de comunicación- ha influido en su forma de como relacionarse con la gente? ¿De qué manera?
- ✓ ¿Considera que tiene un círculo habitual de video jugadores? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Qué opina sobre las características interactivas de los videojuegos que práctica? (O sea, sobre las posibilidades de interacción que posibilita el videojuego)
- ✓ ¿Qué innovaciones y/o cambios plantearía sobre las características interactivas de tales videojuegos?
- ✓ ¿Pertenece a una comunidad de video jugadores en las plataformas de internet? ¿Por qué? ¿Cómo así?
- ✓ ¿Ha participado de encuentros de jugadores/gamers? (campeonatos/ferias tecnológicas/seminarios/conversatorios/etc.) ¿Cuáles? ¿Qué le parecieron?



8.2 Guías de observación

Planteo dos guías de observación, que se corresponden con las dos dimensiones en la práctica de videojuegos: espacios de interacción virtuales, y espacios de interacción interpersonales

8.2.1 Guía de observación de partidas de juego

Las partidas de juego en League of Legends pueden ser registradas de manera digital mediante programas de captura de pantalla, o mediante las opciones propias de los mismos videojuegos. La ventaja que ofrecen estas grabaciones es que pueden ser revisadas y analizadas en cualquier momento.

Los siguientes aspectos deben ser tomados en cuenta mientras se observe una partida de juego, en un registro y/o en el mismo momento en el que sucede.

8.2.1.1 Datos generales

- *Nickname* de los jugadores
- Nombre de los equipos
- Modalidad de juego
- Tipo de competición
- Duración de la partida
- Equipo vencedor

8.2.1.2 Interacción de personajes

- Nombre cada personaje según cada jugador.
- Características específicas de los personajes elegidos o asignados a cada jugador.
- Objetos que adquirió cada personaje.
- Rol y estilo de juego adoptado por el personaje (apoyo, asesino, provocador, merodeador, oportunista, ahorrador, etc.).
- Características generales de la estrategia desplegada en conjunto por los personajes del mismo equipo.
- Características generales de las batallas.
- Características de adaptación en las estrategias a las situaciones que emergen en la partida de juego.
- Mensajes que se envían los jugadores a través del chat del videojuego.

8.2.2 Guía de observación de espacios comunes de juego

Estas dinámicas de interacción en espacios interpersonales deben ser filmadas mediante una cámara, previo consentimiento de los sujetos implicados y los encargados de la gestión de tales espacios.

8.2.2.1 Datos generales

- Nombre del lugar
- Tipo de lugar (cabina de internet, cede de torneo)
- Adscripción a qué tipo de competición (torneo, clasificación, partida de juego regular, etc.)
- Ubicación

8.2.2.2 Sobre jugadores

- Nombres de equipos y jugadores
- Aparatos personales de cada jugador (mouses, audífonos, teclados, etc.)
- Uso de estos aparatos
- Vestimenta de jugadores
- Usos de las computadoras en otras aplicaciones (Facebook, programas utilitarios, etc.)

8.2.2.3 Organización del espacio

- Cantidad de computadoras y sus dispositivos
- Características técnicas de las computadoras
- Distribución de los aparatos
- Recorridos del espacio
- Contenidos visuales en los ambientes
- Circulación de los usuarios
- Puesto de atención y gestión de encargados

8.2.2.4 Interacción en el espacio

- Características de la interacción entre jugadores (conversaciones, conflictos, lenguaje corporal, etc.)
- Características de la relación jugador - aparatos (estilo de uso de los aparatos y videojuegos)
- Características de la interacción entre los jugadores y otros actores en la eventualidad (encargados de cabinas de internet, representantes de marcas auspiciadoras, organizadores de eventos, público etc.)

8.2.3 Guía de observación de espacios domésticos de juego

8.2.3.1 Datos generales

- Nombre, *nickname* y equipo.
- Ubicación y dirección del espacio doméstico de juego

- Espacio específico de juego (habitación personal, oficina, sala de estudio, etc.)

8.2.3.2 Organización del espacio

- Características técnicas del computador y los dispositivos
- Distribución de los aparatos
- Recorridos del espacio
- Contenidos visuales en el ambiente
- Circulación del jugador

8.2.3.3 Interacción al interior del lugar

- Características de la interacción virtual entre jugadores (conversaciones mediante chat, audífonos y micrófono)
- Características de la relación jugador - aparatos (estilo de uso de los aparatos y videojuegos)

