

Trabajo para jugar y juego para trabajar: apropiaciones de la práctica de videojugar como actividad laboral y transformación identitaria

Working to play and playing to work: appropriation of video-gaming as work activity and identity transformation

José Angel Cerón Hernández. *jceronsociologia@gmail.com*
Ana Valeria Rodríguez Barrientos. *anav.rdgz@gmail.com*
Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. México
Recibido: 06/02/2020
Aceptado: 19/03/2020

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo mostrar que ambientes laborales en términos tecnologizados construyen nuevas adscripciones identitarias, colocándolos en debate con las tesis de la fragmentación y de la individuación de las culturas laborales. A partir de herramientas cualitativas como entrevistas semi estructuradas y observación sistemática, prestamos especial atención a dos ámbitos: el primero correspondiente a aquellas personas que juegan como trabajo, *los streamers*, y, por otra parte, quienes trabajan para continuar jugando. Estos procesos traspasan lo subjetivo y, a partir de la producción simbólica y las interacciones, se objetivan como actividad productiva en el capitalismo contemporáneo. A la lectura se encontrará una breve discusión teórica respecto a las tesis del fin del trabajo, la flexibilidad y oscurecimiento de relaciones laborales abonando al debate de la identidad. En este hilo se entrelazan las implicaciones de las TIC's, el internet, la cultura digital y la industria de los videojuegos. Posteriormente se presentan algunos hallazgos empíricos y el análisis obtenido que permiten elaborar algunas pistas para esta discusión.

Palabras clave: videojuegos, trabajo, identidad, cultura digital

Abstract

The present article aims to show that work environments in technological terms, builds new identity ascriptions and the way this is inserted in the debate of the thesis of fragmentation and individuation of labor cultures. As using qualitative tools, such as semi-structured interviews and systematic observation, here we emphasize two areas: the first one is about those who play as work: *streamers*, and the second is about those who work to continue playing. These processes go beyond the subjective and the interactions to

be objectified as a productive activity in contemporary capitalism. In this sense, there is a brief theoretical discussion about the theses of the “end of work”, the flexibility and darkening of labor relations and a small addition to the identity debate. At the same time, we discuss the implications of TICs, internet, digital culture and, of course, the video game industry. Almost to finish, we show some empirical findings and the analysis that allow us to elaborate some clues for this discussion.

Keywords: videogames, Work, Identity, Digital Culture

Introducción

El tema de la identidad es uno de los más recurrentes en las investigaciones en Ciencias Sociales y es también uno de los más complejos. Tenemos presente que no se tratará jamás de una identidad única, inamovible y hegemónica, sino que varía a través del tiempo, los contextos y las situaciones a las cuales el sujeto se enfrenta, también abordado en los estudios del trabajo. De los contextos sociales actuales que se imbrican en esta área, uno que ha modificado no solo las dinámicas interactivas con *los otros*, sino también las concepciones de cada sujeto son las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), y el internet en relación con estas.

Por ello, el tema que aquí nos convoca conjuga los elementos antes mencionados: identidad, TIC's e internet, nos referimos particularmente a videojugar como parte del mundo del trabajo. Esta práctica ha promovido el desarrollo de nuevas lógicas de producción y reproducción social, sin negar la producción de adscripciones identitarias. Esto último, se entiende preliminarmente como un proceso de múltiples direcciones sociales, ya que las personas poseen varias identidades que se complejizan a partir de interacciones y de contextos a los que las personas pertenezcan, por lo tanto, consideramos dos aspectos; el primero corresponde a que los contextos existen previamente, y el segundo corresponde a las acciones dentro de cada contexto.

En estos contextos, el trabajo configura diferentes elementos simbólicos expresados en culturas laborales y, también, en identidades respecto a la actividad productiva y hacia los otros que pueden estar implicados en otros mundos de vida (De la Garza, 1997). Tengamos presente que, debido a elementos tecnológico-digitales que han permeado diversos campos de interacción social, el proceso laboral y de generación de capital no quedan ausentes. Es decir, la lógica productiva del capitalismo contemporáneo está presente en diferentes elementos de la producción en ámbitos digitales, siendo el internet y los videojuegos parte de ellos.

Sabemos que resulta complicado considerar el carácter colectivo en la construcción de identidades dentro del proceso de trabajo pues nos referimos a sujetos aislados físicamente entre ellos. La interacción que sucede a través de los medios electrónicos como el Internet, resulta en una vía eficiente para esta construcción, pues es el pilar central para la realización del trabajo. Nos conduciremos por las especificidades de esta tecnología de la comunicación y las formas en que se establecen relaciones sociales entre los sujetos que intervienen directamente en el trabajo, donde otros actores laborales y no laborales pueden incidir en este proceso de valorización.

Para lograr este objetivo realizamos un conjunto de entrevistas semi estructuradas y observaciones sistemáticas a dos grandes grupos de usuarios de videojuegos: a streamers, quienes transmiten sus juegos con la finalidad de obtener ingresos; y en segundo lugar a personas que configuran diferentes lógicas de trabajo para que, en su momento de reproducción, ejecuten un videojuego, es decir, trabajar para jugar. El segundo caso se problematiza cuando, en la actividad lúdica son los contenidos que genera jugando, más allá del consumo de productos vinculados a los videojuegos, ejecutando una labor productiva vinculada a búsqueda de errores, promoción del producto, compra y venta de objetos virtuales y, de la reproducción de prácticas vinculadas a lo “gamer”.

Abrimos con una discusión sobre las teorías del fin del trabajo y de la fragmentación de las identidades, centradas en el hecho de que el desarrollo tecnológico supondrá una paulatina desaparición de trabajo que podrá ser ejecutado por máquinas, software y otros dispositivos. Este “fin” del trabajo significaría una fragmentación de identidades donde el trabajo pierde un lugar central, planteamiento al que realizamos una crítica.

Posteriormente planteamos nuestra postura respecto a la construcción de identidades en torno a ambientes virtuales, es decir, donde el internet conforma un espacio de interacción y construcción de significados, expresado en el concepto de “identidad-red”. A ese apartado le sigue una breve revisión de posturas vinculadas a la cultura laboral en contextos de flexibilidad y de oscurecimiento de relaciones laborales, pues como señalaremos en el apartado siguiente los streamers de videojuegos no tienen relaciones claras de trabajo con la empresa “contratante”, quienes los nombran “socios”, pero que someten a ciertos controles del proceso de trabajo.

En seguida se realizará una caracterización del contexto empírico de la industria gamer como parte de las industrias culturales, y así dimensionar su impacto en los ámbitos económicos, laborales y en algunos aspectos subjetivos de los sujetos que forman parte de este espacio. De ese modo presentaremos algunos de los hallazgos realizados en el trabajo empírico incorporando fragmentos de entrevistas y reflexiones derivadas de ellas.

1.- Fragmentación de las identidades y el fin del trabajo

Es conocido que algunas tesis sobre el fin del trabajo (Rifkin, 1996; Sennet, 2006; Baumann, 2000; Gortz, 1981; Hardt y Negri, 2000) se inspiraron en “el fin de los grandes relatos” (Lyotard, 1987). Es decir, que las identidades expresadas en grandes movimientos sociales como el obrero perderían gran fuerza. Aquello se reforzó con la idea de una posible eliminación de muchos trabajos a consecuencia de las reestructuraciones productivas donde la automatización, informatización y robotización basadas en TIC’s juegan un papel central. Esto viene acompañado de posturas del trabajo inmaterial (Negri, 2004) donde se sugiere que el desarrollo de las fuerzas productivas significará una disminución del trabajo manual no calificado, es decir obrero no especializado, para la producción de bienes de consumo, dejando mayor tiempo para la recreación; suponiendo también una autonomía obrera en términos de organización y producción (Gortz, 1981).

Perspectivas que fueron asociadas con una razón para-posmoderna (De la Garza, Celis, Olivo y Retamozo, 2011). Posturas radicales sugieren que la tecnología vendrá a sustituir puestos de trabajo que serán desempeñados por dispositivos o robótica reduciendo los puestos de trabajo (Rifkin, 1996). Pero eso empíricamente no es así; aseveración que, si bien puede ser aplicada a ciertos sectores productivos, no es del todo cierta. Empíricamente, a trabajos que desaparecen surgen otros basados en tecnología, además de que en países subdesarrollados no se presenta este fenómeno tal cual (OIT, 2019), siendo el trabajo descalificado y deslocalizado como estrategia de producción para transnacionales. También es cierto que la producción se ha vuelto más compleja y que requiere tecnología y trabajo especializado y calificado, pero es posible en centros de innovación y desarrollo; para la producción en sí misma se sigue requiriendo fuerza de trabajo poco calificada y, además, se deslocaliza a otros lugares donde los salarios bajos como ventaja competitiva no son requerimiento indispensable de la inversión en tecnología de punta, pero sí con control informático.

Relativamente nuevos los videojuegos, con una trayectoria mayor a 40 años, se encuentran insertos como parte de las industrias culturales y a su vez en la cultura digital, sin desvincularse de las lógicas de producción. Los videojuegos se han estudiado desde aspectos sociales como la comunicación (Bonello, 2015), los elementos cinematográficos (Egenfeld, 2008; Esnaola, 2006; Kerr, 2006), productos audiovisuales y culturales (Rodríguez, 2009; King, 2002), representaciones sociales (Wohn y Lee, 2012), contenido (Galloway, 2012), violencia o consecuencias sociales negativas (Arreola, 2008; Sánchez, 1994; Baena, 2002), entre otros, que resultan ser los más populares.

Por otra parte, indudablemente las estadísticas sociales y económicas nos muestran mayormente lo que corresponde al ámbito industrial de los videojuegos; sin embargo, debemos considerar, como se insiste a lo largo de este texto, que todas estas cifras pierden sentido si se omite el papel del consumidor en términos económicos, y de los usuarios en términos sociales. Por ello debemos tener presente que los videojuegos están construyendo sus propios procesos productivos y de mercado de trabajo al generar nuevos perfiles laborales que requieren calificaciones específicas que, sin duda, configuran subjetividades en torno a videojugar, entendida como una actividad laboral más allá que una simple actividad lúdica, que abre una oportunidad a los estudios laborales.

Posturas como las que mencionamos anteriormente, sobre el fin del trabajo inspiraron otras que sitúan la idea central de que el trabajo deja de ser un eje importante para la construcción de identidades. Postulados de ex marxistas que se desilusionaron con el proyecto socialista y consideraron que las esferas del trabajo ya no tenían una eficiencia identitaria y de construcción de movimientos en torno a esta actividad (Callinicos, 2011). Esto nos hace preguntarnos tomando en cuenta el tema que aquí nos convoca ¿es jugar videojuegos como trabajo una actividad que configura identidades colectivas?

Para comenzar a responder, debemos señalar que, como parte de las industrias culturales, las culturas digitales abren posibilidades de inmediatez, interacción y espacialidad (aunque virtual y simbólica), han consolidado un contexto en el cual la producción simbólica de todos los aspectos de la cotidianidad han

logrado configurarse; otorgando, no solo nuevos sentidos a las subjetividades, sino también nuevas formas de apropiación de quienes hacen uso de ellas y por tanto, nuevas interacciones concretas que dentro de estos marcos de referencia (Harré, 1982), abren espacio al desarrollo de nuevas identidades, por ejemplo, de ocio, o en otro sentido, laborales, lo cual sin lugar a duda, puede ser identificado como una transformación sociocultural. Como parte de la cultura digital, encontramos a los videojuegos, desarrollando nuevas dinámicas dentro de un escenario simbólico que permite la convergencia de lo *on-line* y lo *off-line* desarrollando en un sentido continuo y constante no solo definición del *sí mismo* sino también permitiendo la diferenciación con el *colectivo* o *los otros*.

2.- Identidades inmersas en ambientes tecnológicos e “identidad-red”

Vale la pena hacer una pausa y recordar que, si bien no es lo único, la comunicación es pieza clave de la subjetividad, tomando este punto de partida como el medio a través del cual experiencias del mundo de los usuarios trascienden hacia los otros a través de signos, y permite ser conscientes de los pensamientos de los otros (Schültz, 1964). También, la comunicación es parte fundamental de la configuración de la identidad en tanto que permite el análisis de la realidad a través del proceso subjetivo y de la socialización en la vida cotidiana (Berger y Luckmann, 1991).

A partir de ello, podríamos comprender que con el internet como vía de comunicación se ha abierto paso a nuevas dinámicas sociales, mediadas por lo virtual, vía que configura nuevas formas de relaciones interpersonales y nuevas maneras de adquisición o acercamiento cultural, incluso comparables con los agentes de socialización primaria como son la familia y la escuela, solo por mencionar algunas. Así, la socialización y los roles sociales se modifican a través de las dinámicas digitales, y también los contenidos intelectuales, morales, afectivos, entre otros que se han vinculado con la web.

Para la reflexión del proceso identitario que puede emerger de las interacciones en Internet, es importante recuperar lo que se ha dicho al respecto. Manuel Castells (1999) desentraña algunos elementos de la comunicación simbólica, la relación entre sujetos y naturaleza con un enfoque dual entre producción y consumo intersectado por elementos como la experiencia y el poder, para así entender espacios específicos de cultura e identidades colectivas. Esta comunicación, señala Castells, en tiempos donde las redes sociales se conforman de acuerdo con la interacción por medio de las TIC's, pasa de un plano de interacción física (cara-cara), a ser ahora una interacción que escapa del plano físico (monitor-monitor). Por tanto, consideramos que esta relación contiene una carga simbólica particular debido a que es necesario un conocimiento anterior para comprender lo que ahí se expresa (frases, imágenes, sonidos, conceptos) concernientes a ese medio a lo que nos referiremos como una “Identidad-Red”. Puesto que *como seres humanos cada vez más entrelazados con la tecnología y con los demás a través de la tecnología, las viejas distinciones entre lo que es más específicamente humano y específicamente tecnológico se hacen más complejas* (Turkle, 1995, p. 21).

En psicología social se habla ya sobre el fenómeno de conformación de identidad en Internet, ligado a las situaciones de anonimato y grupo, especialmente en contextos de masa o muchedumbre. Estos planteamientos indican que la implantación progresiva de las TIC's en la sociedad está haciendo que, cada vez más, se faciliten un mayor número de servicios mediante el ordenador (Moral, 2004). Algunos de estos servicios virtuales (chat, correo electrónico, foros, etc.), posibilitan que sus usuarios participen de forma multitudinaria y anónima. Esto ha suscitado el interés por investigar este nuevo contexto de interacción social, donde pueden ponerse de manifiesto conductas de des-individuación en Psicología Social y de Identidad en Sociología.

Desde comienzo de los años noventa ya se consideraba que la realidad social contemporánea demanda cada vez más de transformaciones que posibiliten el acercamiento entre los usuarios en tiempo y espacio al momento de interactuar. El ejemplo se encuentra en Rheingold (1993), quien consideró que las relaciones sociales que se establecen en estos nuevos entornos, que se generan ante esta necesidad, se materializan en Internet como medio propicio para este proceso provocando la virtualización de la (s) identidad (es), así como la configuración de comunidades virtuales, organizadas alrededor de una temática o actividad concreta; compartiendo información, opiniones y recursos a través de una plataforma on-line.

Así pues, en las interacciones generadas a través de Internet, y desde una perspectiva del interaccionismo simbólico, se consideró que la visibilización de aspectos de su yo (*self*), es un elemento importante para la construcción de una identidad; los aspectos importantes, extraordinarios o las cosas que no suelen decirse o expresarse con facilidad a los demás (*true self*) (Turkle, 1997). A esto contribuyen las tecnologías mediáticas generando productos culturales, donde las identidades individuales y colectivas son negociadas dentro y fuera de la red que suscitan a una comunicación masiva (Wilson y Peterson, 2002). Es entonces que, la identidad en el ciberespacio no tiene una característica monolítica, sino que posee un carácter mutable pues adquiere implicaciones de negociación entre las audiencias y los contenidos que se emiten, además de que no pueden quedar de lado ámbitos económicos, culturales y cognitivos que proveen un espacio de asimilación e interpretación. Una manera polifacética que se actualiza en las interacciones mismas en internet en una especie de "culturas-mosaico" donde se comparten ideas de forma simultánea (García y Núñez, 2008, p. 44).

Lo anterior abonaría a la perspectiva que defiende la construcción de identidades en contra de la postura de la fragmentación. Es posible que, atendiendo a una mejor revisión teórica, podamos relacionar de forma más elaborada y coherente la influencia de otros aspectos de la subjetividad y de la socialización, y la red, como espacio de intercambio, como un elemento a añadir en la reflexión de la constitución de identidades. Consideramos que la idea de usuario como sujeto no implica una individuación que cierre a la constitución de conjuntos de relaciones entre los sujetos y que construyan identidades. Existe una discusión sobre la dislocación espaciotemporal y consiguiente representación "espectral" del sujeto en la red, "telepresencia", generando la posibilidad de hacerse cada vez menos presente, incitando a repartirse y diseminarse por el medio virtual (Quéau, 1995).

Las interacciones que acontecen a través de internet pueden ser también entendidas como un proceso de sociabilidad, que a diferencia de la socialización es definida por Simmel (2002) como una forma lúdica de asociación, cuya finalidad última es la asociación por sí misma, provocando que se desarrolle cierta forma de adscripción a una comunidad. La dimensión asociativa de la sociabilidad es vista como una característica propia de los seres humanos que puede resultar fundamental para la interacción entre los miembros de una sociedad, transformando así no solo las dinámicas sociales del *sí mismo*, sino la relación que establece con *los otros* en todos los aspectos de su cotidianidad; aquí nos atañen, por ejemplo, las dinámicas laborales y los procesos identitarios.

3.- Identidades laborales en ambientes flexibilizados u oscurecidos en el trabajo

La relación identidad-trabajo en relaciones laborales oscurecidas y con intervención de TIC's como medio de producción, requiere un tratamiento desapegado a las nociones tradicionales de constitución de identidad. Consideraremos nociones ampliadas de estos conceptos (trabajo e identidad), que nos otorga eficiencia identitaria en situaciones donde el internet y los medios electrónicos como los videojuegos intersecan el trabajo. Esta ampliación conceptual incorpora al cliente y sus demandas; en tiempos y territorios no laborales, así como sus experiencias productivas con otros ámbitos sociales como la familia, el barrio o el consumo (De la Garza, 2017b). Nos referimos a un trabajo, jugar videojuegos como producción y como reproducción, donde las relaciones laborales no están claras, donde hay una intervención de diferentes actores laborales y no laborales que influyen en el proceso de trabajo. Tomando en consideración las dimensiones enunciadas anteriormente, podemos referirnos, en términos conceptuales, a un tipo de *trabajo no clásico* (De la Garza, 2017b).

Para abordar el problema de la identidad en relación con el trabajo y los videojuegos como actividad productiva, consideramos pertinente caracterizar al actor. El aspecto relacional en internet, el aspecto no clásico del trabajo y la forma en que cambian las subjetividades en el capitalismo contemporáneo y a los otros en las relaciones de producción. Nuevos escenarios del mundo laboral han influido en las narrativas identitarias donde lo individual aparece como central y el corto plazo. Pero ¿eso sucede realmente así? Si bien estamos frente a quiebres profesionales, es cierto que presenciamos el desarrollo de una generación que no vivió este proceso de transformación, sino que ya creció en ello. Esto supone un reto analítico que queremos puntualizar en algunos breves aspectos.

Como punto de arranque tenemos a la producción que caracteriza la vivencia actual de los trabajadores donde el temor permanente a perder el control de la propia vida, por el flujo de la propia red y volverse incapaz de interactuar en otros ámbitos sociales implica una “corrosión del carácter” o un cambio en las subjetividades (Sennet, 2006). Un problema de inviduación, de las cuales podemos resumir tres posturas generales:

- La primera proveniente de la idea de que “el nuevo espíritu del capitalismo” (Boltansky y Chiapello, 1999), se proponía una liberación de las personas en las instituciones, donde tendrían la posibilidad de desarrollarse de manera individual. A eso se le vincula el surgimiento de una “ideología managerial” (Le Goff, 1995) que posiciona a la organización como espacio de integración social, pero que puede ser interpretada como la renovación de las formas de dominación social al interior de la empresa y a vivirla como una obediencia aceptada (Martuccelli, 2001), pero individual.
- Por otro lado, se encuentran quienes sugieren que los nuevos escenarios del mundo laboral, impactados por estas reestructuraciones productivas, influyeron en que las narrativas identitarias niegan un vínculo duradero en las empresas, expresado en proyectos individualizados que suponen una acotación funcional a las formas de interacción con los otros (Díaz, Godoy y Stecher, 2006).
- En términos de la organización del proceso de trabajo, otros sugieren que los dispositivos de gestión flexible funcionan a través de mecanismos de naturaleza narcisista, que aseguran la aceptación de valores organizacionales de la empresa, o plataforma, y el trabajo productivo como parte desvinculada a la sociabilidad (Enriquez, 1997; Aubert y De Gaulejac, 1991). Ideas que podrían inspirarse en los supuestos de las tecnologías del yo foucaultianas.

Es importante, como planteamos en este artículo, debatir de forma conceptual y empírica sobre estos postulados que configuran un cuerpo teórico que refiere a cierta imposibilidad de construcción de identidades, mucho menos si fuesen colectivas. Lo que se encuentra es que, sin duda, estamos frente a una transformación de las subjetividades en términos laborales, trayendo la vigencia de este debate en los estudios contemporáneos.

4.- Industria gamer

La industria de los videojuegos o Industria Gamer, asociada al sector creativo y cultural en la producción de bienes, ha experimentado un crecimiento constante en términos de producción y consumo durante los últimos años. Para el año 2019, el entretenimiento interactivo que consideran los juegos móviles, de computadora, consola, e-Sports, contenidos audiovisuales relacionados a los videojuegos y la realidad virtual (RV) han generado \$120.1 mil millones de dólares en ganancias (Superdata, 2020). Los consumidores gastaron para ese mismo año \$64.4 billones de dólares en juegos móviles, tomando en consideración que ese sector inició tardíamente y que ahora existe un gran parecido con la publicidad de los juegos tradicionales, es demandante de una mayor producción de bienes y gasto de marketing para atender a la demanda.

Sin embargo, queremos hacer una distinción operativa para los objetivos de este artículo. En primer lugar pretendemos diferenciar a nuestros sujetos (jugadores con lógicas de producción y jugadores con lógicas de reproducción) de otros tipos de trabajo en este ramo: (1) desarrollo y distribución de videojuegos, diseñadores, programadores, animadores, cuyos trabajos

quedan claros en términos de producción simbólica; (2) operadores de los videojuegos con fines de producción, aquellos que se basan en la producción de contenidos multimedia con fines de entretenimiento o competición, es decir, profesionales de competencias y streamers de videojuegos en los cuales a partir de la introducción de publicidad y donativos de sus espectadores, obtienen sus ganancias (Cerón y De la Garza, 2018; Cerón, 2018); (3) jugadores que no construyen subjetivamente estrategias de producción con su actividad, es decir, jugadores casuales que se insertan, teniendo consciencia o no de ello, en lógicas de producción al consumir, pero también ser productores de contenidos con el hecho de jugar, siendo conocidos como “prosumidores” (García Canclini, 1995). Nuestros sujetos los ubicamos en el segundo y tercer caso.

Estos no se encuentran exentos de formar parte de la cultura digital que establece una convergencia social con lo digital (Martín, 2008; Winocur, 2009), no solamente en lo referido a uso de las TIC's, sino los escenarios simbólicos como formas de socialidad, significaciones, legitimaciones, cultura, entre otros, que se establecen *como territorio imaginario para fijar el lugar -en el sentido antropológico- [...] un ámbito para sostener, acercar y reinventar la presencia de otros* (Winocur, 2009, p.251).

Esta idea permite al sujeto actuar como agente individual y colectivo, y adquirir elementos para las interacciones con *los otros* en estos espacios virtuales y en los que no lo son. Como hemos establecido, la identidad no corresponde a una sola generalidad o una única esfera hegemónica; en este sentido, la interacción digital ha posibilitado no solamente el consumo de elementos culturales digitales, sino que ha desarrollado al mismo tiempo una dinámica de producción de quienes hacen uso de ella, en tanto la diversidad de escenarios simbólicos existentes de la cultura digital, donde *los usuarios no sólo consumen información, sino que contribuyen a ella de distintas formas* (Uzelac, 2010, p. 31).

Debemos tener en cuenta que cuando hablamos de modelos de producción no implican únicamente aspectos de organización del proceso y su control, relaciones laborales y nivel tecnológico, sino también de generadora de cultura en los trabajadores y el management (De la Garza, 2017a), pero es necesario considerar que esa producción de cultura escapa de los ámbitos “meramente productivos”, sino también la construcción de la experiencia de ciudad o de culturas vinculadas a lo productivo (Nieto, 1992). Por eso consideramos pertinente el vínculo entre la cultura digital, en relación con la industria cultural, como parte importante en el análisis de las identidades colectivas y, en específico, de nuestro sujeto.

5.- Videojugadores insertos en procesos de trabajo

Exploramos esta relación diádica entre momento de trabajo y de no trabajo teniendo a los videojuegos como producto cultural articulador en las subjetividades y construcción de identidades. Mencionamos aquí los grandes procesos productivos donde se pueden objetivar los diferentes procesos de trabajo y hacemos la diferenciación entre quienes trabajan en el diseño, producción y distribución de los videojuegos como objetos (no nos referimos

a la materialidad en tanto pueden ser virtuales en términos de tiendas online), de los que su trabajo o sus procesos de “ejecutar” en una relación lúdico-laboral objetivan y producen valor en una economía capitalista.

Si bien es pertinente hablar de grandes procesos de valorización donde el aspecto tecnológico es central en términos de innovación, es también prudente considerar de qué manera se inserta a los sujetos que están involucrados en estos procesos, es decir, cómo los jugadores con la intencionalidad, o no, de objetivar su actividad como una actividad que genera monetización o, si fuéramos aventurados en términos de economía política: valor. Establecemos entonces un camino bicéfalo en cuanto a los procesos productivos y de consumo en los cuales se han mencionado algunas corrientes como los “prosumidores” (García Canclini, 1995) donde se acepta que al mismo tiempo que se consume contenidos, se están produciendo otros que se incorporan en el proceso de valorización. Para algunos sería considerado como “trabajo del consumidor” (De la Garza, 2017b). Sin embargo, también se encuentra desde la lógica propia de la conciencia de producir contenidos para la valorización en la cual el concepto de trabajo no clásico (De la Garza, 2017b) nos da utilidad.

Podemos hablar de intencionalidad de hacer del gaming una actividad laboral en la cual pueden expresarse diferentes ocupaciones. Enunciamos dos grandes categorías: las involucradas en el diseño y producción del videojuego como mercancía de consumo; y por otro, los que nos interesan, quienes ejecutan estos videojuegos con fines de entretenimiento o competencia realizando una producción simbólica (Cerón, 2018).

Pero también se encuentran quienes, como parte de sus estrategias de reproducción, es decir, de entretenimiento, ejecutan estos videojuegos con esta finalidad pero que, a través de esto también forman parte de las estrategias de producción dentro del mismo consumo: prosumidores (García Canclini, 1995). Como parte de las estrategias de reproducción de la fuerza de trabajo (Marx, 2015) no es inevitable que los cambios productivos, culturales y subjetivos de las últimas décadas, que no son únicamente la satisfacción de aspectos como alimento, vestimenta, sino también en términos estéticos (música), cognitivos (clases), emocionales (arte) que configuran nuevos medios para esta reproducción. Por tanto, consideramos a los videojuegos con su carácter estético-cognitivo-emocional como parte de este proceso.

6.- Marco metodológico

Explicitamos aquí el proceso metodológico que da pie a la vinculación teórica y empírica que nos permite el análisis de la identidad, el trabajo y los videojugadores. Sin demeritar cualquier otro tipo de investigación, partimos de un enfoque de corte cualitativo, que nos permitió acercarnos a estos procesos considerando los aspectos subjetivos y priorizando la reconstrucción de significados que los sujetos establecen a partir de la práctica de videojugar. Tratamos entonces estos dos grandes grupos de sujetos videojugadores a partir de la intencionalidad de su producción, es decir: *los videojugadores como ocupación laboral, y prosumidores dentro de los procesos de reproducción.*

Para una mejor comprensión de estas dinámicas a través del acercamiento contextual y empírico con los videojugadores, hemos identificado lo relevante de las narrativas, por lo cual se hizo uso de entrevistas, y teniendo presente también lo importante de los espacios, las interacciones con *los otros*, la emotividad, y otros elementos, se hizo uso de la observación (participante y no participante), resumimos tales procesos en: *Intencionalidad productiva*; a partir de lo cual, se realizan entrevistas y observaciones a streamers y jugadores profesionales.

El trabajo de campo, para este grupo, consistió en la observación sistemática a partir de una guía de observación, realizada a 10 streamers de habla hispana entre latinoamericanos y españoles divididos por sexo, distribuidos equitativamente en cinco mujeres y cinco hombres y volumen de espectadores simultáneos (50-300 espectadores para pequeños streamers; 300-4000 para streamers populares). Se observó por periodos de dos a tres horas diarias durante nueve meses. Por otra parte, se realizaron 14 entrevistas, considerando las condiciones de cada uno, algunas fueron vía videollamada o directamente como jugador durante su transmisión, éstas se realizaron a 14 streamers (11 latinoamericanos y 3 españoles) de los cuales la mitad realizaba la actividad de tiempo completo.

En lo que corresponde a los *procesos de reproducción*, también entendidos como *prosumidores*, se realizaron 10 entrevistas, de las cuales, seis fueron realizadas a mujeres y el resto a varones, todos ellos mexicanos y por lo tanto, también de habla hispana; algunas de estas narrativas fueron recopiladas vía telefónica y el resto sucedió cara a cara. Las narrativas presentadas son de jóvenes profesionistas, dos de ellos, comunicólogos, creadores de contenido para redes sociales, también relacionados con los videojuegos; el resto se desempeñan en la docencia, como abogados o en otras actividades relacionadas con las ciencias sociales. Rescatamos también datos a partir de observaciones, de las primeras se realizaron cinco en espacios privados, públicos y semipúblicos, como plazas, donde además de consumir algunos insumos para la práctica de videojugar, permiten también la realización de esta.

7.- Códigos identitarios de los videojugadores

Aquí presentamos los hallazgos empíricos en la lógica de cómo el acto de videojugar se traslapa en otros ámbitos de la reproducción social: el momento de ocio pero que también puede ser de trabajo; como receso del momento laboral (cuando llegan a casa para relajarse); y como imperativo para continuar videojugando, es decir, que organizan su tiempo para lograr jugar o como proceso de socialización.

Quisiéramos mostrar un esquema que llamaremos “configuración identitaria” en el cual entran en conjunción varios códigos subjetivos que pueden estar interrelacionados, como “la privacidad al jugar” que entra en franca contradicción con “conciencia de ser observados” en caso de que se haga stream. Para el resto de los entrevistados, visualizamos elementos como la búsqueda de espacios de “liberación” o “calma” y “resignificaciones de los procesos laborales”, solo por mencionar algunos. Es por ello que cuando hablemos de identidad no nos centraremos únicamente en una determinación

deductiva a partir de los significados y experiencias en el ámbito del trabajo, sino también reconocemos la interconexión con otros ámbitos de la realidad social que tienen influencia en la construcción de identidades de los streamers y otros videojugadores.

A partir de las entrevistas realizadas y la observación, llegamos a la idea de que el reconocimiento de sí mismo como jugador respecto a los otros, no parte únicamente desde el ámbito del trabajo, sino que entran en juego otros ámbitos de relaciones sociales que tienen eficiencia identitaria pues, en la interrelación con otros mundos de vida (De la Garza, 1997), por ejemplo, la experiencia de trabajo coexiste con otros espacios como lo son la familia, la escuela, otro trabajo, amistades, etcétera, contribuyen a la rutinización o reconstrucción de subjetividades e identidades.

Consideraremos, para el análisis de esta *configuración identitaria* a las personas con las que se relacionan, los tipos de interacciones y los significados resultantes de este proceso. Estamos entonces ante la premisa de que videojugar es más que una actividad lúdica “exclusiva” en tanto que los procesos laborales e identitarios cobran sentido a través de quienes los realizan, y que la identidad no es meramente una situación, *sino una construcción en la que intervienen estructuras que habría que descubrir, junto a subjetividades que habría que desentrañar, e interacciones, especificando entre quiénes se da* (De la Garza, 2017a, p.162).

Para entrar en materia, comenzaremos por mostrar que en la **resignificación** de la práctica de videojugar, es común encontrar a través de las narrativas que esta actividad de ocio forma parte de las actividades diarias, donde, de acuerdo con sus palabras “si tienes problemas”, se encuentra la manera de relajarse; al respecto Rodo comenta:

“Me ponen a jugar Gears of War, se acabó, el problema se acabó. O sea, sí lo voy a seguir teniendo y lo voy a tener que resolver de alguna forma, pero ya no voy a estar ahí con el estrés en la espalda [...] no sé, cambia completamente, ya maté un par de locust, ya los destacé y te relajas.” (Rodo, community mánager, 30 años)

Siguiendo esta narrativa, Rodo comenta que después del trabajo y de pasar mucho tiempo en el transporte público, videojugar se vuelve un espacio de **liberación y calma**:

“Ahora que paso la mitad de mi día en el transporte público (por la distancia al trabajo), [...] entonces también creo que es una catarsis, se convierte [...] se convierte en una catarsis, pura catarsis, esta liberación de estrés tremenda.” (Rodo, community mánager, 30 años)

No solamente el videojugar funciona como un momento de receso de los procesos laborales, sino que también permea otros espacios personales; por ejemplo, hay una espacialidad simbólica que posibilita que las emociones se expresen de una forma “segura” y que, a su vez, permite encontrar tranquilidad, situación que podría equipararse con el **autocuidado**.

Continuando con la recuperación de narrativas, rescatamos el siguiente caso donde se decide destinar el tiempo libre para **trabajar** con el único objetivo de adquirir una consola de videojuegos: *Me metí de cocinero [...] mi meta era esa, dije: “si algún día trabajo, me compraré mi Switch” y sí, efectivamente decidí trabajar para comprar mi Switch. (Francisco, call center, 21 años);* así, se visualiza que la apropiación de la práctica de videojugar, también **resignifica la vida laboral**.

El imaginario social que permea esta actividad la posiciona como una actividad *sin sentido* o como una *pérdida de tiempo*; sin embargo, distinguimos que es a partir de situaciones como la mencionada, que los videojugadores se insertan en dinámicas laborales para poder continuar con su práctica. En este mismo sentido, destacamos también la narrativa de Steph, quien estableció una relación entre su trabajo y el gusto por los videojuegos, casi a la inversa de lo presentado. Ella vincula su trabajo diario con la práctica de videojugar y a su vez, hace también uso de las herramientas digitales en beneficio de los demás:

“Con mis alumnos uso mucho lo digital, entonces sí, por ejemplo, les estoy enseñando los verbos en inglés, les hago juegos con asteroides que tienen que, para que no caiga el asteroide a la tierra, tienen que poner rápido este, el past participle de un verbo y entonces pues tengo como aplicaciones así, para generar esos juegos dinámicos para mis alumnos, memoria y todo eso, pero de forma digital.” (Steph, profesora, 30 años)

Este tipo de situaciones, resulta no solamente en una nueva forma de apropiación de la práctica lúdica sino también, como proceso de *socialización secundaria* (Berger y Luckmann, 1991), ya que sucede en el espacio escolar, que permitirá en los alumnos y en Steph internalizar esta nueva dinámica de forma -quizá- permanente, y al mismo tiempo, ayudará a mantener presente lo estudiado, todo ello inscrito en la dinámica laboral de la que forma parte esta profesora, lo cual, sin lugar a duda, abona en más de un aspecto al proceso de consolidación de la identidad.

El gusto desarrollado por los usuarios de videojuegos los ha llevado a considerar algunas de las posibilidades de esta industria como espacios laborales donde se relaciona este gusto, permitiendo así la apropiación de las actividades profesionales y las de ocio; sobre ello, Ángela comenta:

“Me dijeron: “búscate un empleo”. Casualmente estábamos paseando [por el centro comercial] y estaban contratando justamente en una tienda de videojuegos en Gameplanet de aquí y dije: “¿qué tanto

¿qué tan difícil puede ser entrar? ¿no?” y dije “pues voy a aplicar” y apliqué y así me conseguí mi primer empleo, sumamente orgullosa, sin ayuda de nadie.” (Ángela, abogada, 27 años)

Aquellos que se han insertado, no solo en la práctica de videojugar, sino que conocen las dinámicas de esta industria cultural, han pensado en ella como una posibilidad de profesionalización donde el beneficio resultaría no solo en términos personales y **emotivos**, como lo es el ocio, sino también en términos laborales. Cuenta Ángela que, en otro momento de su vida, se quedó sin empleo “formal” y fue la profesionalización del videojuego, una de las alternativas viables:

“Pensé muchas veces, cuando estaba desempleada “¿Qué puedo hacer, ¿qué puedo hacer de mi vida?” y luego “debería de hacer Stream” y si lo pensé, lo pensé muchas veces en meterme a todo el rollo de Twitch [...] dije “pues creo que puedo sacarle provecho a este, como que a este lado” ¿no? Y entonces sí pudiera dedicarme a hacer Streams”. (Ángela, abogada, 27 años)

Estas trayectorias de vida muestran una relación directa con la construcción de la identidad de quien juega, por la forma en que se apropian y resignifican esto; buscan espacio y tiempo para jugar después del trabajo, acoplando el trabajo al juego, trabajando para jugar, entre otros. Más allá de considerar la profesionalización del videojuego partiendo solo del ocio, se encuentran aquellos que desde sus estudios y en consonancia con el videojugar, han encontrado la posibilidad de trabajar en situaciones relacionadas con esta industria:

“los videojuegos también han hecho algo como muy positivo en mi vida desde el hecho de poder a ver... de poder conseguir trabajo como jugando videojuegos y como generando contenido en torno a ello, que eso ya de por sí es algo muy positivo que ha dejado en mi vida.” (Pamela, comunicóloga, 30 años)

Videojugar incorpora elementos que permiten conformar su identidad y, en otros momentos, da paso a la profesionalización, llevando a aquellos que poseen los medios y habilidades a lograr establecer una práctica de trabajo *no clásico* a través del *streaming* de videojuegos, congregando esto en los *e-Sports*, como mostramos a continuación.

Podemos pensar primeramente en un **gusto por la informalidad y ambiente juvenil**, como un código identitario respecto a que “*le pagan por jugar*” y “*solo se centraba en jugar*” (Epsilon, streamer, 25 años), que tendrá una relación

contradictoria y una directa con otros códigos que desarrollaremos en las siguientes líneas. Este gusto viene acompañado con una identificación a una actividad que requiere bastante tiempo y que, de por medio, se está jugando por un ingreso. Cuando se obtiene el contrato con alguna empresa de streaming de videojuegos es cuando comienzan cambios en la forma de expresión sobre las actividades que amplían la relación de videojuegos como algo recreacional. Para obtener el contrato, surge una preocupación por el volumen de espectadores o recuperar los que se han ido teniendo una especial **atención a las cifras**.

“cuando veo que pierdo viewers, me da bajón y entonces me digo: vamos a ser más interactivos, más chistes, más buena con la gente, aunque sí todo el tiempo estoy pensando en que es un trabajo (...) sí tengo muy presente si me está yendo bien o no, para mí siempre me parece que es un trabajo”. (Epsilon, streamer, 25 años)

Esta atención a las cifras entra en contradicción con el hecho de que se trate de un gusto por la informalidad. Esto tiene una relación con la idea de que a sabiendas de que se trata de una actividad donde el **gusto por jugar** supone una actividad recreativa en un principio, el streaming de videojuegos presume una **conciencia de que son observados**. Sigue siendo el monitoreo reflexivo de las cifras lo que entra en tensión con el gusto por jugar y la informalidad que el streaming provee.

Se indagó en las entrevistas sobre el proceso al cual habían llegado a la cantidad de suscriptores y espectadores actuales, en el que refieren a una *estabilización*, donde existía un aumento abrupto de espectadores, hasta que notan una cantidad constante de públicos que, generalmente, es menor al pico de conexiones simultáneas. Cuando refieren que les va mal, vuelven a la cifra de espectadores para poder referirse a ello: cuando tienen lo que consideran *flojo*, el stream es cuando ni siquiera cumplen con el requerimiento para mantener el contrato con Twitch. Por tanto, las cifras abultadas de seguidores son resultado de un proceso continuo y acumulativo de seguidores que no *desuscriben*, es decir, que no dejan de seguir al jugador y mantienen las suscripciones pagadas al canal. Creen que como estrategia comercial para obtener a más seguidores está la de hacer rifas, retos y consultas para para aumentar la cifra de espectadores y, por tanto, de suscriptores (Sunny, streamer, 22 años).

Para algunos el *Partner*, es decir el contrato, es una meta que alcanzar para poder acceder a los beneficios de las suscripciones y los donativos y así establecer al **gaming como una fuente de independencia**. En unos casos les tomó seis meses o más para acceder a ella, en otros, a los dos meses pudieron firmar el contrato con Twitch. Con ello, la búsqueda por obtener el contrato con la empresa se vuelve crucial para poder definir su intención de dedicar más tiempo a dicha actividad. Como **algo permanente o de largo plazo en su vida** colocan a la actividad de video jugar. Ello supone una relación laxa, pues

juegan cosas *offstream* -fuera de cámara-, aunque su racionalidad les dice que deben jugar y transmitirlo todo, y si no juegan aprovechan para atender los asuntos relacionados con otros ámbitos de su vida.

Son los videojuegos los que, por el momento, los hacen pasar la mayor parte del tiempo ocupados y que, en ocasiones, prefieren dedicarse a las diferentes áreas de esta industria, aunque tampoco cierran la posibilidad de continuar con su formación (Epsilon, streamer, 25 años). Esta intención de formar parte de alguna de las ramas del gaming, en términos de modelo de negocios, es a partir de buscar reafirmar su **gusto por jugar** y por **la informalidad y, la cuestión juvenil** que significaría para ellos colocar al **gaming como fuente de independencia**.

La relación familiar sale a colación cuando se preguntó respecto a cómo era considerada su actividad con otros actores sociales como amigos, compañeros y la familia. Aquí surgieron situaciones que tienen injerencia en el streaming. Por ejemplo, hacen alusión a que es más eficiente vivir con los padres porque pueden tener el alimento preparado para cuando inician la transmisión. Por el contrario, puedan resultar en interferencia durante el juego. Con ello podemos pensar en una constante estigmatización y apoyo simultáneo por parte de la familia.

“mi mamá estuvo muy en contra al principio: estaba estudiando, era como de deja de perder el tiempo y no me gusta que te estén viendo. Se le hacía muy friky que la gente me estuviera viendo por la webcam en mi cuarto con la puerta cerrada (...) luego me ponía a gritar en mi cuarto y había veces en que me cortaba (chasquea los dedos) y me decía ¡ya! y entraba a mi cuarto a mandarme a dormir”. (Epsilon, streamer, 25 años)

Consideran como un código importante a la **privacidad para jugar** pues lo valoran como un elemento importante para la producción de contenidos creativos y productos culturales de entretenimiento. Reflexión que podría entrar en cierto roce con el hecho de que el despliegue de producción de contenidos simbólicos es a partir de la invasión a dicha privacidad por parte de los espectadores que miran la transmisión de los jugadores. Si bien se encuentran solos en sus espacios de juego, son las personas que están atentas a lo que realizan durante la partida significando un punto importante de reconocimiento como fuente de entrenamiento que coloca a los videojuegos como pilar fundamental para realizar esta actividad reafirmando como parte de la *comunidad gamer*.

8.- Discusión

Con relación a la identidad, la entendemos como un proceso contextual históricamente construido desde lo colectivo. Por otro lado, el sujeto actúa a partir de diferentes roles (Goffman, 2006), los cuales permiten que cada interacción del sujeto en cada contexto social, o marco de referencia, tenga

un modo de comportamiento estructurado; en este caso, referimos al rol establecido en espacios digitales, mediados por las TIC's y el internet y, por ende, los videojuegos. Juntos, estos elementos constituyen de forma dinámica al sujeto en sí mismo, donde los sujetos orientan sus actos en función de lo que esto significa para él y este significado y las modificaciones continuas de estos, derivan de la misma interacción e interpretación (Blumer, 1982).

A partir de estos acercamientos empíricos, consideramos que algunos de estos “códigos identitarios” corresponden, entre otras cosas, a la implicación, conocimiento, cercanía y tiempo destinado a la práctica que se tenga en relación con los videojuegos; que si bien, cada sujeto se apropia subjetivamente de cada uno de estos elementos, son en definitiva aquello que permiten caracterizarlos como videojugadores o gamers (Rodríguez, 2019). Por otra parte, los Streamers hacen del videojugar una dinámica de trabajo abriendo espacios de producción y consumo, generando también procesos identitarios (Cerón, 2018).

Aquí podríamos hacer una primera síntesis de los hallazgos empíricos, donde las contradicciones, discontinuidades y relaciones laxas a partir de ideas del sentido común, analogías y principios morales, éticos, estéticos y emocionales en interrelación con sujetos que interactúan con medios multimedia, construyen/configuran identidades colectivas. Insertos en lógicas de producción que abonan de forma continua a la generación de valor en el capitalismo contemporáneo, los streamers y los jugadores casuales, a partir de sus propias prácticas, construyen significados en torno a videojugar, que a su vez forma parte de industrias culturales que no se emancipan de las lógicas de producción. Ya sea por una lógica explícita de producción de símbolos a partir del entretenimiento *hacia los otros*, como de la co-creación de contenidos *con los otros* al consumir productos y generar contenidos en internet. Es decir, jugar como trabajo en un caso, trabajar para jugar en el otro.

Añadiremos, abonando a las tesis del fin del trabajo, que este tipo de actividades nos reafirman que las formas de trabajo están transmutando, pero no desapareciendo del todo, y que existen formas eficientes para la construcción de identidades que no necesariamente son en términos de asignación, sino también en referencia con el otro e, incluso, con auto adscripción. Por ejemplo: hay casos en que personas que dedican buena parte de su tiempo a ocuparse laboralmente (profesionistas, obreros, entre otros), pero que es una actividad que, en términos proporcionales no ocupa tanto tiempo respecto a lo principal, es fundamental para asignarse de alguna manera: “Trabajo de abogado, pero soy gamer profesional”.

Es difícil hablar ya de “transformaciones” en los ámbitos productivos, si bien estamos inmersos en procesos de reestructuraciones productivas, y que ello tiene implicaciones en las subjetividades de trabajadores. Lo que queremos plantear aquí es que no es posible hablar de este proceso de cambio en personas quienes nacieron, crecieron y se insertaron por primera vez al mundo laboral en una economía de plataformas y de producción de servicios basados en las TIC's. Ya crecieron con elementos culturales y subjetivos vinculados a la individualización, a los procesos meritocráticos basados en la innovación y emprendedurismo, como plantean las tesis manageriales y de la individuación de la cultura laboral, que el inicio del siglo XXI se visualiza como formas de oscurecer los grandes procesos de flexibilización laboral y de precarización.

Lo anterior dicho lleva a los entusiastas de las teorías de la fragmentación a considerar la no existencia de códigos subjetivos que sean eficientes para la construcción de identidades en torno a la centralidad del trabajo.

9.- Conclusiones

Lo que aquí nos convoca, responde a la necesidad de tener presente que en tanto las modificaciones tecnológicas sigan formando parte de nuestra *vida cotidiana*; el resto de las dinámicas como lo político, lo económico, lo laboral, etcétera, seguirán cambiando. Debemos tener presente la importancia de comprender la manera en que estas situaciones se subjetivan y se modifican para constituir aspectos fundamentales del individuo, como lo es la identidad. En este sentido, hemos utilizado el caso de los videojuegos, y cómo es que, partiendo de contextos plenamente lúdicos, se ha llegado a la posibilidad de la profesionalización de esta práctica, poniendo especial énfasis en lo que corresponde a los procesos productivos y laborales.

En este proceso identitario, cada uno de los individuos posee en sí mismo la capacidad de identificarse, auto identificarse, o reconocerse como *usuario de videojuegos, videojugador o gamer*, a partir de referentes contextuales y entramados sociales que los vinculan con el uso de videojuegos; esto quiere decir que poseer una identidad lúdico-digital, no corresponde a una condición individual, sino a una condición social y/o colectiva. Por tanto, podríamos mencionar que no hay una lista de características que el usuario deba poseer para denominarse videojugador; sin embargo, sí existen algunos elementos que permiten una distinción en relación con *los otros*.

Del mismo modo, consideramos que parte de la cultura o ideología managerial también configuran subjetividades individuales de quienes están inmersos en un contexto de flexibilidad laboral y en los fenómenos actuales de precarización que se vinculan al oscurecimiento de las relaciones laborales y productivas. Pero no es lo único, y es lo que queremos destacar. Los dos grupos de videojugadores aquí considerados son, por ejemplo, los streamers, quienes han configurado un sentido de trabajo respecto a su actividad porque no existe claridad en el papel que desempeñan, es decir, se encuentran sometidos a estricto control de su proceso de trabajo; pero que incorporan diferentes aspectos de su entorno social como la familia, la escuela y otros jugadores para comprender este proceso identitario. Por otra parte, dentro de las esferas dedicadas a la reproducción social de la fuerza de trabajo, vemos que personas que no se dedican a los videojuegos como trabajo, los incorporan como parte de sus estrategias para la reproducción y en su propia actividad generan bienes simbólicos.

El análisis aquí presentado de quienes trabajan jugando y quienes trabajan para jugar, nos muestra no solamente que forman parte de la lógica de producción y que permite el afianzamiento de la identidad, sino también, el reto de comprender, con mayor claridad, la manera en la que estos aspectos se relacionan, lo cual implicaría suponer la negación de las tesis de la fragmentación y fin del trabajo. Del mismo modo se ha mostrado una postura que puede considerarse contraria a aquella tesis de cultura laboral que establece como punto central a lo individual, en tanto que hemos podido

visualizar a lo identitario como parte de una construcción además de histórica, colectiva, ya que no solamente se trata de la subjetivación o apropiación del videojugador, sino que esto cobra mayor sentido y relevancia simbólica porque lo producido es también consumido por *los otros*, sean videojugadores, o no.

En torno a esta producción simbólica, fue importante considerar a las industrias culturales y a las culturas digitales como diada que componen los códigos que nos permiten entender este fenómeno. La primera como la lógica productiva de los bienes simbólicos, por ejemplo, el entretenimiento en los videojuegos, y del conjunto de tramas de significado en torno al uso de dispositivos tecnológicos. Con relación a la segunda, resulta importante en tanto que ha dado espacio a un contexto donde procesos socioculturales tienen lugar, en mayor medida que en otros espacios debido, principalmente, a la facilidad de acceso e intercambio, así como a la inmediatez de acción-respuesta.

El camino hacia la visibilización y comprensión de cómo estas prácticas digitales, especialmente videojugar, ha modificado lo individual, lo subjetivo, lo colectivo y a su vez lo laboral y lo económico, entre otros aspectos, no es un proceso terminado, y estamos seguros de que estas dinámicas seguirán en transformación, lo cual nos plantea el reto no solo de continuar realizando investigaciones trans y multidisciplinares sobre estos temas, sino también de continuar abonando a la actualización y discusión teórica partiendo de la premisa de la gran importancia que tiene considerar en todo momento a los actores mismos y los aspectos empíricos que de ellos emergen.

10.- Bibliografía

- Arreola, E. (2008). *Relación entretenimiento- violencia que existe en los videojuegos*. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. México.
- Aubert, N. y De Gaulejac, V. (1991). *Le cout de l'excellence*. París: Editions du Seuil.
- Baena, G. (2002). *Impacto de los videojuegos en los usuarios: Usos y abusos de las nuevas tecnologías*. Documentación en Ciencias de la Comunicación. CC-DOC ITESO - CONACYT, UNAM, México. pp. 197-227.
- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
- Berger, P., Luckmann, T. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Blumer, H. (1982). *Interaccionismo simbólico: Perspectivas y Métodos*. Barcelona: Hora.
- Boltanski, L y Chiapello, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalism*. Paris: Gallimard.
- Bonello, K. (2015). Selfreflexivity and humor in adventure games. *Game Studies. The international journal of computer game research*, 14 (1).

- Callinicos, A. (2011). *Contra la posmodernidad*. Buenos Aires: Biblioteca militante.
- Castells, M. (1999). *La era de la información Vol. 1 La sociedad Red*. México: Siglo XXI.
- Cerón, J. (2018). *Proceso productivo y construcción de identidades en los streamers de videojuegos* (Tesis de Maestría). México: UAM.
- Cerón, J. y De la Garza, E. (2018). “Os youtubers como trabalhadores nao classicos”, en Brida, M. y Lima, J. (coords.), *Flexiveis, vituais e precarios? Os Trabalhadores em tecnologias de informacao*, Brasil: UFPR, pp. 219-246
- De la Garza, E (1997). Trabajo y mundos de vida. En Zemelman Guzmán, H. y León Vega, E. (Coords.). *Subjetividad: umbrales del pensamiento social*, pp. 75-91. Barcelona: Antrophos.
- De la Garza, E. (2017a). *Configuraciones productivas y relaciones laborales en empresas Multinacionales en América Latina*. México: Gedisa, UAM-I.
- Dela Garza, E. (2017b). ¿Qué es el trabajo no clásico? *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 21 (36), pp. 5-44.
- De la Garza, E. (2018). *La Metodología Configuracionista para la Investigación*. México: Gedisa/UAM-I.
- De la Garza, J. C., Celis, M.A., Olivo, M. (2011). Crítica de la razón para posmoderna (Sennet, Bauman, Beck). En de la Garza Toledo, E. (Coordinador) *Trabajo no clásico, organización y acción colectiva*, Tomo I. México: Plaza y Valdés/ UAM-I.
- Díaz, X., Godoy, L y Stechert, A. (2006). Significados del trabajo en un contexto de flexibilidad laboral: la experiencia de hombres y mujeres en Santiago de Chile. En Díaz, X. Godoy, L. Stechert, A. y Totoro, J. (Coords.). *Trabajo, identidad y vínculo social: reflexiones y experiencias en el capitalismo flexible*, pp. 29-60. Santiago: Centro de Estudios de la Mujer, Universidad Diego Portales.
- Egenfeld, S. (2008). *Understanding videogames: the essential introduction*. New York: Routledge.
- Enriquez, E. (1997). *Les jeux du pouvoir et du désir dans l'entreprise*. Paris: Desclée de Brouwer
- Esnaola, G. (2006), *Claves culturales en la organización del conocimiento: ¿Qué nos enseñan los videojuegos?* Buenos Aires: Alfagrama.
- Galloway, A. (2012). *The interface effect*. Cambridge: Polity Press.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García, A. y Núñez, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Feminismo/s*, (11), 41-58.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis: Los marcos de la experiencia*. Madrid: CIS.

- Gortz, A. (1981). *Adiós al proletariado (Más allá del socialismo)*. Barcelona: El viejo topo.
- Hardt, M., y Negri, T. (2000). *Imperio*. Cambridge: Harvard University Press.
- Harré, R. (1982). *El ser social: Una teoría para la psicología social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: gamework / gameplay*. London: Sage publications.
- King, L. (2002). *Game on: The history and culture of videogames*. London: Lawrence King.
- Le Goff, J. (1995). *Le mythe de l'entreprise. Critique de la ideologie managerial*. Paris: La découverte.
- Lyotard, J.F. (1987). *La condición posmoderna*. Madrid: Minuit.
- Martín, J. (2008). Diversidad cultural y convergencia digital. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, No. 5, 12 – 25.
- Martuccelli, D. (2001). *Dominations ordinaires, explorations de la condition moderne*. Paris: Balland.
- Marx, K. (2015). *El capital*. México: Siglo XXI Editores.
- Moral, F. (2004). Internet y des-individuación. Nuevas perspectivas de des-individuación en la red. *Revista de Psicología Social* 19 (1), 93-106.
- Nieto, R. (1992). La condición urbana de la clase obrera en el Distrito Federal. *Alteridades*, 2 (3), pp. 41-50.
- Negri, A. (2004). *Los libros de la autonomía obrera*. Madrid: Akal.
- OIT (2019). *Trabajar para un futuro más prometedor*. Ginebra: OIT.
- Quéau, P. (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puestos de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, A. (2019). Identidades y relaciones interpersonales en jóvenes videojugadores (Tesis de Maestría). México: UAM.
- Rodríguez, J. (2009). ¿Cibercultura o morir?: la narrativa en tiempos de la cibercultura. Versión: *Estudios de Comunicación y Política*, 22, pp. 11-26.
- Sánchez Cázares, M. (1994). *Los videojuegos, un nuevo medio de comunicación*. Tesis de licenciatura en Periodismo, Escuela de Periodismo Carlos Septién García, México.
- Schültz, A. (1964). *La concepción de una fenomenología del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Sennet, R. (2006). *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama.

- Simmel, G. (2002). *Sobre la Individualidad y las formas sociales*. Escritos Escogidos. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- SuperData (2020). *2019 Year in Review. Digital Games and Interactive Media*. New York. Recuperado de: <https://www.superdataresearch.com/2019-year-in-review>
- Turkle, S. (1997). Constructions and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs. En Kiesler, S. (ed.). *The Culture of the Internet*, pp. 143-156. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Uzelac, A. (2010). Cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología y la cultura: desafíos para el sector cultural. *Digithum*, 12, 28-34. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8800/2/n12-de-la-digitalizacion-de-la-cultura-a-la-cultura-digital.pdf>
- Wilson, S. y Peterson, L. (2002). Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology*, 31, pp. 449-467. Recuperado de: <https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>
- Winocur, R. (2009). El impacto de la convergencia tecnológica en la generación de nuevos escenarios culturales, políticos y comunicativos en América Latina. En Aguilar, M., Nivon, E., Portal, M. & Winocur, R. (Eds.), *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (pp. 245–262). Barcelona: Anthropos.
- Wohn, Y. & Lee, H. (2012). Are there cultural differences in how we play? Examining cultural effects on playing social network games. *Computers and human behavior*, 28 (4), pp. 1307-1314.