

## STREET FIGHTER

### DE LAS CALLES A LOS ENFRENTAMIENTOS EN LINEA

#### *STREET FIGHTER FROM THE STREETS TO THE ONLINE FACING*

**Dr. José Ángel Garfías Frías**  
(Universidad Autónoma de México)

#### RESUMEN

El presente artículo se enfoca en las relaciones lúdicas que se dan a través del videojuego como mediador entre los usuarios. Específicamente se enfoca en la manera en que los videojugadores construyen rituales en torno a Street Fighter, una de las sagas de videojuegos de peleas cuerpo a cuerpo, más importantes de la industria. El punto central es ver cómo se manifiesta este fenómeno en entornos físicos como los locales de maquinitas y cómo se dio el cambio a los enfrentamientos en entornos virtuales.

Palabras clave: videojuegos, Street Fighter, ritual, online, arcades, peleas, comunidades.

#### ABSTRACT:

This article focuses on the playful relationships that occur through videojuego as a mediator between users. Specifically, it focuses on the way gamers build rituals around Street Fighter, one of the industry's most important melee fighting video games. The central point is to see how this phenomenon manifests itself in physical environments such as the locals of machines and how the change was given to the confrontations in virtual environments.

Keywords: videogames, Street Fighter, ritual, online, arcades, fights, community.

#### Introducción

En el inicio de la década de los noventa todavía existía una clara distinción entre los videojuegos de arcade, comúnmente llamados “maquinitas” y las consolas de videojuegos caseras; la diferencia la hacían las capacidades tecnológicas presentes en cada uno de estos soportes. Los videojuegos de las máquinas tragamonedas tenían mejores gráficos, eran más cortos, más difíciles y el objetivo del negocio era motivar al usuario a insertar más monedas (De María, 2003). Por otro lado, para las consolas de videojuegos caseras, aparecían los juegos con personajes como Mario, Link, Mega Man, Sonic y otros que sorprendían a los usuarios en sus aventuras bidimensionales.

Los videojuegos de maquinitas lograron la consolidación como negocio con la invención del género de los videojuegos de pelea, el cuál estaba presente desde viejos juegos de karate o box desde principios de los ochenta, sin embargo, el modelo a seguir lo plantearía el videojuego *Street Fighter II* en 1991.

*Street Fighter II* no fue el primero en su género, puesto que ya había otros intentos de videojuegos de pelea, y cómo su nombre lo indica, existe una primera versión de este mismo que salió a la venta en 1987 el cual tuvo un éxito moderado. Sin embargo, las cualidades especiales de Street Fighter II, lo hicieron un ejemplo a seguir. Dichas características eran las siguientes:

- Permitía escoger a un peleador de entre ocho personajes, cada uno de distinta nacionalidad y con un estilo de pelea particular.
- Se debía ganar un combate a dos de tres *rounds* con 99 segundos de límite de tiempo en cada asalto.
- Cada personaje tenía una barra de energía que disminuía con los golpes recibidos, se debía golpear y evitar ser golpeado.
- Para jugar era necesario dominar una palanca y seis botones, cada uno con tres intensidades diferentes para golpes y patadas.
- La combinación de movimientos entre palanca y botones permitía sacar poderes y movimientos especiales con cada personaje.

Lo más interesante de este juego fue su esquema comercial. El usuario podía jugar el modo de historia tras seleccionar a un personaje, el cuál debía derrotar a los demás combatientes alrededor del mundo, hasta llegar con el jefe final M. Bison; dichos personajes eran controlados por la computadora. No obstante, en cualquier momento, un segundo usuario podía insertar una moneda en la máquina y retar al primer usuario, el ganador podía seguir jugando, mientras que el perdedor se retiraba.

Con este esquema comercial, se forzaba a insertar fichas de manera periódica, puesto que las batallas duraban no más de tres o cuatro minutos. Así en una hora, la máquina se podía llenar de monedas y recuperar rápidamente la inversión.

Después de Street Fighter II surgieron juegos que copiaban este sistema base, aunque agregando algunas modificaciones. Títulos como Mortal Kombat, Art of Fighting, Fatal Fury, King of Fighters, World Heroes, Darkstalkers, Marvel vs Capcom, Tekken, Virtua Fighter, entre muchos más, aparecieron durante el resto de la década de los noventa fomentando este lucrativo esquema comercial.

### **Identificando el problema**

Los locales de máquinas que antes estaban llenos de tragamonedas de un jugador como Pac Man, Asteroids, o Space Invaders (Burnham, 2001), fueron sustituidos por estas nuevas máquinas de peleas, que en definitiva eran atractivas para un sector masculino que se debatía entre la adolescencia y la edad adulta (Hertz, 1997). Si de por sí, estos locales ya eran considerados centros de vicio, ahora con este nuevo perfil de usuario, se volvieron todavía menos amigables para las familias.

En estos lugares y en torno a los videojuegos de peleas pudieron observarse fenómenos muy interesantes. La comunidad de videojugadores que se reunía en el barrio en torno a la máquina para poder jugar y retar a los demás constituyó toda una asociación con sus reglas e intereses particulares. Se habían creado códigos no escritos como formar las fichas en la pantalla o insertar las monedas con anterioridad a fin de apartar las entradas en el juego de peleas, y respetar los turnos. Los propios usuarios iban formando sus códigos no escritos, y surgían clubes y asociaciones en torno a cada máquina y cada videojuego. Se conocía al más experimentado del local; de la cuadra y de la colonia. Incluso para enfrentar nuevos retadores, había que ir a otros locales de máquinas en otra parte de la ciudad para combatir contra otros usuarios y aprender nuevas técnicas al enfrentar a rivales más difíciles, y quizá conseguir el reconocimiento no escrito de los jugadores de esa máquina.

El submundo de estos videojuegos de peleas creó toda una comunidad que tenía su propia significación e intereses particulares, y a medida que salían más programas de videojuegos y versiones más modernas de Street Fighter, se acrecentaba este sentimiento de comunidad, el cual se pudo ver reflejado en Street Fighter II Champion edition, Super Street Fighter II Turbo, Street Fighter Alpha, Street Fighter EX, X-men Vs Street Fighter, Street Fighter III, y una decena más de programas derivados del original que salieron a la venta en la última década del siglo XX. El último gran éxito de peleas Street Fighter de arcades fue Street Fighter III de 1999, dicho juego todavía pudo fomentar este fenómeno en torno a una máquina tragamonedas, con largas filas de retadores en espera de enfrentarse entre ellos.

La euforia por las máquinas de peleas ya no siguió con tanta fuerza en el siglo XXI, la baja se debió a muchos factores, pero el principal fue que el juego de maquinitas empezaba a ser sustituido por el juego en línea en consolas de videojuegos caseras.

Una consola de videojuegos es una computadora que está diseñada y optimizada en sus componentes internos y externos para correr programas de videojuegos exclusivamente, al incluir un modem para conexión a Internet, las propias empresas de videojuegos que antes diseñaban programas para las maquinitas, habían encontrado en las consolas de videojuegos conectadas en línea, la clave para mudarse de los espacios físicos a los espacios en red (Castells, 2003).

Sobre el desarrollo de videojuegos online, su antecedente está en algunos programas para computadora, uno de los primeros es el MUD (Multi User Dungeon) en la década de los setenta, que consistía en un juego de texto que asemeja a los libros de rol donde la aventura es motivada por las palabras y se usa la imaginación para recrear entornos, personajes y batallas (Castells, 2003).

Diez años más tarde, otro proyecto clave fue Habitat, que a mediados de la década de los ochenta y por desarrollo de Lucasfilms games, presentaron un entorno virtual en donde se mostraba un avatar del usuario en un entorno bidimensional en donde podía platicar vía chat, y se podían hacer búsquedas en entornos virtuales junto a otros usuarios en escenarios que se componían de casitas y algunos objetos que se podían manipular.

La década de los noventa traería como resultado la creación de servicios en línea más complejos a través de la Word Wide Web. Las empresas de videojuegos tomaron en cuenta las posibilidades de Internet, y los juegos para computadora, por lo que empezaron a sacar partido de esto, como por ejemplo, la empresa Blizzard la cual explotó los videojuegos en esta modalidad, con videojuegos para jugarse por turnos, así se fomentó el recurso de desarrollar videojuegos pensando en hacer la aventura principal, y en aprovechar personajes y escenarios para poder jugarse contra otros usuarios en línea.

Las consolas de videojuegos se conectaron a partir del año 1999. Primero fue Sega con su consola Dreamcast en dicho año, luego el Xbox de Microsoft en 2001, y el Playstation 2 de Sony en 2002. A partir de ahí, las siguientes consolas de videojuegos pusieron la estrategia en línea como parte fundamental de su estrategia mercantil para combinar los beneficios de la interconexión y videojuegos para poder posicionarse e integrar más gente a este entretenimiento como una nueva experiencia de vivir los videojuegos como fenómeno cultural.

En este escenario de interconexión, los videojuegos de peleas supieron encontrar un espacio para continuar las batallas que habían dejado pendientes. Las experiencias de los locales de máquinas, con el ganador de la cuadra, formar las fichas, los valores y reglas representadas en los lugares físicos deberían ahora manifestarse en este entorno de interconexión. ¿Cómo superar este reto? Y mejor aún ¿cómo estudiar este fenómeno?

A partir de aquí comienza el camino para buscar la metodología más adecuada para el estudio de las reglas y ritos de las comunidades de videojugadores en línea en torno a los videojuegos de pelea, para ver cómo la empresa utiliza la interconexión en red tanto para permitir jugar, como para promocionarse en sitios en la web. Todo esto en el caso concreto de Street Fighter.

### **Las investigaciones previas**

En las investigaciones previas sobre videojuegos es posible encontrar antecedentes teóricos y metodológicos. En la década de los ochenta, las empresas desarrolladoras de videojuegos más importantes de la época como Activision, Atari, Coleco, Imagic, Mattel y Magnavox sacaron a la venta revistas especializadas para hablar sobre videojuegos, fomentando con ellas un fanatismo a este entretenimiento.

No tardaron en aparecer las corrientes psicológicas para medir los efectos violentos y los cambios de comportamiento en los usuarios. Para 1991, el libro *Playing With Power: Movies, Television, and Video Games from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, de Marsha Kinder, situaba a los videojuegos en el mismo nivel que otros medios de comunicación y analizaba las conexiones entre unos y otros. Para Kinder, los videojuegos eran algo cotidiano, que ya estaba integrado a la vida de los niños.

Para la década de los noventa, un hecho fundamental para el crecimiento de los videojuegos y sus investigaciones fue la aparición de la web, convirtiéndose en una de las enciclopedias de videojuegos más grandes ante la ausencia de publicaciones en papel para ese fin.

De lado más serio, se han abierto sitios como las páginas de investigación y académicas, por ejemplo, la de *Game Studies* (Mayra, 2008), donde se comparten opiniones y artículos científicos sobre las investigaciones realizadas y se convoca a congresos en diversas partes del mundo.

El fin de siglo y la sobrevaloración de los videojuegos crearon un sentimiento de nostalgia en los niños que ahora eran adultos y que crecieron con clásicos como *Pac man* o *Donkey Kong*. En 1997 apareció un libro de corte académico dedicado a los videojuegos. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, de Espen Aarseth, quien examinaba a los videojuegos como un texto. Ponía énfasis en la naturaleza cibernética del videotexto, puesto que se preocupaba en la interacción que pasaba entre el programa y el usuario, llevándolo a caminos insospechados y creando una forma muy especial de narración, dándole al videojuego posibilidades casi infinitas. Aarseth inició un ciclo de conferencias: *Digital Arts and Culture* que darían pie a la revista en línea *Game Studies*.

El siglo XXI integró la visión sociológica al estudio de los videojuegos y el libro *Trigger Happy: The Inner Life of Videogames*, de Steven Poole en el 2000, estudiaba el papel de la proyección de la vida del usuario hacia los videojuegos, explicando la construcción de los mundos, las historias y cómo los personajes se vuelven ídolos.

El año 2000 sería la punta de lanza para hacer estudios de videojuegos de manera más seria y estable, ya no como teorías aisladas o investigaciones invitadas dentro de los institutos que hacían otros estudios, los videojuegos se integraban de lleno al corpus de la investigación mediática y cultural. El nuevo milenio integraría además al campo de la investigación de videojuegos la celebración de congresos anuales, los que se sumarían a los libros, cursos especializados y revistas en línea.

Uno de los intentos por llegar a un consenso en la creación de una teoría del videojuego se especifica en el libro *An introduction to Game Studies. Games in culture* de Frans Mayră, publicado en 2008, en dicho libro se empiezan a tejer las bases de cómo debe ser esta teoría del videojuego y dejar atrás las discusiones sobre qué enfoque es el fundamental para su estudio.

Una definición breve y clara de los *Game Studies* es la siguiente: “Los *Game Studies* es un campo multidisciplinario de estudio y aprendizaje con los juegos y sus fenómenos relacionados como objeto de estudio e interés” (Mayra, 2008, 6). El enfoque de Frans Măyră en su libro sobre los *Game Studies* centra a los videojuegos en el plano de la cultura, lo que implica orientar el estudio desde tres puntos de vista muy particulares los cuáles son: el estudio de los juegos, el estudio de los jugadores, y el estudio del contexto en que se desarrollan los otros dos, con este enfoque se pretende tener una visión más compleja del fenómeno de los videojuegos a fin de entender de manera más adecuada y completa, que con un análisis hecho desde un punto de vista en específico, por ende su carácter multidisciplinario es la clave para el buen desarrollo tomando al videojuego como parte del entramado cultural.

Entender a los juegos en la cultura implica ver a la práctica lúdica como una forma particular de la misma. Y la cultura entendida como un sistema de significaciones tendrá dentro de sí gran cantidad de símbolos particulares que deben ser entendidos y descifrados para explicar el fenómeno de los juegos y los videojuegos en su totalidad.

La cultura como sistema de significaciones y el juego como parte de ella cobran sentido una vez que se han establecido convenciones, su práctica es llevada a cabo por individuos que entienden su objeto, se sujetan a las reglas establecidas para el juego y disfrutan de sus mensajes.

En entendimiento de esos significados en el juego sólo puede ser logrado a través del análisis de los elementos comunicativos que se dan en su práctica, el juego funciona al nivel de la comunicación al establecer convenciones y transmitir significados.

## **El ritual**

La propuesta de análisis de Street Fighter se propone a partir del concepto de ritual, para lo cual es conveniente definir lo qué es un ritual, y posteriormente hacer su relación con el videojuegos en cuestión.

A la pregunta sobre qué es un rito, Cazeneuve lo define como:

“Un acto individual o colectivo que siempre, aún en el caso de que sea lo suficientemente flexible para conceder márgenes a la improvisación, se mantiene fiel a ciertas reglas que son, precisamente las que constituyen lo que en él hay de ritual” (Cazeneuve, 1978, 16).

Aquí se extrae una primera idea y es que el rito es acción, una práctica que se realiza ya sea solo o en equipo; por otro lado, está implícito el concepto de seguir ciertas reglas y procedimientos para poder llevarse a cabo, este se relaciona más a una repetición y bajo un esquema que lo hace costumbre.

Dentro de su etimología:

“La palabra latina *ritus* designaba, además, tanto las ceremonias vinculadas con creencias que se referían a lo sobrenatural, cuanto los simples hábitos sociales, los usos y costumbres, vale decir: maneras de actuar que se repetiesen con cierta invariabilidad” (Cazeneuve, 1978, 18).

En suma, la repetición será la constante dentro de la práctica ritual.

Dentro de las funciones del rito están las de fortalecer una identidad compartida, pues los individuos en esas prácticas comunes al compartir el mismo contenido e historia de fondo se ven envueltos en el fanatismo por alguno de los héroes en torno a cuál se construyen las historias (Amador, 2008, p.35).

La figura del héroe es en torno a la cual se construyen muchos cultos y adoraciones religiosas, o simplemente se acentúa un aspecto de nacionalidad.

En este sentido, el mito del héroe como figura ejemplar, al seguir sus pasos y su iniciación se invita a las nuevas generaciones a repetir las hazañas por medio del ritual y compartir sus valores. Las iniciaciones rituales donde los individuos se ponen a prueba para dar el paso de niños a hombres, tienen como finalidad a través de un sacrificio, a veces muy severo, que estos individuos se apropien de los valores morales más representativos de su cultura de forma contundente, tal y como el héroe fundador lo ha hecho.

También, el uso de objetos que rememoran el duro proceso de la prueba se debe a que guardaban relación con el héroe a quien pertenecen o solía usar en esos momentos. Así el iniciado: Se vale de las armas y amuletos de los que ha sido dotado por su protector-guía, todos ellos son símbolos de la realidad espiritual que conducen al éxito. Sin ellas el héroe o la heroína fracasarían (Amador, 2008).

El escenario ideal para llevar a cabo el rito es la fiesta, la cual rompe con la monotonía de la vida diaria, la cual es un marco perfecto para la celebración ritual y dejar que todo pase, pues además se lleva a cabo como práctica social.

El punto final al que se quiere llegar en esta parte del rito es su relación con el juego, pues los videojuegos, valga la redundancia, son juegos, por lo tanto, su práctica ritual se lleva a cabo bajo este



escenario lúdico, existen héroes y personajes que son idolatrados por la mayoría de los practicantes, se reconocen objetos comunes, pero lo más importante es que el ritual se lleva a cabo bajo un escenario de reglas que llevan de forma ordenada esta práctica por sus seguidores.

Los videojugadores son fanáticos que se enganchan con los personajes de videojuegos, las historias y sus reglas, y cuando interactúan entre ellos, en el caso de *Street Fighter* a través de combates uno a uno, surgen diferentes reglas no escritas que, a manera de ritual, se basan en la repetición, pero a la vez conducen las relaciones entre usuarios, ya sea en un contexto físico o a través de la red.

### **Street Fighter IV como objeto de estudio**

Retomando el caso de *Street Fighter*, resulta que la saga estuvo en un relativo reposo por alrededor de 10 años cuando en 1999 salió en las máquinas de arcade el videojuego *Street Fighter III 3rd strike. Fight for the future*. Donde obtuvo los últimos éxitos de la saga de peleadores callejeros del mundo en las máquinas de arcade.

La saga fue puesta otra vez en circulación de manera definitiva para febrero de 2009 cuando salió a la venta el tan anunciado *Street Fighter IV*, el cual además de agregar nuevos personajes para jugar, un nuevo estilo gráfico y una ligera modificación en el sistema de juego, fue lanzado para las consolas de videojuegos de última generación, las cuales ya tenían soporte en línea y esto habría de sustituir a las retas que se daban en los locales de las calles. Vale la pena mencionar que se lanzó en 2008 una versión limitada de unidades de *Street Fighter IV* para las arcades, la cual sólo se distribuyó en algunos locales de Japón principalmente, aunque algunas de estas máquinas se importaron a otros países, sin embargo, *Street Fighter IV* fue concebido para jugarse en las consolas de videojuegos principalmente. Capcom, la empresa desarrolladora del videojuego *Street Fighter*, seleccionó a las consolas de Sony y Microsoft para lanzar su producto, aprovechando las ventajas tecnológicas de las consolas y sus capacidades de juego en línea. Posteriormente sacó una versión para computadoras personales.

De esta manera, para analizar el caso del videojuego *Street Fighter IV* tomando como ejemplo la consola Xbox 360 se pueden identificar características como una *Gamercard*, que es una identidad personal donde se guardan todos sus movimientos y habilidades del usuario explotadas durante el juego, a través de un marcador personal que se va acrecentando a medida que obtiene logros (achievements), los cuales se consiguen haciendo acciones específicas dentro de cada juego y su puntuación varía de acuerdo a su dificultad. Por ejemplo, en *Street Fighter IV*, se obtienen puntos por la cantidad de victorias, las rachas invictas o el número de veces que se elimina al enemigo con algún poder especial.

Estos logros son visibles entre todos los usuarios de la comunidad de *Xbox Live*, para de esta manera comparar los avances que se han tenido en relación a otros usuarios, además hay una tabla con el ranking mundial de *Street Fighter IV* donde el usuario identifica quién es el jugador número uno del momento y de ser posible tratar de retarlo en alguna ocasión. Esta función sirve a manera del título no oficial del más vago de la cuadra, sólo que ahora se llevó al espacio de la comunidad virtual para ser visible y comparado entre todos los usuarios de *Xbox Live*.

Otra opción dentro de *Street Fighter IV* es la de jugar el modo de historia como en la máquina y dejar la opción abierta para ser retado por cualquier usuario en cualquier momento, con esto se recrea la sensación que se dio en la máquina de los noventa. Incluso hay una opción para jugar *Street Fighter IV* con las fichas formadas, de tal manera que los usuarios se turnan para retar en una máquina, y mientras dos usuarios pelean, los que esperan a combatir pueden ser espectadores de la batalla que están celebrando los rivales.

Todas estas condiciones y reglas que proporciona el videojuego y la comunidad crean el escenario específico para llevar a cabo la evolución de los encuentros que se celebraban en la década de los noventa en el mismo juego, pero ahora con una nueva significación al amparo de la sociedad de la información en este *Street Fighter IV*.

Estudiar lo que pasa en el videojuego de *Street Fighter IV*, y en sí para cada videojuego en línea, es enfrentarse a una realidad contemporánea para muchos videojugadores que han acudido a estos espacios para entretenimiento y convivencia social, en especial gracias a su sistema de juego que trata de recrear las experiencias del juego de *arcade* y el sentimiento de comunidad. Estudiar el videojuego en línea implica algo más que estudiar la estructura del propio juego, también implica participar activamente con la comunidad de usuarios, es decir, lo mas importante es lo que ocurre con el uso social del juego, lo que hacen los usuarios con él.

De esta manera los caminos para acercarse a este fenómeno implican jugar este videojuego y volverse parte de la comunidad, interactuar con los usuarios y estudiar lo qué hacen y rastrear sus opiniones del juego en sitios en red donde lo que no se puede decir jugando, se pueda compartir con otros usuarios, por tanto, se vuelve necesario echar mano de herramientas etnográficas.

Para estudiar como se dio este fenómeno de *Street Fighter IV* en línea, primero se determinó el tipo de estudio a realizar, ya sea un enfoque cuantitativo o uno cualitativo. El enfoque cuantitativo pertenece a la tradición estadounidense donde se privilegian ante todo las cifras y las estadísticas. En este sentido, la comunidad de videojugadores de *Xbox Live* ofrece un espacio para medir cifras, y obtenerlos de fuentes oficiales para saber cuántas horas en promedio se juega y qué personajes son los más utilizados por los usuarios. Por otro lado, un estudio cualitativo arrojó datos más finos, los cuales hubo que interpretar para ver cómo los usuarios se interrelacionan en este nuevo tipo de espacios virtuales.

Dentro del estudio cualitativo hay que señalar la búsqueda de un enfoque culturalista que derive de una tradición hermenéutica, que lleve a la interpretación d las representaciones sociales que se hagan en el espacio y el discurso manejado por los usuarios en torno al juego.

En el lenguaje y las representaciones de esta actividad hay mucho más importancia porque al interpretarlas, se busca entender la forma en que se da sentido al mundo, es decir, cómo los usuarios crean un imaginario en torno a estos sistemas simbólicos y virtuales, en relación al referente de la realidad.

En el análisis de estos símbolos y el discurso también se buscan las relaciones entre el conocimiento y el poder, es decir, cómo se gesta esta relación entre las empresas y los usuarios. Las empresas sacan provecho del imaginario creado en sus producciones para fortalecer el *branding* que tienen sus propiedades intelectuales.

El *branding* es una estrategia de mercadotecnia que a base de publicidad y otros recursos mediáticos busca reforzar la imagen que se tiene ante una marca comercial logotipo o propiedad intelectual, en este sentido, los personajes y situaciones que se manejan en el ciberespacio y en propio juego adquieren más valor conforme más usuarios los conocen, valorizan y siguen como *fans* en cada producto.

En *Street Fighter* la labor de *branding* se manifiesta desde la explotación de sus personajes más importantes durante el juego como *Ryu*, y *Ken* que han estado presentes en todas las versiones de *Street Fighter* y que no podían faltar en *Street Fighter IV*.

De igual manera vio a la luz en *Street Fighter IV* un personaje significativo de nombre *Gouken* quien es el maestro que entrenó a *Ryu* y *Ken*, de quien siempre se hacía mención, pero nunca había salido en alguna versión anterior porque se pensó que estaba muerto. O la incursión de un nuevo personaje llamado *El Fuerte* que es un luchador enmascarado que, a usanza de la popular lucha libre mexicana, busca complacer a los numerosos *fans* mexicanos.

El análisis del desenvolvimiento del videojuego de *Street Fighter IV* en el ciberespacio a través de la comunidad de usuarios de *Xbox Live* y la manera en que ha impactado a los usuarios puede hacerse mediante un estudio cualitativo.

Las herramientas para la realización de este trabajo de análisis cualitativo se hicieron en tres niveles a partir del análisis de contenido, la observación participante y entrevistas en profundidad.

El análisis de contenido como metodología de las ciencias sociales, tiene como objetivo estudiar los contenidos en comunicación, la intención no es sólo conocer sus significados, sino información con respecto al modo de producción.

En este sentido al hacer análisis de contenido para algunos sitios en la red destinados para videojuegos donde los usuarios plasman comentarios en torno a un videojuego, aquí del total de comentarios en torno a un producto se analizaron las opiniones positivas, negativas, a favor, en contra, etc. Es en parte un análisis cuantitativo, pero está también entre lo cualitativo. Este tipo de análisis sirvió para determinar la opinión de los usuarios en torno a los videojuegos y la expectativa que se crea con un videojuego desde su anuncio, salida al mercado y desenvolvimiento en línea.

En el caso de *Street Fighter IV* es posible identificar este proceso desde que el producto fue anunciado con casi dos años de anticipación, y la revelación de los personajes que estarían presentes. Los comentarios de los usuarios en torno a los videojugadores que utilizan tácticas sucias y el posible rumor de nuevos personajes para descargar en un futuro cercano.

La observación participante y un diario de campo, sirven para describir cómo se juega durante un determinado periodo, y analizar los cambios, reglas y valores que conforman el imaginario de los videojugadores. En el diario de campo se refleja y plasman todos estos hechos observables. La clave aquí es jugar bastante los videojuegos y tomar notas.

La observación participante como herramienta etnográfica permitió estudiar un entorno virtual del videojuego, para en la práctica ver qué hacen los usuarios en este juego de peleas, como si se estudiaran los locales de maquinitas de la década de los noventa.

Finalmente, las entrevistas en profundidad con algunos usuarios permitieron entender de manera más clara y precisa cómo se entienden y apropian los espacios virtuales. La selección de los entrevistados se hizo gracias a las posibilidades de comunicación que hay en este espacio, ya sea por vía de los mensajes escritos o voz.

## Conclusión

En conclusión, tras haber determinado y conocido el objeto de estudio, el investigador debe escoger el tipo de herramientas metodológicas que necesitará y construir un propio modelo que le permita entender claramente los fenómenos sociales, en especial en estos entornos virtuales de videojuegos.

Pero eso no basta, hay que estudiar el fenómeno desde sus orígenes como el caso de *Street Fighter* en los locales de *arcade*, y hasta llegar al *Street Fighter IV* en línea, y en especial empaparse de estos espacios para entenderlos, volverse parte de la comunidad y explicarlos en una reinterpretación de los fenómenos para explicarlos a quién no esté familiarizado con ellos. Por ende, hay que volverse un jugador ávido de *Street Fighter IV*.

Es un símil del antropólogo cultural que estudia significados en una tribu, sólo que aquí no se mete a la selva o el desierto, pero lo hace en espacios virtuales, que de igual manera impactan, no sólo de manera local, pero sí de manera global.

## Referencias Bibliográficas

AARSETH, Espen (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. California: JHU Press.

AMADOR Bech, Julio (2008). *Las raíces mitológicas del imaginario político*. México: Porrúa.



BURNHAM, Van (2001). *Supercade: a visual history of the videogame age, 1971-1984*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.

CASTELLS, Manuel (2003). *La Galaxia Internet*. Barcelona: De Bolsillo.

CAZENEUVE, Jean (1978). *Sociología del rito*. Argentina: Amorrortu.

DEMARÍA, Rusel (2003). *High Score: La historia ilustrada de los videojuegos*. España: Mc Graw Hill.

HERTZ, J. C. (1997). *Joystick Nation. How Videogames Ate Our Quarters, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds*. Canadá: Little Brown.

KINDER, Marsha (1991). *Playing With Power: Movies, Television, and Video Games from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: UCLA.

MAYRA Franz (2008). *An introduction to Game Studies*. Massachusetts: Sage.

POOLE, Steven (2000). *Trigger Happy: The Inner Life of Videogames*. California: Fourth Estate.