

RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.13.26.6>



Recibido el 13 de mayo de 2026

Aceptado el 4 de agosto de 2026

Publicado el 6 de agosto de 2026

Competencia, legitimidad y economía moral del mérito en la subcultura *gamer*: el caso de Super Smash Bros. Ultimate en España

*Competition, Legitimacy, and the Moral Economy of Merit in Gamer
Subculture: The Case of Super Smash Bros. Ultimate in Spain*

Contreras-Espinosa, Ruth S.

Universitat de Barcelona (UB)

contreras.ruth@ub.edu



Insa Fajardo, Pau

Universitat de Barcelona (UB)

p.insafajardo@gmail.com



Eguia Gomez, Jose Luis

Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)

egua@ege.upc.edu



Forma de citar este artículo:

Contreras-Espinosa, R. S., Insa Fajardo, P., & Eguia Gomez, J. L. (2026). Competencia, legitimidad y economía moral del mérito en la subcultura *gamer*: el caso de Super Smash Bros. Ultimate en España. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 13(26), raeic132606. <https://doi.org/10.24137/raeic.13.26.6>

Resumen:

En las últimas décadas, las subculturas *frikis* han transitado de la marginalidad hacia una creciente centralidad en los ecosistemas mediáticos digitales. Este artículo analiza la comunidad competitiva española de Super Smash Bros. Ultimate para comprender, desde el concepto de economía moral del mérito, cómo se construyen identidad, legitimidad y pertenencia dentro de una subcultura contemporánea de los videojuegos. Desde una perspectiva sociocultural y comunicativa, se adopta un enfoque cualitativo basado en 14 entrevistas en profundidad a jugadores de alto nivel del circuito nacional. Los resultados muestran que la identidad competitiva se construye sobre una identidad previa como aficionado y se consolida mediante la identificación con un personaje principal, que opera como extensión expresiva del jugador. La competencia funciona como práctica cultural sostenida por análisis compartido, mentoría informal y torneos presenciales, donde la visibilidad y el reconocimiento se negocian colectivamente. Asimismo, emerge una tensión entre la narrativa meritocrática dominante y condicionantes estructurales vinculados a recursos, acceso y exposición pública. Se propone el concepto de economía moral del mérito para interpretar cómo el reconocimiento simbólico se distribuye en este ecosistema híbrido entre ocio, producción cultural y aspiración profesional. El estudio contribuye a repensar los deportes electrónicos como expresión de “la otra” industria cultural.

Palabras clave: subcultura de los videojuegos, Super Smash Bros. Ultimate, cultura participativa, deportes electrónicos, identidad digital, economía moral del mérito, comunidades en red.

Abstract:

Over the past decades, geek subcultures have shifted from the margins to an increasingly central position within digital media ecosystems. This article examines the Spanish competitive Super Smash Bros. Ultimate community through the concept of the moral economy of merit to explore how identity, legitimacy, and belonging are constructed within a contemporary gaming subculture. Adopting a sociocultural and communication-oriented perspective, the study employs a qualitative approach based

on 14 in-depth interviews with high-level players from the Spanish competitive scene. The findings show that competitive identity is built upon a pre-existing fan identity and consolidated through identification with a main, which functions as a performative extension of the player. Competitive play operates as a cultural practice sustained by shared match analysis, informal mentoring, and offline tournaments, where visibility and recognition are collectively negotiated. The findings also reveal a tension between the dominant meritocratic narrative and structural constraints related to resources, access, and public visibility. The concept of the moral economy of merit is proposed to explain how symbolic recognition is distributed within this hybrid ecosystem of leisure, cultural production, and professional aspiration. The study contributes to rethinking esports as an expression of the “other” cultural industry.

Keywords: gamer subculture, Super Smash Bros. Ultimate, participatory culture, esports, digital identity, moral economy of merit, networked communities.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas, las llamadas subculturas *frikis* — *aficionados al manga, anime, jugadores de videojuegos, aficionados al cosplay y entusiastas de la tecnología* — han transitado de la marginalidad cultural hacia una creciente centralidad en los ecosistemas mediáticos. Lejos de constituir meros nichos de consumo, estas comunidades se han consolidado como espacios de producción cultural y negociación identitaria, impulsados por la digitalización y la expansión de plataformas sociales que permiten a los aficionados no solo consumir, sino reinterpretar, remezclar y redistribuir contenidos.

Como sostiene Benkler (2006), la economía en red ha favorecido la emergencia de modelos de producción social descentralizada donde la cooperación entre pares transforma mercados y estructuras tradicionales de autoridad. En este contexto, las comunidades digitales pueden organizarse sin jerarquías formales (Shirky, 2008), generando dinámicas de reputación y reconocimiento que reconfiguran la legitimidad (O'Neil, 2011; Reagle, 2010). Sin embargo, esta aparente horizontalidad convive con

infraestructuras sociotécnicas que estructuran la visibilidad y la interacción (Star & Ruhleder, 1996; van Dijck, 2013), situando la cultura *friki* en una tensión constante entre participación autónoma y lógicas de plataforma.

Dentro de este panorama, el ecosistema competitivo de los videojuegos — especialmente videojuegos de lucha — ofrece un caso revelador. Aunque los deportes electrónicos suelen abordarse desde perspectivas centradas en el rendimiento o la profesionalización, proponemos una lectura alternativa que entiende la competencia como una práctica cultural situada dentro de una subcultura de los videojuegos, donde identidad, pertenencia y legitimidad se articulan performativamente. Esta aproximación dialoga con las críticas a la narrativa meritocrática dominante en la cultura del videojuego. Paul (2018) sostiene que la denominada meritocracia tóxica presenta el éxito competitivo como consecuencia exclusiva del esfuerzo y la habilidad individual, invisibilizando desigualdades relacionadas con el acceso a recursos, la disponibilidad de tiempo, la visibilidad o las redes de apoyo. En este contexto, la identidad competitiva no emerge solo del resultado técnico, sino también de la implicación sostenida en la comunidad, la exposición pública y la autoidentificación con un personaje principal elegido por el jugador, que opera como extensión simbólica del jugador.

Este artículo se centra en la comunidad competitiva española de Super Smash Bros. Ultimate (SSBU) como estudio de caso para analizar cómo se construyen identidades, jerarquías simbólicas y dinámicas comunicativas dentro de una subcultura de los videojuegos. Siguiendo la línea que Postigo (2003) identificó en la transición del ocio al trabajo en la cultura digital, y dialogando con las críticas a la meritocracia formuladas por Paul (2018), exploramos cómo la práctica competitiva tensiona las fronteras entre pasión lúdica, disciplina estructurada y aspiración profesional. A partir de este diálogo proponemos el concepto "economía moral del mérito", entendido como un sistema simbólico en el que el reconocimiento competitivo no depende solo del rendimiento, sino también de la visibilidad, la participación comunitaria y los procesos colectivos de validación.

A partir de entrevistas en profundidad con jugadores de alto nivel del circuito nacional, el estudio se articula en torno a las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo construyen los jugadores competitivos de SSBU su identidad dentro de la subcultura de los videojuegos española?
2. ¿Qué prácticas comunicativas y rituales comunitarios sostienen la pertenencia y el reconocimiento dentro del ecosistema competitivo?
3. ¿Cómo se negocian la autoridad y la legitimidad en un entorno que se presenta como meritocrático pero opera dentro de infraestructuras sociotécnicas específicas?
4. ¿De qué manera la competencia reconfigura las fronteras entre ocio, producción cultural y profesionalización dentro de la cultura *friki*?
5. ¿Qué tensiones emergen entre participación comunitaria, visibilidad pública y precariedad estructural en el contexto competitivo?

Estas preguntas desplazan el foco desde el rendimiento individual hacia las dinámicas culturales y comunicativas que sostienen la comunidad. En lugar de entender al jugador competitivo exclusivamente como atleta digital, lo situamos como un actor cultural que participa en la producción simbólica de la subcultura de los videojuegos.

El estudio contribuye al debate sobre "la otra" industria cultural al mostrar cómo el jugador competitivo encarna una figura híbrida en un ecosistema donde el reconocimiento no depende solo de la victoria, sino de la circulación de reputación, exposición pública y validación colectiva.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD Y COMUNIDADES DE SENTIDO

Las subculturas frikis contemporáneas se configuran como comunidades de sentido donde la pertenencia se articula mediante prácticas compartidas, códigos culturales y capital simbólico (Jenkins, 2006). Desde la perspectiva de la cultura participativa, los aficionados son consumidores activos y participantes que producen significado, conocimiento y reconocimiento dentro de comunidades.

Benkler (2006) señala que la economía en red favorece modelos de producción social descentralizada donde la cooperación entre pares transforma las dinámicas

tradicionales de mercado y autoridad. En estos entornos, la identidad no se construye únicamente a partir de la afiliación temática, sino de la contribución visible y sostenida dentro del ecosistema comunitario.

En el ámbito de los videojuegos, esta lógica participativa se materializa en prácticas como el *modding*, donde los jugadores transforman el objeto cultural y asumen roles híbridos de consumidor y productor (Postigo, 2003). Asimismo, la experiencia lúdica se configura desde su origen como una experiencia en red donde la interacción con otros jugadores estructura tanto la progresión como la identidad (Contreras-Espinosa et al., 2014). La dimensión relacional no constituye un elemento accesorio del juego, sino un componente constitutivo de su sentido social y cultural. En el contexto español, investigaciones sobre comunidades *modder* muestran que la motivación central es técnica, identitaria y comunitaria, articulada en torno a la autoexpresión, la cooperación y el reconocimiento entre pares (Contreras-Espinosa & Eguia-Gomez, 2019).

Más allá de las prácticas de creación de contenidos, distintas comunidades competitivas han desarrollado formas específicas de producción y circulación de conocimiento. En la denominada comunidad de videojuegos de lucha (*Fighting Game Community*, FGC), el aprendizaje se ha sustentado históricamente en procesos colaborativos de observación, entrenamiento compartido y transmisión informal de estrategias, donde la reputación se construye tanto mediante el rendimiento competitivo como por la participación continuada dentro de la comunidad (Harper, 2014). Esta combinación de competencia y cooperación convierte a la FGC en una comunidad de práctica particularmente consolidada dentro de la cultura de los videojuegos. (Taylor, 2012; Aguilar Vázquez & Vidal Fernández, 2025).

Desde esta perspectiva, la identidad competitiva como jugador puede comprenderse como una comunidad de práctica (Lave & Wenger, 1991), donde el aprendizaje y la pertenencia están ligados a la participación progresiva en actividades socialmente situadas. En este marco, la autoidentificación con un personaje principal elegido por el jugador constituye un punto de inflexión en el proceso de aprendizaje situado: el jugador deja de ocupar una posición periférica para consolidar un rol reconocible dentro

del ecosistema competitivo. Esta implicación no es puramente técnica; la elección del personaje funciona como proyección identitaria dentro del espacio de juego.

En línea con Vella (2015), el personaje o *main* puede entenderse como encarnación del "yo lúdico", es decir, como instancia a través de la cual el jugador articula su presencia y agencia en el entorno virtual. En el contexto competitivo, esta dimensión se intensifica: se convierte en vehículo performativo del estilo y la coherencia estratégica del jugador, configurando una firma reconocible dentro del circuito (Taylor, 2012). Así, la relación con el *main* no solo organiza la práctica técnica, sino que facilita el reconocimiento y la consolidación simbólica dentro de la subcultura de los videojuegos.

Esta perspectiva resulta coherente con investigaciones que entienden las comunidades competitivas de videojuegos como espacios de aprendizaje social donde la identidad emerge de procesos continuados de interacción, colaboración y reconocimiento entre pares, más que del rendimiento individual aislado (Gray, 2020; Aguilar Vázquez & Vidal Fernández, 2025).

2.2. PRÁCTICAS COMUNICATIVAS E INFRAESTRUCTURA SOCIOTÉCNICA

Las comunidades digitales se sostienen mediante infraestructuras sociotécnicas que organizan la interacción, la circulación del conocimiento y la distribución del reconocimiento. Star y Ruhleder (1996) conceptualizan la infraestructura como un entramado que estructura prácticas sociales mientras permanece parcialmente invisible en su funcionamiento cotidiano. En el ecosistema de los videojuegos contemporáneo, esta infraestructura adopta la forma de una ecología de plataformas con funciones diferenciadas. En la FGC estas plataformas cumplen funciones complementarias: mientras Discord facilita la coordinación cotidiana entre jugadores y el entrenamiento colaborativo, Twitch y YouTube permiten la difusión de torneos, el análisis de partidas y la construcción pública de reputación, aspectos fundamentales para la consolidación del reconocimiento competitivo (Taylor, 2018). Estas plataformas no son equivalentes ni neutrales: articulan distintas formas de capital simbólico y vías de acumulación de reputación.

En línea con Gray, Sandvoss y Harrington (2017), la comunidad de aficionados se estructura a través de procesos de mediación y reconocimiento que consolidan identidades colectivas en entornos digitalmente interconectados. Sin embargo, advierte van Dijck (2013), la cultura de la conectividad se rige por lógicas algorítmicas que jerarquizan la atención y distribuyen visibilidad de manera desigual. Así, la pertenencia comunitaria no depende exclusivamente del rendimiento técnico, sino también de la capacidad de inscribir ese rendimiento en circuitos digitales de circulación y amplificación.

Diversos estudios recientes sobre comunidades competitivas de videojuegos muestran que estas infraestructuras median la comunicación, y condicionan qué conocimientos circulan, qué jugadores adquieren visibilidad y qué trayectorias terminan siendo reconocidas como legítimas dentro del ecosistema competitivo (Aguilar Vázquez & Vidal Fernández, 2025).

Shirky (2008) señala que la reducción de los costes de coordinación facilita formas de organización sin jerarquías formales, mientras que Reagle (2010) subraya que estas comunidades descansan sobre normas implícitas de reputación, reciprocidad y buena fe. La interacción reiterada, el debate estratégico y la mentoría informal operan, por tanto, como mecanismos de cohesión que consolidan trayectorias dentro del circuito competitivo.

En el caso de SSBU, las dinámicas sociales del circuito se articulan en torno a prácticas continuadas de interacción, reconocimiento mutuo y ritualización de torneos. Los eventos presenciales actúan como cronotopos intensivos de socialización que permiten la transición entre la interacción digital y la experiencia comunitaria encarnada, en línea con lo señalado por Aguilar Vázquez y Vidal Fernández (2025). El ecosistema competitivo es un entramado híbrido donde la identidad y la legitimidad se construyen en la intersección entre presencia física y mediación digital.

Esta infraestructura no solo sostiene la comunidad, sino que condiciona la forma en que circulan el conocimiento, la reputación y el reconocimiento competitivo. La visibilidad, el archivo de resultados y la circulación estratégica de partidas operan como

mecanismos mediante los cuales determinadas trayectorias adquieren legitimidad colectiva. Estas dinámicas constituyen la base sobre la que proponemos el concepto de economía moral del mérito.

2.3. Autoridad, legitimidad y meritocracia

Aunque muchas comunidades digitales se presentan como horizontales, la autoridad emerge de manera informal y relacional. O'Neil (2011) demuestra que en las tribus en línea la legitimidad se construye mediante reputación acumulada y reconocimiento colectivo. Reagle (2010) subraya que la autoridad en entornos colaborativos abiertos depende del cumplimiento de normas compartidas y de la validación entre pares.

En el ámbito competitivo, la clasificación opera como un dispositivo visible de legitimación. Sin embargo, la meritocracia no se reduce a resultados numéricos. Benkler (2006) describe este proceso como parte de una economía de la reputación en red, donde el capital simbólico circula dentro de comunidades específicas. Paul (2018) sostiene que la cultura competitiva de los videojuegos tiende a construir una narrativa de mérito basada en el esfuerzo y la habilidad individual, invisibilizando las desigualdades asociadas al acceso a recursos, la visibilidad y las oportunidades de participación.

Estudios sobre deportes electrónicos y cultura de la retransmisión en directo han señalado que los procesos de profesionalización refuerzan estos discursos meritocráticos centrados en la disciplina, la constancia y el talento individual, aunque estas dinámicas están atravesadas por desigualdades estructurales vinculadas a recursos, visibilidad y capital social (Taylor, 2018; Woodcock & Johnson, 2019). La autoridad competitiva se negocia, por tanto, en la intersección entre rendimiento, exposición pública y validación comunitaria. Desde esta perspectiva, el mérito constituye una construcción social cuyo reconocimiento depende del desempeño y de los procesos colectivos que lo legitiman.

2.4. HIBRIDACIÓN OCIO-TRABAJO Y PROFESIONALIZACIÓN PERFORMATIVA

Postigo (2003) identifica en la cultura digital una transición progresiva del ocio al trabajo, donde prácticas inicialmente lúdicas adquieren valor simbólico y potencial económico. Jenkins (2006) describe esta convergencia como un espacio en el que producción y consumo se entrelazan, generando figuras híbridas entre aficionado y productor cultural.

En el contexto de la retransmisión en directo y los deportes electrónicos, esta hibridación se intensifica. Taylor (2018) muestra cómo el juego competitivo se convierte en actuación pública, mientras que Woodcock y Johnson (2019) analizan el trabajo afectivo y performativo implicado en la retransmisión en plataformas como Twitch. Estas dinámicas refuerzan la exposición pública como mecanismo de legitimación y convierten la visibilidad en un recurso central para la construcción de trayectorias competitivas.

La competencia en SSBU se inscribe en esta lógica híbrida: el entrenamiento sistemático, la inversión intensiva de tiempo y la búsqueda de reconocimiento público reconfiguran el juego como una práctica cultural productiva. El jugador competitivo encarna así una figura situada entre la pasión lúdica, la disciplina estructurada y la aspiración profesional.

2.5. TENSIONES ESTRUCTURALES: VISIBILIDAD, PRECARIEDAD Y DESIGUALDAD

La cultura de la conectividad descrita por van Dijck (2013) implica que la visibilidad está mediada por plataformas que distribuyen atención de manera desigual. Aunque la producción en red amplía las oportunidades de participación (Benkler, 2006), no elimina asimetrías relacionadas con recursos económicos, capital social o disponibilidad temporal.

Postigo (2003) advierte que la transición del ocio al trabajo puede generar formas de trabajo no remunerado o precarizado. En el ámbito competitivo, la dedicación intensiva —entrenamiento prolongado, desplazamientos a torneos e inversión en equipamiento— no garantiza estabilidad económica.

En el contexto español, la expansión del ecosistema ha generado oportunidades de profesionalización, aunque estas continúan concentradas en un número reducido de

actores (Establés Heras et al., 2019; AEVI, 2024). La mayoría de los jugadores operan en una zona intermedia donde el reconocimiento simbólico no siempre se traduce en capital económico.

Estas tensiones permiten comprender la subcultura de los videojuegos competitivos como un espacio donde el reconocimiento depende simultáneamente del rendimiento, la visibilidad y la capacidad de sostener la participación dentro de infraestructuras sociotécnicas específicas. En este sentido, proponemos el concepto de economía moral del mérito para explicar cómo dicho reconocimiento se negocia colectivamente, ampliando las críticas a la meritocracia competitiva planteadas por Paul (2018).

3. METODOLOGÍA

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo de carácter interpretativo orientado a comprender dinámicas identitarias, comunicativas y simbólicas que estructuran la subcultura de los videojuegos competitivos. En coherencia con las preguntas de investigación, se optó por un diseño exploratorio con el objetivo de analizar cómo los actores construyen discursivamente su pertenencia, legitimidad y reconocimiento dentro del ecosistema competitivo de SSBU. El estudio se enmarca en una perspectiva sociocultural que entiende la competencia no solo como rendimiento individual, sino como práctica cultural situada.

Se empleó un diseño cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas (duración media de entre 60 y 90 minutos) combinadas con técnicas de estimulación retrospectiva, lo que permitió a los participantes reflexionar decisiones estratégicas y experiencias competitivas específicas. Esta estrategia facilitó el análisis del rendimiento y la exploración de significados atribuidos a la práctica competitiva. La muestra estuvo compuesta por 14 jugadores españoles, de alto nivel del circuito competitivo nacional de SSBU (tabla 1). Todos los participantes eran hombres. La saturación temática se alcanzó cuando las categorías emergentes comenzaron a reiterarse sin aportar nuevas dimensiones analíticas. Los criterios de selección incluyeron participación regular en torneos presenciales y en línea, posicionamiento destacado en clasificaciones nacionales y reconocimiento comunitario dentro del ecosistema competitivo. El

muestreo fue intencional y estratégico, buscando informantes con trayectoria suficiente. Las edades de los participantes oscilan entre los 19 y los 33 años. Todos contaban con experiencia prolongada en el circuito competitivo y participaban activamente en espacios vinculados al juego (Discord, Twitch, Twitter/X y YouTube).

Tabla 1. Perfil sociodemográfico y competitivo de los participantes

Código	Edad	Región	Personaje principal	Clasificación España	Clasificación Regional	Nivel competitivo
P1	24	Madrid	Inkling	5	-	Alto-Top 10 España
P2	22	Andalucía	Palutena	6	-	Alto-Top 10 España
P3	20	Cataluña	R.O.B.	10	3	Alto
P4	23	País Vasco	Captain Falcon	15	-	Alto
P5	19	Cataluña	Banjo Kazooie	26	5	Alto
P6	27	Cataluña	Steve	33	9	Medio-Alto
P7	33	Cataluña	Pit	38	2	Medio-Alto
P8	25	Galicia	Peach	45	-	Medio-Alto
P9	20	Cataluña	Wolf	50	11	Medio-Alto
P10	29	Cataluña	Falco	-	6	Medio-Alto Regional
P11	20	Cataluña	Roy	-	8	Medio-Alto Regional
P12	24	Cataluña	Samus Zero	-	10	Medio-Alto Regional
P13	32	Cataluña	Ness	-	12	Medio-Alto Regional
P14	19	Cataluña	Ness	-	16	Medio-Alto Regional

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas fueron grabadas con consentimiento informado y posteriormente transcritas. El guion se estructuró en torno a: 1) Trayectoria personal y construcción identitaria como jugador competitivo; 2) Experiencia comunitaria y prácticas comunicativas (entrenamiento, mentoría, debates estratégicos y torneos); 3) Percepción de legitimidad, autoridad y meritocracia; y 4) Tensiones entre ocio, dedicación intensiva y expectativas de profesionalización. Asimismo, se incorporaron preguntas sobre inversión económica, desplazamientos, sostenibilidad material y percepción de oportunidades en el ecosistema competitivo.

La técnica de estimulación retrospectiva se utilizó durante el análisis de partidas concretas para explorar procesos de toma de decisiones y reflexiones sobre reconocimiento y validación comunitaria. El análisis se realizó mediante codificación

temática siguiendo un enfoque inductivo-deductivo. En una primera fase, se efectuó una lectura abierta de las transcripciones para identificar categorías emergentes relacionadas con identidad, comunidad, legitimidad y profesionalización. En una segunda fase, estas categorías fueron reorganizadas a la luz del marco teórico. El proceso analítico se estructuró en cinco ejes principales: construcción identitaria, prácticas comunicativas e infraestructura sociotécnica, autoridad, legitimidad y meritocracia, hibridación ocio-trabajo, y tensiones estructurales. El tamaño reducido de la muestra responde al carácter cualitativo e interpretativo del estudio y no busca generalización estadística. Los resultados deben entenderse como una aproximación situada al ecosistema competitivo español de SSBU.

4. RESULTADOS

El análisis permitió identificar los cinco ejes descritos anteriormente. Las citas ilustran cómo los propios jugadores conceptualizan su pertenencia y trayectoria dentro de la subcultura de los videojuegos competitivos en España.

4.1. CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA: DE AFICIONADO A JUGADOR COMPETITIVO

Los participantes describen su trayectoria como un proceso progresivo de desplazamiento desde el juego casual hacia una implicación competitiva sostenida. Esta transición no se articula únicamente en términos de mejora técnica, sino como una redefinición identitaria dentro de la subcultura de los videojuegos.

En varios relatos, el primer vínculo con el juego se sitúa en una etapa temprana marcada por la fascinación por el universo Nintendo y sus personajes: “Lo vi por primera vez con 7 u 8 años... conocía a Pikachu, a Link y a Mario... y me llamó muchísimo la atención” (P1). “Veía mis bichines favoritos de Nintendo... Yoshi, Pikachu, Mario... y pelear con ellos era increíble” (P11).

El atractivo del elenco de personajes aparece como elemento central en esta aproximación inicial: “El roster [elenco de personajes] es lo que hace que el juego me llame la atención... ver personajes que conozco” (P1).

En una fase posterior, algunos jugadores identifican el momento en que descubren la existencia de una comunidad organizada y competitiva, lo que marca un punto de inflexión en su trayectoria: “Busqué ‘torneos Smash Cataluña’ y ahí descubrí todo... fue cuando entendí que esto era algo más” (P14).

La identidad competitiva se construye a través de varios elementos recurrentes en las entrevistas: la autoidentificación con un personaje principal, la participación sostenida en torneos, el reconocimiento explícito por parte de otros jugadores y la incorporación de rutinas sistemáticas de entrenamiento. Estos elementos configuran una identidad performativa que se legitima en la práctica continuada dentro del circuito competitivo.

En relación con el personaje principal, la identificación trasciende la mera utilidad estratégica. Más que una elección técnica, el personaje funciona como marcador simbólico de estilo, trayectoria y pertenencia dentro de la comunidad. Los jugadores describen una conexión que combina afinidad previa, estilo de juego y autoexpresión: “No puedo jugar un personaje si no he jugado su saga... con Inkling ya tenía vínculo antes de jugarlo en Smash” (P13). “Roy es muy simple, muy rápido... si te duermes un segundo, te mata. Eso me encanta” (P10). “Wolf me permite expresarme al máximo... es lo que más se acerca a cómo quiero jugar Ultimate” (P14).

De este modo, el personaje principal opera como dispositivo identitario que articula competencia técnica y narrativa personal, inscribiendo al jugador en una comunidad de práctica donde el reconocimiento se construye tanto por rendimiento como por coherencia estilística. La identidad competitiva emerge así de un proceso de reconocimiento mutuo en el que la competencia técnica y la pertenencia comunitaria se refuerzan de manera recíproca.

Varios entrevistados subrayan que “ser competitivo” implica asumir un compromiso con la mejora continua y la exposición pública. La pertenencia no depende exclusivamente de la posición en la clasificación, sino de la presencia activa y sostenida en el ecosistema: “Sin compromiso, no seguiría aquí después de 11 años” (P12).

La identidad *gamer* competitiva aparece como una forma de pertenencia construida a través de la implicación activa en la comunidad, donde la continuidad en el circuito y la identificación con un personaje específico ocupan un lugar central.

4.2. PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y RITUALIZACIÓN COMUNITARIA

Las entrevistas revelan que el ecosistema competitivo se sostiene mediante prácticas comunicativas reiteradas que funcionan como rituales de legitimación. Entre las más relevantes destacan: 1) el análisis compartido de partidas; 2) la mentoría informal entre jugadores; 3) las discusiones estratégicas en la plataforma Discord; 4) las retransmisiones y el seguimiento colectivo de torneos; y 5) los desplazamientos a eventos presenciales.

El análisis compartido aparece como una práctica central en la mejora competitiva. Los jugadores describen conversaciones posteriores a los torneos donde revisan errores y decisiones estratégicas: “Después del torneo siempre analizamos las partidas entre todos... ahí es donde realmente aprendes” (P7).

La mentoría informal también ocupa un lugar destacado. En lugar de estructuras formales de entrenamiento, el aprendizaje se articula a través de vínculos personales dentro de la comunidad: “Tengo un amigo que es muy bueno y le pido consejos... me apunto cosas y luego intento aplicarlas” (P9).

Las discusiones estratégicas en Discord constituyen un espacio cotidiano de intercambio de conocimiento. Los jugadores describen estos entornos como prolongaciones del espacio competitivo, donde se debaten enfrentamientos entre personajes, decisiones técnicas y estilos de juego.

Además, las retransmisiones y el seguimiento colectivo de torneos refuerzan el sentimiento de comunidad. Incluso cuando no participan directamente, los jugadores siguen los eventos y comentan resultados, consolidando una experiencia compartida.

Los torneos presenciales son descritos como momentos de intensificación comunitaria donde la pertenencia se experimenta de manera más tangible. La interacción cara a cara refuerza vínculos previamente establecidos en entornos digitales: “En torneo me

emociono muchísimo más... cuando ganas es como un éxtasis” (P13). “Lo importante es la comunidad. Si esto fuera jugar solo en mi casa, no seguiría aquí” (P12).

Asimismo, los desplazamientos a eventos implican un esfuerzo logístico que refuerza la dimensión colectiva de la práctica: “Vivo en el centro de Cataluña... tengo los torneos a una hora y media o dos. No es tan fácil” (P14).

En conjunto, estas prácticas muestran que la competencia no se limita al enfrentamiento individual, sino que se sostiene mediante una red continua de interacción, aprendizaje compartido y presencia recurrente en espacios físicos y digitales.

Estas prácticas no se distribuyen en un vacío neutral, sino que están mediadas por infraestructuras sociotécnicas que condicionan la circulación del conocimiento, la visibilidad y el reconocimiento competitivo. Discord, las retransmisiones y los torneos presenciales sostienen la comunidad y configuran los espacios donde se negocia colectivamente la legitimidad.

4.3. AUTORIDAD, LEGITIMIDAD Y NARRATIVA MERITOCRÁTICA

La clasificación nacional aparece como un mecanismo visible de legitimación, aunque su función trasciende la clasificación numérica. Los jugadores reconocen que otorga visibilidad, pero sostienen que la autoridad depende también de la trayectoria, el estilo de juego y la reputación construida dentro de la comunidad.

Algunos entrevistados expresan una orientación explícita hacia el rendimiento competitivo: “Voy a torneos para ganar y llevarme mi dinero” (P10). La posición en la clasificación funciona como referencia pública, pero no constituye el único criterio de reconocimiento. Varios jugadores destacan la percepción que otros tienen de su nivel y constancia: “Si jugase en serio, para ser el número 38 no jugaría” (P1).

El discurso meritocrático aparece de forma reiterada. Los participantes atribuyen el progreso al esfuerzo, la disciplina y la constancia: “Perder me frustra, pero me da razones para volver y esforzarme” (P13). Sin embargo, las entrevistas muestran que esta narrativa convive con factores que condicionan el reconocimiento competitivo. La

visibilidad en redes y la presencia continuada en torneos amplifican la legitimidad dentro del circuito.

Asimismo, el acceso sostenido a la competición depende de recursos económicos, tiempo disponible y capacidad de desplazamiento: “No vivo en Barcelona... Llegar a los torneos no es sencillo” (P14). La autoridad no emerge, por tanto, exclusivamente del rendimiento técnico, sino de un proceso de negociación donde convergen desempeño, visibilidad, participación continuada y validación entre pares.

4.4. HIBRIDACIÓN OCIO-TRABAJO Y DISCIPLINA COMPETITIVA

Los participantes describen una progresiva formalización de su práctica competitiva. El entrenamiento sistemático, la revisión de partidas y la planificación estratégica transforman el juego en una actividad organizada, sostenida por rutinas próximas a la profesionalización. Varios entrevistados explican que han incorporado hábitos estables de entrenamiento, combinando práctica individual, enfrentamientos con otros jugadores y análisis posterior: “Entreno casi todos los días... si quieres competir en serio tienes que tratarlo como algo serio” (P2). “Después reviso qué he hecho mal y qué podría haber hecho algo diferente” (síntesis recurrente en varios participantes).

Algunos describen una autoexigencia permanente vinculada a la mejora continua: “Puedo ser aún mejor” (P1). Aunque la mayoría afirma no obtener ingresos estables derivados de la competición, el compromiso asumido reproduce dinámicas propias del trabajo, como la organización del tiempo, los desplazamientos y la preparación para torneos. Sin embargo, esta disciplina no sustituye la dimensión lúdica, sino que coexiste con ella: “Cuando te lo pasas bien quieres jugar más, y mejoras” (P12).

En algunos casos, el equilibrio entre disciplina y disfrute genera tensiones: “Competir es exigente... ahora voy más por ver a la gente” (P1). La práctica competitiva se configura así como un proyecto identitario donde conviven pasión, disciplina y sociabilidad, sin que desaparezca el valor del ocio como principal motor de permanencia en el circuito.

4.5. TENSIONES ESTRUCTURALES: VISIBILIDAD, PRECARIEDAD Y DESIGUALDAD

La dedicación intensiva al circuito competitivo implica inversión económica en desplazamientos, inscripción a torneos y equipamiento. Los participantes reconocen que la continuidad en el ecosistema depende de factores como el apoyo familiar, la compatibilidad con estudios o la flexibilidad laboral.

Algunos describen explícitamente estas limitaciones: “Muchas veces depende de si puedo cuadrarlo con el trabajo o los estudios... no es posible hacer todo” (P6). “Si no tuviera ayuda en casa sería complicado competir o moverme tanto” (síntesis recurrente en varios participantes).

La visibilidad constituye también un recurso estratégico. Los jugadores reconocen que quienes mantienen mayor presencia en retransmisiones o redes sociales consolidan con mayor facilidad su reconocimiento comunitario: “Si no te ven jugar, es difícil que te tengan en cuenta” (P8). Sin embargo, sostener esa exposición requiere tiempo y recursos que no todos pueden dedicar.

Asimismo, los entrevistados señalan que el acceso a determinadas oportunidades — como invitaciones, patrocinios o mayor presencia mediática— depende de la continuidad en el circuito y de las conexiones construidas previamente: “Si no estás siempre ahí, es fácil que se olviden de ti” (P5).

Estas percepciones muestran que el reconocimiento competitivo no depende exclusivamente del rendimiento técnico. La permanencia en el circuito exige articular desempeño, visibilidad y capacidad para sostener la participación, revelando condicionantes estructurales que limitan una interpretación exclusivamente meritocrática del éxito competitivo.

Con el fin de sintetizar las dimensiones analíticas identificadas y su correspondencia con las preguntas de investigación, la Tabla 2 resume las principales categorías emergentes, las prácticas asociadas y ejemplos de citas representativas. Esta síntesis refuerza la coherencia entre el diseño metodológico, el marco analítico y los resultados obtenidos.

Tabla 2. Síntesis de dimensiones analíticas, prácticas y evidencias empíricas

Pregunta de investigación	Categorías emergentes	Prácticas identificadas	Citas representativas
1. Construcción identitaria	Identidad como aficionado; autoidentificación con el personaje principal; compromiso competitivo; pertenencia al circuito	Elección del personaje principal; participación recurrente en torneos; incorporación de rutinas de entrenamiento	“No puedo jugar un personaje si no he conozco su saga... con Inkling ya tenía un vínculo antes de jugarlo” (P13).
2. Prácticas comunicativas e infraestructura sociotécnica	Mentoría informal; análisis compartido; circulación del conocimiento; infraestructuras digitales	Debates estratégicos en Discord; revisión de partidas; asistencia a eventos presenciales	“Después del torneo siempre analizamos las partidas entre todos; ahí es donde aprendes” (P7).
3. Autoridad, legitimidad y meritocracia	Clasificación como visibilidad; reputación comunitaria; validación entre pares; narrativa meritocrática	Seguimiento de clasificaciones; reconocimiento público; presencia en plataformas	“Yo voy a torneos para ganar y llevarme mi dinero” (P10).
4. Hibridación ocio-trabajo	Disciplina competitiva; profesionalización; proyecto identitario	Entrenamiento semanal estructurado; planificación estratégica; preparación psicológica	“Entreno casi todos los días. Si quieres competir en serio, tienes que tratarlo como un trabajo” (P2).
5. Tensiones estructurales	Desigualdad de acceso; visibilidad diferencial; precariedad competitiva	Costes de desplazamiento; compatibilización con estudios o empleo; búsqueda de visibilidad	“He dejado de ir a algunos torneos porque no puedo pagar todos los viajes” (P5).

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis temático de entrevistas

5. DISCUSIÓN

Los resultados permiten reinterpretar la competencia en SSBU no únicamente como práctica de rendimiento, sino como fenómeno cultural inscrito en la lógica contemporánea de las subculturas frikis. El ecosistema competitivo funciona como una comunidad deportiva y de práctica, donde identidad, legitimidad y reconocimiento se negocian mediante interacciones reiteradas e infraestructuras sociotécnicas.

5.1. IDENTIDAD DEL AFICIONADO Y EL PERSONAJE PRINCIPAL COMO EXTENSIÓN DEL YO COMPETITIVO

Los hallazgos muestran que la identidad competitiva se construye sobre una identidad como aficionado. El vínculo inicial con el elenco de personajes y las franquicias Nintendo evoluciona hacia una autoidentificación como jugador competitivo, confirmando que la cultura participativa (Jenkins, 2006) incluye también la actuación estratégica como forma de implicación cultural.

La centralidad del personaje principal refuerza esta dimensión. Más que una elección técnica, representa una forma de coherencia entre afinidad, estilo de juego y autoexpresión (Vella, 2015). En el contexto competitivo, esta identificación adquiere visibilidad pública y contribuye a consolidar reconocimiento dentro del circuito (Taylor, 2012). La identidad *gamer* emerge así como una forma de pertenencia construida mediante la participación continuada y el reconocimiento comunitario.

5.2. COMUNIDAD RITUALIZADA Y CRONOTOPOS DE LEGITIMACIÓN

Las prácticas comunicativas identificadas —análisis compartido de partidas, mentoría informal, debates estratégicos en Discord y seguimiento colectivo de torneos— muestran que la competencia se sostiene sobre una infraestructura sociotécnica donde el conocimiento y la reputación circulan de manera continua. En línea con Shirky (2008) y Reagle (2010), la autoridad emerge de la interacción sostenida más que de estructuras jerárquicas.

Los torneos presenciales funcionan como espacios privilegiados de legitimación donde la pertenencia se experimenta y hace visible. Estos resultados coinciden con Aguilar Vázquez y Vidal Fernández (2025), quienes destacan que los eventos presenciales consolidan vínculos previamente establecidos en entornos digitales. La combinación de plataformas digitales y encuentros presenciales convierte la competencia en una experiencia pública donde se negocian reconocimiento y legitimidad.

5.3. MERITOCRACIA, VISIBILIDAD Y ECONOMÍA MORAL DEL MÉRITO

Uno de los principales hallazgos es la coexistencia de una narrativa meritocrática con la percepción de condicionantes estructurales. El esfuerzo, la disciplina y la constancia aparecen como principios organizadores del reconocimiento competitivo, pero los propios participantes identifican que su efectividad depende también de la visibilidad, la continuidad en el circuito y el acceso a recursos. Esta tensión coincide con la crítica de Paul (2018), quien señala que la meritocracia en los videojuegos tiende a invisibilizar las desigualdades que condicionan las trayectorias competitivas.

A partir de estos resultados proponemos el concepto de economía moral del mérito para describir un sistema donde el reconocimiento se negocia mediante normas compartidas que combinan rendimiento técnico, exposición pública y compromiso comunitario. Sin embargo, este sistema no opera en condiciones homogéneas. Como advierte Postigo (2003), la transición del ocio al trabajo en entornos digitales puede generar formas de dedicación intensiva que no siempre se traducen en estabilidad económica. En el contexto español, la profesionalización de los *esports* continúa concentrándose en un número reducido de actores, mientras la mayoría permanece en una posición intermedia caracterizada por reconocimiento fluctuante e inestabilidad (AEVI, 2024). Las infraestructuras de visibilidad no solo amplifican trayectorias, sino que condicionan qué méritos llegan a consolidarse.

5.4. SUBCULTURA FRIKI Y LA “OTRA” INDUSTRIA CULTURAL

El caso de SSBU permite reflexionar sobre la “otra” industria cultural. La subcultura de los videojuegos competitivos no se integra plenamente en la industria tradicional, pero tampoco permanece al margen de ella. Se sitúa en un espacio híbrido donde la producción cultural emerge desde la comunidad y se articula mediante infraestructuras corporativas.

La competencia produce jerarquías simbólicas relativamente autónomas, aunque la visibilidad y el reconocimiento dependen de plataformas digitales sujetas a lógicas comerciales.

Un aspecto relevante es que la muestra estuvo compuesta exclusivamente por hombres, y las entrevistas apenas incorporan referencias explícitas al género como categoría de

análisis. Esta ausencia no debe interpretarse como neutralidad, sino como un indicio de la naturalización de un entorno históricamente masculinizado. Como señala Gray (2020), la posición masculina suele operar como categoría no marcada en los entornos digitales de juego, invisibilizando las condiciones estructurales que la sostienen.

La comunidad competitiva puede entenderse, como una forma de industria cultural descentralizada donde producción simbólica, reputación y reconocimiento circulan en red. El jugador ocupa una posición liminal entre aficionado, productor cultural y aspirante profesional, representando una expresión contemporánea de la cultura friki.

Este trabajo contribuye a la literatura en tres niveles:

- Desplaza el análisis de los deportes electrónicos desde el rendimiento individual hacia las dinámicas comunicativas y culturales.
- Aporta evidencia empírica sobre la comunidad competitiva española de SSBU, un ámbito escasamente explorado en estudios de comunicación.
- Propone el concepto de economía moral del mérito para interpretar cómo se negocia el reconocimiento competitivo en contextos atravesados por desigualdades estructurales.

En conjunto, los resultados permiten comprender la competencia como un fenómeno cultural que reconfigura las fronteras entre producción y consumo, ocio y trabajo, visibilidad y reconocimiento.

6. CONCLUSIONES

El análisis de la comunidad competitiva española de SSBU permite comprender la subcultura de los videojuegos no solo como espacio de entretenimiento, sino como un campo sociocultural donde se articulan identidad, pertenencia y reconocimiento. La competencia trasciende el enfrentamiento individual y se sostiene mediante dinámicas comunitarias e infraestructuras sociotécnicas.

Los resultados muestran que la identidad competitiva se construye mediante la participación continuada en el circuito, la autoidentificación con un personaje principal como extensión expresiva del yo lúdico y la implicación en prácticas colectivas de

aprendizaje. La pertenencia depende tanto del rendimiento como de la inserción en una comunidad donde se negocian reputación, legitimidad y reconocimiento.

Asimismo, el mérito competitivo no circula en un vacío neutral. Las plataformas digitales y los eventos presenciales configuran una ecología sociotécnica que condiciona la visibilidad y la consolidación de trayectorias. En este contexto, proponemos el concepto de economía moral del mérito para explicar cómo el reconocimiento competitivo resulta de la interacción entre rendimiento, exposición pública y compromiso comunitario en condiciones estructuralmente desiguales.

Finalmente, la ausencia de referencias explícitas al género en los discursos analizados sugiere la naturalización de un entorno predominantemente masculinizado. En conjunto, el estudio muestra que el jugador competitivo ocupa una posición híbrida entre práctica lúdica, mediación digital y reconocimiento comunitario.

6.1. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Los resultados deben interpretarse considerando tres limitaciones. Aunque la muestra representa jugadores del circuito competitivo español, nueve de los catorce participantes pertenecen a Cataluña, por lo que los hallazgos reflejan principalmente este contexto. El estudio se circunscribe a SSBU, cuyas dinámicas pueden diferir de otros títulos de la comunidad de videojuegos de lucha. Por último, la muestra estuvo compuesta por hombres, lo que limita el análisis de la influencia del género en la construcción del reconocimiento competitivo. Futuras investigaciones deberían ampliar el alcance geográfico, incorporar otros juegos y desarrollar análisis comparativos e interseccionales.

7. APORTACIÓN

	Firmante 1	Firmante 2	Firmante 3
Conceptualización	X		
Tratamiento de datos	X	X	X

Análisis formal	X	X	X
Investigación		X	X
Metodología	X	X	
Supervisión	X		
Validación	X	X	
Visualización		X	
Redacción (borrador)	X		X
Redacción (revisión y edición)	X	X	X

8. CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún conflicto de interés.

9. DECLARACIÓN DE USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Se han utilizado herramientas de inteligencia artificial únicamente como apoyo en la redacción y revisión estilística. El análisis de los datos, la interpretación de resultados y las conclusiones son responsabilidad de los autores.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Vázquez, G., & Vidal Fernández, A. F. (2025). Friki conventions: Comic-cons, expos, and fandom in Mexico. En M. A. Click & S. Scott (Eds.), *The Routledge companion to media fandom* (2.ª ed., cap. 44). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003373025-44>

AEVI. (2024). *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2024*. Asociación Española de Videojuegos. <https://www.aevi.org.es/libro-blanco-del-desarrollo-espanol-de-videojuegos-2024>

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.

Contreras-Espinosa, R. S., & Eguia-Gomez, J. L. (2019). Aprendizaje informal con mods para videojuegos. En S. Dias-Trindade & D. Mill (Eds.), *Educação e humanidades*

digitais: aprendizagens, tecnologias e cibercultura (pp. 301–319). Universidade de Coimbra.

Contreras Espinosa, R. S., Eguia Gomez, J. L., & Lozano Muñoz, A. (2014). *Juegos multijugador: El poder de las redes en el entretenimiento*. Editorial UOC.

Establés Heras, M. J., Guerrero, M., & Contreras-Espinosa, R. S. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: Procesos de profesionalización entre adolescentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 214–236.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1328>

Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (2017). *Fandom: Identities and communities in a mediated world* (2nd ed.). NYU Press.

Gray, K. L. (2020). *Intersectional tech: Black users in digital gaming*. LSU Press.

Harper, T. (2014). *The Culture of Digital Fighting Games: Performance and Practice*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.

O'Neil, M. (2011). *Cyberchiefs: Autonomy and authority in online tribes*. Pluto Press.

Paul, C. A. (2018). *The Toxic Meritocracy of Video Games: Why Gaming Culture Is the Worst*. University of Minnesota Press.

Postigo, H. (2003). From Pong to Planet Quake: Post-industrial transitions from leisure to work. *Information, Communication & Society*, 6(4), 593–607.

<https://doi.org/10.1080/1369118032000163277>

Reagle, J. (2010). *Good faith collaboration: The culture of Wikipedia*. MIT Press.

Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Press.

Star, S. L., & Ruhleder, K. (1996). Steps toward an ecology of infrastructure: Design and access for large information spaces. *Information Systems Research*, 7(1), 111–134.
<https://doi.org/10.1287/isre.7.1.111>

Taylor, T. L. (2012). *Raising the stakes: E-sports and the professionalization of computer gaming*. MIT Press.

Taylor, T. L. (2018). *Watch me play: Twitch and the rise of game live streaming*. Princeton University Press.

van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Vella, D. (2015). The ludic subject and the ludic self: Analyzing the “I-in-the-gameworld”. *Game Studies*, 15(1). <http://gamestudies.org/1501/articles/vella>

Woodcock, J., & Johnson, M. R. (2019). The affective labor and performance of live streaming on Twitch.tv. *Television & New Media*, 20(8), 813–823.
<https://doi.org/10.1177/1527476419851077>