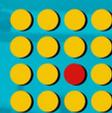


Game & Play: La cultura del juego digital

Coordinadores
Daniel Aranda
Jordi Sánchez-Navarro
Antonio José Planells



EGREGIUS
ediciones

GAME & PLAY: LA CULTURA DEL JUEGO DIGITAL

— Colección Comunicación e Información Digital —

GAME & PLAY: LA CULTURA DEL JUEGO DIGITAL

Coordinadores

Daniel Aranda
Jordi Sánchez-Navarro
Antonio José Planells

Autores

(por orden de aparición)

Marçal Mora-Cantallops
Sergio Albaladejo Ortega
Juan Francisco Hernández Pérez
Sandra Sanz Martos
Víctor Navarro
Antonio José Planells
Francisco-Julián Martínez-Cano
Elisenda Estanyol
Mireia Montaña
Jan Gonzalo Iglesia
Núria Araüna Baró
Luis Felipe Suárez Corrales
Andrés Miguel Vásquez Ochoa



GAME & PLAY: LA CULTURA DEL JUEGO DIGITAL

Ediciones Egregius
www.egregius.es

Diseño de cubierta e interior: Francisco Anaya Benitez

© Los autores

1ª Edición. 2018

ISBN 978-84-17270-47-6

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los resúmenes publicados en el libro, son de responsabilidad exclusiva de los autores; asimismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:
Comunicación e Información Digital

Editora científica
Carmen Marta-Lazo

Editor técnico
Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

- José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)
Amaya Arribas Urrutia (*Universidad de los Hemisferios, Ecuador*)
Miguel Ezequiel Badillo Mendoza (*Universidad Nacional a Distancia, Colombia*)
Jean Jacques Cheval (*Université Bourdeaux Montaigne, Francia*)
Pedro Farias Batlle (*Universidad de Málaga, España*)
Joan Ferrés i Prats (*Universidad Pompeu Fabra, España*)
Divina Frau Meigs (*Universidad de la Sorbona, Francia*)
Francisco García García (*Universidad Complutense, España*)
Agustín García Matilla (*Universidad de Valladolid, España*)
Sara Gomes Pereira (*Universidad do Minho, Portugal*)
Patricia González Aldea (*Universidad Carlos III de Madrid*)
Elisa Hergueta Covacho (*Universidad de Krems, Austria*)
Octavio Islas Carmona (*Universidad de los Hemisferios, Ecuador*)
Fernando López Pan (*Universidad de Navarra, España*)
Rosálva Mancinas Chávez (*Universidad de Sevilla, España*)
Jorge Cortés Montalvo (*Universidad de Chihuahua, México*)
Gerardo Ojeda Castañeda (*Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, México*)
Miguel Ángel Ortiz Sobrino (*Universidad Complutense, España*)
Sara Osuna Acedo (*UNED, España*)
Daniel Prieto Castillo (*Universidad de Cuyo, Argentina*)
Ramón Reig García (*Universidad de Sevilla, España*)
Rafael Repiso Caballero (*UNIR, España*)
Jorge Rodríguez Rodríguez (*Universidad San Jorge, España*)
Francisco Javier Ruiz del Olmo (*Universidad de Málaga, España*)
Sergio Roncallo Dow (*Universidad de la Sabana, Colombia*)
Stefano Spalletti (*Università di Macerata, Italia*)
Simona Tirocchi (*Universidad de Turín, Italia*)
Jordi Torrent (*Alianza de las Civilizaciones de las Naciones Unidas, USA*)
Miguel Túñez López (*Universidad de Santiago de Compostela, España*)
Victoria Tur Viñes (*Universidad de Alicante, España*)
Carlos Felimer del Valle Rojas (*Universidad de la Frontera, Chile*)

Edita:



**Grupo de Investigación
en Comunicación
e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza**

ÍNDICE

PRESENTACIÓN. Game & Play: La cultura del juego digital	9
<i>Daniel Aranda, Jordi Sánchez-Navarro y Antonio José Planells</i>	
CAPÍTULO I. Análisis de usos de YouTube en la comunidad española de <i>League of Legends</i>	11
<i>Marçal Mora-Cantallops</i>	
CAPÍTULO II. Videojuegos: entre la narración y la interacción. Propuesta de una metodología de análisis de la <i>agency</i> y la interactividad.....	23
<i>Sergio Albaladejo Ortega y Juan Francisco Hernández Pérez</i>	
CAPÍTULO III. Características de las comunidades de jugadores de videojuegos	37
<i>Sandra Sanz Martos, Víctor Navarro y Antonio José Planells</i>	
CAPÍTULO IV. El videojuego como obra de arte. Estrategias de apropiación del medio interactivo en la práctica artística contemporánea	53
<i>Francisco-Julián Martínez-Cano</i>	
CAPÍTULO V. Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación	69
<i>Elisenda Estanyol y Mireia Montaña</i>	
CAPÍTULO VI. Digitalizando la experiencia analógica de juego: el caso de los juegos (post)coloniales.....	87
<i>Jan Gonzalo Iglesia y Núria Araïna Baró</i>	
CAPÍTULO VII. La identidad en los juegos de rol a través de la narrativa	107
<i>Luis Felipe Suárez Corrales y Andrés Miguel Vásquez Ochoa</i>	

PRESENTACIÓN

GAME & PLAY: LA CULTURA DEL JUEGO DIGITAL

Game & Play: La cultura del juego digital ha reunido una serie de ponencias sobre los aspectos sociales y culturales del universo de los juegos digitales. A partir de distintas aproximaciones teóricas y metodológicas, los ponentes han analizado las características de los juegos, los creadores y los jugadores. Asimismo, han reflexionado sobre diferentes cuestiones relacionadas con la imagen de los juegos en los medios de comunicación o los valores que trasmite el juego digital. En general, los ponentes han centrado su atención en los juegos digitales como objetos mediados por las experiencias de sus creadores y sus usuarios y por los medios y otras instituciones. Los investigadores reunidos en el simposio provienen de campos como la comunicación, la educación, la teoría y la estética del arte y los estudios narrativos y literarios.

Daniel Aranda

Universitat Oberta de Catalunya e investigador del grupo GAME (UOC)

Jordi Sánchez-Navarro

Universitat Oberta de Catalunya e investigador del grupo GAME (UOC)

Antonio José Planells

*Universitat Pompeu Fabra, Investigador del grupo GAME
y profesor colaborador de la UOC.*

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE USOS DE YOUTUBE EN LA COMUNIDAD ESPAÑOLA DE *LEAGUE OF LEGENDS*

Marçal Mora-Cantallops

Universidad de Alcalá, España

Resumen

Según la más reciente encuesta de Newzoo (Pannekeet, 2017), un 55% del total de usuarios del popular videojuego League of Legends (LoL) son también (o exclusivamente) espectadores del mismo. Pero, ¿qué contenidos consume dicha audiencia? La condición de espectador no es un superfluo subproducto del acto de jugar sino que forma parte de un ecosistema mediático mucho más amplio en el que se funden la producción, la actuación y la percepción (Boluk & LeMieux, 2017, p.60).

En España, la principal organización que aglutina jugadores y espectadores es la Liga de Videojuegos Profesional. A través de una encuesta a su base de jugadores, con una muestra 439 respuestas válidas, se obtiene que un 88% ve habitualmente las competiciones oficiales de la LCS o la LVP, pero que también un 69% visita de forma habitual canales de YouTube centrados en LoL. Mediante el análisis de las respuestas de la encuesta y la obtención de datos públicos de los canales de YouTube correspondientes, con la ayuda de la YouTube Data API, esta ponencia analiza los perfiles de dichos canales y los elementos que destacan los jugadores de sus canales favoritos.

Los resultados muestran diversidad de perfiles por canal, con unas medias de más de 460.000 suscriptores, 900 vídeos y 129 millones de visionados, aunque la desigualdad es marcada en una horquilla que comprende desde los cientos de miles hasta los cientos de millones. Las palabras que utilizan sus espectadores dan algunas claves sobre lo que buscan en ellos: aprender, entretenerse e informarse.

YouTube se ha convertido en una herramienta de referencia para los jugadores de League of Legends y, a la vez, en otra forma de jugar a League of Legends sin tan siquiera abrir su aplicación.

Palabras claves

YouTube, League of Legends, comunidad, espectador, jugador

Introducción

Alrededor de 205 millones de personas vieron o jugaron a videojuegos relacionados con los eSports en 2014 (Casselman, 2015). Entre ellos, los conocidos como MOBA (*multiplayer online battle arena*) lideran en la clasificación, tanto en jugadores como en audiencia. Para resumirlo en pocas palabras, los MOBA se pueden considerar un subgénero nacido de la estrategia en tiempo real donde dos equipos, típicamente de cinco jugadores cada uno, se enfrentan entre sí. Cada jugador controla a un único personaje, a modo de héroe, y la competición se sitúa en un mapa con tres carriles que conectan una base a la contraria. El objetivo final es destruir la base del contrincante. Su principal factor diferencial frente al género del que se origina es la ausencia de generación de unidades o construcciones, así que gran parte de la estrategia (y de la posibilidad de victoria) se desarrolla en torno al desarrollo individual del personaje y al juego cooperativo durante el combate (Yang, Harrison y Roberts, 2014).

Dos de los cinco juegos con mayor cuota de mercado en PC (sumando jugadores y audiencia) pertenecen al género de los MOBA: League of Legends y DOTA 2 (Pannekeet, 2017). League of Legends, en particular, lidera la clasificación con cierto margen y ha estado en esa posición de liderazgo desde 2012. El juego fue desarrollado por Riot Games, una compañía americana, pero su accionista mayoritario desde 2011 era Tencent, el gigante chino de Internet, que en 2015 adquirió la totalidad de la compañía. El modelo de negocio de League of Legends es *free-to-play*; esto significa que el juego se puede descargar y jugar sin coste económico pero que algunos contenidos son de pago, ya sea usando moneda real (que se intercambia por RPs – *Riot Points*) o moneda propia del juego (los llamados IP – *Influence Points*) que se obtiene en cantidades variables al final de cada partida.

Los campeones (*Champions*) son los personajes controlables por el jugador y, por lo tanto, son el elemento principal del juego. Aunque sea cierto que existen varios modos de juego, el modo principal (y, de largo, el más popular) es la Grieta del Invocador (*Summoner's Rift*), en la que cinco jugadores por equipo escogen sus campeones y compiten contra el equipo contrario, que siguiendo el algoritmo de asignación de aliados y oponentes del juego de Riot deberían tener un nivel de habilidad similar. Existen, eso sí, dos submodos: normal y *ranked*. Ambos se diferencian por el hecho que el segundo se puede identificar con la cara profesional del juego, en el que el resultado de cada partida cuenta en la carrera del jugador, que empieza en los niveles más bajos (en la división 5 de la categoría bronce) y llega hasta los 200 mejores jugadores, que se encuentran en una única división en la categoría *challenger* y que suelen ser los militantes de equipos profesionales. La distribución varía ligeramente a lo largo de la temporada (que es anual), pero esta división contiene menos del 0,1% de los jugadores *ranked*,

mientras el 90% de ellos pasan la temporada en las categorías inferiores: bronce, plata y oro (League of Graphs, 2016). Como el resultado de la partida tiene consecuencias en este modo, los jugadores suelen elegir aquéllos personajes con los que se sienten más capaces, mientras usan el modo normal (sin consecuencia en la carrera) para entrenar.

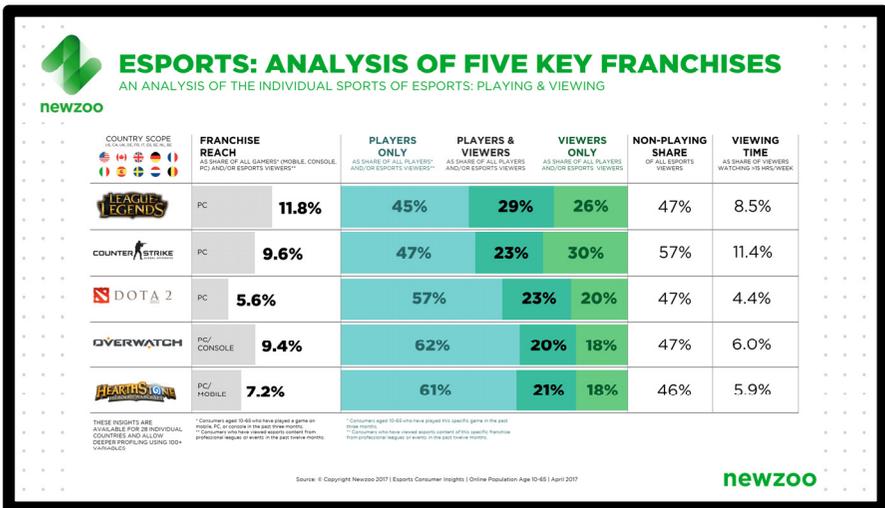
A finales de 2017 había ya 139 campeones disponibles para seleccionar, cada uno con características propias, agrupados por roles (p.ej. asesino, tanque, apoyo), con habilidades diferenciadas (que habitualmente consisten en cuatro habilidades especiales activables y una pasiva) y medidas estadísticas particulares. Así, y dependiendo enormemente del metajuego en ese momento particular en el tiempo (Donaldson, 2015), se podría decir que cada personaje es el más adecuado para un estilo y una posición concreta. Lo que empezó sin forma concreta fue evolucionando con las temporadas y actualmente los cinco jugadores se organizan en cinco posiciones: el que juega en el carril superior (*top*), el que juega en el carril del medio (*mid*) y los dos que juegan en el inferior (*bot*), una pareja compuesta por un jugador dedicado al daño (*adc*) y un jugador de apoyo (*support*). El quinto jugador es el llamado “jungla” (*jungler*), cuyo propósito es obtener y aprovechar los recursos que se encuentran en las partes boscosas entre carriles. Cada jugador obtiene oro de múltiples fuentes y lo invierte en la compra de artículos que mejoran características del personaje. La combinación de un campeón y un conjunto de artículos tiene nombre propio y se conoce como “*build*”.

Uno de los puntos críticos del diseño de League of Legends es su necesidad de balance. Riot Games distribuye parches obligatorios que se instalan al iniciar el juego, habitualmente de forma bisemanal. Dejando a un lado nuevas características o modos de juego, estos parches tienen múltiples utilidades, pero la mayoría de las veces realizan adaptaciones y cambios dirigidos a personajes o artículos que se habían vuelto demasiado dominantes o que, por el contrario, no estaban a la altura (y que, por lo tanto, nadie los estaba utilizando). Un caso extremo es el “*rework*”, que ocurre cuando un personaje ha estado tan en desuso que vuelve “relanzado” con el aspecto y las habilidades cambiadas.

Al basarse en un modelo free-to-play, el jugador no necesita comprar personajes para poder jugar. Riot pone diez campeones en rotación gratuita cada semana, aunque no permita usarlos en *ranked*. Esta rotación también está orientada a que los jugadores prueben los campeones antes de decidir si comprarlos. Compra que tiene un coste variable; los campeones más antiguos son relativamente baratos comparados con los más nuevos, que pueden llegar a costar catorce veces más. El otro elemento principal de compra son los llamados *skins* (o aspectos), que no son más que elementos estéticos que se pueden usar para personalizar de forma limitada al personaje y que

no influyen en el juego (más allá de un posible efecto psicológico de mayor identificación con el mismo). En último plano, cabe destacar también que cada personaje tiene su trasfondo e historia personal.

Análisis como el citado de Newzoo (Pannekeet, 2017) muestran cómo se fragmenta la audiencia de League of Legends. Según este estudio, el 45% de las personas que se relaciona con League of Legends sólo juega, mientras el 29% juega pero es también audiencia (es decir, dedica parte de su tiempo a ver partidas en línea o competiciones profesionales). Más notable es, sin embargo, el 26% restante, que está conformado por gente que es únicamente espectadora del juego. Puesto de otra forma, el 39% del total de jugadores es también espectador, mientras que el 53% del total de espectadores es también jugador, lo que deja un 47% de la audiencia sin tocar el juego. Para más inri, el 8,5% de los espectadores de League of Legends dedican más de 15 horas semanales al visionado de partidas y competiciones de League of Legends. En la infografía que sigue a continuación se puede apreciar, además, que la tendencia es similar entre los cinco juegos principales.



Pannekeet, J. (2017, May 11). eSports, a franchise perspective: 70% watch only one game and 42% do not play.

Así, se puede visualizar cierta aproximación entre el acto de jugar y el acto de ser espectador, que se entrelazan y forman parte de una categoría superior de juego. Ver una partida de League of Legends es, en parte, participar de la misma en una forma lúdica, pero es también hacerlo desde una perspectiva más amplia que contiene un fuerte componente mediático. Como Boluk y LeMieux (2017) afirman:

La condición de espectador no es un superfluo subproducto del acto de jugar sino que forma parte de un ecosistema mediático mucho más amplio en el que se funden la producción, la actuación y la percepción.

En este contexto aparece YouTube como una de las plataformas más relevantes, que, en lo que a eSports y League of Legends se refiere, aglutina desde la distribución de competiciones mediante el uso del *streaming* hasta las producciones amateur de jugadores y aficionados, pasando por tutoriales, retransmisiones anteriores o noticias relacionadas con los cambios en el juego. El contenido que consumen los espectadores españoles de League of Legends (y sus motivaciones para hacerlo) puede proporcionar indicaciones sobre los usos de YouTube en este ecosistema mediático.

Objetivos Generales

La presente comunicación tiene un único objetivo principal, consistente en determinar el uso que los jugadores de League of Legends dan a YouTube en España.

Método

Entre julio y septiembre de 2016, quinientos cuarenta y siete participantes completaron un cuestionario en línea, distribuido por correo electrónico a los 20.000 usuarios más activos de la base de datos de la LVP (Liga de Videojuegos Profesional). La base de datos de la LVP contiene jugadores registrados en su página web, que en el momento del estudio eran 68.410 (jugadores de League of Legends). Con más de 250.000 jugadores registrados, la Liga de Videojuegos Profesional – LVP - es la mayor liga de e-sports de España, liderando el sector con torneos online y presenciales. Opera las competiciones nacionales más prestigiosas (División de Honor), torneos y otros sistemas de competición amateur (LVP Arena) y distribuye en castellano eventos internacionales como la League of Legends Championship Series (c) y la Call of Duty (c) World League. La LVP cubre además servicios de tecnología de gaming, producción de eventos, publicidad y producción audiovisual cubriendo todos los aspectos del ecosistema de los e-sports.

El estudio se dirigió a los jugadores de *ranked* por dos motivos principales. El primero, asegurar un mínimo de experiencia con el juego, puesto que el acceso al modo *ranked* sólo se produce tras superar un determinado nivel. En segundo lugar, los datos que se pueden extraer del juego sólo contienen los registros de las partidas profesionales, así que a nivel técnico los datos del modo normal no están disponibles para análisis. Cabe notar que se consideró que el nombre de invocador (que es, de alguna manera, el identificador del jugador dentro del juego) como información personal, así que se pidió como campo opcional, reduciendo el número final de respuestas completas a cuatrocientas treinta y ocho. Las características demográficas de la

muestra final fueron, entonces, $N=438$, edad entre 13 y 35 años (media de 19.4 con desviación estándar de 3.45). 93.8% de los participantes son masculinos ($N=411$, media 19.2 años, $SD=3.36$) y 6.2% son femeninos ($N=27$, media 21.96 años, $SD=3.87$).

Entre los encuestados, el 88% confirmó ser espectador habitual de la LCS (Liga Europea) o de la LVP, mientras que el 69% mencionó visitar habitualmente YouTube para ver contenidos relacionados con League of Legends. Así, y respecto a las cifras de Newzoo, la muestra obtenida con jugadores *ranked* presenta un porcentaje de jugadores-espectadores muy superior a la global.

A la pregunta “Si visitas canales de YouTube que se centren en League of Legends habitualmente, ¿podrías indicar brevemente cuáles recomendarías y por qué?”, los 438 usuarios recomendaron un total de 79 canales distintos, alegando motivos diversos en un campo de texto libre. Como ejemplo, el canal más mencionado (RevenantLoL) lo fue por 85 personas distintas. También es destacable que entre los 10 canales más relevantes, siete sean en español (como es de esperar en la comunidad española) pero tres sean en inglés. Los comentarios obtenidos como respuesta a los motivos alegados por los usuarios se trataron más tarde, contando sus palabras y codificandólas.

Para la extracción de los datos de los canales y sus vídeos se utilizaron las funciones disponibles en la API de YouTube. La API es un conjunto de funciones que YouTube (u otro) proporciona para acceder a sus datos. Pueden ser utilizadas combinadas con otros lenguajes de programación como Python, por ejemplo. La extracción inicial de los datos, a modo de muestra, obtiene 50 vídeos (como máximo) por canal. La muestra final contiene 3749 vídeos.

Resultados

Los resultados se presentan en dos secciones: en primer lugar, una breve exposición de los parámetros descriptivos de los canales y vídeos recogidos. En segundo lugar, se expone el análisis de contenido mediante el conteo de las palabras más usadas en las descripciones de los encuestados.

Parámetros descriptivos de los canales y vídeos

Para tener una perspectiva sobre la dimensión de la muestra de 79 canales obtenida, se incluyen a continuación sus medidas de suscriptores, número de vídeos publicados y visionados totales, incorporando la media y el rango (del máximo al mínimo).

Dimensión	Suscriptores	Vídeos publicados	Visionados
Media	461.839	916	129 millones
Máximo	2.810.551	8.377	$1,37 \cdot 10^9$
Mínimo	50	9	854

Tabla resumen de los descriptivos por canal

Se aprecia que como las cifras medias son notables, pero la dispersión es también evidente, con unos pocos canales que contabilizan sus suscriptores por millones y visionados por billones, mientras que una larga cola de canales no llega, ni de lejos, a semejantes cifras.

Dimensión	Duración	Veces visto	Comentarios
Media	1396s (23 min 16 s)	220.759	490

Tabla resumen de los descriptivos por vídeo

A nivel de los vídeos se presentan sólo las medias, para proporcionar un orden de magnitud: se trata, en general, de vídeos de poco más de 23 minutos de duración, vistos más de 220.000 veces y con cerca de 500 comentarios, lo que indica que una cantidad relevante de usuarios decide interactuar (participar) con el contenido distribuido.

Recuento y análisis de las palabras utilizadas

Los jugadores que respondieron el cuestionario se expresaron de forma libre y espontánea en el campo que correspondía a la justificación para citar sus canales favoritos o habituales de YouTube. Ese campo contenía lenguaje informal, con gran número de palabras relacionadas con el juego e, incluso, errores ortográficos. El proceso que se siguió para tratar los comentarios fue el siguiente:

1. Extracción del texto de todos los comentarios, en bruto.
2. Eliminación de motes frecuentes y sin contenido propio, como artículos y preposiciones (y también los nombres propios de los canales).
3. Recuento de palabras en bruto.
4. Identificación de errores ortográficos y corrección de los mismos.
5. Agrupación de palabras según su raíz. (Por ejemplo, aprender y aprendes son, para el análisis, la misma palabra).
6. Categorización y agrupación de categorías.

La única palabra que se evitó agrupar por su raíz fue “juego”, que presenta una conocida problemática lingüística (Arjoranta, 2014) en la distinción entre lo que es juego (*game*) y jugar (*play*), que no es objetivo de esta investigación. Resultando, además, palabra neutral para el estudio, carece de interés adicional.

A continuación se presenta la tabla resumen con las 25 palabras más frecuentes y su categorización final:

	Palabra	#		Palabra	#		Palabra	#
1	didácticos	10	11	enseña	6	21	gameplays	3
2	aprender	10	12	guias	5	22	graciosos	3
3	jugar	9	13	parches	4	23	jugadas	3
4	contenido	8	14	gusta	4	24	partidos	3
5	divertido	8	15	juega	4	25	entretenido	3
6	juego	8	16	jungla	4			
7	profesionales	7	17	humor	4		Aprender	
8	campeones	7	18	buenos	4		Entretener	
9	noticias	6	19	consejos	3		Informar	
10	builds	6	20	novedades	3		Neutro	

Las 25 palabras más frecuentes en las descripciones junto al número de veces que aparecen.

Como se puede apreciar, se generan básicamente tres categorías: palabras que indican cierta intención de aprendizaje (didáctico, aprender, enseñar), palabras que denotan entretenimiento (divertido, humor) y palabras que responden a una necesidad de información (noticias, novedades e, incluso, partidos – retransmisiones pasadas).

En el caso de información, se encuentran vídeos relacionados con presentaciones de nuevos personajes, contenido relacionado con los jugadores profesionales (fichajes, cambios de equipos), así como cambios en el propio juego (parches). En esta motivación se encuentran comentarios textuales como:

“Sube contenido de todos los parches o novedades y lo hace verdaderamente bien”

“Son muy interesantes y muy variados en cuanto a noticias y eventos del LoL”

“*catacroquer* por subir noticias y contenido, para saber lo que saldrá en futuros parches”

El entretenimiento parece estar, a menudo, vinculado con la diversión, el humor y los vídeos con propósito cómico, pero también puede presentar un componente de retransmisión deportiva para los jugadores que ven eventos

en directo, a menudo acompañados de contenidos adicionales. Comentarios que sirven para ilustrarlo:

“es muy divertido y demuestra que no todo es ganar”
“Es muy gracioso, entretenido y juega bien”
“porque me río mucho con ambos”

Por último, pero no menos importante, es notable la frecuencia con la que aparecen palabras relacionadas con el aprendizaje, como didáctico, aprender y enseñar. Son mayoritariamente jugadores que buscan entender determinadas partes del juego para mejorar sus conocimientos. Pero también hay otra sección más específica, la de los consejos, guías y *builds*; se trata de jugadores cuya motivación para acceder a ciertos canales es encontrar pistas sobre cómo usar un personaje. Es habitual, de hecho, afrontar el uso de un nuevo campeón mediante el uso de una guía del *build* (indicaciones básicas sobre el tipo de campeón y qué artículos y habilidades le funcionan mejor). Aquí se encuentran justificaciones como

“los recomendaría porque son muy didácticos y se aprende mucho de sus videos”
“Es un jugador que me parece bastante bueno y a medida que juega te enseña trucos y te da consejos acerca del juego”
“*Revenant* porque explica muy bien las builds”

Las palabras clasificadas como neutras no se atribuyen a ninguno de los casos anteriores porque podrían, de hecho, pertenecer a cualquiera de ellos. Los “profesionales” pueden enseñar, entretener o informar, y los “parches” pueden referirse a vídeos que los explican o que enseñan cómo adaptarse a los cambios, así que se ha optado por dejarlas a modo ilustrativo del análisis.

Discusión y conclusiones

Aunque el concepto de “espectador de videojuegos” pueda parecer reciente, es un fenómeno que en realidad se remonta a los salones recreativos, donde los jugadores combinaban dos actividades que podían ser igualmente placenteras: jugar una buena partida y ver jugar un buen jugador. Pero lo que sí ha cambiado es el entorno mediático; el acceso generalizado a Internet y, cada vez en mayor medida, a las redes de banda ancha. Apuntaban Lenhardt y Madden (2005) hace más de 10 años que la mitad de adolescentes habían producido en algún momento contenido propio y que el tercio de los que disponían de Internet lo habían usado para compartirlo; los niveles de competencia mediática entre los adolescentes de 2017 han multiplicado esas cifras. La cultura de la participación de la que habla Jenkins está presente en el día a día de los jugadores estudiados en el presente análisis, animada por las cada vez más bajas barreras de entrada a la expresión artística y a compartir contenidos y aprendizajes de forma percibida como relevante.

La comunidad española de League of Legends forma, en su intersección con la comunidad de YouTube, una subcomunidad que se encarga principalmente de hacer circular el contenido producido por miembros de la propia comunidad. Esos miembros son, a su vez, capaces de distinguir entre distintos usos del material disponible para cubrir sus necesidades mediáticas. Reconocen canales y vídeos útiles para su aprendizaje, para su información y para su entretenimiento. Los beneficios de esta cultura de la participación incluyen posibilidades de aprendizaje entre iguales (jugadores que enseñan a otros jugadores), formas diversas de expresión artística (con contenidos didácticos, lúdicos, humorísticos e informativos en una misma mezcla) y el desarrollo de competencias mediáticas que pueden trascender a la comunidad. De hecho, algunos investigadores argumentan que los niños y niñas adquieren este tipo de competencias por su cuenta, mediante la interacción con la cultura popular (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton y Robison, 2009).

El ecosistema dual jugador/espectador de los jugadores participantes en este estudio ilustra cómo el acto de jugar genera otras prácticas a su alrededor. El análisis se centra en el uso que dichos jugadores hacen de una plataforma distribuidora de contenidos en vídeo como YouTube, en el que ejercen de espectadores de contenidos relacionados con el juego desde diversos ángulos. Se ha comprobado cómo algunos jugadores acuden a la plataforma para consultar las noticias relacionadas con el juego y para anticiparse a los cambios en el mismo, mientras otros se entretienen doblemente con el juego, tanto dentro (en sus partidas) como fuera (siendo espectadores de partidas de otros o divirtiéndose con canales que basan su propuesta en contenidos contruidos a partir del propio juego). A nivel de competencia mediática quizás sea incluso más relevante el uso relacionado con el aprendizaje, con jugadores (profesionales y/o amateurs) compartiendo guías, contenido, consejos y tutoriales, trabajando habilidades que son comparables en complejidad a las necesarias para afrontar la vida diaria.

En un entorno en que el videojuego trasciende el acto de jugar es cada vez más relevante y necesaria la comprensión de las prácticas que genera, que apuntan a unos niveles de complejidad que requieren investigación adicional. Zagal (2010) plantea la *ludoliteracy* como la habilidad para jugar, pero también como la habilidad para entender los significados en relación con los juegos y para crearlos. Por lo visto en este análisis exploratorio, y citando a Sánchez-Navarro, Aranda y Martínez-Martínez (2014), “hay que atender a lo lúdico digital como herramienta didáctica y lo lúdico digital como objeto de estudio.” Este es, tan sólo, un punto de partida.

Referencias bibliográficas

- Casselman, B. (2015). *eSports is a massive industry -- and it's growing*. Recuperado de http://espn.go.com/espn/story/_/id/13059210/esports-massive-industry-growing [Recuperado 17/06/2015].
- Yang, P., Harrison, B. y Roberts, D.L. (2014). Identifying Patterns in Combat that are Predictive of Success in MOBA Games. En *Proceedings of the 9th International Conference on the Foundations of Digital Games* (Fort Lauderdale, Florida, USA, April 3-7, 2014).
- Pannekeet, J. (2017, May 11). *eSports, a franchise perspective: 70% watch only one game and 42% do not play*. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/articles/esports-franchises-70-watch-only-one-game-and-42-dont-play/> [Recuperado 11/05/2017].
- League of Graphs. Recuperado de <http://www.leagueofgraphs.com/rankings/rank-distribution> [Recuperado 21/05/2016].
- Donaldson, S. (2015). Mechanics and Metagame Exploring Binary Expertise in League of Legends. *Games and Culture*. DOI: 10.1177/1555412015590063.
- Boluk, S., y LeMieux, P. (2017). *Metagaming: Playing, Competing, Spectating, Cheating, Trading, Making, and Breaking Videogames*. University of Minnesota Press.
- Arjoranta, J. (2014). Game Definitions: A Wittgensteinian Approach. *Game Studies: the international journal of computer game research*, 14 (1). Recuperado de <http://gamestudies.org/1401/articles/arjoranta>
- Lenhardt, A., & Madden, M. (2005). *Teen Content Creators and Consumers*. Washington, DC.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., y Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.
- Sánchez-Navarro, J., Aranda Juárez, D., y Martínez-Martínez, S. (2014). *El juego digital e Internet como ecosistema lúdico: Jerarquía de medios para el entretenimiento y alfabetizaciones emergentes*.
- Zagal, J.P. (2010). *Ludoliteracy: Defining, Understanding, And Supporting Games Education*. ETC Press.

CAPÍTULO II

VIDEOJUEGOS: ENTRE LA NARRACIÓN Y LA INTERACCIÓN. PROPUESTA DE UNA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE LA AGENCY Y LA INTERACTIVIDAD

Dr. Sergio Albaladejo Ortega

Universidad Católica de Murcia, España

Dr. Juan Francisco Hernández Pérez

Universidad Católica de Murcia, España

Resumen

A pesar de su longevidad en el terreno del ocio electrónico, las cinemáticas o *cut-scenes* se hallan en una suerte de tierra de nadie, lo que dificulta que hagan pie en el ámbito de lo estrictamente narrativo o de lo inequívocamente lúdico. Resulta necesario, por consiguiente, estudiar el valor y la funcionalidad de este tipo de secuencias por el hecho de considerar que, si bien no son jugables, constituyen parte innegable del juego, al igual que el resto de acciones que el jugador lleva a cabo durante el *gameplay*. Con este fin, el presente artículo se aproxima a las distintas etapas que conforman las obras videolúdicas persiguiendo desentrañar el valor que poseen en ellas la interactividad y la intervención de los jugadores, así como el grado en que ambos aspectos se presentan en cada caso. La metodología que se desarrolla está basada en el modelo binomial hombre-máquina de Galloway (2007), que analiza las relaciones que se establecen a través del juego entre ambas instancias, poniendo en valor la importancia de aquellos actos que no corresponden al jugador y que, sin embargo, influyen en su experiencia lúdica. Así, se analiza el modo en que la *agency* (Murray, 1997; King & Krzywinska, 2002; Planells, 2015) favorece unos u otros tipos de actuación a través de las distintas etapas del videojuego, tratando de desentrañar en qué medida afecta a la historia relatada y a la experiencia de juego proporcionada.

Palabras claves

Tecnología y cambio social, Innovación tecnológica, Comunicaciones sociales, Medios de comunicación de masas, Actitudes sociales

Introducción

El cine y los videojuegos, pese a ser dos industrias culturales diferenciadas, han ido ganando proximidad de forma creciente, vinculándose a través de los conglomerados mediáticos y las distintas marcas que los representan. Tal y como expone Wolf (2008) en su obra *The video game explosion: a history from PONG to Playstation and beyond*, la industria del videojuego se introdujo en el cine a través de la película *El campeón del videojuego* (*The Wizard*, Todd Holland, 1989), que puso en relación ambas industrias relatando la historia de tres jóvenes amigos que asistían a un campeonato de videojuegos, lo que permitió llevar a cabo el *product placement* de productos de Nintendo célebres por aquel entonces y promocionar incluso el lanzamiento del exitoso título *Super Mario Bros. 3* (*Super Mario Bros. 3*, Nintendo, 1990). Este filme allanó el camino para que ambas industrias se fuesen aproximando cada vez más, no solo a través de filmes cuyas tramas giraban en torno al mundo videolúdico sino también por medio de adaptaciones de largometrajes a videojuegos o, por el contrario, de videojuegos a largometrajes. Sucede así, por ejemplo, en el caso de las múltiples adaptaciones al videojuego de películas pertenecientes a franquicias como *James Bond*, *Disney* o *El Señor de los Anillos*, o en el de los numerosos títulos de ocio electrónico que, como *Street Fighter*, *Resident Evil* o *Tomb Raider*, han sido llevados a la gran pantalla.

Lejos de tratarse de casos aislados, este tipo de relaciones son cada vez más frecuentes, por lo que no resulta extraño que sea Steven Spielberg quien dirija el filme *Ready Player One* (2018), adaptación de la novela de temática videolúdica que se convirtió en un hito desde su publicación en 2011, o que el director Guillermo del Toro y los actores Mads Mikkelsen y Norman Reedus protagonicen el último título de Hideo Kojima, *Death Stranding* (Kojima Productions, s/f). Del mismo modo, tampoco es de extrañar que algunas de las películas estrenadas en los últimos años estén basadas en videojuegos cuya producción ha sido asumida o participada por desarrolladoras de videojuegos, o por filiales creadas a partir de éstas, como es el caso de Blizzard Entertainment y *Warcraft: el origen* (*Warcraft: The beginning*, Duncan Jones, 2016) o Ubisoft Motion Pictures y *Assassin's Creed* (*Assassin's Creed*, Justin Kurzel, 2016).

A pesar de las múltiples conexiones existentes entre el cine y los videojuegos, parece indudable que se trata de medios distintos, en tanto que la experiencia que proporcionan se erige sobre dinámicas diferenciadas. Mientras que un videojuego “exige la interacción y participación activa de los jugadores, [...] el cine puede tener sentido sin que sus espectadores contribuyan, actúen o reaccionen” (Huang, 2017: 4). De este modo, el hecho de que el jugador intervenga e interactúe, se convierte en un requisito indis-

pensable respecto al cual existe un férreo consenso dentro de los denominados ‘Games Studies’ (Aarseth, 1997; Frasca, 1999, 2003; Newman, 2004, 2008; Juul, 2001, 2005; Ryan, 2006, 2015). Por el contrario, frente a esta postura –la ludología–, que defiende la hegemonía de las mecánicas de juego, se halla otra postura académica –la narratología– que se aproxima a los videojuegos considerando que debe existir una narración que los sustente. Ante esta diatriba, que se originó a finales de los 90 y persiste actualmente, resulta necesario hallar un método que permita examinar dichos aspectos.

Por este motivo, el presente trabajo pretende establecer un primer acercamiento a una metodología de análisis del videojuego que sea capaz de medir los niveles de interacción del jugador en todos aquellos actos que lo conforman. Se hace necesario examinar todos ellos en la medida en que el individuo está inmerso en una experiencia lúdica que se erige sobre situaciones jugables pero también, con bastante frecuencia, sobre otras en las que no interviene directamente pero que condicionan igualmente su experiencia.

Marco teórico

Atendiendo al ecosistema mediático contemporáneo, caracterizado por la omnipresencia de contenidos audiovisuales y videolúdicos accesibles a través de dispositivos que posibilitan su consumo ubicuo y cada vez más inmersivo, no resultaría extraño que el siguiente paso fuese vivir dentro de películas-videojuegos en las que poder interactuar sin cortapisas, tal y como parece vaticinar la creciente democratización de la realidad virtual.

Los videojuegos evolucionarán hacia historias interactivas, como las mostradas en la holocubierta de *Star Trek*. En este futuro hipotético, los jugadores podrían interactuar con personajes virtuales tan redondos como los de las novelas o las películas, llevando a cabo elecciones que podrían influenciar una trama en constante evolución. Sería como vivir en una novela, en la que las acciones de los jugadores tuviesen tanta influencia sobre la historia como la que poseerían en el mundo real. (Bogost, 2017)

A través de esta predicción, el investigador y diseñador de videojuegos Ian Bogost pone el acento ya no solo en la interacción sino, sobre todo, en la inmersión, aunque asociando ambos fenómenos a la existencia de una narración que vertebré la experiencia fabulada. Evidencia así el deseo del jugador por formar parte de una historia que se está desarrollando ante sus ojos; algo que, a pesar de las evidentes diferencias en términos de virtualización, en las plataformas de juego actuales resulta fundamental para aquellos jugadores que buscan sumergirse en el relato. Los juegos con un mínimo de narratividad necesitan enganchar emocionalmente (Newman, 2004; Rose, 2011), convirtiendo al espectador en un jugador “con capacidad para controlar a un personaje en el mundo diegético del juego” (Wolf, 2001:

93), puesto que el jugador “incorpora (en el sentido de interiorización o asimilación) el entorno de juego en su conciencia, siendo al mismo tiempo incorporado en él a través de su avatar” (Calleja, 2015: 220).

Esto resulta obvio respecto a los momentos jugables del videojuego, que se designan con el término *gameplay* y definen “los retos que presenta el juego y las acciones que el jugador debe llevar a cabo para superarlos” (Rollings y Adams, 2003: 518-519). Sin embargo, se complica en el caso de las cinemáticas o *cut-scenes*, denominación que, siguiendo a Juul (2005), define las secuencias no-interactivas del videojuego que, bajo la forma de clips de vídeo, proporcionan su trasfondo o informan al jugador de las tareas que debe acometer.

En la obra *Difficult questions about videogames* (2004) se planteó a varios expertos en materia videolúdica la pregunta “¿Qué es el *gameplay*”, a lo que el profesor y teórico danés Jesper Juul respondió que son “*la parte dinámica del juego, el modo en que toma forma; [en definitiva] lo que el jugador puede hacer*”, mientras que Erik Champion, profesor de Estudios Culturales de la Universidad de Curtin, respondió que “*se trata de todo aquello que hace avanzar la acción*” (Newman y Simons, 2004: 65-66). Esta respuesta, la de Champion, refleja una de las principales controversias que distancian las posturas académicas comentadas anteriormente. Las cinemáticas pueden cumplir los siguientes cinco cometidos: 1) introducir una tensión narrativa central, implantando un conflicto alrededor del cual gravite el juego, 2) conducir la historia en un determinado sentido, condicionando las acciones posteriores del jugador 3) compensar la narrativa de juego perdida, mostrando lo acontecido entre fases jugables, 4) emparentar el juego con la estética cinematográfica contemporánea, 5) proporcionar información al jugador, aportándole datos útiles que le ayuden a contextualizar como (Egenfeldt-Nielsen, Smith y Tosca, 2015: 176-177). Por consiguiente, dado que las *cut-scenes* pueden tener todas estas aplicaciones, se hace difícil rechazarlas como parte indiscutible del juego.

Tomando en consideración las anteriores concepciones de la cinemática o *cut-scene*, quizás lo mejor sea partir de las dos siguientes premisas: que se trata de “secuencias en las que al jugador no se le ofrece control directo a través de la interfaz del juego”, pero que resultan fundamentales en la medida en que “introducen o contextualizan las fases jugables o los episodios en los que sí se le ofrece control directo o interactividad” (Newman, 2004: 17). De este modo, a pesar de no permitir al jugador intervenir ni interactuar de forma directa, las cinemáticas logran conectarle con el desarrollo de las acciones que se le presentan en pantalla, tal y como sucede en el medio cinematográfico cuando los espectadores se involucran en la narración del filme a través de la proyección y la empatía. Y, por su parte, el *gameplay* resulta imposible de disociar por completo de la narración, dado que en muchos casos supone una representación incuestionable del relato, genera

un efecto narrativo mediante la manipulación de los controles del jugador, permite la exploración del mundo narrativo o evidencia la progresión temporal del discurso (Sim y Mitchell, 2017).

La dificultad de determinar en qué grado condicionan la experiencia de juego los fenómenos recalcados, implica estudiar y clasificar los grados de interactividad e intervención presentes en cada caso. Aunque estos aspectos se desarrollarán en epígrafes posteriores, conviene explicitar aquí una distinción que resulta fundamental para su correcta comprensión. Así, respecto a la interactividad, la definición que aportan Costa y Piñeiro (2014: 20) resulta muy acertada:

La interactividad está ligada a la estructura no lineal de la narrativa, a la capacidad de intervención que se le otorgue al usuario en un producto dado hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio o aplicación.

Aunque la interactividad involucra y personaliza la experiencia, se convierte con frecuencia en apenas una respuesta a un estímulo, en aprovechar una opción que el sistema permite pero que difícilmente transmite una sensación de libertad y progresión indefinida. Por el contrario, la *agency* va más allá de la participación y la actividad, adentrándose en el territorio de la experiencia narrativa (Sims, 1997; Cheng, 2007), transportando al jugador a un entorno virtual del que se siente protagonista indiscutible. A este respecto, la aclaración que realiza Murray (2004: 10) resuelve las posibles confusiones que pudiesen producirse en ambos conceptos:

Agency es el término que uso para distinguir el placer que proporciona la interactividad, que surge de las dos propiedades de lo procedimental y lo participativo. Cuando el mundo del juego responde expresiva y coherentemente a nuestra intervención en él, entonces es cuando experimentamos la *agency*.

Así, tal y como la propia Murray (1997: 381) afirmaba cuando empezaba a dar forma al término, “la *agency* tiene que ver con la satisfacción que proporciona el hecho de ser consciente del poder otorgado para intervenir en la acción y ver los resultados de las decisiones y elecciones tomadas”. Esta concepción primigenia se completa a la perfección en la actualización que la autora realiza del término en el anexo que incluye la edición de 2017 de su célebre obra *Hamlet en la Holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, donde defiende que “lo opuesto a la agencia dramática es el aburrimiento de una cinemática que interrumpe el *gameplay*, o la exasperación de ser privado de la acción que consideras que tu personaje querría realizar” (Murray, 2017: 189).

Con todo ello, una vez ubicados estos elementos y mecánicas de los que depende la experiencia de juego, se ofrece en el siguiente epígrafe una propuesta metodológica que toma forma a partir de la fundamentación teórica

previa y de los modelos expuestos a continuación, sobre los que se erige el modelo en cuestión.

Método

La metodología de análisis utilizada se basa en la propuesta realizada por el profesor de la Universidad de Nueva York Alexander R. Galloway (2007), la cual establece cómo son las relaciones que se dan durante el juego entre las dos figuras principales: el videojuego y el jugador. Cada una de estas figuras, durante el proceso de interacción, lleva a cabo determinados actos que el autor clasifica como actos-máquina y actos-jugador (*Machine-axe* y *Operator-axe*)¹. La diferencia reside en que las acciones de la máquina son actos que llevan a cabo el propio software y hardware, mientras que las acciones del operador son actos realizados por los jugadores.

Según Galloway (2007), para que la experiencia lúdica sea satisfactoria, dichos actos deben relacionarse con las dos subsiguientes instancias que vienen determinadas por los espacios diegético y no-diegético. El autor afirma que, aunque es consciente de la confrontación existente entre ludólogos y narratólogos, el uso de estos términos afines a la narrativa cinematográfica resulta útil para entender los distintos tipos de acción que intervienen en el juego. Otros autores como Alison McMahan (2003) también han utilizado esta terminología para acercarse al concepto de inmersión y presencia en el contexto del videojuego, determinando el nivel diegético, como el momento en el que el jugador está atrapado en el universo del juego, y el nivel no-diegético, cuando la narrativa no es un elemento clave en el videojuego y el jugador simplemente intenta obtener una gran puntuación, idear una estrategia ganadora o mostrar su destreza a otros usuarios.

El profesor e investigador de la Universidad de Swinbure Steven Conway (2009) afirma que el espacio digético se refiere a cualquier cosa dentro del mundo del juego, mientras que el no-diegético se refiere a lo que existe fuera o en la parte superior del mundo del juego. Por ejemplo, aunque el avatar del jugador es diegético, una barra de salud no es diegética porque no existe dentro del mundo de juego de ficción. Por tanto, en la metodología de Galloway (2007), la diégesis del videojuego es el universo donde transcurre la acción narrativa del juego, y los elementos no-diegéticos son aquellos que suceden en el exterior de la acción narrativa.

La combinación de todas estas instancias genera un cuadro con cuatro tipos de acciones: 1) actos diegéticos del videojuego, 2) actos no-diegéticos del

¹ Aunque el hecho de jugar a un videojuego es un acto interactivo, Galloway (2007) prefiere realzar la *acción* de jugar para indicar que dicho proceso no se basa en mirar y leer/pensar/reflexionar (cine, literatura, arte...), sino en provocar un cambio material a través de la acción.

videojuego, 3) actos diegéticos del jugador y 4) actos no-diegéticos del jugador, que vienen detallados en la tabla posterior.

Tabla 1. Acción del juego

Tipo de acción del juego	Categorías	Forma de la acción	Ejemplificación
Acto diegético de la máquina	Acto ambiental, <i>machinima</i>	Proceso	<i>Cut-scenes</i> , cinematáticas, vídeos.
Acto no-diegético de la máquina	Actos de inutilización, acto de habilitación	Código	Bugs, Power-ups, Ajuste dinámico de la dificultad, Interfaz informativa
Acto diegético del jugador	Acto de movimiento, acto expresivo	Juego	Mecánicas, dinámicas
Acto no-diegético del jugador	Actos de configuración	Algoritmo	Configuración del personaje, vestimenta... Se deciden fuera de la diégesis del juego.

Fuente: Galloway (2007)

Para explicar con detalle cada uno de los tipos de acción y ejemplificarlos de forma adecuada, se utilizan los aportes originales de Galloway (2007), aunque asistidos por las contribuciones de Ramírez y Navarrete-Cardero (2017), quienes han analizado dicha metodología aplicándola al caso del dispositivo de realidad virtual Oculus Rift:

- **Actos diegéticos de la máquina:** se producen cuando el juego se está desarrollando pero el jugador no interviene. Durante estos *actos ambientales* el juego se muestra como un objeto puramente estético. En el videojuego *Skyrim* (Bethesda Game Studios, 2011), cuando el jugador no ejecuta ningún tipo de acción durante un tiempo, se entra en un estado ambiental que viene revelado por un movimiento continuo de cámara en 360° que muestra al personaje como elemento central del contexto en que se sitúa. De otro lado, existen durante el juego determinados intermedios o transiciones de no-acción que componen las secciones puramente cinematáticas del juego (*machinima*) y cuyo objetivo es desarrollar el argumento. En *The Witcher 3* (REDengine, 2015), cada nueva acción que se debe llevar a cabo como parte de la misión general comienza con algún tipo de cinemática que sitúa al espectador en la historia y le ayuda a entender el porqué de la misión.
- **Actos no-diegéticos de la máquina:** son realizados por la propia máquina y, aunque complementan la experiencia del juego, no forman parte

de la diégesis. Estos actos no-diegéticos por parte del operador se pueden dividir en dos tipos: *actos de inutilización* y *actos de habilitación*. Los primeros son las deficiencias propias del juego que ocurren de forma externa pero que influyen negativamente en él porque inutilizan la lógica del juego: *bugs*, suspensiones de la red, caída del servidor...; y los segundos, se producen cuando la máquina ofrece algo al jugador: bonificaciones, salud, vida, puntos, dinero...

- **Actos diegético del jugador:** es el *gameplay*, la acción del jugador sobre el mundo jugable, y aparece en forma de *actos de movimiento* o *actos expresivos*. Los primeros cambian la orientación o posición dentro del juego, mientras que los segundos activan los actos dentro del juego: seleccionar, coger, guardar, disparar, saltar... En el caso del videojuego *Cuphead* (Studio MDHR, 2017), cuando el jugador mueve al personaje dentro del campo de juego, está realizando actos de movimiento, y en el momento en el que pulsa el botón de disparar, saltar o deslizarse, lleva a cabo actos expresivos.
- **Actos no-diegéticos del jugador:** son las acciones de configuración que ocurren fuera de la diégesis. Aquí se contemplan tanto las acciones durante las cuales el acto de configuración se sitúa dentro de la propia jugabilidad, como el uso de trampas o trucos ejecutados fuera del juego que afectan a cómo se juega. Muchos juegos de estrategia como *Final Fantasy X* (Square-Enix, 2002) o *Warhammer 40.000: Deathwatch* (Rodeo Games, 2015), permiten modificar las opciones de configuración mientras se está en la diégesis, por lo que estos actos están estrechamente ligados a la narrativa del juego. Sin embargo, en juegos como *Los Sims 4* (Maxis, 2014) pueden ejecutarse una serie de comandos fuera de la diégesis, a modo de trucos, que afectan a cómo se juega: lograr más dinero, cubrir de forma más ágil las necesidades del personaje, desactivar la posibilidad de morir, etc.

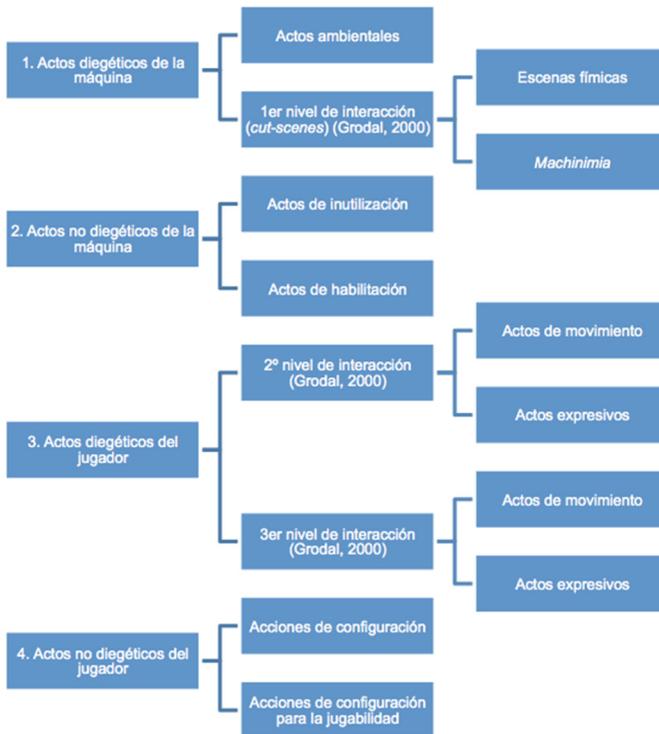
Asimismo, para completar el análisis del modelo binomial jugador-máquina, y con la finalidad de ahondar más en el nivel de interacción entre los dos elementos principales –videojuego y jugador–, se ha recurrido a la *agency* (Murray, 1997; King & Krzywinska, 2002; Planells, 2015) y, como se verá más adelante, también a los niveles de interacción en los videojuegos que establece Grodal (2013). Tal y como se expuso en la fundamentación teórica, la *agency* alude a la capacidad del espectador para actuar, para “llevar a cabo acciones significativas y ver los resultados de sus decisiones y elecciones” (Murray en Planells, 2015: 107).

Los juegos digitales emplean a menudo aspectos del cine para hacer más significativas y otorgar resonancia a las actividades llevadas a cabo por los jugadores en un juego, ya que lo que define a los juegos generalmente, diferenciándolos de otros medios, es que un juego tiene que ser jugado. Esto, necesariamente, involucra al jugador en la toma de decisiones que

afectan de algún modo al avance de juego y hacen que tenga que responder a esas elecciones. (Brown y Krzywinska, 2009: 86).

Respecto a esta toma de decisiones, el profesor de la Universidad de Copenhague Torben Grodal habla de tres formas de interacción en los videojuegos, siendo la primera aquella que relega al jugador al rol de testigo pasivo de los espacios, las acciones y los procesos, como si fuese el espectador de una película; la segunda, la que se basa en una exploración activa de estos componentes, permitiendo que sean controlados completamente; y la tercera, aquella que no solo es activa sino también interactiva, en tanto que “el jugador tiene que realizar determinadas acciones en un tiempo dado para poder superar con éxito las distintas pruebas que se le presentan” (Grodal, 2010: 203). La idoneidad de aplicar en esta investigación los diferentes niveles de interacción aportados por Grodal –a partir de las consideraciones de Murray– se debe a que permite componer un corpus analítico más preciso sobre los diferentes elementos que se encuentran presentes en el juego y que influyen en la jugabilidad y, por tanto, en la experiencia lúdica. A continuación se presenta el esquema general, determinado por la conjugación de ambas teorías.

Gráfico 1. Esquema metodológico de investigación



Fuente: Elaboración propia a partir de Galloway (2007) y Grodal (2000)

1. **Actos diegéticos de la máquina:** se consideran, de un lado, los *actos ambientales* que se pueden producir cuando se produce la no-acción del jugador, y del otro, se incluye el primer nivel de interacción (Grodal, 2000), durante el cual el jugador es relegado al rol de testigo pasivo. En este sentido, esas secuencias están generadas normalmente mediante imagen real/animada o escenas realizadas a partir del motor del propio videojuego. Sin embargo, puesto que el método de análisis presentado se presta a la incorporación de nuevas subcategorías más específicas, podrían matizarse otros aspectos como el hecho de que éstas sean pre-renderizadas o renderizadas en juego.
2. **Actos no-diegéticos de la máquina:** se trata de aquellos actos que no intervienen en la diégesis del juego y que serán diferenciados como *actos de inutilización* o *actos de habilitación*.
3. **Actos diegéticos del jugador:** corresponden a los dos últimos niveles de interacción, en los que el jugador participa de forma activa en la jugabilidad (Grodal, 2000), bien teniendo un control absoluto sobre la misma –segundo nivel–, bien realizando acciones concretas para superar determinadas pruebas –tercer nivel–.
4. **Actos no-diegéticos del jugador:** se trata de aquellas acciones de configuración que puedan venir predeterminadas o, por el contrario, que puedan ser modificadas y tengan relación directa con la jugabilidad.

Tras el recorrido realizado para alcanzar el esquema de investigación recién descrito, se extraen a continuación las conclusiones derivadas de la revisión de los conceptos interactividad y *agency*, la categorización de los actos que pueden conformar un videojuego y, finalmente, su aplicación a un modelo de análisis que posibilite su identificación y correcta consideración desde una doble perspectiva lúdica-narrativa.

Conclusiones

La identificación y descripción de los diferentes aspectos que componen el modelo binomial hombre-máquina, partiendo para ello de las teorías dominantes en el área y poniéndolas en relación para lograr una perspectiva lo más completa posible, permite recoger las características definitorias de cualquier producto videolúdico que se preste.

Además, el hecho de abordar éstas y las demás partes del trabajo desde una perspectiva que busca aunar las posturas ludológica y narratológica, permite tomar de cada una de ellas aquello que pueda resultar valioso de cara a interpretar los distintos actos que llevan a cabo los jugadores y los videojuegos. Como consecuencia, el principal valor del trabajo acometido reside en la configuración de un modelo de análisis que, conjugando los distintos actos que conforman un videojuego, atiende al modo en que se exploran y

explotan las distintas potencialidades del soporte a través de obras que, apoyándose de forma heterogénea en mecánicas de juego y narraciones, ofrecen una experiencia de juego dotada de un mayor o menor grado de interactividad e inmersión.

Las conexiones existentes entre cine y videojuegos, que hace ya bastante tiempo trascendieron el mero carácter anecdótico para convertirse en una constante de la sociedad contemporánea, encuentran un reflejo relevante y necesitado de mayor atención en las distintas etapas que conforman no solo los videojuegos sino cualquiera de los múltiples tipos de productos multi-mediáticos interactivos existentes.

En este sentido, que el modelo establezca clasificaciones en las que los actos-máquina y los actos-jugador se ven condicionadas por los niveles diegético y no-diegético, se presenta como una oportunidad de excepción para indagar en las relaciones que se establecen entre los mundos narrativos que configuran la jugabilidad de muchos títulos y, del mismo modo, en las mecánicas de juego que contribuyen a la existencia de un relato central que dé sentido a la progresión del juego.

Por todo ello, la aplicación de este modelo permitirá clasificar y analizar cómo se favorecen unos u otros tipos de actuación –de ambas instancias: jugador y máquina– a través de las distintas etapas del juego para así desentrañar en qué medida afectan a la historia relatada y a la experiencia de juego proporcionada. De este modo, será posible alcanzar el fin con el que fue configurado: determinar la importancia que poseen aquellos actos que, sin corresponder al jugador, influyen en su experiencia lúdica.

Referencias bibliográficas

- Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: JHU Press.
- Bogost, I. (2017). Videogames are better without stories. *The Atlantic* [Versión online]. Recuperado de: <https://goo.gl/3DYKFa> [Recuperado 12/11/2017]
- Brown, D. y Krzywinska, T. (2009). Movie-games and game-movies: Towards an aesthetics of transmediality. En BUCKLAND, W. (Ed.), *Film theory and contemporary Hollywood movies*. (pp. 86-102). New York: Routledge.
- Calleja, G. (2015). Ludic identities and the magic circle. En FRISSEN, V., LAMMES, S., DE LANGE, M., DE MUL, J. y RAESSENS, J. (Eds.), *Playful identities: The ludification of digital media cultures*. (p. 211-224). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Conway, S. C. (2009). Starting at “Start”: An exploration of the nondiegetic in soccer video games. *Sociology of Sport Journal*, 26 (1), 67-88.
- Costa, C. y Piñeiro, T. (2014). *Estrategias de comunicación multimedia*. Barcelona: UOC.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H., y Tosca, S. P. (2015). *Understanding video games: The essential introduction*. New York: Routledge.
- Frasca, G. (1999). *Ludology meets Narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative*. Recuperado de: <https://goo.gl/A7Mu7J> [Recuperado 21/10/2017]
- Frasca, G. (2003). *Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology*. Recuperado de: <https://goo.gl/2hvkHM> [Recuperado 15/10/2017]
- Galloway, A. R. (2007). Acción del juego, cuatro momentos. *Artnodes. Revista de arte, ciencia y tecnológica*, 7, 23-42.
- Grodal, T. (2000). Video games and the pleasures of control. En ZILLMANN y VORDERER (eds.), *Media entertainment: The psychology of its appeal*, (pp. 197-213). New York: Routledge.
- Juul, J. (2001). Games telling stories? A brief note on games and narratives. *Game studies*, 1(1), 1-12.
- Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*. Massachusetts: MIT Press.
- King, G. y Krzywinska, T. (2002). *Screenplay: cinema/videogames/interfaces*. New York: Wallflower Press.

- McMahan, A. (2003). Immersion, engagement and presence. En WOLF, M. J. y PERRON, B. (eds.), *The video game theory reader*. (pp. 67-86). New York: Routledge.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the holodeck. The future of narrative in cyberspace*. New York: The Free Press.
- Murray, J. (2004). From game-story to cyberdrama. *First person: New media as story, performance, and game*, 1, 2-11.
- Murray, J. (2017). *Hamlet on the holodeck: The future of narrative in cyberspace*. [Updated edition] Massachusetts: MIT Press.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. New York: Routledge.
- Newman, J. y Simons, I. (eds.) (2004). *Difficult questions about video-games*. Nottingham: Suppose Partners.
- Newman, J. (2008). *Playing with Videogames*. New York: Routledge.
- Planells, A. J. (2016). *Videojuegos y mundos de ficción*. Madrid: Cátedra.
- Ramírez, M. D. M. y Navarrete-Cardero, L. (2017). Experiencias innovadoras en dispositivos interactivos aplicados a los videojuegos: el caso de Oculus Rift. *adComunica*, (13), 223-242.
- Rollings, A. y Adams, E. (2003). *Andrew Rollings and Ernest Adams on Game Design*. Indianapolis: New Riders.
- Rose, F. (2011). *The art of immersion: How the digital generation is re-making Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories*. New York: WW Norton & Company.
- Ryan, M. L. (2006). *Avatars of Story*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ryan, M. L. (2015). *Narrative as virtual reality 2: Revisiting immersion and interactivity in literature and electronic media*. Baltimore: JHU Press.
- Sim, Y.T. y Mitchell, A. (2017). Wordless Games: Gameplay as Narrative Technique. *Interactive Storytelling (ICIDS 2017)*, 10690, 137-149. Recuperado de: <https://goo.gl/aUqvkk> [Recuperado 5/11/2017]
- Sims, R. (1997). Interactivity: A forgotten art?. *Computers in Human Behavior*, 13(2), 157-180.
- Wolf, M. J. (2001). *The medium of the video game*. Austin: University of Texas Press.
- Wolf, M. J. (2008). *The video game explosion: a history from PONG to Playstation and beyond*. California: ABC-CLIO.

CAPÍTULO III

CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNIDADES DE JUGADORES DE VIDEOJUEGOS

Sandra Sanz Martos

Universidad Oberta de Catalunya, España

Víctor Navarro

Universidad Pontificia de Comillas, España

Antonio José Planells

Universidad Pompeu Fabra, España

Resumen

En los últimos años se observa una atención creciente por el estudio del videojuego desde diferentes disciplinas. En este contexto, la alfabetización en el juego digital, que denominamos en adelante ludoliteracy, es una necesidad en tanto que permita entender el juego digital como sistema semiótico (Gee, 2004) al tiempo que reconozca la capacidad del videojuego y lo prestigia como objeto cultural. En este sentido, cabe recordar el foco que pone sobre ello el propio Parlamento Europeo cuando, en la resolución de 12 de marzo de 2009 Sobre la protección de los consumidores, en particular de los menores, por lo que se refiere al uso de juegos de vídeo, pide a la Comisión fomentar el intercambio de buenas prácticas entre las autoridades educativas nacionales competentes a corto plazo, con vistas a incluir la alfabetización en el uso de juegos entre los objetivos educativos de la enseñanza primaria y secundaria; pide a todas las partes interesadas que lleven a cabo un intercambio regular de experiencias y de información, con objeto de desarrollar las mejores prácticas en materia de juegos de vídeo.

Además, el juego se convierte en tema de conversación entre los usuarios que aprovechan las posibilidades que les brindan diferentes plataformas de comunicación para informarse, colaborar, compartir trucos e incluso narrar las propias hazañas. Este trabajo pretende describir y analizar cómo funcionan estos entornos de comunicación de jugadores partiendo de las características propias de las comunidades interés, de aprendizaje y de práctica.

Palabras claves

Jugadores, comunicación, aprendizaje, comunidad

Introducción

El interés y la pasión que generan los videojuegos han propiciado el surgimiento de comunidades alrededor de éstos. Los jugadores comparten trucos, las últimas novedades, e informaciones de todo tipo entorno a lo que se acaba convirtiendo para muchos jóvenes en su principal forma de entretenimiento.

Esto hace de las comunidades de jugadores un espacio único donde la pasión resulta ser el mejor incentivo para participar en la comunidad. No es necesaria ninguna motivación extra. Eso que tanto preocupa a los impulsores de comunidades en otros ámbitos, el cómo conseguir que los miembros participen, cómo aumentar el interés, y sobre todo cómo mantenerlo, en un entorno así carece de sentido. La comunidad funciona por sí sola porque hay un interés claro, aún mejor hay pasión. Mientras que, en muchos entornos educativos y organizacionales (comunidades de aprendizaje o de práctica) dedican grandes esfuerzos a propiciar, cultivar e incluso incentivar la participación en las comunidades, en este contexto, esas estrategias son totalmente innecesarias. Lo que demuestra, que cuando el interés o la necesidad por compartir conocimiento o por aprender es real, la actividad de la comunidad surge por sí sola. A pesar de ello, no todo espacio de intercambio y comunicación entorno al videojuego constituye de por sí una comunidad. Ello hace especialmente interesante su análisis y estudio para poder establecer pautas y comportamientos diferenciales entre los actores participantes en la conversación.

Objetivos Generales

El objetivo de este trabajo es analizar y caracterizar los foros de comunidades de jugadores. Observando qué información comparten e intercambian, qué aprenden, qué les interesa y que les motiva a participar. Finalizada la observación y el análisis podremos señalar cuáles si estamos antes comunidades y de qué tipo son.

El juego como objeto de relación y de creación de comunidades

Jugar es como sostienen Goldstein, Bukingham y Brougère (2004), una actividad que refuerza los vínculos sociales y la propia autoestima. En esta misma línea, Calleja (2011) propone un modelo de participación del jugador que refleja la relación y el compromiso que existe entre el jugador y el juego. Su modelo consta de dos fases temporales. La primera, la micro o implicación del jugador en el mismo momento de interacción con el juego, y la segunda, la macro o participación del jugador en espacios y tiempos fuera de la relación con el juego, su implicación a largo plazo.

Calleja pone en relación estas dos fases temporales, micro y macro, con seis dimensiones de la participación del jugador de las cuales destacamos dos:

- a) La interacción con otros agentes en el entorno del juego (participación comunitaria)
- b) Las emociones generadas durante el juego (participación afectiva)

Si a esto le añadimos que la literatura que investiga las comunidades de jugadores y fans entiende que el juego digital es un medio que favorece la participación creativa, nos encontramos sin duda ante tres tipos de participación que favorece el surgimiento de comunidades basados en la socialización de los logros conseguidos (emociones) e intercambio de los logros aprendidos.

Contreras y otros (2014) analizan la evolución de las comunidades virtuales para llegar a definir los actuales videojuegos multijugador como comunidades de aprendizaje. En este monográfico se presenta una tipología de las comunidades que permiten estrechar vínculos sociales con sus iguales, y, al mismo tiempo potencian la creación de redes de intercambio de material (videojuegos, revistas, consolas) pero también de conocimiento de pistas, trucos o contraseñas. A los jugadores les gusta romper las reglas, buscando “puertas traseras” del sistema a través de los Easter Eggs, niveles escondidos, nuevos personajes, habilidades secretas, o los cheats codes que son códigos que dan ventajas al jugador. Estos códigos se distribuyen a través de páginas web o revistas, y forman parte de la propia experiencia del juego. Su conocimiento y uso aumenta la competencia del jugador y le aporta prestigio entre los miembros de la comunidad a la que pertenece.

Estas comunidades llegan a consolidarse de tal manera que el intercambio de conocimiento es muy alto, especialmente, entre aquellos jugadores más activos y de élite, y queda recogido en guías de juego a modo de producto de conocimiento derivado de estas comunidades. Las guías son de tanta calidad y utilidad que quedan reconocidas como tales a la par que las oficiales. Es un modo inequívoco de que los jugadores valoran tanto o más el conocimiento y la experiencia de sus iguales que la de las compañías desarrolladoras o distribuidoras. Un aspecto muy común en cualquier tipo de comunidad de aprendizaje o de interés, donde el conocimiento queda validado entre los propios miembros de la comunidad.

En la mayoría de la bibliografía que hace referencia a las comunidades de jugadores se habla de que son comunidades de aprendizaje, defendiendo a su vez cómo aprenden sus miembros y las bondades que tienen los videojuegos para los jugadores. Por ejemplo, Gee y Hayes (2010) evidencian que los videojuegos no sólo permiten adquirir ciertas competencias tecnológicas, sino que también contribuyen a incrementar la inteligencia emocional y la social. Para estos autores, la aportación de los videojuegos al aprendizaje no se limita al mero acto de jugar, si no que se extiende a la implicación de los jugadores (y particularmente, de las jugadoras), en verdaderas co-

munidades de aprendizaje. Y es cierto, que en las comunidades de jugadores se aprende -y mucho- pero no sólo por eso podemos denominarlas comunidades de aprendizaje, porque además de aprender hacen muchas cosas más como intercambiar material o informarse de las novedades en nuevas versiones o nuevos usos o dispositivos.

No todo espacio de intercambio y comunicación de jugadores constituye necesariamente una comunidad. En Internet, y desde que acuñara el término Howard Rheingold en 1994, se habla de comunidad virtual. Dicha comunidad se puede encontrar distribuida, por ejemplo, en foros de Internet, de mensajería instantánea y en blogs. Aunque en muchas ocasiones de manera inadecuada, a cualquier grupo de personas que interactúe a través de una plataforma virtual se le denomina comunidad, hace falta algo más que eso para constituir una comunidad. El factor de cohesión y el compromiso mutuo son vitales. Según Howard Rheingold (1994), las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad significativa de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante bastante tiempo, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético.

La tecnología hace posibles las comunidades virtuales, pero una "comunidad no es un sitio web, una base de datos o una colección de buenas prácticas" (Wenger, McDermott y Snyder, 2002). La comunidad es un grupo de personas que interactúan, aprenden juntos, construyen relaciones y, durante el proceso, desarrollan el sentido de pertenencia y compromiso. En este proceso, además, construyen relaciones basadas en el respeto y la confianza, y alimentan el sentido de su historia común y su propia identidad.

Las comunidades de valor son tres: las comunidades de aprendizaje, las de práctica y las de interés. Vamos a definir cada una de ellas. Las comunidades de aprendizaje (CdA) son contextos en los que los alumnos aprenden gracias a su participación e implicación, en colaboración con otros alumnos, con el profesor y con otros adultos, en procesos genuinos de investigación y construcción colectiva del conocimiento sobre cuestiones personal y socialmente relevantes (Onrubia 2004). Por otra lado, las comunidades de práctica son grupos de personas que desempeñan la misma actividad o responsabilidad profesional, que, preocupados por un problema común o movidos por un interés común, profundizan en su conocimiento y pericia en este asunto a través de una interacción continuada (Sanz-Martos, 2010). Sin embargo, las comunidades de interés, según Henri & Pudelco (2003), tienen su origen en un contexto social donde sus miembros forman parte de la comunidad para intercambiar información, obtener respuestas a problemas o cuestiones personales, mejorar su nivel de comprensión respecto a un tema o compartir pasiones comunes. La siguiente tabla presenta un resumen de las características de cada tipo de comunidad que vamos a ir desgranando en los próximos párrafos.

	Tipo de liderazgo	Factor de cohesión	Tamaño	Virtualidad	Calendario de reuniones	Limitación temporal
Comunidad de Aprendizaje	Moderador/dinamizador	Aprendizaje	20- 25 per.	Total	Inexistente	Hasta que se han adquirido los conocimientos
Comunidad de Interés	_____	Interés	100-500 per.	Total	Inexistente	Mientras dure el interés
Comunidad de Práctica	Moderador/dinamizador	Compartir la praxis profesional	50-80 per.	Total	Inexistente	Mientras dure el interés y el compromiso de sus miembros

Así como las comunidades de aprendizaje están en gran medida ligadas al e-learnig, las comunidades de interés forman parte del corazón de Internet. Fueron los científicos los primeros en utilizar Internet para compartir datos, cooperar en investigaciones e intercambiar información. La llamada World Wide Web fue creada en 1989 por Tim Berners-Lee, que trabajaba en el CERN (Organización Europea de Investigaciones Nucleares). Este sistema de hipertexto, basado en Internet –World Wide Web- fue concebido originalmente para utilizarse como sistema de gestión centralizado y herramienta de comunicación entre los científicos nucleares del propio CERN (Ginebra).

Pero a partir de la segunda mitad de la década de los 90 el uso se fue haciendo extensivo a otros intereses. Seguramente, sin ir más lejos, el fenómeno “fan” ha sido también uno de los mayores impulsores. Seguidores de grupos musicales, cinéfilos, lectores adictos, entre otros. En la actualidad, las casuísticas son infinitas. Desde enfermos de cáncer que comparten desde cómo hacer frente a los efectos de la quimioterapia (desde el Hospital Clínico de Barcelona (Spain) se está llevando a cabo una iniciativa tan brillante como valiosa en este sentido), hasta grupos de madres que comparten técnicas de lactancia y de preparación al parto o información sobre guarderías o colegios (como sucede, por ejemplo, en el foro de este sitio web <http://www.crianzanatural.com>), además de poder efectuar compra online de productos de puericultura, lactancia, etc.

Sin duda en las comunidades de interés se comparten y se intercambian experiencias, es decir, se aprende, sus miembros aprenden uno de los otros. Esto hace que a menudo se confundan con las comunidades de aprendizaje, pero hay una diferencia bien clara. Mientras que en las comunidades de aprendizaje sólo se aprende y están más relacionadas con el ámbito educacional, en las comunidades de interés se intercambian informaciones relacionadas al interés de sus miembros.

Las comunidades de interés comparten un interés o pasión común. Los intereses pueden ser tan variados como las aficiones o casuísticas de las personas. Pero el interés común no es la praxis profesional -como en el caso de las comunidades de práctica- y aunque compartan técnicas o maneras de hacer, el foco común no gira únicamente entorno al aprendizaje un aspecto concreto. Otra de sus características distintivas, tal y como defienden Amstrong, A. & Hagel, J. (2000), es el mutuo desconocimiento entre sus miembros. Aunque las reuniones presenciales de grupos pequeños entre miembros pertenecientes a la comunidad son relativamente frecuentes, lo habitual es que un miembro no conozca personalmente a la mayoría de sus compañeros. Incluso es muy probable que no conozca a ninguno de ellos.

Por otro lado, una característica que tienen en común las comunidades de interés y las comunidades de práctica consiste en que es el fin del interés la limitación temporal de estos dos tipos de comunidades, aunque las comunidades de interés son muy longevas y los intereses se van renovando. Cuando un miembro deja de conectarse, es muy fácil que aparezca un miembro nuevo.

Casos de estudio

En este trabajo pretendemos identificar y clasificar las comunidades de jugadores a través de la actividad que surge en torno a dos juegos diferentes **League of Legends** y **Minecraft**. A través de los foros de sus usuarios describiremos su comportamiento y señalaremos sus características. Como complemento, también analizaremos los comentarios que se dan alrededor de youtubers con gran número de seguidores Vegetta777 para Minecraft y RevenantOL para League of Legends.

League of Legends, el gran representante de los e-sports

A día de hoy, League of Legends (más conocido por sus siglas LoL) es, posiblemente, el juego online multijugador más representativo de los conocidos como e-sports, competiciones en línea de rango profesional en las que equipos de jugadores se enfrentan para obtener importantes premios y reconocimientos. Según los últimos datos de Newzoo (2017), esta modalidad de juego moverá este año unos 696 millones de dólares a nivel mundial.

El juego creado por Riot Games tiene, en la actualidad, más de 70 millones de usuarios con un total de 138 personajes disponibles. Se trata de una experiencia grupal en la que, por equipos, los jugadores deben conquistar un mapa determinado mediante la destrucción del nexo enemigo (es decir, la parte más relevante de su base). La principal particularidad de League of Legends es el sistema de “oleadas de esbirros [*minions*]”. Los jugadores luchan entre ellos por el control territorial del espacio, mientras que de cada

base emergen, cada cierto tiempo, grupos de soldados afines al grupo en cuestión que sirven de apoyo (y, a menudo, de epicentro estratégico).

Este modelo de juego se conoce como MOBA o Multiplayer Online Battle Arena y surge a partir de Aeon of Strife, un pack de modificaciones (mod) hecho para el Starcraft original, un juego de estrategia que también tiene una fuerte presencia en el mundo de los e-sports. A diferencia del modo principal, en AoS el jugador controla un único persona y ha de coordinarse con su equipo (todos ellos jugadores humanos) para conquistar el terreno enemigo mientras defienden su propia base, con las oleadas de esbirro como elemento que añade presión e impredecibilidad. En los MOBA cada personaje seleccionable tiene una personalidad ficcional distintiva y habilidades lúdicas propias.

Otro juego de estrategia de éxito, Warcraft III: Reigns of Chaos, tuvo un mod similar llamado Defense of the Ancients (DotA). DotA 2, lanzado en 2013 (cuatro años después de LoL) por Valve, propietaria de Steam, compete en la actualidad con LoL por el monopolio de los MOBA como e-sports. La propia Valve organiza el torneo TI (The International) desde 2011, con una estructura profesionalizada y millones de dólares en premios. League of Legends cuenta con su propio torneo oficial organizado por Riot Games, el League of Legends World Championship, con un tamaño y una difusión similar o superior a The International (según ESPN, la edición de 2016 tuvo 14.7 millones de espectadores).

Hay que destacar que LoL se sustenta en un modelo económico atípico y difícil de reproducir. El juego es free-to-play (es decir, no tiene coste de entrada) y los jugadores pueden pagar por héroes e ítems opcionales. Este sistema produce una gran base de usuarios que no pagan por el contenido sustentada por pequeñas compras y un grupo puntual de compradores fieles. En un artículo para la web de la industria del videojuego Gamasutra titulado “Don’t monetize like League of Legends, consultant says” (Leigh Alexander, 2014), el consultor Teut Weidemann afirma:

"Riot doesn't care. Optimizing monetization is not the top priority. They monetize purely through their reach. So it only works because of the large user base, and if you don't have that user base or don't expect to, you should not adopt their monetization. It should not be a role model for your monetization system."

En este sentido, LoL es el epítome de una tendencia al alza en el videojuego, la de los juegos como servicio (“games-as-service”) en lugar de juegos como producto. En su web oficial, Riot Games explican:

We wanted an experience that improved and grew every few weeks as opposed to dropping a big release once a year (or a completely new version every two). We also wanted to invest in ongoing services like hosted

servers and matchmaking — stuff that improved the game under the surface, but wouldn't fit on the back of a sequel box.

Para defender su modelo, en el mismo apartado de la web especifican 4 valores a seguir:

- VALUE #1: WE CARE ABOUT MAKING A GREAT GAME, ABOVE ALL ELSE.
- VALUE #2: YOU CAN BE THE BEST PLAYER IN THE WORLD WITHOUT SPENDING ANYTHING ON THE GAME.
- VALUE #3: YOU SPEND BECAUSE YOU WANT TO, NOT BECAUSE YOU HAVE TO.
- VALUE #4: WE WILL KEEP EVOLVING AND IMPROVING.

Este modelo económico lleva implícita una relación de complicidad e informalidad con el jugador que se manifiesta, por ejemplo, en unas condiciones laxas para utilizar el juego como base para crear contenidos en YouTube (streamings, let's plays) o Twitch. En el foro oficial, un representante de la compañía escribe:

Just to be clear, League of Legends content, and generating ad revenue is generally fine. We just ask that you adhere to some basic legal jibber jabber (<http://www.riotgames.com/legal-jibber-jabber>).

En LoL, como en todo MOBA, la clave está en la comunicación oral entre los jugadores, la coordinación de acciones y, en general, la cooperación utilizando las habilidades únicas de cada uno de los héroes elegidos. Es precisamente esta importancia del metajuego (la relación entre usuarios fuera de la esfera estricta de la experiencia lúdica) la que ha dotado a League of Legends de tantísima relevancia. Así, la comunidad de jugadores suele agruparse por equipos de conocidos, si bien el epicentro de todos los intercambios de información, estrategias, consejos y polémicas sigue siendo el foro oficial del videojuego.

En el caso de habla española, la comunidad española de League of Legends <https://boards.euw.leagueoflegends.com/es/> es particularmente activa y constituye una verdadera comunidad de interés al cumplir las características vistas previamente. Con más de 500 usuarios, la comunidad se encuentra jerarquizada por temas específicos, con una descripción muy útil para cada una de ellos.

Comunidad de Interés		Interés	100-500 per.	Total	Inexistente	Mientras dure el interés
----------------------	--	---------	--------------	-------	-------------	--------------------------



Fuente: Captura de pantalla del foro de la comunidad española League of Legends [6/07/2017]

Así, los principales son la sección de anuncios, los aspectos y conceptos de los campeones, la ayuda y soporte del juego, los bugs de actualización, los campeones y su jugabilidad, el espacio de cosplay, las creaciones que emergen de la comunidad, las discusiones sobre versiones alfa y de la aplicación móvil, la sección de e-sports y los eventos de la comunidad, la discusión del lore e historia, los mapas y modos de juego, los memes y, finalmente, otros más de tipo accesorio (miscelánea, reclutamiento, reporte de bugs, Runa-terra en español, sugerencias del foro y vídeos).

Los miembros de la comunidad comparten informaciones diversas. Desde noticias oficiales, promociones u otros artículos publicados por Riot; pasando por los eventos de la comunidad, hasta llegar a compartir trucos y estrategias para ganar a los campeones. Para finalmente, encontrar un apartado donde compartan sus propias creaciones.

Entre las dudas que plantean las hay de distinta naturaleza. Aquí van algunos ejemplos. Los usuarios consultan sobre atributos, rasgos y aptitudes de los personajes:

Ejemplo 1: “[...] ¿si me pongo en teemo runas de succión de hechizo, con sus básicos, o sea con la e mejorada, es como el robo de vida? ¿o para los básicos no sirve? me gustaría saber si es posible ponerle succión de hechizo a teemo y que

con sus básicos sea como robo de vida. ¿alguien lo sabe?” [usuario1, 06/07/2017]

Respuesta: “Los básicos hacen daño físico (como el 99% de los campeones), y ADEMÁS aplica un veneno como daño mágico. En teoría sí, se vería afectado por la succión de hechizo LA PARTE MÁGICA”, pero creo que por ser un hechizo con daño en el tiempo, su efecto se reduce (funcionaba así, no?). EDIT: Acabo de buscar no, el daño en el tiempo no reduce la curación recibida”. [usuario2, 06/07/2017]

Ejemplo 2: “[...] me gustaría saber si alguien me pudiera indicar donde puedo encontrar los relatos de los de los campeones” [usuario3, 06/07/2017]

Respuesta: Ahí tendría que venirte, por ejemplo: http://universe.leagueoflegends.com/es_ES/champion/karthus/#funeral-en-el-mar [usuario4, 06/07/2017]

Ejemplo 3: “Se suponía que el día 29/05 todos los que tuviesen la skin deberían tener el icono pero estamos a día 30/05 y aún no he recibido dicho icono” [usuario4, 06/07/2017]. Respuesta: “Yo tampoco lo tengo, pero es mucha gente a la que comprobar si hay que enviarles iconos o no, así que ten paciencia que llegará. Si ves que ya pasan no sé... Un par de semanas y nada, envía un ticket que te lo solucionan” [usuario5, 06/07/2017]

Otro tema muy interesante es el de cómo los jugadores ayudan a mejorar el juego a través de una conversación sobre la traducción de League of Legends al español. En el apartado de “runaterra en español” dice: “El lugar perfecto para hablar sobre la versión en castellano de League of Legends. Pásate, danos tu opinión y comparte tus ideas con nosotros, ya sea para hablar de los doblajes de tus campeones favoritos, para compartir vuestras ideas sobre los nombres de los aspectos o simplemente para informarnos de algún que otro gazapo en nuestras traducciones. ¡Vuestras opiniones cuentan!”

Comentario: Se os ha colado una H en la frase que aparece cuando alguien abandona la selección de campeón y te mandan de vuelta a la cola. Es el primer error de ortografía que encuentro. [usuario6, 06/07/2017]

Minecraft

Una de las aspiraciones lúdicas que emerge ya desde los orígenes del juego digital es el de la generación automática de un mundo casi infinito en el que el jugador pueda no solo explorar sus confines, sino también modificar el espacio y construir estructuras a su antojo. Precedentes como Sim City o, aún más claramente, Los Sims, proponen diseños abiertos en el que los jugadores combinan distintos elementos predefinidos (en el primer caso, espacios residenciales, comerciales e industriales, junto con edificios especiales, y en el segundo objetos de decoración) con el objetivo final de configurar su propia narrativa lúdica. Por ello, no es de extrañar que estos títulos

se asemejen a los juegos de casas de muñecas en el que los distintos elementos con significado obtienen nuevos sentidos al interactuar con los demás (Frasca, 2001; Flanagan, 2003).

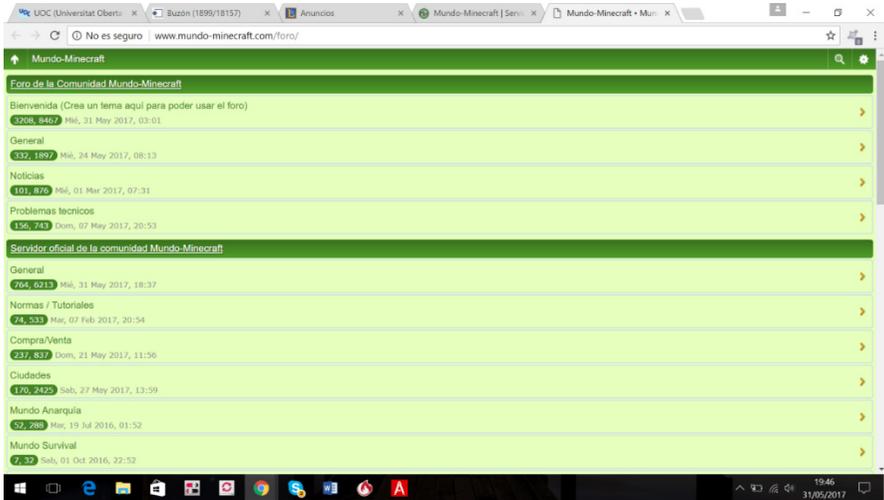
Minecraft nace en 2009 de la mano de Markus Persson (conocido en las redes como Notch) y su empresa, Mojang AB, como una nueva vuelta de tuerca a la libre interacción aspiracional de los usuarios de juegos digitales. En este sentido, la propuesta lúdica de Notch propone un mundo abierto (también llamado “sandbox”, literalmente “caja de arena”) que, mediante un algoritmo, genera espacios de juego virtual y teóricamente casi ilimitados. A esta generación procedural del espacio interactivo se le junta la plena libertad del jugador para modificar el entorno mediante la combinación de los distintos elementos básicos de construcción. Esta forma de diseñar y construir el espacio difiere sustancialmente de las premisas vistas con Sim City o The Sims: mientras que en estos títulos la lógica de la interacción partía de la combinación de objetos predefinidos, en Minecraft los objetos (los materiales en forma de cubos de tierra, piedra, minerales, madera o elementos especiales) tienen propiedades de combinación mucho más básicas y que se orientan a la ulterior construcción de estructuras y utensilios. Así, Minecraft no busca tanto la combinación de objetos como experiencia sino el uso de materiales para la construcción del espacio en sí mismo.

De este modo, Minecraft busca explotar la creatividad del usuario en la combinación de materiales, y la experimentación en la composición de los bloques en la rejilla transparente que configura el gran mosaico espacial del juego. No obstante, el juego no se limita a ser un mero espacio estático, sino que contiene ciclos de día y noche, junto con la aparición de determinados enemigos en estos ciclos (por ejemplo, la emergencia de esqueletos en las fases nocturnas que fuerzan al jugador a defenderse o a esconderse). Estos enemigos forman parte de los modos de supervivencia del juego (Survival, Hardcore), que son los más tradicionales en su construcción: existen retos, objetivos y obstáculos, métricas como la salud y el hambre y un estado de derrota claro. Este modo tradicional se ve eclipsado por el modo creativo (Creative), en el que, como se ha explicado, los jugadores construyen libremente. Por último, versiones posteriores del juego incluyen un modo espectador (Spectator) en el que se pueden visitar los espacios de otros jugadores.

Las comunidades de Minecraft, además, favorecen usos creativos y modos de juegos, así como modificaciones que se instalan para cambiarlo. Es el caso del reto vegetariano, relativamente popular, que propone a los jugadores jugar sin herir a ningún ser vivo, el “vegan mod” que lo impide desde el código o el canal de YouTube “Far Lands or Bust”, en el que el youtuber Kurt J. Mac camina en línea recta esperando encontrar un punto en el que la generación aleatorio de escenarios falle (conocido popularmente como “far lands”) y lo graba mientras lo comenta, donando los beneficios a algunas asociaciones benéficas como Child’s Play for Charity.

El foro de la comunidad española de Minecraft <http://www.mundo-minecraft.com/foro/?mobile=on> tiene más de 500 miembros y cumple las características de las comunidades de interés.

Comunidad de Interés	_____	Interés	100-500 per.	Total	Inexistente	Mientras dure el interés
----------------------	-------	---------	--------------	-------	-------------	--------------------------



Fuente: Captura de pantalla del foro de la comunidad española Minecraft [6/07/2017]

Los temas en minecraft no están tan estructurados como en League of legends, ni tienen el texto descriptivo sobre qué va cada hilo pero los temas son muy similares. Comparten noticias, normas y tutoriales, piden ayuda para solucionar problemas técnicos, utilidades y creaciones, etc.

Veamos algunos ejemplos sobre la información que comparten y lo que aprenden. En este primer ejemplo comparten dudas sobre problemas técnicos.

Ejemplo 1: “Escribo este post para ver si alguien me puede ayudar. Últimamente cada vez que entro a un servidor me echa, como lo que me pasó hace ya un tiempo pero peor. De vez en cuando funciona pero es completamente aleatorio. Espero que alguien me pueda ayudar.” [usuario1, 06/07/2017]
 Respuesta: Puedes mandar la imagen del texto que te pone cuando te echa? Así nos facilitas a los compis saber exactamente a qué se debe. [usuario2, 06/07/2017]

Ejemplo 2: “He estado navegando por internet y me he encontrado un video de un mod chulísimo para ordenar tus cofres y el inventario. Yo creo que se

podría usar por eso pregunto si se puede”. [usuario3, 06/07/2017] Respuesta: “No es recomendable usarlo porque crea conflictos con el plugin /shop (ir a comprar un ítem y que seleccione automáticamente todo el inventario...)”. [usuario4, 06/07/2017]

También se facilitan tutoriales para mejorar sus versiones.

Ejemplo 1: “Hola a todos, como podréis haber comprobado, desde hace unos días Minecraft ha cambiado su portada. Además con este nuevo cambio ha provocado que los pasos que había que seguir para cambiarse la skin hayan quedado anticuados y para ello creo este post, para que sea más fácil a los nuevos y no tan nuevos usuarios cambiarse la skin”. [usuario5, 06/07/2017]. Respuesta: “Muy interesante, gracias. Tenemos ya una buena colección de tutoriales para cambiarse la skin!” [usuario6, 06/07/2017]

Otra cuestión es que se intercambian resultados de sus construcciones para los otros miembros la valoren y puedan aprender a mejorarlas.

Ejemplo 2: “Buenos días, quería enseñaros el castillo que hice hace poco en singleplayer y que me deis vuestra opinión. Soy un poco manca en esto de la construcción, no seáis muy duros jejeje. Se aceptan críticas constructivas”. [usuario7, 06/07/2017] Respuesta: “No está mal, pero yo probablemente jugaría más con escaleras probando distintas formas de ponerlas. También, para que no quede todo tan recto, podrías hacer que las torres se vayan haciendo más chicas arriba (o más grandes :p); que el techo sobresalga más, y con escaleras, losas, etc., darle un toque más medieval. Pero, sinceramente, no está mal” [usuario8, 06/07/2017]

Conclusiones

Los jugadores presentan pautas de comportamiento diferenciadoras en función al espacio comunicativo en el que se relacionan, tal y como se desprende del análisis realizado. No obstante, las posibilidades de aprendizaje continuo son un rasgo común en los diferentes entornos comunicativos observados.

Los foros de los jugadores de videojuegos responden a las características de las comunidades de interés. En primer lugar, por el interés que comparten que gira entorno al intercambio de información sobre novedades y otras cuestiones entorno al juego y el aprendizaje de trucos, atajos y otras estrategias que permitan ganar o avanzar de fase más rápidamente. El hecho que no sólo se limiten aprender sino que también intercambien información hace que podamos hablar de comunidades de interés. En segundo lugar, por el volumen de miembros altamente superior a los 500. Y en tercer lugar, porque son comunidades longevas donde el interés permanece a pesar del relevo de sus miembros. Los temas sobreviven en muchos casos, a los miembros que los impulsaron.

No son comunidades de práctica porque el interés de la comunidad es una afición y no la praxis profesional. Y es no son comunidades de aprendizaje porque aunque el interés por aprender es muy alto no están limitadas sólo a eso. Sino que hay un intercambio de información, noticias y novedades entorno al juego también muy importante. Pero sin duda, lo más importante es que los miembros de estas comunidades de jugadores de videojuegos aprenden y lo hacen de manera colaborativa. Y ése es el gran valor, la predisposición por aprender a través de la experiencia de otro jugadores como ellos.

Bibliografía

- Amstrong, A.; Hagel, J. (2000). "The real value of online communities". En E. L. Lesser, M. A. Fontaine, J. A. Slusher (ed.). *Knowledge and communities*. (pág. 85-98) Boston: Butterworth-Heinemann.
- Aranda, D.; Gómez, S.; Navarro, V.; Planells, A. J. (2015). *Game & Play. Diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*. Barcelona: UOC Press.
- Calleja, G. (2011). *In-Game. From Im-mersion to Incorporation*. Cambridge: The MIT Press.
- Contreras, R. S.; Eguia, J. L.; Lozano Muñoz, A. (2014). *Juegos multijugador: El poder de las redes en el entrenamien- to*. Barcelona: UOC.
- Coll, C. (2001, octubre) "Las comunidades de aprendizaje y el futuro de la educación: el punto de vista del forum universal de las culturas". Simposio Internacional Sobre Comunidades de Aprendizaje. Barcelona
- Coll, C. (2004) "Una experiencia educativa con futuro". *Trabajadores de la enseñanza* (núm. 249, pág. 12-13).
- Flanagan, M. (2003). *SIMple and personal: Domestic space and The Sims. Melbourne DAC 2003*.
- Frasca, G. (2001). *The Sims: Grandmothers are cooler than trolls. Game Studies, 1(1)*.
- Gee, J.; Hayes, E. (2010). *Women and gaming: The Sims and 21st century learning*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Henri, F; Pudelko, B. (2003) "Understanding and analysing activity and learning in virtual communities". *Journal of Computer Assisted Learning* (vol. 4, núm. 19, pág. 474-487). Oxford: Blackwell Scientific Publication.
- Himanen, P. (2001) *The hacker ethic, and the spirit of the information age [edición en castellano: La ética del hacker y el espíritu de la ética de la información*. Barcelona: Ediciones Destino (2004)].

- Onrubia, J. (2004, enero). "Las aulas como comunidades de aprendizaje".
Trabajadores de la enseñanza (núm. 249)
- Rheingold, H. (1993) *The virtual community. Homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass: Addison-Wesley [edición en castellano: *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa (1996)].
- Rheingold, H. (2002) *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Cambridge, MA: Perseus [edición en castellano. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa (2004)].
- Sanchez-García....e
- Wenger, E.; Lave, J. (1991). *Situated learning. Legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

CAPÍTULO IV

EL VIDEOJUEGO COMO OBRA DE ARTE. ESTRATEGIAS DE APROPIACIÓN DEL MEDIO INTERACTIVO EN LA PRÁCTICA ARTÍSTICA CONTEMPORÁNEA

Dr. Francisco-Julián Martínez-Cano

Universidad Miguel Hernández de Elche, España

Resumen

El videojuego, desde su aparición y hasta finales del siglo XX, ha sido considerado como producto audiovisual de entretenimiento, dejando a un lado cualquier otra perspectiva a la hora de revisar la naturaleza de su producción y consumo. Actualmente, los estudios e investigaciones sobre este medio lo posicionan como productos inmersos en la convergencia cultural y mediática, otorgándole la relevancia que merecen, pero en ocasiones de un modo aislado y sin un interés sostenible. En este contexto, es importante abordar el estudio del videojuego desde la perspectiva del arte, y analizarlo como soporte de expresión plástica, comunicador de ideas, pensamientos, reflexiones, y emociones, manifestando su importancia en el ámbito cultural, estético y de la comunicación. A través de una metodología cualitativa y partiendo de la revisión bibliográfica existente, se aborda el videojuego y su concepción como obra de arte. En primer lugar se expone la importancia del medio audiovisual interactivo observado como objeto cultural, artístico y como plataforma de creación de experiencias estéticas. A continuación se analizan las obras llevadas a cabo por artistas plásticos que utilizan el videojuego como soporte. Finalmente se tratan las cuestiones que surgen de este estudio. Este estudio presenta la importancia del videojuego entendido más allá de la idea de producto de entretenimiento. Además se exponen los resultados del análisis de la relación entre la práctica artística y la apropiación de las estrategias del videojuego. ¿Qué hace de un videojuego una obra artística? ¿De qué modo los elementos del videojuego aportan significación estética? Estas son algunas de las cuestiones que se plantean como eje de la discusión, partiendo de la existencia de dos estrategias, los artistas que crean sus propios videojuegos y aquellos que modifican y alteran títulos ya publicados.

Palabras claves

Videojuego, industria cultural, arte digital, artes visuales, arte contemporáneo, obra de arte.

Abstract

Video game as an artwork. Appropriation strategies of the interactive medium in the contemporary artistic practice.

The video game, from its appearance until the end of the 20th century, has been considered as an audiovisual entertainment product, leaving aside any other perspective when reviewing the nature of its production and consumption. Currently, studies and research on this medium place it as products immersed in cultural and media convergence, giving it the relevance they deserve, but sometimes in an isolated way and without a sustainable interest. In this context, it is important to approach the study of video games from the perspective of art, and analyze it as a support for plastic expression, communicator of ideas, thoughts, reflections, and emotions, manifesting their importance in the cultural, aesthetic and communication field. Through a qualitative methodology and starting from the revision of the existing bibliography, the video game and its conception as work of art are approached. Firstly, the importance of the interactive audiovisual medium observed as a cultural, as an artistic object and as a platform for creating aesthetic experiences is exposed. Next, the works carried out by plastic artists using the video game as a support are analyzed. Finally, the issues arising from this study are discussed. This study presents the importance of video game understood beyond the idea of entertainment product. In addition, the results of the analysis of the relationship between artistic practice and the appropriation strategies of video game are presented. What makes a video game an artistic work? How do the elements of videogame bring aesthetic significance? These are some of the issues that are the focus of the discussion, based on the existence of two strategies, artists who create their own video games and those who modify and alter titles already published.

Keywords

Video game, cultural industry, digital art, visual arts, contemporary art, artwork.

1. Introducción

El videojuego, como producto cultural, ha sido menospreciado en sus orígenes y ha requerido un esfuerzo por parte de los agentes implicados en su desarrollo para que comenzara a ser considerado como una manifestación cultural de su tiempo, como soporte de expresión plástica, comunicador de ideas, pensamientos, reflexiones y emociones. Su importancia radica desde los ámbitos cultural, estético y de la comunicación, aportando además un aspecto clave que ningún otro tipo de manifestación audiovisual ha sido capaz de incorporar: la interacción por parte del usuario con la obra, siendo capaz de alterar su desarrollo y evolución.

A comienzos del siglo XXI, el debate sobre la consideración del videojuego como obra de arte fue recuperado. Actualmente esta cuestión está fuera de lugar, puesto que es palmario que el producto videolúdico se constituye como el nuevo arte total, en relación a las consideraciones de André Bazin (1966) y sus reflexiones sobre el cine en cuestión, medio audiovisual conectado al videojuego desde su nacimiento. Desde este sentido, siempre se ha considerado que el videojuego se nutre del medio cinematográfico, aunque actualmente son dos medios que se retroalimentan, interconectando sus posibilidades y recursos en el contexto transmedia contemporáneo.

Más allá de preguntarnos si el videojuego puede ser considerado obra de arte, cuya afirmación como respuesta es obvia, puesto que el cine, seccionado en sus diferentes componentes establece la relación multidisciplinar de artes tales como la literatura, la fotografía, la música, el teatro, la iluminación, la dirección artística, etc..., podemos sin duda realizar el mismo desglose, quizá todavía más extenso de todas las artes y disciplinas, tanto clásicas como digitales que son necesarias para construir un videojuego.

Si las artes quieren escapar de sus limitaciones ¿Cómo pueden lograrlo? ‘Por medio de una etapa más perfeccionada de todas sus potencialidades, o sea el cine’ (Eisenstein. p. 240). Si las aspiraciones de las artes se ven colmadas en el cine, se puede cumplir un sueño: el sueño del “arte total” encarnado en el cine. Pero esta meta plantea algunos obstáculos que Eisenstein intenta salvar al exponer que “aunque el avance insuficiente de la técnica encierra todavía los sentidos de la vista y el oído en el estrecho espacio de la pantalla, es lógico esperar a que el cine supere todas estas limitaciones y, suprimiendo toda convención y todo artificio, alcance finalmente el *Arte Total*” (Eisenstein. p. 316) (Caramés Lage; Escobedo de Tapia; Bueno Alonso, 1999: 267).

En este sentido, entendemos el videojuego como la siguiente aproximación a ese fin del arte total expresado por Bazin (1966) y Eisenstein (1989) y que confirma la tesis del desarrollo de la expresión de modo paralelo al desarrollo tecnológico. Por tanto, el videojuego, entendido como producto que recoge el testigo de la imagen en movimiento y la práctica cinematográfica, incorpora la interacción como característica fundamental y diferenciadora,

que potencia el discurso, aumentando la sensación de inmersión de la audiencia y por ende, simular ser otros avatares y ejecutar acciones que si no fuera en el contexto del videojuego, nos sería imposible en espacio de lo real.

El videojuego es una forma de arte, así como el cine también es considerado arte, superándolo en los aspectos de inmersividad e interactividad. El objeto videolúdico es capaz de crear estructuras narrativas de un modo que ningún otro medio es capaz.

Como indica Catherin Jewell en su texto *Los videojuegos: arte del siglo XXI* (2012), existen referencias legales sobre la igualdad entre el videojuego y otros medios de expresión artísticos.

En 2011, el Tribunal Supremo de los Estados Unidos de América equiparó los videojuegos a otras expresiones artísticas tradicionales al afirmar que “al igual que los libros, las obras de teatro y las películas que les han precedido como objetos de protección, los videojuegos comunican ideas, e incluso mensajes sociales, mediante instrumentos literarios conocidos (como por ejemplo los personajes, los diálogos, el argumento y la música) y características distintivas de esa expresión (como la interacción del jugador con el mundo virtual)” (Jewell, 2012).

Ya en 2012, el museo MOMA de Nueva York reaccionaba ante el debate de la consideración artística del videojuego comprando 14 títulos que incluyó en una nueva colección, con la intención de ampliar dicha selección, adquiriendo para su conservación los códigos fuente de cada uno de los videojuegos que forman esta selección, con el fin de poder adaptarlos más fácilmente a futuras tecnologías, evitando la obsolescencia de los soportes para los que fueron creados. En el anuncio de Paola Antonelli, comisaria del departamento de arquitectura y diseño y una de las responsables de esta adquisición por parte del museo, indicaba:

Are video games art? They sure are, but they are also design, and a design approach is what we chose for this new foray into this universe. The games are selected as outstanding examples of interaction design—a field that MoMA has already explored and collected extensively, and one of the most important and oft-discussed expressions of contemporary design creativity. Our criteria, therefore, emphasize not only the visual quality and aesthetic experience of each game, but also the many other aspects—from the elegance of the code to the design of the player’s behavior—that pertain to interaction design. In order to develop an even stronger curatorial stance, over the past year and a half we have sought the advice of scholars, digital conservation and legal experts, historians, and critics, all of whom helped us refine not only the criteria and the wish list, but also the issues of acquisition, display, and conservation of digital artifacts that are made even more complex by the games’ interactive nature. This acquisition allows the Museum to study, preserve, and exhibit

video games as part of its Architecture and Design collection (Antonelli, 2012).

Encontramos en el texto de Ernest W. Adams una aclaración y diferenciación de lo que él considera por un lado cultura popular, en contraposición a obra de arte, para establecer una diferenciación que clarifica en cierto modo el conflicto identitario de algunas expresiones y su acreditación o no como arte:

I assert that the vast majority of what the game industry does is not art, but popular culture. Art is purchased in art galleries by art connoisseurs, it is criticized by art critics, it is conserved in art museums. It is not sold in toy shops. But the fact that most of what the industry produces is merely popular culture does not preclude the interactive medium from being an art form. It just means that the industry faces an uphill battle to be recognized as one – just as the movies did, moving from the nickelodeon to the screen. Film is an art form, but that does not mean that every movie is a work of art. Some are and some are not, just like games. Most movies are not art, but popular culture. And there is no question that the vast majority of games are not art either. Monopoly is not art; poker is not art; baseball is not art (Adams, 2007: 257).

Trascendiendo el debate de la concepción del videojuego como obra de arte, el propio medio da lugar nuevas consideraciones que parten de la práctica artística y de como el propio producto videolúdico genera nuevas oportunidades en el campo de la expresión plástica y la generación de discursos audiovisuales. Según indica Gonzalo Frasca en su texto *Simulation versus narrative. Introduction to ludology* (2003):

For the first time in history, humanity has found in the computer the natural medium for modeling reality and fiction. Simulation, in both its *paidia* and *ludus* flavors, provides a different—not necessarily better—environment for expressing the way we see the world (Frasca, 2003: 233).

Los artistas de finales del siglo XX y principios del XXI establecen una serie de estrategias de apropiación del medio interactivo como soporte y técnica en su práctica artística. Además, a través de la interacción se otorga al receptor el rol creador de la obra, conectando con el concepto de *prosumer* del contexto transmedia contemporáneo. La interacción como recurso del cual todavía desconocemos el horizonte de su potencial.

2. Objetivos Generales

El presente estudio aborda el videojuego desde su concepción artística como objeto cultural, como experiencia capaz de ofrecer al usuario ser partícipe de eventos que de otro modo sería imposible. Planteamos la necesidad de analizarlo como soporte de expresión plástica y de reivindicar su importancia en el contexto de las manifestaciones artísticas y culturales, de

este modo nuestros objetivos son dos, por un lado presentar la importancia del videojuego y su potencial como discurso artístico y, al mismo tiempo, analizar la relación de la práctica artística con este medio y la apropiación de las estrategias del videojuego por parte de los artistas y creadores.

3. Método

A través de una metodología cualitativa y partiendo de la revisión bibliográfica, abordamos el videojuego como obra de arte. En primer lugar se expone la importancia del medio audiovisual interactivo observado como objeto cultural, artístico y como plataforma de creación de experiencias estéticas. A continuación se analizan las obras llevadas a cabo por artistas plásticos que utilizan el videojuego como soporte. Finalmente se tratan las cuestiones que surgen de este estudio y se plantea un modelo de clasificación de los videojuegos a partir de la existencia de su apropiación y el espacio de su distribución y consumo.

4. Resultados

El principal fin de un videojuego, o incluso de toda la industria detrás de estos productos es crear en el usuario la experiencia de diversión. La diversión conecta evidentemente con el elemento juego, independientemente de la interfaz a través de la cual se accede al dispositivo o sistema juego. Por tanto, la industria del videojuego comercial o *mainstream* ha perdido el contacto con el arte desde el planteamiento que adopta, enfocándose única y exclusivamente a la diversión, perdiendo de vista que existen otros modos de entretenimiento que no tienen porque conectar con la idea de pasatiempo. Más allá de la diversión, existe el suspense, el horror, la frustración, la recompensa, la comedia, el romance, el discurso narrativo puede encerrar muchas más emociones distintas del mero divertimento, factor sobrevalorado en la mayoría de ocasiones. Por tanto, para entender un videojuego como obra de arte consideramos que debe buscar objetivos más allá de la diversión por parte de la audiencia, estableciendo un diálogo mucho más complejo y multidisciplinar. Retomando el trabajo de Ernest W. Adams, la cuestión clave, si el entretenimiento interactivo puede ser una forma de arte legítima, quedará supeditada a los creadores y autores que se sitúen dentro de la práctica del desarrollo y creación de videojuegos. Es también importante la estrategia de marketing de estos productos, además del tratamiento que se les da desde la perspectiva de la prensa, pero además, este autor establece una serie de puntos que han de tenerse en cuenta para que un videojuego, o la práctica de la creación de los productos videolúdicos sean considerados arte:

- Games must seek to do more than provide “fun”. Fun is but one, rather simplistic, form of entertainment. There are others, and game developers must find a way to provide them through gameplay.
- There must be an aesthetic for games and gameplay. How it may arise, we do not yet know, and it will undoubtedly be subject to endless debate. But arise it must, before computer games can be an art form.
- Game developers must experiment with the medium. They must take artistic risks and break new ground.
- Games must challenge their players as other art forms challenge their viewers. They must force the player to experience new ideas, to see things in new ways.
- Prizes and awards must recognize aesthetic merit and not merely technological prowess or craft.
- Games must be the subject of genuine criticism, not merely product reviews. They must be studied, discussed and analyzed as works of art and aspects of culture.
- Game developers must treat themselves and each other as artists and to grant credit where it is due (Adams, 2007: 264).

4.1 Definición de videojuego

La definición de arte según el diccionario de la Real Academia Española indica en su segunda acepción: “Manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.”, definiendo al mismo tiempo videojuego como: “Juego electrónico que se visualiza en una pantalla” y “Dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor o una computadora”. Observamos como el arte, entendido como una película o una novela, no es la tinta y el papel del libro ni el material fotosensible del que se compone la imagen en movimiento, sino el objeto cultural, el texto audiovisual, entendido como una entidad inmaterial e intangible, pero la definición que obtenemos de videojuego únicamente hace referencia al objeto o interfaz objetual necesario para simular el juego, no atiende a su identidad como texto cultural compuesto por múltiples elementos paratextuales. Por tanto, la definición de diversos autores ha contribuido a establecer su identidad actual, de manera independiente a su continua evolución, lo que hace necesario seguir redefiniéndolo.

Frasca (2001) menciona “incluye cualquier forma de software de entretenimiento por computadora, usando cualquier plataforma electrónica y la participación de uno o varios jugadores en un entorno físico o de red.”

Zyda (2005) propone como concepto; “una prueba mental, llevada a cabo frente a una computadora de acuerdo con ciertas reglas, cuyo fin es la diversión o el esparcimiento.”

Para Juul (2005) cuando hablamos de videojuego “hablamos de un juego usando una computadora y un visor de video. Puede ser un computador, un teléfono móvil o una consola de juegos”.

Aarseth (2007) resalta: “consisten en contenido artístico no efímero (palabras almacenadas, sonidos e imágenes), que colocan a los juegos mucho más cerca del objeto ideal de las Humanidades, la obra de arte... se hacen visibles y textualizables para el observador estético” (En Eguía Gómez; Contreras-Espinosa y Solano-Albajes, 2013: 5).

Observamos como la definición de Aarseth en 2007 ya atiende a las necesidades de la acreditación del videojuego como objeto o artefacto artístico, y resulta de interés el hecho de que el observador quede incluido en su definición como elemento fundamental para la consideración del videojuego como obra de arte.

4.2 El medio audiovisual interactivo como objeto cultural

El videojuego tal y como se concibe, ha tomado referentes de la cultura popular y de la comunicación de masas. Ha traspasado la frontera de la cultura de masas y se expande a través de los diferentes modos de entender el discurso plástico, ofreciendo sus recursos y modos de hacer a los creativos contemporáneos, que se apropian de estos medios digitales para desarrollar sus creaciones, que parten del mismo entorno virtual como inspiración para poder formular sus reflexiones críticas o plasmar sus ideas. Lo atractivo de estos no lugares viene de su carácter como espacio de experimentación, donde poder profundizar en tipos y sistemas de relaciones e interconexiones entre la audiencia que de otro modo no sería posible. Más allá de explorar el lado estético, quizá una característica intrínseca del medio como industria, donde siempre se ha buscado alcanzar el ideal de representación hiperrealista, la creación contemporánea a través de este medio se aleja de estos paradigmas convencionales, incidiendo en otras cuestiones que aportan connotaciones o fines comunicacionales más complejos.

Su concepción como objeto cultural se expande desde múltiples perspectivas, desde las grandes producciones culturales que sí ejercen de referentes de la cultura de masas contemporánea, las producciones indie que, en algunos casos terminan siendo producciones *main stream*, o incluso grandes producciones anunciadas en sus primeras fases como proyectos *indies*,

aprovechando el *hype* de esta corriente que ha ocupado el interés del público y la industria durante los últimos años.

Entendemos la necesidad de establecer un modelo de clasificación que recoja las diferentes perspectivas en cuanto a la creación de artefactos artísticos a través del audiovisual interactivo, teniendo en cuenta la constante evolución del medio y sus soportes, así como su continua expansión y dispersión como resultado de repensar el videojuego, generando nuevos territorios marcados por la interdisciplinariedad, alterando las estrategias de creación y de consumo del mismo.

El panorama actual podría clasificarse a través de cinco movimientos diferenciados o categorías, el *mainstream*, donde actualmente el videojuego como espectáculo de masas adquiere nuevas connotaciones, el *indie*, ambos en estrecha relación, el videojuego serio o *serious games*, de los que los *newsgames* son estandarte de estos métodos de gamificación de otros modelos de comunicación o entornos relacionales, y que transportan al videojuego o juego más allá de la idea de producto de entretenimiento y, por último creemos necesario separar entre el *Art Game* y el *Game Art*.

4.2.1 Videojuego *mainstream*

Entendido como evolución del cine, el octavo arte, pertenece desde sus orígenes a la cultura popular y de masas. Su alto componente narrativo, dependiendo del género del que se trate, ya que también existen videojuegos carentes de narrativa, hace que el cine sea su principal referente, e incluso dado su mayor extensión temporal, las series de ficción son también una de sus fuentes de génesis a la hora de adoptar sus estrategias, para dosificar el desarrollo del discurso y mantener la atención de la audiencia.

Comparando a este nivel el videojuego y el cine, y entendido este como uno de sus predecesores más relevantes, el videojuego estaría en la actualidad en plena adolescencia, precisamente inmerso en el proceso de llegar a ser concebido como obra de arte, exactamente igual que ocurrió con el medio cinematográfico. En ambos casos, primero apareció la técnica, con otros propósitos, y posteriormente la necesidad de usar dicha técnica para crear expresiones artísticas, de modo inverso al resto de las artes plásticas, cuando la necesidad de expresión antecedió a la aparición y creación de la técnica.

En este sentido, obras como *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013) o *Assasins Creed* (Ubisoft, 2007) podrán ser consideradas en un futuro próximo como paradigmas del medio videolúdico. Incluidas en el espectro de las grandes producciones, la documentación de los departamentos creativos y artísticos de ambos títulos, el uso y creación de diferentes estructuras narrativas que se intercalan a las mecánicas y dinámicas de juego a través de brillantes

cinemáticas, el avance en los desarrollos de la representación tridimensional generada por computador, aumentando la calidad y recreación de las acciones y eventos de las tramas, tanto principales como transversales, y la calidad sonora tanto de registros diegéticos como de contenidos extradiegéticos y bandas sonoras, hacen de estos productos una suerte de obras totales en las que se identifican los fines estéticos de la imagen en movimiento clásica.

4.2.2 Videojuego *indie*

De un modo paralelo a los principales títulos de la industria global, aparecieron durante la década de los 80, cuando Spectrum y Amstrad eran las plataformas de creación y juego. Más tarde, estos dispositivos fueron relegados por las consolas, que hicieron inaccesibles los kits de desarrollos para particulares, sometiendo a la escena independiente a un periodo de *stand-by*, hasta principios del siglo XXI. Los videojuegos *indie*, desarrollados por autores independientes, que en muchos casos ellos mismos y de manera individual, o contando con equipos limitados para el desarrollo de sus proyectos, facturan y programan sus propias ideaciones, consiguieron revolucionar los medios de producción monopolizados por las grandes empresas y publicar sus producciones sin apoyo de distribuidores o *publishers*, a este fenómeno contribuyó en gran medida la propagación de Internet y de las plataformas de distribución y juego online, democratizando en cierto modo los modelos de producción y consumo anteriores.

En la conexión establecida entre cine y videojuegos y, el modo en el que ambos evolucionan, este fenómeno también coincide si tenemos en cuenta que la práctica cinematográfica ha tenido y tiene sus propios movimientos independientes:

Otro paralelismo resulta de comprobar que, a partir de la década de los cuarenta, y sobre todo en Europa, el movimiento independiente y experimental en el cine comienza a caminar por sí solo, aspecto que comienza a producirse en la primera década del siglo XXI dentro del ámbito de los videojuegos, donde cada vez más desarrolladores independientes y compañías pequeñas están innovando y experimentando nuevas formas de experiencia audiovisual interactiva [...] (Martínez Cano, 2016: 269).

Una de las ventajas que presentan las iniciativas independientes, y que conecta esta vertiente con el arte de un modo más directo, es que al no nacer bajo el paraguas de una gran compañía, normalmente sus creadores no tiene limitaciones creativas, por lo que la innovación, la creatividad y la experimentación dan lugar a nuevos modelos, en contraposición a los productos destinados al mercado mayoritario, obligados a enmarcarse en unos estándares más rígidos, estratificados por géneros y diseñados a partir de convenciones del lenguaje propio del audiovisual interactivo.

4.2.3 *Serious games*

Los serious games aparecen inmersos en el fenómeno de la gamificación, que trata de emplear los recursos y técnicas propios del juego y, del videojuego en sí, aplicándolos a entornos en los que el objetivo no es la diversión ni el factor expresivo o comunicativo, sino más bien el aprendizaje o el desarrollo de tareas de un modo más efectivo, por lo que dicha gamificación se ha introducido en el contexto empresarial, donde las compañías comienzan a aplicar la gamificación como estrategia para un mejor desarrollo de sus actividades por parte de los empleados. En definitiva, se pueden definir como el uso y aplicación del videojuego como medio para llevar a cabo una actividad distinta al juego, o incluso a través del juego pero, con un objetivo concreto, más allá de la diversión y la voluntad de participar de una experiencia virtual e inmersiva que sólo se nos ofrece a partir del producto videolúdico. Se da en este sentido la apropiación de las estrategias del videojuego, aplicadas con fines serios.

Utilizando las técnicas y estrategias del videojuego y aplicándolos a entornos educativos, o por otro lado, empleando los métodos del audiovisual interactivo para generar productos periodísticos que informan de un modo más inmersivo, lo que se define como newsgames: “[...] videojuegos basados en noticias de actualidad, o lo que podemos considerar como fusión entre la simulación lúdica y aspectos relevantes de la actualidad [...]” (Matínez Cano, 2016).

Gonzalo Frasca, uno de los pioneros de los *newsgames*, autor de noticias gamificadas como *Madrid* (2004) o *September 12th* (2003), expone en su texto *Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción* (2009) la importancia del juego:

El juego nos permite complementar la visión lineal que dan los géneros tradicionales como la narrativa, al permitirnos manejar múltiples variables dinámicas al mismo tiempo. Nos permite entender mejor el funcionamiento de los sistemas a través de la exploración y la experimentación (Frasca, 2009: 43).

Sus títulos son claros ejemplos de la convergencia mediática en la que la información de actualidad es accedida por el usuario a través de un entorno jugable. Estos productos han sido estudiados en profundidad por autores como Ian Bogost, Simon Ferrari y Bobby Schweizer, que establecen una clasificación de los diferentes subgéneros pertenecientes a este nuevo modo de contar noticias en su libro *Newsgames. Journalism at play* (Bogost, Ferrari y Schweizer, 2012), entre los que se encuentran los *current games*, las infografías y los documentales interactivos, los puzzles para formar a periodistas, las plataformas *play the news* o los *fantasy sports* como ejemplos de estos nuevos estereotipos de videojuego informativo.

Finalmente, y a partir de la aparición de las técnicas de realidad virtual, en 2012 se publicó *Hunger in Los Angeles* (2012), obra de Nonny de la Peña, que fue estrenado en el Festival de Sundance. Se trata de una experiencia en formato videojuego con RV en la que el usuario experimenta un hecho real que aconteció en un banco de alimentos de esta ciudad. El participante está completamente inmerso en la experiencia, sintiéndose como si fuera un testigo real del evento. Esta pieza es una de las consideradas como pioneras en la exploración de nuevos modos de contar noticias y hechos de actualidad reales, otorgándoles a través de la inmersión del usuario en los hechos un poder emocional de denuncia, expandiendo así los medios periodísticos convencionales. Estos nuevos formatos interactivos y virtuales están siendo explorados en el contexto periodístico y de la creación de noticias inmersivas, abriendo nuevas líneas de investigación.

4.2.4 Art Games

Los art games son obras realizadas a partir del propio medio videolúdico para generar un discurso artístico a través de medios digitales. Un videojuego de arte es definido como una obra de arte interactiva llevada a cabo a través de software, lenguajes de programación y medios digitales, que puede en algunos casos, no todos, perder su objetivo de divertimento, del mismo modo que los *serious games*, y trasciende su función a la de producir algún tipo de reacción en su usuario como resultado del discurso conceptual o crítico que propone. En otras ocasiones, el sistema también utiliza el propio concepto de juego incluyendo la diversión como parte de su estrategia comunicacional.

El concepto art game puede dirigirse al ámbito de la alteración de videojuegos, también denominados *mods*, pero en este sentido estas modificaciones también presentes dentro del *game art*, mantienen el *gameplay*, alterando sus mecánicas y dinámicas, en contraposición a las modificaciones que producen resultados para ser observados por la audiencia en un entorno expositivo tradicional y de forma pasiva, sin intervenir ni interactuar en el juego, por lo que estos *mods* incluidos en esta categoría pueden cambiar escenarios, modos de juego, posibilidades del jugador dentro del entorno virtual, en definitiva mantienen el storytelling como elemento fundamental de su génesis, primando la intencionalidad artística. En este proceso de reconfiguración del videojuego, se produce el cambio de paradigma desde el objeto cultural de masas a su concepción como objeto de arte. Según John Sharp en su texto *A curiously short history of game art* (2012):

Art games are games in the formal sense of maintaining the experiential and formal characteristics of videogames—rules, game mechanics, goals, etc.—as an expressive form in the same way other artists might use painting, film or literature (Sharp, 2012).

Por tanto, este movimiento aglutina a aquellos artistas y colectivos que usan el videojuego como medio, cuestión clave para analizar la relación de la práctica artística en este contexto, donde obras como *Every day the same dream* (Molleindustria, 2009) sirven como ejemplo. Este videojuego online (<https://goo.gl/ezuaTm>) se presenta como una reflexión crítica sobre la civilización contemporánea, sobre la industria del videojuego comercial o sobre el papel del juego dentro de la sociedad global. No pretende ser una obra a la que el usuario recurra una vez se ha jugado la primera vez, característica que suelen compartir las obras incluidas en el *art game*. En esta experiencia en dos dimensiones y escala de grises, carente de un propósito de representación hiperrealista, nos ofrece un gameplay aparentemente seriado, rígido, que emula el aburrido día a día de un trabajador de una oficina, pero al mismo tiempo nos ofrece momentos en los que podemos decidir desviarnos del camino establecido, encontrando pequeños espacios para la contemplación o la reflexión sobre el ritmo de vida contemporáneo.

En la misma línea, pero mucho más sofisticado en su desarrollo gráfico y representacional, encontramos *Dear Esther* (Thechineseroom, 2012), lanzado en 2008 como un *mod* gratuito para el motor Source que posteriormente se rediseñó para su versión *mainstream*. Este título demuestra que en algunos casos estos productos experimentales llegan a alcanzar un éxito que los reconvierte en obras de consumo de masas. No es una aventura gráfica tradicional, sino que la trama se construye junto con su universo diegético a través de un entorno 3D de alta calidad, una isla que recorreremos, al tiempo que una voz en off nos narra la historia, configurada como el elemento más relevante, compuesta por una estructura narrativa segmentada, durante la que el usuario ejerce un nivel de interacción básico en ausencia de cualquier tipo de mecánica.

4.2.5 Game Art

Por otro lado, el movimiento *game art* se compone de propuestas generadas a partir de la modificación (*mod*) de los videojuegos, apropiándose de elementos de estos productos, para confeccionar un cuerpo de obra que circula más por los caminos de la observación y la reflexión estética, sin permitir la interacción convencional que un videojuego ofrece.

La apropiación y uso de la iconografía propia del género videolúdico en su vertiente más tradicional da paso a intervenciones sobre el propio videojuego, como puede ser el caso del artista Cory Arcangel, quien modifica y recompone el código fuente de algunos videojuegos para dejar únicamente algunos de sus elementos del entorno, a modo de meros testigos del título, convirtiéndolo en una experiencia contemplativa. Este es el caso de su obra *Super Mario Clouds* (2002), donde a través de la eliminación de todos los

sprites del cartucho del videojuego original, proyectaba en la sala una visual del entorno del juego vacío en el que una única nube permanece en escena. Dentro de esta corriente, pero llevando a cabo transformaciones sobre otros aspectos del videojuego, se encuentra la obra *Domestic* (2003) de Mary Flanagan. En este caso y a través de la apropiación de *Unreal Tournament* (Epic Games, 1999), un fps muy aclamado por crítica y público recién estrenado el nuevo siglo, la artista altera el campo de batalla y lo convierte en un lugar acogedor donde proyecta y crea un recorrido, a modo de itinerario, durante el cual explora sus traumas infantiles. A medio caballo entre las prácticas del *art game* y del *game art*, esta obra transforma los parámetros convencionales del videojuego, convirtiendo el espacio virtual en un lugar donde mostrar las imágenes y videos de sus recuerdos personales, creando un entorno destinado a la contemplación.

5. Discusión y conclusiones

En primer lugar, cabe destacar que las categorías expresadas o movimientos, que aglutinan las diferentes perspectivas desde las que se aborda la creación de productos videolúdicos, se sitúan por encima de los géneros tradicionales.

Queda demostrado que el videojuego, contando con todos sus géneros y manifestaciones, es definido como arte, dependiendo en primer lugar de si en su factura se prioriza su identidad como objeto artístico, sin necesidad de negar la diversión, pero buscando al mismo tiempo otros fines. El factor experimental y de innovación son también necesarios para su consideración como obra de arte. Además, se demuestra la complejidad del dispositivo videojuego y su amplia gama de paradigmas, todavía en constante desarrollo. Este trabajo finalmente identifica la dificultad de su reconocimiento como arte en el conflicto identitario entre arte e industria cultural. En el momento actual, la democratización de los kits de desarrollo y las licencias abiertas de algunos motores de videojuegos facilitan la expansión de los nuevos formatos del videojuego. Es sin duda este fenómeno el que garantiza una futura permeabilidad en aumento de los videojuegos en los diferentes ámbitos de la cultura, influyendo en los modos de creación del vasto espectro de la producción cultural contemporánea.

Referencias bibliográficas

- Adams, E. W. (2007). Will computer games ever be a legitimate art form? Clarke, A., & Mitchell, G. (Eds.). *Videogames and art* (pp. 255-264). Bristol: Intellect books.
- Antonelli, P. (29 de noviembre, 2012). *Video Games: 14 in the Collection, for Starters*. Recuperado de <https://goo.gl/DGfegJ> [Recuperado 12/10/2017].
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2012). *Newsgames: Journalism at play*. Mit Press.
- Cano, F. J. M. (2016). Newsgames: Nuevas Tendencias en el Periodismo Ibérico. En *CoSECivi* (pp. 159-169). Recuperado de <https://goo.gl/Ue4JqM> [Recuperado 15/10/2017].
- Eisenstein, S. (1989). *Teoría y técnica cinematográficas* (Vol. 4). Ediciones Rialp.
- Frasca, G. (2003). Simulation versus narrative. *The video game theory reader*, 221-235.
- Frasca, G. (2009). Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1(7), 37-44.
- Gómez, J. L. E., Contreras-Espinosa, R. S., & Solano-Albajes, L. (2013). Videojuegos. *3C TIC*, 2(2).
- Jewell, C. (Agost de 2012). *Los videojuegos: arte del siglo XXI*. Recuperado de <https://goo.gl/dkpLfk> [Recuperado 27/09/2017].
- Lage, J. L. C., de Tapia, C. E., & Alonso, J. L. B. (1999). *El cine: otra dimensión del discurso artístico*: Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones.
- Martínez-Cano F. J., Nuevos paradigmas del cine y realidad virtual: aplicación de nuevas tecnologías de realidad virtual en videojuegos y cine. (2015). En *Videojuegos: desarrollo e industria creativa* (pp. 269-282). Madrid: Editorial ESNE.
- Real Academia Española. (2017). Diccionario de la lengua española (23.1 ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/>.
- Sharp, J. (2012, May). A curiously short history of game art. In *Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games* (pp. 26-32). ACM.

CAPÍTULO V

JÓVENES Y VIDEOJUEGOS PERCEPCIONES SOBRE SU TRATAMIENTO INFORMATIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Dra. Profesora Elisenda Estanyol

Universitat Oberta de Catalunya (UOC), España

Dra. Profesora Mireia Montaña

Universitat Oberta de Catalunya (UOC), España

Resumen

Los videojuegos se han convertido en una potente industria que goza ya de más de medio siglo de implantación en nuestra sociedad, siendo los jóvenes los que más participan en el juego digital.

Esta investigación analiza las opiniones sobre los videojuegos de este grupo poblacional, concretamente los jóvenes españoles de entre 16 y 35 años, centrándose en su percepción sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación. El estudio, pionero en España, se ha basado en una encuesta con una muestra formada por 1.000 jóvenes residentes en el país realizada entre el 20 y el 31 de mayo de 2017.

Los jóvenes encuestados opinan que los medios de comunicación, cuando hablan de videojuegos los asocian principalmente a gente joven (63%) y que destacan sus efectos negativos. En primer lugar, que provocan adicción (64% de los encuestados), en segundo lugar, que promueven la violencia (55%), - algo que en opinión de los jóvenes no es verdad-. Y, por último, que enfatizan el riesgo de aislamiento social (51%).

La gran mayoría de los encuestados opina, por el contrario, que los medios de comunicación no destacan aspectos positivos de los juegos digitales, como su ayuda a la socialización (62%) o el que pueden potenciar la inteligencia y la adquisición de habilidades, algo que en su opinión sí hacen los videojuegos.

Estos resultados ponen de relieve que la percepción entre los jóvenes sobre el tratamiento informativo de los videojuegos en los medios de comunicación es diferente a la que ellos mismos tienen sobre los efectos del juego digital, destacando que, en su opinión, los medios ofrecen una imagen más negativa.

Palabras claves: Jóvenes, videojuegos, medios de comunicación, juego digital, prensa

Introducción

En los últimos años se observa una atención creciente por el estudio del videojuego y su uso por parte de los jóvenes desde diferentes disciplinas, desde la psicología y las ciencias de la educación, hasta la economía y la comunicación.

Los efectos derivados del uso de los videojuegos entre los jóvenes han generado controversia social, mediática y también entre la comunidad académica. Entre sus efectos negativos se han citado la violencia, el fomento del aislamiento social, la discriminación de la mujer y el riesgo de aislamiento.

La presente investigación tiene como objetivo descubrir la percepción que tienen los jóvenes españoles de entre 16 y 35 años sobre el tratamiento informativo que los medios de comunicación realizan sobre los videojuegos. La investigación se enmarca en el proyecto *Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes*² y concretamente en el estudio 'Jóvenes y juego digital: Hábitos de uso y percepciones sobre la imagen de los videojuegos en los medios de comunicación'³.

Videojuegos: industria y jugadores

El juego digital se ha consolidado en nuestra sociedad, tanto como una potente industria y un sector económico creciente, como en su uso por parte de la población y su aplicación en distintos ámbitos.

Los videojuegos se han convertido en la primera opción de ocio audiovisual en España. La industria de los videojuegos está experimentando un importante crecimiento en los últimos años, un crecimiento muy superior al de otras formas de entretenimiento tradicionales como la música y el cine. Según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), durante el 2015 el mercado de los videojuegos en España se posicionó como la primera industria de ocio audiovisual e interactivo, alcanzando la cifra de 1.083 millones de euros, un 8,7% más que en el ejercicio anterior.

En referencia a los usuarios, ya hay 15 millones de usuarios de videojuegos, lo que representa un 42% del total de la población. Esta cifra posiciona al país entre las cuatro plazas europeas con mayor número de usuarios junto a Francia (62%), Alemania (52%) y Reino Unido (40%) (AEVI, 2015).

² El proyecto I+D *Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes* está financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, concedido por resolución de 30 de julio de 2015. Ministerio de Economía y Competitividad. Programa Estatal de Fomento de la investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, convocatoria 2014. Referencia: CSO2014-57305-P.

³ Investigación liderada por el Grupo de Investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento (GAME) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

Según datos de la Asociación Española de Distribuidores de Software de Entretenimiento (ADESE, 2011), el volumen de penetración social del videojuego en España está en continuo crecimiento en todos los sectores poblacionales, y entre los adultos un 24% juegan de forma habitual. Otro estudio, en este caso promovido por la Federación Europea de Software Interactivo (ISFE), revela que los *gamers* españoles dedican de media 6,2 horas semanales a jugar con videojuegos (ver AEVI, 2015).

Los videojuegos se han expandido a todos los segmentos poblacionales y han dejado de ser una fórmula de entretenimiento individual, para convertirse en una opción de ocio en grupo. La conectividad entre usuarios a través del juego *online* y la tendencia a los juegos sociales han sido factores decisivos para el cambio, según se desprende del informe de ADESE (2011).

El porcentaje de mujeres videojugadoras crece continuamente. Hoy suponen el 40% sobre el total de videojugadores españoles mayores de 15 años. La edad media de los *gamers* mayores de 15 años es de 32. Los canales utilizados para entretenerse son en primer lugar la TV, seguido de las relaciones personales y las redes sociales. Y, comparado con el global de la población, muestran un mayor grado de entusiasmo en lo relativo la tecnología, el cine, los viajes o Internet.

El 90% de los *gamers* españoles considera que la próxima década, jugar a videojuegos será una actividad habitual para todos los sectores poblacionales, y que la realidad virtual y la interactividad serán las claves del videojuego del futuro. Destaca también el dato que la mayor parte de los *gamers* espera que los videojuegos se hayan convertido en herramientas de apoyo y formación en áreas como la enseñanza o la medicina.

Los jóvenes son el grupo poblacional que más participa en el juego digital, siendo la edad comprendida entre los 7 y los 34 años donde existen una mayor penetración del videojuego (45,3%), seguida de la englobada entre los 35 y los 44 años (15,6%) (ADESE, 2011). Según Martínez Verdu (2007:258), “la sofisticación de los videojuegos está haciendo aumentar la edad de sus jugadores”.

Los resultados del estudio ‘Jóvenes y juego digital: Hábitos de uso y percepciones sobre la imagen de los videojuegos en los medios de comunicación’, en el que se enmarca esta investigación, ponen de relieve que el 91% de los jóvenes entre 16 y 35 años han jugado alguna vez a videojuegos. Entre los hombres y las mujeres, sin embargo, los gustos son diferentes: mientras que ellas juegan en primer lugar al Candy Crush (29%), seguido de los Sims (8%) y de la saga Mario Bros (5%), ellos se inclinan primero por el FIFA 17 (21%), seguido de la saga Call of Duty (13%) y Grand Theft Auto V (8%). El estudio también revela, sobre los usos de los videojuegos por parte de los jóvenes, que el dispositivo más utilizado para jugar es el teléfono o la *tablet* seguido de la consola y finalmente el ordenador.

Jóvenes y videojuegos

No existe una única definición sobre el concepto de videojuego. Levis (1997:27) lo define como “un entorno informático que reproduce sobre una pantalla un juego cuyas reglas han sido previamente programadas”. Otros autores como Clais y Dubois (2011: 16) como “imágenes animadas interactivas acompañadas de un ambiente sonoro y de un interface”. Mientras que Rodríguez (2002: 16) destaca que es “todo juego electrónico con objetivo esencialmente lúdico que, sirviéndose de la tecnología informática, se presenta en diversos soportes”. González-Tardón (2014:41) concluye que todo videojuego tiene las siguientes características: un programa informático, una salida audiovisual (que puede complementarse con otras como auditiva, vibrátil, etc.), el ser participativo; y añade que debe implementar al menos tres de las siguientes cuatro características que definen el juego: objetivo, reglas, retos, y refuerzos y castigos.

Hoy en día existen multitud de videojuegos, por lo que son diversos los autores que han propuesto modelos para su clasificación. Existen clasificaciones basadas en el soporte, el número de jugadores, la temática de los videojuegos, etc. En referencia a su temática, Valleur y Matysiack (2005) aportan desde el ámbito científico una clasificación por la que distinguen entre tres categorías de videojuegos: los juegos de *acción* (donde se mezclan aventuras, disparos y carreras, y en el que el jugador debe usar su velocidad, destreza y tiempo de reacción), los juegos de *reflexión o de inteligencia* (que se caracterizan por exigir agilidad mental al jugador) y los juegos de *simulación* (aquellos que permiten realizar virtualmente actividades de la vida real de una forma más o menos realista) en los que se recrea por ejemplo el funcionamiento de aparatos de vuelo o de conducción) (ver también Carrasco, 2006).

Los *Game Studies* son los estudios teóricos surgidos en torno al videojuego. En este ámbito encontramos investigaciones “centradas en desvelar las claves de este medio expresivo y sus diversas implicaciones culturales, ya sean de naturaleza social, educativa o industria” (Navarrete, Gómez y Rufí, 2014: 110). Como recuerdan Trenta y Pestano (2009:4) “hoy en día es posible hablar de una teoría del videojuego que cuenta con aportaciones procedentes de múltiples campos de estudio: psicología, narratología, estética, crítica del arte, semiótica, teoría del cine, teoría de los medios de comunicación, etc.”

Los efectos de los videojuegos en sus usuarios ha sido un objeto de estudio abordado desde casi los orígenes de la investigación sobre el juego digital. Existen multitud de trabajos teóricos y empíricos que se han llevado a cabo recientemente sobre la relación entre jóvenes y videojuegos desde una perspectiva psicosocial. Aún así, la aproximación académica al videojuego por parte de autores españoles es todavía escasa.

La importancia del estudio de los jóvenes y su relación con las tecnologías digitales ya ha sido apuntada por Tabernero, Aranda y Sánchez-Navarro (2010:77), quienes consideran que “resulta esencial explorar las prácticas comunicativas y el consumo cultural de los y las adolescentes relacionados con el uso de las nuevas pantallas digitales”.

Así mismo, como recuerdan Gómez y Navarro (2013: 33 y 34) los videojuegos recibieron un progresivo interés por parte de la comunidad académica pero “inicialmente solo se percibieron los efectos más negativos del medio. Esto es, su influencia en comportamientos agresivos, delictivos o de permisividad sexual”. López Redondo (2012:69) también recuerda en este sentido que según Estallo (1995:70), “el contenido violento, hostil o agresivo que se atribuye a la mayoría de videojuegos es uno de los aspectos que más investigaciones y estudios ha provocado, si bien matiza una falta de unanimidad al respecto”. De hecho, autores como Fernández (2004) y San Sebastián y San Sebastián (2004) recuerdan que las investigaciones sobre los efectos de los videojuegos muestran resultados a veces contradictorios. Así, apuntan que hay estudios que se han basado en atribuir efectos negativos a los videojuegos, como el restar tiempo a otras actividades (estudio, deporte, etc.), producir aislamiento social, incrementar la ansiedad, que son sexistas, que promueven la violencia y que pueden también ser causantes de tensiones musculares y obesidad.

Más recientemente, Mesa y Burgos (2012:1) recuerdan que multitud de estudios se han centrado en demostrar los posibles efectos negativos de los videojuegos “como es el caso de la presunta relación entre videojuegos violentos y conductas agresivas o su influencia en rendimientos escolares bajos”, pero que también ha habido estudio que han destacado sus efectos positivos, “principalmente su utilización como herramienta didáctica y como plataforma para las relaciones sociales.”

Así pues, como recoge Feliu (2006) existe una serie de consecuencias negativas atribuidas de forma hegemónica a los videojuegos básicamente en los estudios de los años ochenta y noventa, pero que todavía perviven hoy en día: aislamiento social, violencia, adicción, transmisión de valores sexistas, etc. Una mala fama que rodea a esta actividad de entretenimiento y que sorprende, sobre todo si se compara como destacan Mesa y Burgos (2012: 5) con la imagen mucho más positiva “que suele tener el cine, la lectura o el teatro”.

Centrándonos en la atribución de la violencia a los videojuegos, Mesa y Burgos (2012:6) recuerdan que en la década de los ochenta y noventa las investigaciones predominantes “fueron dirigidas bajo ópticas experimentales, como las de Anderson y Ford (1986), Cooper y Mackie (1986), Silvern y Williamson (1987), Shutte, Malouff, Post-Gorden y Rodasta (1988), Fling,

Smith, Rodríguez, Thornton, Atkins y Nixon (1992), Irwin (1992), Calvert y Tan (1994), Irwin y Gross (1995), Ballard y Wiest (1996), Wiegman y Sichie (1998), quienes aseveraban que la práctica de videojugar podría tener efectos negativos en relación con la violencia sobre los videojugadores. Sin embargo, al mismo tiempo, “otros estudios como los de Brusa (1987), Estalló (1994), Graybill, Kirsh y Esselman (1985), o Winkel, Novak y Hopson (1987) resaltaban la ausencia de resultados concluyentes sobre la posible influencia de los videojuegos violentos en la conducta agresiva de los jugadores” (Mesa y Burgos, 2012: 6).

Más recientemente, Jones (2008) concluye que no se ha demostrado que exista una relación entre el entretenimiento de contenido violento y la indiferencia frente a la violencia real. Como recuerda Yee (2014) en 2013 un grupo de 288 académicos en psicología, comunicación y *media studies* firmaron una carta donde afirmaban que la relación entre los videojuegos y la violencia no había podido ser demostrada.

A parte de centrarse en la posible relación entre los videojuegos y el comportamiento violento, la investigación psicosocial también se ha interesado por descubrir si el juego digital produce adicción. Como recuerda López Redondo (2012:67), “algunos de los primeros reproches dirigidos a los videojuegos fueron su carácter adictivo y el hecho de ser causantes directos de comportamientos asociales”. De hecho, el tiempo excesivo dedicado a los videojuegos ha generado críticas por robarlo a otras actividades consideradas más positivas para la salud, por ejemplo el estudio o la práctica de deporte. De nuevo, las conclusiones de estudios más recientes cuestionan el potencial adictivo del videojuego e incluso hay estudios que demuestran que los usuarios de videojuegos deportivos tienden a dedicar más horas al deporte real que otro grupo poblacional (recogido en Yee, 2014). Así, circunscriben a las circunstancias de cada individuo la influencia en su comportamiento social. De hecho, hay estudios que demuestran que los videojuegos son una oportunidad para las relaciones sociales (ver Mesa y Burgos, 2012: 10 y 12).

Hay que destacar que otras investigaciones se han entrado en profundizar en los aspectos positivos derivados del uso de los videojuegos. Estallo (1995), por ejemplo, enumera algunos de estos efectos positivos, como el ser una forma de aprendizaje y de entrenamiento para futuras actividades, el promover la coordinación óculo-manual, el enseñar habilidades específicas en visualización espacial y matemáticas, y el favorecer un aumento de la autoestima). La capacidad de superación y el trabajo en equipo, son competencias que también se han atribuido al juego digital. San Sebastián y San Sebastián (2004) también listan los efectos positivos asociados a los videojuegos, añadiendo el facilitar el aprendizaje de idiomas, el favorecer la capacidad de concentración, reflexión y el fomentar la lógica múltiple (no li-

neal). Otras investigaciones también sostienen que la práctica del videojuego entretiene, divierte, permite adquirir estrategias para aprender a aprender y “puede estimular la capacidad de concentración, comprensión, atención, memoria, abstracción, razonamiento estratégico, análisis y gestión de la información; y además, puede fomentar la creatividad, la imaginación y la autoestima (ver Mesa y Burgos, 2012, pág. 11)

En definitiva, revisando los diferentes autores se detecta que no existe un consenso sobre la relación causa-efecto entre los videojuegos y la conducta de los jóvenes que juegan. Existe una ambivalencia de opiniones entre los expertos que hace difícil poder hacer generalizaciones sobre su impacto psicosocial.

Tratamiento informativo de los videojuegos en los medios de comunicación

El estudio sobre el tratamiento informativo de los videojuegos en los medios de comunicación españoles es escaso y existen en consecuencia pocas investigaciones empíricas que se hayan dedicado específicamente a esta cuestión.

Si nos fijamos en los medios de comunicación, en la actualidad encontramos en España algunas revistas especializadas en videojuegos, como *Hobby Consolas*, que según datos de la última oleada del Estudio General de Medios (Feb-Nov 2017) tiene 228.000 lectores. Otras cabeceras especializadas citadas por Martínez-Martínez (2014:103) son la revista *Oficial Nintendo* y *Playmania*.

Sin embargo, los medios de comunicación generalistas, como la prensa escrita, la radio y la televisión, difunden también de forma frecuente noticias sobre los videojuegos, la industria que representan y los efectos de su uso entre los jóvenes.

Las pocas investigaciones científicas dedicadas a abordar el análisis de la presencia y el tratamiento que reciben los videojuegos en estos medios de comunicación generalistas se han centrado básicamente en la prensa escrita, ya sea en papel o digital. A continuación se presentan las conclusiones de cuatro de las investigaciones académicas más recientes realizadas en España que han abordado esta cuestión, por orden cronológico.

En 2003, Pou publicó un artículo en el que analizaba cómo se trataban los videojuegos en la prensa, concluyendo que las críticas sobre los videojuegos como producto cultural todavía son escasas, excepto en las revistas especializadas, y que cuando se publican en la prensa generalista, suelen hacerlo en la sección de ‘Tecnología’ y no en la de ‘Cultura’ donde en cambio sí se incluyen las críticas sobre cine o televisión. En definitiva, según este autor,

“la introducción de comentarios de opinión sobre productos de la cibercultura se está produciendo en espacios alejados de los que ocupa la crítica tradicional [...] por lo que resulta interesante no sólo la resistencia a incluirlo como productos de cultura sino también el hecho de que se contemple la tecnología como un aspecto no relacionado -más que en origen- con la vida cultural de una sociedad” (Pou, 2003:30).

Otro estudio sobre la presencia de los videojuegos en la prensa generalista en España lo dirigieron Trenta y Pestano en el año 2009, cuando analizaron como tres periódicos nacionales, concretamente *El País*, *El Mundo* y *ABC*, se enfrentaron a la cobertura de la industria de los videojuegos durante el mismo 2009. El objetivo de su investigación era descubrir “qué importancia atribuyen los periódicos a este tema, en qué sección suelen incluir las noticias sobre videojuegos y, en general, qué cobertura ofrecen de los juegos electrónicos” (pág. 1). Su investigación quería averiguar si las noticias sobre videojuegos se quedaban circunscritas en el ámbito del suplemento de tecnología o cultura, o si lograban traspasar fronteras y si lo consiguen, en qué secciones del periódico tienen acogida. Después de aplicar la metodología del análisis de contenido, concluyeron que el diario *ABC* es el que menos espacio concede a la industria del videojuego, mientras que *El Mundo* y, con más diferencia, *El País*, han conseguido englobar los juegos electrónicos en su agenda de temas entendiendo la importancia que tienen los juegos electrónicos entre las generaciones más jóvenes y apuntando a que se trata de un fenómeno en expansión. En general, el estudio revela que los periódicos se resisten a tratar al videojuego como un producto cultural, centrándose en resaltar la importancia del videojuego como industria, por lo que las noticias suelen publicarse en la sección de ‘Economía’. En este sentido, los protagonistas de las noticias son más los productores que los usuarios de los videojuegos. Por todo ello, estos autores apuntan que,

“por su valor social, cultural, económico, narrativo, por sus prestaciones y por su utilización, los videojuegos se han abierto un hueco en al ámbito de la producción y difusión audiovisual y se han afirmado como uno de los más destacados segmentos de las industrias culturales. Sin embargo esta realidad no se ve del todo reflejada en los medios de comunicación, en especial en los periódicos impresos” (Trenta y Pestano, 2009:4).

Más recientemente, López Redondo (2012) analizó en su tesis doctoral el tratamiento informativo sobre los videojuegos en la prensa generalista, en este caso centrándose concretamente en los periódicos *El País*, *El Mundo*, *Público* y *20 minutos* también durante el año 2009, pero específicamente en el período comprendido entre el 9 al 29 de noviembre. El trabajo se complementaba con entrevistas en profundidad a periodistas especializados. Los resultados de la investigación también concluyeron que “el ocio electrónico no cuenta con una sección propia ni específica en los diario de información general” (p. 458) y que su ubicación habitual es la sección de

‘Tecnología’. Los géneros periodísticos más utilizados son los informativos y el reportaje. Entre los temas más frecuentes en referencia a los videojuegos, se identificaron los lanzamientos de nuevos videojuegos, pero también el volumen de facturación de las empresas que se dedican a crearlos y producirlos. Sin embargo, el estudio también pone de manifiesto que por su condición artística, “muchos periodistas especializados reclaman un tratamiento informativo similar al que recibe el cine” (p.458) y que por consiguiente las noticias sobre los nuevos productos deberían publicarse en la sección de ‘Cultura’. En conclusión, este autor opina que,

“El tratamiento del videojuego como una nueva forma de expresión artística o su relación con otras artes tiene también un peso importante en los contenidos de estos medios de comunicación. La popularización de esta forma de entretenimiento ha despertado también el interés del público general por otras aplicaciones asociadas al videojuego así como por los efectos derivados de su uso. Todo ello tiene reflejo en la prensa” (López-Redondo, 2012: 459)

El último estudio previo encontrado es el publicado por Martínez-Martínez (2015) que tiene por objetivo determinar el grado de especialización, el protagonismo y el impacto otorgado a la información sobre videojuegos en las versiones digitales de los diarios españoles generalistas (p. 100). En un primer nivel, la investigación se centra en los principales diarios de información general españoles según los datos de difusión de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), concretamente la cobertura que hacen de los videojuegos en sus ediciones digitales durante el mes de mayo de 2015. En un segundo nivel, la investigación se focaliza en los tres diarios de mayor difusión, concretamente en *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* durante el mes de abril. Los resultados del análisis muestran que el componente tecnológico continúa centrando las noticias que tratan sobre videojuegos, aunque,

“La cobertura del videojuego traspasa la dimensión tecnológica y se presentan noticias más allá de esta sección, lo que podría contribuir a enriquecer la complejidad del discurso. Resulta significativa la presencia de contenidos en las ediciones locales y en ‘Economía’ pero, como entretenimiento que es, destaca la reducida presencia de informaciones publicadas en ‘Ocio’.” (Martínez-Martínez, 2015: 112)

Si nos fijamos en cómo los medios de comunicación tratan los efectos que producen los videojuegos en sus usuarios, vemos que algunos autores han apuntado que éstos se han dedicado a difundir afirmaciones taxativas a veces opuestas, en algunos casos defendiendo los efectos negativos de los videojuegos mientras que en otras apostando por enfatizar sus efectos positivos, a veces entrando en claras contradicciones y sin aportar evidencias científicas claras. Así lo afirma Yee, autor de *The Proteus Paradox* (2014) cuando concluye que,

“When video games get into the news, they are almost always framed using two deeply entrenched yet diametrically opposed tropes. Unfortunately, both these tropes are based more in fantasy than reality” (Yee, 2014)

Entre sus efectos negativos Yee (2014) apunta que los medios suelen insistir en que los videojuegos pueden llevar a los niños a convertirse en homicidas, algo que considera del todo infundado. En paralelo, el autor indica que los mismos medios de comunicación difunden noticias sobre las bondades de los videojuegos, como la posibilidad del individuo de interactuar con otros mediante avatares, lo que ayudaría en la socialización y también a la incorporación de buenos hábitos para aplicar después en el mundo real.

De hecho, la enfatización de los efectos negativos de los videojuegos por parte de los medios de comunicación ha sido identificada por gran número de autores. Así, Trenta y Pestano (2009:3) afirman que “desde sus inicios, los videojuegos han sido protagonistas de un ataque generalizado por parte de los medios tradicionales”, y para Estallo (1995) los medios de comunicación han ayudado a difundir la creencia que los videojuegos generan adicción, algo que según el mismo autor no se corresponde estrictamente con el significado clínico del término y que además no está validado desde los estudios científicos.

Belli y López Raventós (2008: 172) también opinan que los medios de comunicación han contribuido a generalizar la idea de que los videojuegos tienen una temática violenta y sexista y los han asociado a comportamientos antisociales y de aislamiento. Apuntando también que en los medios de comunicación se valora de forma diferente el tiempo dedicado al juego digital, que al invertido en otras actividades lúdicas como el deporte, el ajedrez, la lectura o la música. De forma que si bien estas últimas están bien consideradas social y educativamente, el tiempo dedicado a los videojuegos se considera no provechoso a raíz de lo que se recoge en los medios de comunicación. En definitiva, para estos autores,

“El tema de los videojuegos está continuamente banalizado por los medios de comunicación. En la televisión, en los periódicos, esta banalización es continua y constante, esta banalización se compone por varias definiciones de violencia o de adicción. Violencia que remite a su vez, a la violencia en el cine en las primeras películas violentas en los años 60 con la aparición de las primeras bandas juveniles. Es tratado como una adicción sin considerar el aspecto activo y educativo que los videojuegos tienen” (Belli y López Raventós, 2008: 176).

Castellana *et al.* (2007) añaden que las opiniones que reflejan los medios de comunicación influyen en la percepción social de los videojuegos, y que éstos ponen con excesiva frecuencia el énfasis en destacar efectos negativos en la conducta de los usuarios, incidiendo sobre todo en los adolescentes y

los jóvenes, a partir de afirmaciones que no han sido corroboradas por los resultados de la investigación científica.

Los medios de comunicación han adoptado pues una visión sobre los efectos de los videojuegos en los usuarios que bebe de las teorías psicosociales de las décadas de los ochenta y los noventa, donde como se ha detallado previamente en este artículo se identificaron como efectos negativos de los videojuegos el contenido sexista y violento, el riesgo de aislamiento social, etc. Falta por ver si en el futuro, las nuevas conclusiones a las que llegan los nuevos estudios empíricos sobre los efectos reales de los videojuegos, empiezan a transformar la visión que los medios de comunicación ofrecen sobre los mismos.

Objetivos generales

El objetivo general del presente estudio es conocer los hábitos de consumo y las opiniones de los jóvenes españoles en relación al tratamiento que realizan los medios de comunicación de los videojuegos y a las percepciones sociales del juego.

Los objetivos específicos son conocer el grado de acuerdo o de desacuerdo que los jóvenes muestran sobre las siguientes preguntas:

- ¿Los medios de comunicación (MdC) cuando hablan de videojuegos destacan el riesgo de aislamiento social?
- ¿Los MdC destacan que los videojuegos promueven la violencia?
- ¿Los MdC destacan que los videojuegos ayudan a la socialización?
- ¿Los MdC destacan que los videojuegos ayudan a potenciar la inteligencia y adquirir habilidades?

Otro objetivo específico es conocer si los jóvenes piensan que los medios de comunicación, cuando hablan de videojuegos, lo asocian principalmente a: niños, gente joven, adultos o gente mayor; y si lo vinculan más a los hombres o a las mujeres.

Método

Para la obtención de información de esta investigación, se ha diseñado un cuestionario estructurado. La técnica empleada es CATI Bellview, una entrevista telefónica asistida por ordenador a individuos de 16 a 35 años, residentes en hogares españoles con líneas de teléfono fijas. Se obtuvieron las 1.000 entrevistas. La muestra está segmentada por comunidades autónomas, de modo proporcional a la distribución real de la población. A partir del censo se construyó la muestra en base a cuotas representativas de la población española.

Se utilizó una base de datos pública con los teléfonos fijos existentes y se realizaron las entrevistas según las cuotas establecidas. Las unidades primarias de provincia (núcleos de población) han sido seleccionadas de forma aleatoria proporcional para cada provincia. Las unidades secundarias (hogares) se seleccionaron de forma aleatoria a partir de los números telefónicos. Las unidades últimas (individuos) se eligieron mediante una estratificación cruzada de sexo, edad y tamaño de municipio (éste se subdivide en 7 tipos de hábitats según su dimensión). La encuesta se llevó a cabo entre el 20 y el 31 de mayo de 2017. El margen de error para el total de la muestra es de $\pm 3,10\%$, para $P=Q=50\%$ y bajo el supuesto de máxima indeterminación.

Resultados

Según los resultados de la encuesta, un 51% de los jóvenes consultados está de acuerdo con que los medios de comunicación destacan el riesgo de aislamiento social. Esta creencia está más extendida entre las mujeres que entre los hombres (53% y 49% respectivamente). No se identifican diferencias significativas en función de la edad. Cuando se pregunta a los participantes en el estudio si ellos mismos están de acuerdo con esta creencia, sus respuestas afirmativas decrecen hasta un 47,5%. Esta afirmación es más baja en el caso de los hombres (40,4%) que en las mujeres (54,8%). No se perciben diferencias significativas por franja de edad.

Aunque sólo el 25,6% de los participantes cree que la mayoría de videojuegos son violentos, un 56% está de acuerdo con que los medios de comunicación destacan que los videojuegos promueven la violencia. Esta opinión está más generalizada entre las mujeres (56%) que entre los hombres (53,6%). A mayor edad, se observa que aumenta el porcentaje de personas que está de acuerdo con que los medios destacan que los videojuegos promueven la violencia.

El 64% afirma estar de acuerdo con que los medios destacan que los videojuegos provocan adicción. Las mujeres se muestran más de acuerdo con esta afirmación que los hombres (69% Vs 61%). A medida que la edad aumenta, lo hace también el porcentaje que está de acuerdo en esta afirmación. Los que se definen como jugadores muy habituales, son los que más de acuerdo están con que los medios destacan que provocan adicción (67%). Cuando se les pregunta si ellos mismos creen que los videojuegos crean adicción el 60,9% afirman estar de acuerdo con esta idea. Encontramos una gran diferencia entre géneros, ya que los hombres lo afirman en un 52,8% pero el porcentaje incrementa hasta el 69,2% en el caso de las mujeres. Por franjas de edad, destacar la de 25 a 29 años, que sólo un 52,9% de sus miembros está de acuerdo con esta afirmación.

El 62% de los encuestados no está de acuerdo con que los medios de comunicación cuando hablan de videojuegos destaquen que ayudan a la socialización. El 67% de las mujeres no está de acuerdo con la afirmación planteada, porcentaje que decrece hasta el 58% entre los hombres. Los encuestados de más edad son quienes registran un mayor desacuerdo que los demás grupos.

Sólo un 27% de los participantes está de acuerdo con que los medios, cuando hablan de videojuegos, destaquen que ayudan a potenciar la inteligencia y adquirir habilidades. No se observan diferencias significativas en función del sexo de los encuestados. En función de la edad, vemos que los individuos de 25 a 29 años son los que se muestran más en desacuerdo con esta afirmación (52%).

La mayoría de los encuestados opina que los medios de comunicación, cuando hablan de videojuegos, los asocian principalmente a gente joven (63%) y, en segundo lugar, a niños (26%). Los individuos que se definen a sí mismos como jugadores muy habituales son los que opinan que se asocian a niños en mayor porcentaje.

Discusión y conclusiones

Los jóvenes españoles opinan que los medios de comunicación, cuando hablan de videojuegos, los asocian principalmente a los jóvenes y a los niños, y que destacan, en primer lugar, que provocan adicción, en segundo lugar, que promueven la violencia y, por último, que potencian el riesgo de aislamiento social. De la misma forma, creen que los medios no destacan que los videojuegos ayuden a la socialización ni que potencien la inteligencia y adquirir habilidades. Sin embargo, a pesar de que comparten la idea que los videojuegos pueden producir adicción, estos mismos jóvenes no comparten la visión que ofrecen los medios sobre los videojuegos, pues opinan que éstos no incitan a conductas violentas y que, por el contrario, sí ayudan a la socialización y a la adquisición de nuevas habilidades.

Estas percepciones que tienen los jóvenes se alinean con las investigaciones previas realizadas sobre el tratamiento informativo que los medios de comunicación han dado a los videojuegos, en los que se ha demostrado que las noticias sobre juego digital se circunscriben principalmente a las secciones de 'Tecnología' y 'Economía' y pocas veces recibe la consideración de producto cultural con efectos positivos para el aprendizaje y la socialización (Pou, 2013; Trenta y Pestano, 2009; López Redondo, 2012; Martínez-Martínez, 2015). Así mismo, son varios los autores que han afirmado que los medios de comunicación tienden a destacar los efectos negativos derivados del uso de los videojuegos -como la adicción, la violencia y el aislamiento-, sin que existan evidencias científicas que hayan demostrado esta causa-efecto. Estos mismos autores recuerdan que en los estudios psicosociales se

detecta una gran controversia sobre los resultados de distintas investigaciones y una evolución desde los años 80 a los estudios científicos más recientes (Estallo, 1995; Castellana et al. (2007), Belli y López Raventós, 2008; Yee, 2014).

Se concluye pues que los jóvenes perciben que los medios de comunicación tienden a destacar los efectos negativos asociados al uso de los videojuegos, por encima de los aspectos positivos. Unas percepciones que pueden enmarcarse en la desconfianza y cierta inquietud y estigmatización que desde sus orígenes generaron los videojuegos y que, aunque poco a poco van cambiando, todavía siguen presentes en nuestra sociedad.

Agradecimientos

Esta investigación ha sido liderada por el Grupo de Investigación en Aprendizajes, Medios y Entretenimiento (GAME) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) dentro del proyecto I+D *Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes* financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, concedido por resolución de 30 de julio de 2015. Programa Estatal de Fomento de la investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento, convocatoria 2014. Referencia: CSO2014-57305-P.

Referencias bibliográficas

- AEVI. Asociación Española de Videojuegos. *El videojuego en España*. <http://www.aevi.org.es/> [Recuperado 31/12/2017]
- ADESE. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2011). *El videojugador español: perfil, hábitos e inquietudes de nuestros gamers*. Recuperado de <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-espana/> [Recuperado 31/12/2017]
- EGM. Estudio General de Medios. *Febrero a Noviembre 2017. resumen general*. Recuperado de <http://www.aimc.es/a1mc-cont3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf> [Recuerado 31/12/2017]
- Anderson, C. y C. Ford (1985). Affect of the game player: Short-term effects of highly and mildly aggressive video games. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12(4).
- Ballard, M. E. y J. R. Wiest (1996). Mortal Kombat (tm): The Effects of Violent Videogame Play on Males' Hostility and Cardiovascular Responding. *Journal of Applied Social Psychology*, 26(8).
- Brusa, J. (1987). *Effects of video games playing on children's social behavior*. Paul University.
- Belli, S., & López Raventós, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. Athenea Digital. *Revista de pensamiento e investigación social*, (14).
- Calvert, S. L. y S. L. Tan (1994). Impact of virtual reality on young adults' physiological arousal and aggressive thoughts: Interaction versus observation. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 15(1).
- Castellana Rosell, M., Sánchez-Carbonell, X., Graner Jordana, C., & Beranuy Fargues, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles del psicólogo*, 28(3).
- Clais, J.B. & Dubois, P. (2011). *Game story. Une histoire de jeu vidéo*. Paris: Rmn-Gran Palais.
- Cooper, J. y D. Mackie (1986). Video Games and Aggression in Children. *Journal of Applied Social Psychology*, 16(8).

- Estalló, J. (1994). Videojuegos, Personalidad y Conducta. *Psicothema*, 6(2).
- Estallo, J. A. (1995). *Los videojuegos: Juicios y prejuicios:[Guía para padres]*. Planeta.
- Fernández Márquez, E. (2004). *Juventud y ocio: televisión, Videojuegos y Juguetes. Implicación familiar desde las primeras edades*. Concejalia de Juventud del Excmo. Ayuntamiento de Dos Hermanas.
- Fling, S., L. Smith, T. Rodríguez, D. Thornton, E. Atkins y K. Nixon (1992). Videogames, aggression, and self-esteem: A survey. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 20(1).
- González Tardón, C. (2014). Videojuegos para la transformación social. Aportaciones conceptuales y metodológicas. Tesis Doctoral. Universidad de Deusto, España.
- Graybill, D., Kirsch, J.; Esselman, E. (1985). Effects of playing violent versus nonviolent videogames on the aggressive ideation of aggressive and nonaggressive children. *Psychology*, 15(3).
- Irwin, A. R. (1992). *The effects of aggressive and nonaggressive video games on the aggressive behavior of impulsive and reflective boys*. University of Mississippi.
- Irwin, A. R.; Gross, A.M. (1995). Cognitive tempo, violent video games, and aggressive behavior in young boys. *Journal of Family Violence*, 10(3).
- Jenkins, H. (2009) *Fans, blogueros y videojuegos*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Jones, G. (2008). *Killing Monsters: Our Children's Need For Fantasy, Heroism, and Make-Believe Violence*. Basic Books.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Paidós.
- López-Redondo, I. (2012). *El tratamiento del videojuego: de la Prensa Generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos* (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla).
- Martínez-Martínez, S. (2015). La información sobre videojuegos como ámbito de especialización periodística. *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 32(2), 99-114

- Martínez Verdú, R. (2007). Videojuegos, cultura y jóvenes. *Comunicación e xuventude: Actas do Foro Internacional*, 247-262.
- Mesa, A. M.; Burgos, C. (2012). Jóvenes y videojuegos: preocupaciones y vivencias. Un análisis de las prácticas cotidianas al videojugar. *Revista argentina de estudios de juventud*, 1(5), 1-36.
- Muñoz, D.; Sebastián, A. (2010). La relación de los videojuegos con los medios de comunicación. En Carrillo, J.; Sebastián, A.(coords.). *Marketing hero: Las herramientas comerciales de los videojuegos*. Madrid: ESIC.
- Navarrete Cardero, J. L., Gómez Pérez, F. J., & Pérez Ruffí, J. P. (2014). Una aproximación a los paradigmas de la Teoría del Videojuego. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, 19 (37), 107-121.
- Pou Amerigo, M. J. (2003). La crítica y los nuevos productos culturales electrónicos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, 27-32.
- Rodríguez, E. (2002). *Jóvenes y videojuegos: espacio, significación y conflictos*. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
- San Sebastián, I. ; San Sebastián, J. (2004) *¿A qué juegan nuestros hijos?*. Esfera de Los Libros, Madrid.
- Shutte, N., Malouff, J.; Post-Gorden, J.; Rodasta, A. (1988). Effects of playing videogames on children's aggressive and other behaviors. *Journal of Playing Social Psychology*, 5(18).
- Silvern, S. B. y P. A. Williamson (1987). The effects of video game play on young children's aggression, fantasy, and prosocial behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 8(4).
- Tabernero, C., Aranda, D., & Sánchez-Navarro, J. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de estudios de juventud*, (88), 77-96.
- Trenta, M., & Pestano, J. (2009). El tratamiento de las industrias culturales emergentes en la prensa española: el caso de los videojuegos. In *Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*.
- Valleur, M., & Matysiak, J. C. (2005). *Las nuevas adicciones del siglo XXI: sexo, pasión y videojuegos* (Vol. 10). Grupo Planeta (GBS).
- Weigman, O. y G. Schie (1998). Video game playing and its relations with aggressive and prosocial behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 37.

- Winkel, M.; Novak, D.M.; Hopson, H. (1987). Personality factors, subject gender, and the effects of aggressive video games on aggression in adolescents. *Journal of Research in Personality*, 2(21).
- Yee, N. (2014). *The Proteus paradox: How online games and virtual worlds change us-and how they don't*. Yale University Press.
- Yee N. (2014) How The Media Consistently Gets Games Wrong. *The Huffington Post*. 01/10/2014. Recuperado de https://www.huffingtonpost.com/nick-yee/video-games-media_b_4572231.html [Recuperado 31/12/2017]

CAPÍTULO VI

DIGITALIZANDO LA EXPERIENCIA ANALÓGICA DE JUEGO: EL CASO DE LOS JUEGOS (POST)COLONIALES

Jan Gonzalo Iglesia

Universitat Rovira i Virgili, España

Núria Araüna Baró

Universitat Rovira i Virgili, España

Resumen

Puerto Rico y *Age of Empires III* son dos populares *Eurogames* analógicos en los que los jugadores deben desarrollar acciones que evocan el proyecto colonial occidental. A pesar de que los *Eurogames* no pretenden ofrecer una reproducción fiel de la historia sino que la banalizan, ambos juegos proponen un contexto narrativo que sitúa a los jugadores en interacción directa con el relato histórico y que, a través de las metas y reglas, les obliga a ocupar una posición de dominio y colonización. Además, ambos juegos omiten en su diseño, mecánicas y objetos, referencias a la explotación o las desigualdades como vectores visibles o jugables.

Si ya es curiosa la recurrencia del tema colonial en los juegos de mesa contemporáneos, la propuesta de éstos termina siendo filtrada por la interacción con los jugadores. La partida, entendida como experiencia interactiva y como espacio de diálogo, conlleva una reflexión sobre los modelos históricos y las relaciones con la alteridad que el juego plantea. La agencia moral de los jugadores, a pesar de que no puede ser expresada en las acciones del juego, emerge en la conversación directa producida durante y posteriormente al juego, haciendo que los participantes identifiquen y manifiesten las conexiones entre los componentes y las mecánicas con el contexto histórico. Esa experiencia de juego se expande más allá del espacio físico y se traslada a los foros especializados *online*, donde de forma digital se reproducen los debates sobre las temáticas propuestas y se expanden a una comunidad amplia de jugadores.

El presente trabajo propone analizar las estrategias discursivas en relación al postcolonialismo que los jugadores utilizan en los foros digitales para resignificar los juegos y reflexionar sobre qué significa jugarlos. Los resultados demuestran que los jugadores detectan las contradicciones y conflictos que plantean los juegos y despliegan estrategias diversas para posicionarse a favor o en contra del propio juego como justificación ante la propia acti-

vidad de jugarlo. En fin, se demuestra que los jugadores son una parte activa y necesaria para completar la propuesta narrativa en torno al proyecto colonial que los juegos ofrecen.

Palabras claves

Eurogames, Postcolonialismo, Colonialismo, Juegos de tablero, Audiencias activas, Foros

Introducción

En los últimos 20 años, los juegos de mesa han experimentado una expansión dentro de la industria del ocio gracias a la popularidad de los *Eurogames*, con títulos tan conocidos como *Catan* (1995), *Cascassone* (2000) o *Ticket to Ride* (2004). En cuanto a género dentro de los juegos de mesa, los *Eurogames* priorizan las mecánicas, la jugabilidad, la reducción de la duración de la partida y la disminución del conflicto directo entre jugadores (Woods, 2012). Con este dispositivo, pretenden llegar a un público amplio y transversal y ser jugables en múltiples situaciones sociales.

Para este tipo de juegos –a diferencia de los *wargames*, los juegos de simulación o los juegos fantásticos–, lo importante es el equilibrio y el correcto funcionamiento del sistema de juego, en detrimento del tema o la exactitud de la representación de los conflictos jugables. Pese a eso, normalmente los *Eurogames* tienen un envoltorio temático para hacerlos más atractivos. Las tramas más recurrentes que se escogen suelen ser las históricas (Woods, 2012:107) puesto que el jugador puede relacionar la experiencia con conocimientos ampliamente extendidos sobre el pasado.

Además, dentro del actual desarrollo y evolución de los juegos de mesa, se está produciendo una hibridación entre géneros y mecánicas que hace cada vez más difícil establecer fronteras exactas entre los diferentes tipos de juego. Eso ha generado la aparición de juegos mixtos que utilizan mecánicas de *Eurogame*, pero que buscan la representación de diferentes temas o situaciones históricas como podrían ser, entre muchos otros, *Wallenstein* (sobre la Guerra de los Treinta Años), *Mare Nostrum* (sobre el Mediterráneo durante la Antigua Roma) o toda la serie COIN de la casa GMT (que representa diferentes conflictos asimétricos entre bandos regulares e irregulares como la Guerra del Vietnam). Dentro de la afición, a esos nuevos géneros híbridos se les llama Waros, Weuros o Eurowars tal y como se ve en los hilos de discusión “*List of Euro/War game hybrids? Games like Cyclades*” o “*Waros or Weuros: Some hate the names - I love the games!*” en la página *BoardGame Geek*, una base de datos digital que actúa como repositorio de información sobre unos 94.000 juegos de mesa y a la vez como red social para aficionados a nivel internacional.

Es por ello que diversos autores como Robinson (2014) o Sterczewski (2016) están empezando a estudiar los *Eurogames* más allá de su diseño y estructura lúdica considerándolos como artefactos que representan la historia y que, por lo tanto, reproducen algunos de los dilemas que ya han sido analizados en los juegos históricos especializados y fidedignos, ya sean digitales o analógicos.

Entre algunos de los debates que emergen en ese campo tenemos el análisis del nivel de fidelidad y realismo que desarrollan los juegos en el momento de reproducir la historia (Urricchio, 2005) o la evaluación del sesgo ideológico que los juegos vehiculan (Schut, 2007; Oliva, Besalú y Ciaurriz, 2009).

Juegos, diseño y discurso postcolonial

Los juegos de simulación histórica, y también los *Eurogames*, son un ejercicio de ensamblaje de elementos escogidos de un mundo real de referencia, pero que acaban configurando un relato y contexto propios. Las características del género del juego, las necesidades de diseño, las decisiones del diseñador y los objetivos de los editores, entre otros, marcarán el resultado final. Por ejemplo, Pötzsch (2017) habla de “realismo selectivo” en el caso de los videojuegos, entendiéndolo como los filtros que aplican los diseñadores para modelar la experiencia de juego, sobre todo relacionada con la guerra y la violencia, y Sterczewski (2016) afirma que los juegos priorizan unas memorias sobre otras, de acuerdo a la visión hegemónica del momento. En ese sentido, centrándonos en los *Eurogames*, Robinson (2014) considera que justamente son sus características de diseño las que facilitan que se omitan o se simplifiquen hasta el extremo ciertas partes de la historia, principalmente las menos cómodas como las referentes a violencia, conflicto, o explotación.

Es en este sentido de banalización ideológica que es pertinente abordar una perspectiva basada en los conceptos del orientalismo, el colonialismo o el postcolonialismo en relación a las representaciones culturales, por bien que estos términos estén sujetos a discusión y sean polisémicos. Estos debates surgen del análisis de múltiples artefactos de la cultura popular, desde la novela o el cine hasta los documentos administrativos, y proponen claves con las que otros autores han interpretado los juegos y videojuegos históricos (Robinson, 2014; Ford, 2016; Mukherjee, 2017). En el presente artículo, proponemos una aproximación preliminar que centra su análisis no tanto en los propios juegos como en las interpretaciones que de ellos hacen los jugadores.

Puesto que la palabra postcolonialismo conlleva tantas dificultades como otros conceptos teóricos con el prefijo post (postmodernismo, postestructuralismo, postfeminismo, postcapitalismo...), en lo que sigue definiremos nuestra aproximación a este concepto y su uso en este artículo⁴.

El proyecto colonial es uno de los rasgos definitorios de la modernidad europea por lo menos desde el Renacimiento (Chakrabarty, 2014) y, si bien la idea de la colonización o, como lo define Loomba (2007), *the conquest and control of other people's land and goods* (p. 8), no es patrimonio exclusivo de este territorio, sin embargo, sí lo es su unión con el desarrollo capitalista. Según la conocida propuesta de Lenin (2010 [1916]), el imperialismo sería el estadio superior del capitalismo o su culminación necesaria, en cuanto supondría la inversión de las plusvalías europeas o de la metrópolis en un mercado laboral y de materias primas controlado y captivo. Para Lenin, el imperialismo conllevaría tensiones entre las grandes potencias por el reparto del pastel y, necesariamente, conflictos políticos. Además, su aproximación al fenómeno desde una perspectiva de expansión económica –y no de estructura política– permite comprender el imperialismo como una dinámica que trasciende la descolonización y que perpetúa las relaciones de poder coloniales (o neo-coloniales) más allá de las reestructuraciones políticas. Arendt (1968) comparte esta perspectiva economicista cuando estudiando la *Commonwealth* de la “indirect rule” reconoce que el Imperialismo nace cuando las clases dirigentes de los sistemas de producción capitalista se encuentran límites nacionales para la expansión económica y la lógica del crecimiento ilimitado propia del sistema hegemónico. En este marco, según Arendt, se observaba a los nativos como necesitados de supervisión y se justificaba así el control de las excolonias y la expansión como necesarias para garantizar la supervivencia de la nación madre. Esta conciencia de la perduración de las relaciones imperialistas de explotación más allá del colonialismo nominal es lo que fundamentará la aproximación postcolonial.

Fuera de este sentido imperialista, el postcolonialismo ha sido debatido en su polisemia y variedad de usos, aunque generalmente se ha empleado para denominar simplemente aquellas sociedades ya descolonizadas, o bien para definir una aproximación teórica crítica con el colonialismo de validez transhistórica; es decir, tanto para los discursos del encuentro tricontinental como para las resistencias previas a la descolonización. Con todo, este

⁴ El concepto es utilizado tanto para referirse a lo sucedido cronológicamente después del colonialismo en las sociedades que lo han sufrido, sin mayores connotaciones, como también a las permanencias de las relaciones coloniales e, incluso, a un campo de estudios teóricos críticos con estas cuestiones y favorable a la emancipación (Ashcroft et al. 2013), o incluso a las resistencias anticoloniales situadas en diferentes momentos históricos (de Alva, 1995).

concepto, utilizado de forma abstracta, corre el riesgo, según Loomba (2007) de *obscure the very relations of domination it seeks to uncover* (pág. 22). De ahí que nosotros creamos que es pertinente utilizar esta categoría de forma crítica con ella misma, para explicitar la perpetuación de las nociones (neo)coloniales y definir a los marcos discursivos que, sin dar un respaldo abierto a las (hoy en día) deslegitimadas políticas coloniales, no cuestionan en cambio los relatos que de ellas se derivan y, por lo tanto, reproducen sus mismas lógicas. Si, como dice Young (2003), el postcolonialismo reclama la igualdad de derechos de todos los seres humanos, es absurdo ignorar que sigue existiendo una enorme brecha que reproduce las líneas racializadas y geopolíticas de Occidente/Oriente.

Las actuaciones que han permitido, a lo largo de la historia, la subordinación de grupos humanos se han basado en legitimaciones discursivas como el “orientalismo”, fundamento de los estudios postcoloniales. La crítica al orientalismo supone uno de los grandes retos al etnocentrismo, y fue notablemente impulsada por el canónico trabajo de Said (2016 [1979]), que analizaba las producciones literarias como paradigma de la construcción de dos polos discursivos en la historia de la colonización⁵. Según Said, la novela ejemplificaría las concepciones o marcos semióticos con los que se definían dos entidades fluidas pero binarias como son Occidente y Oriente, perceptibles por contraste y exclusión, y situadas en posiciones desiguales. Para Said, en las producciones culturales occidentales subyace un imaginario que ha adoptado para sí mismo –y en la definición de sí mismo– los conceptos de racionalidad, modernidad, libertad y progreso, contraponiéndolos a la idea de Oriente entendido como lo “otro”, lo primitivo, lo no individualizable, y, en definitiva un espacio amorfo que requiere de tutela, siempre en posición inferioridad –cuando no es visto como un peligro. De esta forma, y desde una perspectiva postcolonial, los marcos orientalistas expresados en la cultura –y fundadores de las políticas exteriores contemporáneas– son la prueba que el imperialismo no ha terminado, a pesar de la descolonización política de gran parte del atlas moderno. Como bien definen Ashcroft et al. (2013), el postcolonialismo identifica cómo se mantienen y reproducen las dinámicas de poder propias del colonialismo una vez derribados los acuerdos administrativos que lo sostenían⁶. Esto supondría no sólo una continuidad en las relaciones de explotación y desigualdades ma-

⁵ El propio término “colonización” ya conlleva la dificultad de asimilar relaciones muy divergentes entre las llamadas metrópolis y sus colonias pero, con todo, permite la definición de un conjunto de relaciones con base geopolítica que, en diferentes situaciones, comparten rasgos (Ashcroft et al, 2013).

⁶ A pesar de que Ashcroft et al. (2013) precisamente apuntan a la dificultad de establecer una relación clara entre los discursos (post)coloniales y sus consecuencias materiales.

teriales, sino también una perpetuación de *a wide range of issues connected to the exploitative master discourses of imperial Europe* (Loomba, 2007). Por lo tanto, más allá de la base económica de explotación imperialista que sostiene el mundo (post?)moderno en el que vivimos, se dibuja una discursividad que permite y legitima estas relaciones de desigualdad global y su base histórica. Cuestionar a fondo y, por lo tanto, reparar esta desigualdad histórica, supondría un revés a los flujos económicos de las potencias excoloniales y, de ahí, que con matices y evoluciones (teorías del desarrollo, teorías de la dependencia, teorías del choque de civilizaciones o del fin de la historia) que estos discursos postcoloniales siguen reproduciéndose en las declaraciones y acciones institucionales. De hecho, como sostenía Ahmad (1992), el archivo y el conocimiento del llamado Tercer Mundo se genera desde el mismo lugar que se había difundido tradicionalmente: las metrópolis. Este conocimiento en un formato más *folk* y a la vez expandido podríamos encontrarlo en las expresiones de la cultura popular. De ahí que las producciones culturales contemporáneas pueden –y deben– ser leídas en esta clave. Si, de nuevo para Said (2016 [1979]) “Oriente” acaba conformándose como una, o varias, culturas “subalternas” debido a su posicionamiento minorizado por los mercados y la geopolítica, su situación periférica y porque no tiene voz propia para definirse o autorepresentarse, es relevante fijarse si en los discursos de novelas, filmes o juegos emergen representaciones que escapen esa objetualización de lo definido de forma muy laxa como “oriental”. Dicho de otro modo, es pertinente observar si en las representaciones culturales contemporáneas se reproducen las estrategias de alterar (“othering”) y abstraer a aquellos colectivos humanos colonizados; estrategias descritas por Spivak (1994 [1985]) que sirven a la naturalización del hecho que los definidos como subalternos deban ceder sus tierras o trabajo al imperio. Para Spivak (1994 [1985]), la violencia imperial reside en gran medida en la ausencia de textos en los que los sujetos subalternos puedan “contestar” los relatos históricos occidentales y en la interiorización de estos textos e identidades no sólo por parte de los sujetos opresores sino también los oprimidos. Esta es precisamente la propuesta dialéctica implícita que, veremos, algunos jugadores sacan de los juegos de mesa que analizaremos. Veracini (2015, 2013) ya ha observado la tradicional relación de los juegos de mesa con la consolidación de los mapas conceptuales coloniales, pero también su reemergencia en la contemporaneidad con propuestas como *Los Colonos de Catán*. Según Veracini (2013), la oportunidad de este juego en la actualidad puede deberse a la crisis de expansión del capitalismo y la fantasía de encontrar nuevos territorios donde “empezar de nuevo” una civilización. Éste fue (y es) precisamente el sueño de muchos colonos que ignoraron el papel político que jugaron en relación a los que ya habitaban los territorios conquistados.



Deutschland's Kolonien-Spiel, Juego infantil alemán de 1890 sobre la época colonial

La participación del jugador en la narrativa de los juegos

El análisis de los juegos desde una perspectiva colonial conlleva algunas especificidades respecto a otros géneros contemporáneos. Pasando a un nivel estructural, las mecánicas, reglas y contexto narrativo de los juegos en general, configuran un relato muy diferente al que ofrecen otros productos culturales como el cine, las series de TV o los documentales. Los juegos necesitan de la participación activa del propio jugador para el desarrollo narrativo. Pero a pesar de esta apertura a las acciones del jugador, los juegos tienen unas limitaciones o caminos preconfigurados establecidos por las reglas, las metas y las mecánicas; por ello, la agencia que se otorga a los jugadores es relativa: *Although the player has freedom to change the course of history, it is only to the degree that the game system allows* (Schut, 2007:229). Así, podemos considerar que los juegos son textos pensados para forzar comportamientos (Siscart, 2009) y que, desde una perspectiva humanista y del relato, éstos constituyen un vector ético del juego. Los juegos acaban configurando una manera de representar la historia basada en las decisiones de diseño; decisiones centradas en la búsqueda de un equilibrio lúdico que simplifica y banaliza los aspectos conflictivos, y restringe la agencia moral del jugador sobre el tablero.

Así pues, los juegos tienen limitaciones establecidas por las reglas, los objetivos y las mecánicas, pero esa “libertad dirigida” (Navarro, 2016), y también un relato específico con personajes; sin embargo no pueden reprimir la libertad interpretativa que se puede dar durante la experiencia de juego

y, también, en otros contextos de diálogo acerca del mismo. El juego, entendido como una experiencia interactiva y un espacio de diálogo tanto durante la partida como en situaciones posteriores, comporta una reflexión sobre aquello que representa. Pese a que la agencia moral de los jugadores no puede expresarse en las acciones del juego, o sólo de forma muy menuda, ésta sí que emerge durante la experiencia de juego a través del habla, la gestualidad y la interacción. Los juegos de mesa, además, incorporan una dimensión de presencialidad que se convierte en impulsora del debate y fomenta la emergencia del comentario, el acuerdo o el disenso.

Además, como sugeríamos, las actividades que los jugadores pueden llevar a cabo trascienden del momento específico de jugar. Los aficionados pueden preparar los componentes (destroquelar, enfundar cartas...), leer instrucciones, pintar figuras, modificar o mejorar componentes, etc., pero también otras actividades que se han digitalizado como buscar información, comparar precios, leer, escuchar o mirar reseñas audiovisuales y participar en debates que se generan en páginas o foros especializados.

Hobby board gamers are not just people who play hobby board games; they are serious board gamers, placing value on “active participation within the hobbyist culture, the acquisition and accumulation of games, and a degree of evangelism for the hobby” (Woods, 2012, p. 120)

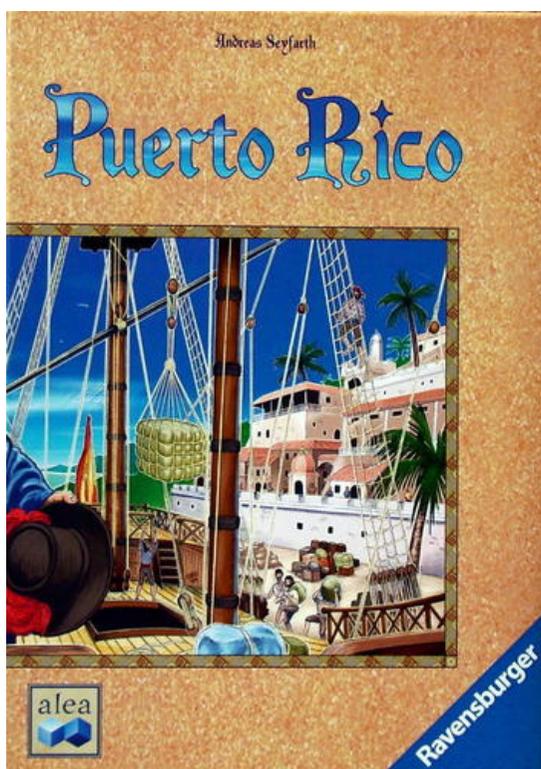
En este sentido, Rogerson & Gibbs (2016:8) consideran que dentro de los cuatro aspectos que hacen disfrutar a los jugadores de los juegos de mesa (su materialidad, la variedad, el reto intelectual que suponen y la sociabilidad que propulsan), precisamente el aspecto social va más allá de la experiencia de juego propiamente dicha e incorpora momentos de socialización que, si bien son propiciados por los juegos, no se producen específicamente en el momento de jugar. Estos momentos, con la aparición de internet, han saltado del espacio físico al virtual. Es en esta dimensión social y reflexiva donde se producen mayores momentos de libertad de acción y de reapropiación de significados según sostienen Carter, Gibbs y Harrop (2014). Esto es, según los autores, debido a que la conversación y los debates no están determinados por la estructura cerrada del juego.

Método y objeto de estudio

El siguiente trabajo propone identificar y analizar las diferentes interpretaciones y estrategias discursivas que los jugadores utilizan y desarrollan en los foros digitales para resignificar los juegos coloniales y reflexionar sobre qué significa jugarlos. Para ello se han escogido dos conocidos *Eurogames* que tratan la colonización del Nuevo Mundo y se han hecho búsquedas en los foros de la comunidad online *BoardGameGeek*. Las búsquedas han uti-

lizado el nombre de los dos juegos analizados junto a términos como *racismo*, *colonialismo* y *orientalismo* para identificar si estos debates aparecen y en qué términos.

Los juegos escogidos han sido *Puerto Rico* y *Age of Empires III*, dos juegos en los que los jugadores deben desarrollar acciones que evocan, más o menos explícitamente, el proyecto colonial occidental.

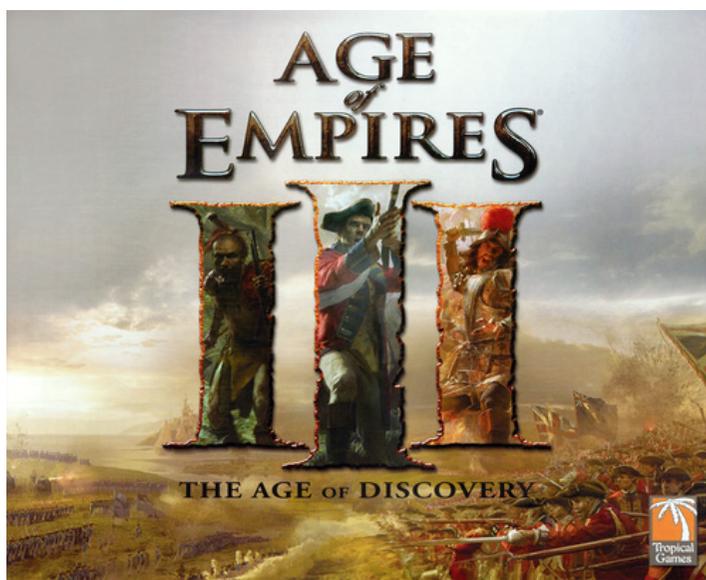


Portada de Puerto Rico

Puerto Rico es un juego de selección de roles donde los jugadores representan el papel de gobernador de una colonia en una isla. Su misión con respecto a la isla es desarrollarla de manera más eficiente que las de sus competidores. Para ello, deberán gestionar las plantaciones de productos como café, azúcar o índigo para exportarlos a la metrópolis y conseguir recursos que les permitan mejorar los edificios y opciones de su colonia. Para hacer funcionar tanto las plantaciones como los edificios, necesitan colocar unas piezas llamadas “colonos” –según el juego– que llegan en barcos desde, supuestamente, la metrópolis, y que, como veremos, para muchos jugadores

representan esclavos en lugar de trabajadores voluntarios. El modelo de desarrollo que permite ganar el juego, por lo tanto, es asimilable al modelo de producción capitalista en su fase imperialista, en el sentido de basarse en el crecimiento productivo y la gestión de la fuerza de trabajo de los “colonos” en un territorio que se observa como “vacío” de habitantes previos y que, por lo tanto, se somete enteramente a estas posibilidades de producción.

Age of Empires III: The Age of Discovery, es un juego de colocación de trabajadores que pone a los jugadores al frente de uno de los poderes coloniales europeos durante el siglo XVII (Inglaterra, Francia, Holanda, España y Portugal) con el objetivo de conseguir el máximo nivel de expansión en el Nuevo Mundo. Los jugadores pueden conquistar territorios a los indígenas, expandir sus flotas mercantes, desarrollar su economía o atacar a los contrarios a través de diferentes acciones y personajes que representan a colonos, soldados, comerciantes, exploradores o misioneros. En este juego, que representa un modelo de colonización más amplio que el productivo, sí cobran presencia los nativos o habitantes que preceden a los colonizadores, aunque no son figuras jugables y, por lo tanto, son “objetualizados” en tanto dinámica de juego a vencer.



Portada de Age of Empires III: The Age of Discovery

A pesar de tratarse de dos *Eurogames*, en ambos juegos el “tema” termina emergiendo de forma clara y adoptando importancia, sobre todo en el caso

de *Age of Empires III*, tal y como reconocen los propios jugadores en sus opiniones:

AoEIII is a very thematic game. I think the most satisfying part of the game is colonization. Most specialists have a function in the new continent and while the soldiers are not there to crush opponents, they are cleverly producing threat of confrontation that has to be accounted for. Constructing your economic system is tied to the colonization, thanks to the regional Trade Goods. Warfare box increases tensions in the later ages and is a nice way to tip the balance in some regions to your benefit. (Mika R, 2007, BGG).

Por mucho que esos juegos no pretendan una estricta simulación histórica, el contexto narrativo sitúa a los jugadores en interacción con la realidad histórica. En este caso, los posiciona como agentes coloniales y restringe su agencia a actuar en consonancia a un reglamento que entiende la progresión hacia el triunfo en términos de desarrollo del modelo imperialista europeo. Las reglas y los objetivos de victoria sitúan a los jugadores como colonizadores naïfs, inconscientes o indulgentes respecto a las consecuencias humanas del desarrollo colonial.

Ambos juegos simplifican o incluso hacen desaparecer las figuras de los colonizados y la explotación o la violencia que significó la colonización. En *Puerto Rico* las fichas que llegan en barcos y que hacen que las plantaciones sean productivas remiten a la figura de los esclavos, pero esto no se explicita ni en las instrucciones, ni en las denominaciones oficiales del juego. En *Age of Empires III* los pueblos americanos previos a la colonización aparecen de forma abstracta y únicamente se puede interactuar con ellos eliminándolos en combate para conquistar sus territorios. De esta forma, en los juegos sucede como con el arte, y los “otros”, los colonizados, son objetualizados (no se puede jugar ni empatizar con su posición), y son representados como faltos de agencia y de capacidad defensiva o de definición de la propia identidad (Price, 1993). Veamos cómo interpretan estos juegos los jugadores en los foros *online*.

Resultados

Los resultados demuestran que el debate existe en ambos juegos. Los jugadores detectan las contradicciones y conflictos en relación a una aproximación postcolonial a la experiencia de juego, y lo expresan directamente a través de sus comentarios.

Puerto Rico: Brown cubes mildly staggering. (...).

Age of Empires III: You got us here. the tiles have little natives that tell you home many you have to kill with your soldiers to steal their gold (...) So . . . people on bgg love Civ games, which are the only ones that tend to

gloss over what actually happens when world powers expand and exploit. (scifiantihero, BGG, 2015).

Como puede deducirse del diseño del juego, los dos temas más recurrentes en los comentarios son el papel de los nativos en *Age of Empires III* y el de la esclavitud en ambos juegos. Un ejemplo es el hilo de debate “*Natives and possible controversy... cultural hegemony?*” con 103 comentarios, en el que se reclama que el juego incorpore otras formas de interactuar con los nativos que no sean únicamente la eliminación o dominio. Es interesante añadir que aquellos que se expresan de esta forma no rechazan de pleno los juegos sino que incluso manifiestan querer seguir jugando, pero sí que se sienten en la necesidad de visibilizar la banalización del discurso colonial presente en el juego, e incluso proponen alternativas de que se representen de una forma diferente para ampliar las opciones de juego de forma más acorde con sus valores éticos.

Una vez que el tema aparece en este u otros foros, se pueden detectar ciertas posiciones que se reproducen en la mayoría de debates. Por un lado, encontramos un grupo importante de gente que considera que las críticas al relato colonial de los juegos son exageradas e incluso absurdas. Para ellos, estas críticas forman parte de una corriente politizada y censora que denominan irónicamente “lo políticamente correcto”. A pesar de reconocer que el tema está presente, rechazan la crítica de pleno por considerarla no pertinente. Una de las estrategias en ese sentido pasa por ridiculizarlas reduciéndolas al absurdo:

Oh my God, can we please stop race-baiting everything? I'm so sick of being sorry for shit that happened hundreds of years ago. White. Guilt. Is. Old.” (BugLaden, BGG, 2013)

Ha! Don't you realize that checkers is an extremely racist game? (Paul Sauberer, BGG, 2007).

Otra estrategia discursiva vinculada es la de defender que existen otros temas que también podrían ser criticados o que son éticamente todavía más reprobables (asesinato, violencia, crimen o explotación de los animales...), según los autores, que banalizar el proyecto colonial. Esos argumentos acaban derivando hacia la respuesta liberal de la libre elección en el sentido de que, si a alguien le molesta un juego, no debería jugarlo puesto que tiene un amplio abanico de propuestas para elegir.

What's next, criticizing Colosseum because you have to exploit gladiators and poor defenseless animals? (Ugur Dönmez, BGG, 2007).

Otro grupo importante de aficionados considera que el debate es irrelevante porque se tratan “únicamente” de juegos. Esta idea defiende que los juegos están pensados simplemente para divertir o tener un reto; por lo tanto, des-

problematizan los temas que representan a través de restar estatus de seriedad a los juegos. Según este argumento, los juegos no plantean debates morales, ni tienen esa intención. Simplemente son artefactos para entretenerse, no para generar polémicas.

My own view - I'm perfectly comfortable with *Puerto Rico* as a game. The game, as far as I can tell, has nothing to say about moral issues of slavery, the rights of man, colonial plantation economies etc. etc. Nor should it, it's not a polemic. (Eoin Corrigan, BGG, 2013)

Para algunos de estos jugadores, los juegos analizados son demasiado abstractos y, por extensión, no están simulando nada. Este argumento se usa sobre todo en el caso de *Puerto Rico*, donde el tema se aborda de forma más superficial que en *Age of Empires III*. Se argumenta que es la mirada de los jugadores la que reinterpreta las mecánicas o los componentes en clave colonial, como en el caso de las piezas oscuras de “colonos” que “producen” en las plantaciones de *Puerto Rico*, que muchos consideran esclavos.

En algunos de los casos, los comentarios irónicos derivan en discusiones sobre el racismo o la explotación que deja de lado el juego y se centran en el posicionamiento ideológico de los jugadores. Es en esos casos cuando encontramos enfrentamientos más enconados entre los jugadores, tanto si admiten el contenido colonial del juego como si lo niegan.

The only thing that's racist about *Puerto Rico* is the ugly reactionary white pride it tends to bring out in some people when other people ask if the colonists are slaves. (pharmakon, BGG, 2013)

Como vemos en el comentario anterior, los aficionados tildan de racistas los argumentos que evitan o relativizan el debate, considerando que esos comentarios, en definitiva revelan no tanto la narrativa incorporada en el juego como el posicionamiento general de ciertos jugadores ante esos temas.

En otro nivel, parte de los jugadores consideran que los juegos históricos e incluso estos *Eurogames* simulan las acciones coloniales que verdaderamente sucedieron y que, por lo tanto, no tiene que suponer un problema reconocer y convertir en jugable esta experiencia histórica. Los juegos muestran temas complejos e injustos porque “la historia es así”, y eso no implica que los diseñadores o la gente que juega acepten, promuevan o defiendan estas políticas. Además, según este grupo de opinadores, los temas que conllevan un conflicto humano relevante son más fáciles de convertir en un juego competitivo:

Maybe I'm naïve but colonialism is a subject that deals with taking territory, advancement, me vs. you, things that are easily tracked and "winnable". This translates well into a game played out on a table top. Same goes for war, and there are a heck of a lot of war games too (BrianA29, BGG, 2015).

Como es evidente, existe una contradicción entre los discursos de quienes consideran que no hay que dar importancia a la representación colonial porque es una abstracción, y los que en cambio hacen referencia a la simulación histórica como vector de legitimación de este discurso (puesto que, reproduciendo parámetros históricos, se consideraría “neutro” en cuanto a ideología). Hay que recordar que justamente los *Eurogames* son juegos más abstractos y fieles que los considerados de simulación histórica. Con todo, curiosamente, ambos argumentos sirven para blindar la defensa del juego como un producto que no reproduce la ideología colonial. Eso es resultado de que en las argumentaciones se mezclan dos dimensiones, la posible simulación y la necesidad de crear un producto jugable, equilibrado y entretenido. El propio diseñador de *Age of Empires III* contesta a la polémica suscitada en uno de los foros que el diseño le ha obligado a tomar decisiones sobre cómo representar la época, desde qué punto de vista, qué aspectos vas a destacar..., sin perder de vista el equilibrio y la jugabilidad que se reclama de un producto como este.

Creating a game that had the Native American cultures represented more completely (which we did consider and playtest) would have changed the game substantially (balance, gameplay, and point-of-view focus). (Glenn Drover, BGG, 2007).

Para los diseñadores, y para muchos jugadores, no se puede pretender que un juego ofrezca un amplio abanico de posibilidades y perspectivas, ya que esto lo convertiría en demasiado complicado y farragoso para un público amplio. Lo que se explicita menos es la toma de decisiones en torno a cómo opera esa simplificación.

Otra parte de los argumentos basados en la dimensión histórica y de simulación de los juegos defiende que éstos pueden servir para enseñar cómo y por qué pasaron los hechos, estar mejor informados y actuar en consecuencia. Creen que los juegos, como otros artefactos culturales, son espacios que permiten la discusión y la mirada crítica. Es decir, que ponen de relieve el papel activo de los jugadores como intérpretes y capaces de proponer lecturas oposicionales al relato colonial.

Like all other media, board games can have problematic aspects and as the consumer, one should certainly analyse these critically -- analysing media critically does not mean you hate the medium in question or think it is worthless, quite the contrary! Criticising one problematic aspect of a board game does NOT mean it's a bad game or it should never be played again. (Gswp, BGG, 2015)

Así, que los juegos planteen temas complejos puede ser una oportunidad para visibilizarlos y crear un espacio de debate y discusión casi pedagógico. Estas interacciones, para los jugadores, permitirían además reflexionar sobre la historia en términos de las motivaciones de sus protagonistas.

As a teacher that has used colonization games to illustrate points, I think it's off base to generalize all colonization games as a den of racism. If anything, it opens the possibility of discussing all the effects of colonization, good and bad. I understand that history isn't pretty and colonialism takes up a huge swath of modern history, but these games are designed to be fun while allowing an element of discussion and understanding over a period of time. It's a reason why many of us gamer. (ColtCrazy, BGG, 2015)

Algunos jugadores sostienen que el hecho de jugar no conlleva la aceptación ni la defensa del rol que se adopta; sin embargo, sí que ponen de relieve que normaliza temas que deberían ser mirados desde un punto de vista crítico.

En los casos más creativos, se reclama un mayor nivel de simulación y de poner de relieve las resistencias al proyecto colonial para ofrecer otras formas de plantear el hecho histórico, con nuevas mecánicas o la reformulación de algunas de las existentes. En ese caso, aparecen reglas caseras, modificaciones, ampliaciones, etc. Es interesante apuntar que esos intentos de modificación no son en sí mismos necesariamente una crítica al colonialismo; en algunos casos, apenas una forma de justificar su existencia mediante mecánicas supuestamente más éticas. Un ejemplo es la introducción de reglas para “negociar” con los indígenas en lugar de simplemente exterminarlos.

El debate sobre el nivel de simulación llega hasta el punto de generar discusiones historiográficas complejas y con datos bibliográficos sobre, por ejemplo, si en *Puerto Rico* hubo muchos o pocos esclavos, la diferencia entre esclavitud/servitud por contrato, los productos que realmente se cultivaban en las colonias españolas, o si las diversas potencias europeas dieron tratos diferenciados a los nativos. Esos debates suelen acabar dejando de lado el juego y se centran en datos y planteamientos históricos. Dentro de ese nivel se llega hasta niveles profundos de discusión sobre la forma de entender la historia de la humanidad. Hay una conversación centrada en sobre si el colonialismo fue inevitable, un mal necesario, o si el desarrollo de la humanidad habría podido darse de otro modo.

This seems to stem from the idea that colonization was a bad thing. But when you detach yourself from personal stories and failures of those directly involved, colonization was a necessary process (in the sense that you cannot have civilizations with vast differences in technology coexist for long), that - while not exactly done in a friendly manner - had many positive effects in the long run.” (Borghal, BGG, 2015)

Finalmente, una parte de los jugadores reconoce en los foros que ese tipo de debates se producen durante la partida y forman parte de los temas de conversación e incluso de las bromas. Los jugadores ven con ironía, por ejemplo, que las piezas de los “colonos” de *Puerto Rico* sean de un tono

marrón oscuro y el eufemismo estratégico del juego de denominarlos “colonos”.

For the record, I am black, have played this with other black people, the slave discussion comes up, and slave jokes are made. YMMV with other black people. (pharmakon, BGG, 2013)

In fairness, I've taught dozens of people Puerto Rico, the topic never comes up, unless it's occasional mocking commentary about the use of the safer term "colonists" vs the more historically accurate "slaves"" (Boss Trojan, BGG, 2013)

Discusión y conclusiones

A la vista de los resultados, se observa que el texto histórico propuesto en los juegos de mesa banaliza las consecuencias humanas del proyecto colonial pero es abierto en cuanto a su jugabilidad e interpretación definitiva. En este sentido, se pone de relieve que la agencia moral de los jugadores, que no puede subvertir el juego desde las acciones contenidas en el mismo, sí que emerge en las conversaciones sobre la experiencia de juego. Eso demuestra que los jugadores pueden sufrir una tensión entre la jugabilidad y la simulación en función de sus valores y su conocimiento de la historia, y que su conflicto ético se traslada a la discusión con tomas de postura explícitas. En ese sentido, los foros *online* se convierten en una extensión de esa agencia de reflexión e interpretación, que empieza en la socialización directa y se expande hacia lo digital, suscitando respuestas y debate.

En síntesis, observamos varias tendencias en las interpretaciones de estos juegos en la red. Por una parte, hay un número importante de jugadores que asumen la banalización del relato histórico sugerido por el juego. Tienen a justificar este borrado propuesto por el juego a través de estrategias discursivas como la comparación extrema con agravios históricos a otros colectivos humanos (ej.: la forma en la que eran tratados los gladiadores). Por otra parte, un conjunto de jugadores considera que el mecanismo del juego alienta los discursos ideológicos reaccionarios e imperialistas de los propios jugadores e incluso una dinámica de juego acorde con estos marcos. En este sentido, se reivindicaría el contenido potencialmente colonial del juego no tanto por su contenido discursivo sino a través de las expresiones de los jugadores, suscitados por el mismo. Estas dos posiciones suelen establecer una relación dialéctica y, en el primer caso, se defiende la legitimidad moral del juego mientras que, en el segundo, se ataca y critica su poca consistencia ética y, sobretudo, sus consecuencias en la esfera pública.

Veíamos también que un amplio grupo de jugadores defiende que el debate es innecesario, ya que lo importante de los juegos es el reto que plantean en tanto experiencia interactiva, y no la representación de la historia que con-

tienen. Para estos jugadores, los caminos que marca el juego son los necesarios para conseguir la victoria y, por lo tanto, están desprovistos de un contenido discursivo que deba ser analizado o criticado. Así, el juego se reduce a un artefacto lúdico del que se ignora el potencial discursivo y se valora, en cambio, la eficacia artefactual.

Finalmente, otro grupo de participantes en los foros considera que la representación histórica propuesta por los juegos es positiva aun cuando ésta es negacionista, puesto que permite visibilizar el tema, reconocer las dinámicas de desigualdad inscritas en los relatos históricos, y analizarlos críticamente. Estas voces se mueven entre la valoración de la fidelidad de la representación con respecto a los hechos históricos, y la importancia de la jugabilidad y eficacia lúdica del artefacto por encima de su realismo, aunque en algunos casos subrayan su potencial anti-colonial.

Cabe concluir que los foros *online* mediatizan la discusión acerca de la ideología poscolonial o colonial de los juegos de mesa de forma particular. La falta de comunicación no verbal y la descontextualización, que facilitan el desencuentro, y la anonimidad de la respuesta, que permite evadir las consecuencias de diálogos poco respetuosos y meditados, generan un espacio comunicativo polifónico donde, a pesar de todo, los juegos de mesa rinden cuentas ante la reflexividad pública.

Veracini (2015) considera, acerca del popular juego *Los Colonos de Catán*, que la figura del colonizador tiene una enorme importancia y resiliencia en las producciones culturales contemporáneas, y empeña su trabajo en la necesidad de una descolonización de la cultura. No hay que olvidar que los y las jugadoras pueden sentirse comunidad con aquellas personas y grupos víctimas del imperialismo, de forma directa o vicaria. Aquí cobra interés el efecto de alteridad en las representaciones culturales del que hablaba Spivak (1994 [1985]), quién afirmaba que los sujetos colonizados podían llegar a sentirse relegados a leerse a ellos mismos como “otros”, por la ausencia de sus propias posiciones de sujeto en los textos. En un contexto de juego que incluso banaliza esta posición de alteridad, cabría estudiar las consecuencias políticas de esta negación de las posibilidades de resistencia o denuncia a las dinámicas históricas que han afectado a la propia comunidad o, en un ejercicio empático necesario, a gran parte de la humanidad en el pasado y, en el presente, en las dinámicas imperialistas que se perpetúan a través del sistema económico, productivo y político contemporáneo.

Referencias bibliográficas

- Arendt, H. (1968). *Imperialism. Part Two of The Origins of Totalitarianism*, San Diego, Nueva York y Londres: A Harvest Book (Harcourt Brace & Company).
- Ahmad, A. (1992). *In Theory: Classes, Nations, Literatures*, Londres: Verso.
- Ashcroft, B., Griffiths, G. & Tiffin, H. (2013). *Postcolonial Studies. The Key Concepts*, Nueva York: Routledge.
- BoardGameGeek: online board gaming resource and community, [En línea] <https://boardgamegeek.com/>
- Carter, M., Gibbs, M. & Harrop, M. (2014). Drafting an Army: The Playful Pastime of Warhammer 40.000, *Games and Culture* 9(2), pp. 122-147.
- Carter, M., Gibbs, M. & Harrop, M. (2014). Drafting an Army: The Playful Pastime of Warhammer 40.000, *Games and Culture* 9(2), pp. 122-147.
- Chakrabarty, J. (2014). *Postcolonialism. A critical introduction*, Bloomington: Booktango.
- Ford, D. (2016). “eXplore, eXpand, eXploit, eXterminate”: affective writing of postcolonial history and education in Civilization V, *Game Studies* 16(2) [En línea] <http://gamestudies.org/1602/articles/ford>
- Lenin, V. I. (2010 [1916]). *Imperialism. The Highest Stage of Capitalism*, Londres: Penguin Books.
- Loomba, A. (2007). *Colonialism / Postcolonialism*, Abingdon y Nueva York: Routledge.
- Mukherjee, S. (2017). *VideoGames and Postcolonialism: Empire plays back*. Palgrave: Macmillan.
- Navarro Remesal, V. (2016). Libertad dirigida: Una gramática del análisis y diseño de videojuegos, Santander: Shangrila.
- Oliva, M., Besalú, R. y Ciaurriz, F. (2009). “Más grande, más rápido, mejor”: la representación de la Historia universal en *Civilization IV*, *Comunicación* 7(1), pp. 62-79.
- Pöttsch, H. (2017). Selective Realism: filtering experiences of war and violence in first-and third-person shooters, *Games and Culture* 12(2), pp. 156-178.

- Price, S. (1993). *Arte primitivo en tierra civilizada*. México DF / Madrid: S. XXI.
- Robinson, W. (2014). Orientalism and abstraction in *Eurogames*, *Analog Game Studies* 1(5) [En línea] <http://analog-gamestudies.org/2014/12/orientalism-and-abstraction-in-Euro-games/>
- Said, E. (2016). *Orientalismo*, Madrid: Editorial Debate.
- Schut, K. (2007). Strategic Simulations and our past. The bias of computer games in the presentation of History, *Games and Culture* 2(3), pp. 213-235.
- Sicart, M. (2009). *The Ethics of Computer Games* (1st ed.). Cambridge, MA: MIT Press
- Spivak, G. (1994 [1985]). Can the Subaltern Speak? En P. Williams & L. Chrisman (eds.) *Colonial Discourse and Postcolonial Theory*, Nueva York: Columbia University Press, pág. 66-111.
- Sterczewski, P. (2016). This Uprising of Mine: game conventions, cultural memory and civilian experience of war in polish games, *Game Studies* 16(2) [En línea] <http://gamestudies.org/1602/articles/sterczewski>
- Urricchio, W. (2005). Simulation, history and computer games, En J. Raessens & J. Goldstein (eds.), *Handbook of computer game studies*. Cambridge, MA: MIT Press, pág 327-338.
- Veracini, L. (2015). *The Settler Colonial Present*, Basinstoke: Palgrave MacMillan.
- Veracini, L. (2013). The Settlers of Catan (Game Review), *Settler Colonial Studies*, 3 (1).
- Woods, S. (2012). *Eurogames. The Design, Culture and Play of Modern European Board Games*, Jefferson.: McFarland.
- Young, R. (2003). *Postcolonialism. A very short introduction*, Oxford y Nueva York: Oxford University Press.

CAPÍTULO VII

LA IDENTIDAD EN LOS JUEGOS DE ROL A TRAVÉS DE LA NARRATIVA

Luis Felipe Suárez Corrales

Universidad Eafit, Colombia

Andrés Miguel Vásquez Ochoa

Docente Universidad Eafit, Colombia

Resumen

La interacción a través de los juegos de rol, permite cambios en el discurso con el que los jugadores llevan sus personajes, así como cambios en la propia historia. El desarrollo de nuevas narrativas, permite mejorar conocimientos conceptuales sobre las habilidades que interpretan, toda vez que le brinda una nueva narrativa que le permite aplicar cambios en su vida para adaptarse: resolución de problemas, mejora de la empatía y la inteligencia social.

Es importante tener en cuenta que el desarrollo de las narrativas y su modificación se dan en los entornos sociales; y que estas narraciones se hacen para el otro, se narra para contar una historia, una historia se transmite para que alguien más la lea. Una narrativa se crea también para comunicar un producto del mundo interior. El impacto de la narrativa propia en los otros y en sí mismo tiene una repercusión en la identidad. Por consiguiente, se propone el uso de las narrativas desarrolladas en los juegos de rol como una herramienta de análisis en juegos y videojuegos mediante la cual se puedan desglosar los componentes narrativos y hermenéuticos que permitan identificar metodologías de intervención.

Esta ponencia es un producto derivado del trabajo de grado de pregrado en Psicología: “LA IDENTIFICACIÓN EN LOS JUEGOS DE ROL DENTRO DE SUS PRACTICANTES EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN”, de la Universidad Eafit en Colombia.

Palabras claves

Narrativa, Videojuegos, Juegos de Rol, Identidad

Introducción

En la realización de esta investigación se busca describir cómo se dan los procesos de identificación en los juegos de rol. Al comenzar a explorar este concepto surgieron conceptos de diferentes fenómenos psicológicos como: proyección, identidad, identificación y otros fenómenos grupales dentro de los juegos de rol cómo la identidad personal en los jugadores de rol.

Desde pequeños estamos desempeñando un rol, pero ¿qué roles seguimos interpretando y cuáles son los roles que asumimos en los ámbitos de nuestra vida de manera narrativa, de nosotros mismos? Las primeras formas de relacionamiento con los otros son aprendidas de los padres mediante las identificaciones que se toman de ellos, de manera inconsciente, pero a lo largo de nuestra vida se continúa dando una identificación con las demás personas. La identificación es una forma de relacionarse, que ayuda a tomar una posición en nuestras sociedades, la representación de un ideal, que es encarnado en un sujeto. Lleva a querer parecerse o diferenciarse de ella, tomando rasgos distintivos de esta persona.

Los juegos del rol pueden mostrar cómo se lleva a cabo ese proceso mediante situaciones hipotéticas en un espacio controlado. Han sido usados en psicoterapias como Michael White quien ha basado su técnica de intervención (exteriorización) en la interpretación de un personaje que representa las posturas problemáticas del sujeto; o Gonçalves que busca explorar la narrativa central del sujeto y que mediante la técnica busca ampliar esta narrativa para representar una situación de la vida cotidiana que puede traer un conflicto, pero también han sido usados en ámbitos como la educación y en el entrenamiento: un actor que representa un papel para una obra teatral, una novela, está jugando rol, está representando el rol del personaje desde la perspectiva narrativa puesta en un guion.

Con el paso del tiempo se han ido dejando de lado las artes interpretativas y narrativas que han sido reemplazadas por prácticas como el arte y el deporte, también con posibilidades de sublimación. Aquí se concibe que el desarrollo de una narrativa ayuda a los sujetos a identificarse con sus propias proyecciones, las cuales se interpretan y se representan las propias identificaciones. Esto permite identificar aspectos inconscientes propios, expresados en las narrativas desarrolladas y mediante el uso de la verbalización en un espacio más libre de presiones, ya que es un mundo desarrollado en la actividad imaginativa de los jugadores, que deja de lado los límites que usualmente son sesgados por los demás y la cultura. Estos espacios, libres de la presión permiten que el acto que crea el conflicto no sea realizado como tal sino fantaseado.

En el ámbito de la actuación se cree que alguien es un buen actor si su puesta en escena alcanza a representar la narrativa del personaje de modo que se confunden el actor y el personaje que se ha representado en el modo

que “Solo puede hacerlo encontrando los procesos específicos que le ayudan a él como individuo, acercándose al personaje de un modo que sea válido para él personalmente”, (Hethmon ,1979, p. 14) por lo que se funden en un mismo individuo ya sea en donde el sujeto se esconde tras la máscara hasta que nadie note que es el actor, o hasta que el actor y el personaje se funden en uno mismo, por lo que el personaje siempre ha sido parte de él .

De modo que se puede decir que la formación de identidad es un proceso que se da a lo largo de la vida. Es uno de los procesos principales en la adolescencia, en el que la persona, al sufrir las transformaciones de la pubertad y mediante la rebeldía a las figuras paternas que posee en el momento, puede empezar a crear una nueva imagen de sí. Mediante la toma de nuevos ideales y nuevas identificaciones, distintas a los padres, quienes antes eran perfectos, y ahora no, esos padres pierden esa representación de la perfección.

Objetivos Generales

Describir el proceso de identificación en los juegos de rol en un grupo de participantes de la ciudad de Medellín.

Método

Esta investigación es de enfoque cualitativo en el cual se busca intentar comprender unos individuos en: los juegos de rol, enfocándose en los aspectos de identidad que pueden surgir en esta práctica, esta investigación se realizará mediante una metodología hermenéutica que permite considerar los elementos que afectan las distintas dinámicas y procesos llevados de manera individual, que afectan la investigación así como metodologías de recolección hermenéuticas e instrumentos de esta metodología. Donde:

Siempre hay un mundo ya interpretado, ya organizado en sus relaciones básicas, en el cual la experiencia ingresa como algo nuevo, desarreglando lo que nos ha llevado a nuestras expectativas y experimentando una reorganización dentro de ese desarreglo (...) solo el apoyo del entendimiento familiar y común permite aventurarse en lo extraño y alentar algo fuera de lo extraño, así ampliando y enriqueciendo nuestra propia experiencia del mundo. (Gadamer, 1976, p.13), (Orange ,2013 p.31)

En el contexto de esta investigación se busca evidenciar el desarrollo de distintas dinámicas, procesos y fenómenos que se llevan a cabo mediante esta investigación. Se investigará usando el método hermenéutico narrativo de modo que “Si se abordan las narrativas como metodología, se supone que mediante ellas puede averiguarse algo en un grupo social o en una persona, de manera que se asumen como medio para y el contenido se supone que

es lo que se pretende averiguar.” (Ángel, 2011, p. 29) De este modo un contexto donde cada individuo narra sus acciones, sus pensamientos y la forma de interpretación de personaje se puede evidenciar de modo que:

Aquí se separa el medio (la narrativa) del contenido (la concepción de democracia). En esta perspectiva, se hacen estudios de representaciones sociales sobre algo o imaginarios de algo, y se supone que la representación o el imaginario no son la narración, sino su contenido. Este dualismo entre forma y contenido suele corresponder a otros dualismos como entre ética y estética, o entre superestructura e infraestructura. (Ángel, 2011, p. 30)

Al tomar las narrativas como objeto de estudio, se está centrando la investigación en la narrativa misma, desprendida de quien la narra y de su proceso de construcción. Lo que se estudia es una historia, una fábula o una leyenda o narraciones orales o escritas, a las cuales pueden aplicársele metodologías de análisis semiótico o de cualquier otra índole y el resultado será una estructura narrativa o funciones. Por lo que su fin es la forma de su auto-comprensión y como tal exige la interpretación para que otros del mismo grupo puedan mirarlo, las narraciones son una introducción, que alude a la memoria. (Ángel, 2011)

En esta mirada, la narrativa es la forma de la memoria de un grupo y la memoria es, a su vez, la manera de administrar el tiempo. Marc Augé (1998) examina con detalle en qué consiste propiamente un recuerdo y muestra cómo las huellas, (que Ricœur (2004) refiere como huellas mnésicas) se erosionan con el tiempo, y lo que constituye propiamente la memoria es el relato que une, como el hilo de un collar, esas huellas que no cobran sentido sino en dicho relato. Habría que decir con Ricœur que las huellas mnésicas no constituyen en sí mismas la memoria, puesto que el olvido ocurre por la significatividad de dichas huellas y no por un proceso neurológico (Ricœur, 2004: 540 y ss). La mirada al pasado tiene sentido para explicar el presente y para proyectarse al futuro. Y es en esta forma como se construye el tiempo histórico, sobre el trámite del tiempo cotidiano. (Ángel, 2011, p. 32)

Los relatos son, pues, auto comprensión que opera en la vida y por tanto no son

simplemente su reflejo o su mimesis. No son sólo resultado, sino que se encuentran integrados en el proceso de vivir. Son el guión y son también la película. Y como tales son susceptibles de ser interpretados. Pero la interpretación como traducción de los relatos hace parte de otro proceso que es el diálogo con otras etnias, que genera procesos en el grupo donde nacen los relatos y en los otros grupos. (Ángel, 2011)

Fuentes de información

Para esta investigación se eligió una muestra de tres adultos, jugadores de Rol dentro de la ciudad de Medellín. Esta muestra fue tomada de 3 sujetos

con 10 años o más jugando juegos de rol dentro de una pregunta en la página de la comunidad de roleros de Medellín en Facebook.

Recolección de información

En este proyecto se plantea de acuerdo con los objetivos se basó en un método de recolección a partir de algunos planteamientos metodológicos dentro de la hermenéutica para analizar el contexto en el cual el investigador estará involucrado de manera activa, donde se pretende logra un conocimiento a profundidad y descriptivo de la identificación dentro de los juegos de rol conforme a los métodos de la entrevista.

Instrumento de análisis

Mediante este proceso el investigador realizará tres entrevistas semi-estructuradas en donde podrá indagar las modificaciones, los motivos y otras cuestiones relacionadas con la identificación con los personajes interpretados, antes o después de las sesiones de juego con la ayuda de los participantes. Las modificaciones en sus propias nociones, en el papel y como los ven los demás por jugar rol, a su vez que tipo de narrativas más utilizadas por ellos mismos en la búsqueda de similitud o diferencias con los personajes interpretados; como puede haber o no una similitud en las conductas asumidas dentro de los juegos de rol y dentro de la vida cotidiana, la manera como un acto narrativo influencia al otro.

Con la intención de Realizar un análisis sistemático de la información se elaboró una tabla que muestra la relación de las preguntas realizadas en la entrevista semi-estructurada con los conceptos mencionados en el marco teórico y a su vez se separan las respuestas dadas por los entrevistados de acuerdo a cada pregunta para poder realizar una distinción entre los elementos mostrados en las respuestas.

Resultados

En los entrevistados se puede ver la narrativa principalmente en las preguntas: 1, 2 en donde cada uno de los sujetos habla de cómo son, dando una descripción de ellos mismos; estos elementos recogen características y elementos descriptivos dados en sus relatos:

P1: “Soy una mujer de 27 años. Comunicadora social, estudiante de Maestría y docente en la universidad. Vivo con mi mamá, mi papá y mi abuelita. Tengo una hermana, pero no vive en casa.” Y P2: “Soy una mujer creativa, responsable y respetuosa. Creo en el conocimiento y en el aprendizaje.” (S1)

P1: “Edad 33, me dedico a administrar el restaurante de la familia y salir con los amigos, vivo solo y mis hermanos y madre viven a parte, soy ingeniero de sistemas.” Y P2: “Yo soy una persona alegre o por lo menos que

busca ser alegre, muy amiguera me gusta conocer gente y saber de sus historias y profesiones. ¿Quién soy yo? Usted no sabe quién soy yo (jajaja) Yo soy mi nombre, mis deseos y mis acciones, deseo viajar y conocer, construir y ayudar, y me dedico a pasar bueno.” (S2)

P1: “Tengo 35 años, soy casado, no tengo hijos, trabajo como desarrollador de software en una empresa argentina llamada Globant, ahí me desarrollo como desarrollador PHP y mi composición familiar aparte de mi esposa es es ... mis padres ya fallecieron, pero tengo pues tías con las que me relaciono mucho, un sobrino con el que quiero mucho, ya es como mi composición familiar.” Y P2: “Esa pregunta siempre como tan complicada, el que es uno, nunca supe definirlos, me describo como una persona carismática, me gusta mucho tratar con las personas, hablar con ellas, conocerlas, me considero una persona fuerte, pues emocionalmente. Una persona alegre, trato de disfrutar mucho la vida, cada uno de sus aspectos, sea el trabajo, las relaciones personales, las relaciones amorosas, trato de disfrutar la vida cada vez que puedo” (S3)

De modo que estas características que poseen los individuos, dadas en su manera de describirse se pueden comparar con las características que poseen sus personajes incluidas en su relato general en la pregunta 4:

“Generalmente creo el mismo personaje, una mujer aristocrática. Y ya de acuerdo al juego adapto las demás cosas. Creo que expresa un poco lo que me gustaría ser.” (S1)

“Usualmente son personajes amigueros como yo, es lo más fácil de representar, y me gustan los que son guerreros, sigilosos y sobrevivientes, que pereza morir. También me gusta experimentar hacer personajes con los que no soy afín para desarrollar mis habilidades de interpretación.” (S2)

“Me gustan mucho los personajes físicos, me gusta jugar guerreros, herberos, artesanos, ese tipo de personajes, usualmente los enfoco muy honorables, o guerreros que siguen un código de honor o cosas así. Me han hecho saber, no es algo que enfoque, pero obviamente los juegos de rol, es imposible dejar atrás rasgos de la personalidad, me han dicho que los enfoco muy sociales, aunque no es como mi interés inicial.” (S3)

En estas características se dan en la pregunta 4 se presentan proyecciones de sí mismos, “Usualmente son personajes amigueros como yo”, “Me han hecho saber, no es algo que enfoque, pero obviamente los juegos de rol, es imposible dejar atrás rasgos de la personalidad, me han dicho que los enfoco muy sociales, aunque no es como el mi interés inicial.” Y “Generalmente creo el mismo personaje, una mujer aristocrática. Y ya de acuerdo al juego adapto las demás cosas. Creo que expresa un poco lo que me gustaría ser.” Por ultimo (S3) habla de la fortaleza, su carisma y al hablar sobre los elementos de la vida destaca o nombra de primero el trabajo y que de igual

manera él explicita en su respuesta “Me gustan mucho los personajes físicos, me gusta jugar guerreros, herreros, artesanos, ese tipo de personajes, usualmente los enfoco muy honorables” Se puede decir que denotan características propias dadas en los personajes que interpretan a manera general. Al igual que la pregunta 4, la pregunta 6 describe características de los personajes:

P6: “Todas son mujeres, y su característica principal es que son de la alta sociedad.” (S1)

P6: “Siempre son personajes charros o con alguna rareza, no me gustan los personajes normales y trato de jugar cosas diferentes con personajes nuevos.” (S2)

P6: “El código de honor siempre ha sido constante en todos mis personajes, en todos. Y lo que te digo o físicos o artesanos, siempre, siempre, eso es como muy constante, o son guerreros, o son artesanos o son mecánicos, siempre es como ese enfoque muy físico.” (S3)

Al igual que en la pregunta 4 se presentan elementos en común, características propias, como los deseos e ideales narrativos en donde en el (S1) encontramos en común un interés por la aristocracia y personajes que “su característica principal es que son de la alta sociedad.” También el (S2) muestra “son personajes charros o con alguna rareza, no me gustan los personajes normales y trato de jugar cosas diferentes con personajes nuevos.” Y en relación con la pregunta anterior se muestra una correlación el cambio, y con sus propias características en donde realiza un chiste al responder la P2 “¿Quién soy yo? Usted no sabe quién soy yo (jajaja)”; el (S3) dice ““El código de honor siempre ha sido constante en todos mis personajes, en todos (...) siempre es como ese enfoque muy físico.” Que con relación a la pregunta anterior hace un énfasis en lo físico y en el honor, ilustra un énfasis en la fortaleza con relación a P2 “me considero una persona fuerte, pues emocionalmente”.

Al preguntar qué representa y cómo describiría a su personaje principal respondieron:

P9: “Evangeline ha sido el personaje al que más he querido, me dio el novio que tengo (risas) Invertí mucho tiempo creando el personaje y entre las jugadas, el game master nos mandaba retos y preguntas para conocer mejor el personaje, lo que hizo que nos conectáramos mejor con nuestros personajes y como equipo.” (S1)

P9: “Representa una forma de conocer diferentes personalidades y un poco de todo, por ejemplo, cuando uno piensa que debería ser ese personaje en una situación en vez de actuar como uno lo haría, o aprender un poco de conceptos de medicina para interpretar mejor un médico.” (S2)

P9: “Creo que fue un logro a nivel del hobby porque siempre he tratado que los personajes más allá de tener uno, unas estadísticas altas, me ha gustado que tengan unos trasfondos bastantes desarrollados y ese personaje llego a un trasfondo muy muy desarrollado, fue una historia larga, la cual se construyó en este personaje de una forma muy muy agradable, no solo para mi sino para la historia en general.” (S3)

Cuando estos hablan de sus personajes, lo relacionan con el desarrollo y/o el aprendizaje que adquieren del personaje y formas distintas de conocerse “una forma de conocer diferentes personalidades y un poco de todo, por ejemplo, cuando uno piensa que debería ser ese personaje en una situación en vez de actuar como uno lo haría, o aprender un poco de conceptos”(S2), al mismo tiempo muestra la posibilidad de conectarse no solo con el personaje si no también con el grupo “el game master nos mandaba retos y preguntas para conocer mejor el personaje, lo que hizo que nos conectáramos mejor con nuestros personajes y como equipo.” (S1) y también en el desarrollo de la historia de grupo “siempre he tratado que los personajes más que tener unas estadísticas altas, me ha gustado que tengan unos trasfondos bastantes desarrollados y ese personaje llego a un trasfondo muy muy desarrollado, fue una historia larga, la cual se construyó en este personaje de una forma muy muy agradable, no solo para mi sino para la historia en general.” (S3)

Cuando se cuestiona la similitud que encuentran entre ellos mismos y el personaje ellos y cuál es el que más interpretan contestan:

P12: “Creo que Eva refleja mis fortalezas, debilidades. Eva tiene mis habilidades y destrezas y haberla creado me ayudó a identificarlas en mí.” Y P13: “Evangeline Adams, Lo represento hace un poco más de 3 años y en con el personaje con el que mejor he podido conectar. Creo que me siento muy cómoda jugando a ser ella.” (S1)

P12: “Siempre van a tener algo de uno ya sea conscientemente o no, para interpretarlos mejor o para mejorar.” y P13: “Gente que ayuda, porque así, se gana más experiencia y son colaborativos ya que me gusta cumplir los objetivos y avanzar en la historia.” (S2)

P12: “Creo que la fuerza siempre, me he visto como una persona fuerte, no necesariamente una persona físicamente fuerte, pero si con cierta fuerza emocional o de carácter y me gusta transmitirlos a un personaje fuerte físicamente. También a nivel social creo que trato de transmitir a los personajes ciertas habilidades sociales que creo que tengo.” y P13: “Básicamente hay 2 estereotipos que uso mucho y que mis amigos han dicho que uso mucho, es básicamente el estereotipo del Gangrel en el juego de vampiro que es un personaje fuerte, muy natural, muy salvaje y también el enano, que son personajes muy resistentes, amantes de la artesanía, o también amantes de la

fiesta, del honor, de la cerveza, de la comida, que me describen mucho a mí mismo.” (S3)

Ahora al encontrar una relación estos pueden concluir y expresar que estos “Creo que Eva refleja mis fortalezas, debilidades. Eva tiene mis habilidades y destrezas y haberla creado me ayudó a identificarlas en mí.” (S1) al igual que “Siempre van a tener algo de uno ya sea conscientemente o no, para interpretarlos mejor o para mejorar.” (S2) y “social creo que trato de transmitir a los personajes ciertas habilidades sociales que creo que tengo.” (S3) develan que los personajes pueden ser una expresión propia y que al mismo tiempo les permite en ellos encontrarse a sí mismos, para re-conocerse.

En relación con P13 (S1) repite encontrar una conexión con este personaje, (S2) muestra su carácter social, y de trabajo en grupo, “Gente que ayuda, porque así, se gana más experiencia y son colaborativos ya que me gusta cumplir los objetivos y avanzar en la historia.” Y (S3) reafirma sus características y las descritas en su personaje “un personaje fuerte, muy natural, muy salvaje y también el enano, que son personajes muy resistentes, amantes de la artesanía, o también amantes de la fiesta, del honor, de la cerveza, de la comida, que me describen mucho a mí mismo.”

Además, cuando se pregunta por ¿Qué les gustaría tener de sus personajes? Ellos:

P14: “En la parte física sus ojos y lo bonita. En la parte social me gustaría tener su poder de convencimiento y manipulación (se ríe). Bueno, o sus disciplinas como la de mirada aterradora.” (S1)

P14: “(Jajajaja) de todos ya que son juegos de fantasía entonces tener poderes sería una chimba, en realidad me gustaría tener todos los poderes. En cuanto a la parte de personalidad nada en particular ya que finalmente los personajes son en parte reflejos de uno.” (S2)

P14: “Bueno los, de esos 2 personajes, realmente del Gangrel creo que siempre el misticismo de la vida eterna ha sido muy característico y es un deseo que creo que miles de personas a lo largo de la historia lo han deseado, ese contacto con la naturaleza y esa habilidad de interactuar con los animales siempre me ha gustado. Del personaje de trasfondo del enano, esa fuerza y ese y esa resistencia física y esa habilidad en combate es impresionante pues y siempre ha sido un deseo que se quiere transmitir al mundo real.” (S3)

En estos apartados se encuentra que estos poderes son el reflejo o que se quieren seguir desarrollando o que se quieren alcanzar por los sujetos. “En la parte social me gustaría tener su poder de convencimiento y manipulación (se ríe).” (S1), mientras que “en realidad me gustaría tener todos los poderes. En cuanto a la parte de personalidad nada en particular ya que finalmente los personajes son en parte reflejos de uno.” (S2) y “el misticismo de la vida eterna ha sido muy característico y es un deseo (...) ese

contacto con la naturaleza y esa habilidad de interactuar con los animales siempre me ha gustado. (...) esa fuerza y ese y esa resistencia física y esa habilidad en combate es impresionante pues y siempre ha sido un deseo que se quiere transmitir al mundo real.” (S3)

En relación de la relevancia del personaje en el grupo se puede ver, la relación de este con el otro, en el sentido que, cada sujeto debe pensar en el papel en el grupo, pero al mismo tiempo, la importancia del otro y de lo que el personaje representa en el otro, en el grupo:

P16: “Eva es la líder y en este momento tiene una relación sentimental con el antagonista.” (S1)

P16: “¿En el grupo de rol? Pues me gusta ser el que haga muchas cosas, ya que recuerdo me gustan los toderos.” (S2)

P16: “Siempre trato de jugarlos mucho como un protector del equipo, un guardián del equipo, si es el guerrero, es el físico, pero siempre enfocándolo a proteger a los demás.” (S3)

Se puede ver una expresión propia frente al otro en todo momento, una identidad generada en esa relación y el rol que desempeña finalmente en el grupo como por ejemplo “Eva es la líder y en este momento tiene una relación sentimental con el antagonista.” (S1), lo que es reafirmado tanto “Pues me gusta ser el que haga muchas cosas, ya que recuerdo me gustan los toderos.” (S2) que por “Siempre trato de jugarlos mucho como un protector del equipo, un guardián del equipo, si es el guerrero, es el físico, pero siempre enfocándolo a proteger a los demás.” (S3) el otro como eje principal en la definición del personaje y de su interacción.

De acuerdo con la pregunta de qué naturaleza y conducta tendrían ellos y cuales sus personajes contestaron respectivamente:

P18: “Pedagogo y protector. En cualquier orden, soy y me comporto como tal.” Y P8: “Generalmente son de naturaleza pedagogo y conducta protector.” (S1)

P18: “Naturaleza perezosa jajaja y conducta amiguera” y P8: “De conductas alegres y naturalezas sobrevivientes.” (S2)

P18: “No sé, yo la verdad creo que juego naturalezas y conductas similares a las mías. La verdad me considero alguien con capacidades de supervivencia a niveles de naturalezas y a niveles, también me considero alguien protector de mi círculo de las personas cercanas.” P8: “Creo que superviviente ha sido como el más constante en mis personajes y protector, superviviente y protector han sido como más constantes en los personajes que requieren naturaleza y conducta.” (S3)

Se encuentra una relación directa en estas 2 preguntas comparando sus respuestas se encuentra que todos los sujetos si tomamos los conceptos de naturaleza y conducta como metanarrativas que permiten la interpretación de los personajes, como metanarrativas comunes y que muestran una concordancia de identidad narrativa entre los sujetos y los personajes.

Discusión y conclusiones

Las narrativas y la identidad se entretajan en los personajes interpretados, mostrando los deseos, temores y anhelos de los sujetos, sus gustos y disgustos. Donde al decir sus naturalezas y conductas, se alinean conforme a sus maneras de adaptarse al mundo. Las personalidades de sus personajes, son extensiones de las propias o congruentes con estas, y al jugador y personaje compartir una misma narrativa del lenguaje, tienen una misma perspectiva del mundo externo y de su papel en el mundo, de su papel en sus grupos y el rol a ocupar.

Por lo que se entenderá como identificación en los juegos de rol a el grupo de narrativas tomadas como referentes propios en donde se da como una liberación de las presiones psíquicas en un espacio concertado, en donde por el compromiso por los demás en una historia conjuntas sirviéndose en una combinación entre ficción y realidad, entre memoria y ficción, pues se libera la narrativa por que se crean nuevas maneras de ser al estar interactuando e identificándose con un personaje propio creado en un espacio social en el que ocupa un rol específico y valorado de acuerdo a su desempeño en el grupo lo que valida la adaptación y permite un desarrollo del personaje y por consiguiente del individuo; ya que la interpretación los une, siendo ambas representaciones narrativas del Sí Mismo.

Como propuesta inicial para promover y fortalecer la práctica de los juegos de rol como actividad cultural que promueve la salud mental dentro de la población de la ciudad de Medellín. Una alternativa para el enfrentamiento de las consecuencias de los conflictos dados en la ciudad, una manera de sublimar esta energía y de hacerse consciente de las diferentes personalidades que tomamos en nuestro día a día, de modo que se puedan modificar y facilitar el enfrentamiento a nuevas situaciones para que se pueda dar una mejor resolución a la problemática dada en cada una de las nuevas situaciones.

Un ejemplo de los efectos de los juegos de rol como propuesta efectiva y como espacio terapéutico donde: Los niños que crean relaciones imaginarias se convierten particularmente hábiles en la interacción social, guiándose a un mayor éxito en los intercambios sociales dados en la vida real. Estas creaciones de confianza pueden hacer que estos niños se conviertan en menos tímidos. (Taylor, 2013, p. 89). También es posible que los niños

que frecuentemente están involucrados buscas que los otros jueguen también o que estos niños están altamente atraídos por otros niños que pretenden jugar rol como compañeros sociales.

Presentándose como un método de prevención y promoción para todas las personas sin importar su nivel económico o social, mediante el uso de la imaginación para llevar a cabo una narrativa que permita que las personas salgan de su contexto y de sí mismos en una búsqueda de ser otra persona en otro contexto, desarrollando la empatía, el desarrollo de la identidad y otros fenómenos.

Referencias bibliográficas

- Amm. (septiembre de 1992). 44 Asamblea Medica Mundial. España.
- Angel Perez, D. A (2011) La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales
- Bulmahn, J. (2009). Pathfinder Roleplaying Game: core rulebook. Redmond, WA London: Paizo Publishing Diamond distributor.
- Bruner, J. (2002). Fabrica de Historias.
- Clavijo M., H. A., & Fajardo, L. F. (2004). Genética y Psicología: el nuevo paradigma. Suma Psicológica, Volumen 11, Numero 2, 221-230.
- Cloninger, S. C. (2003). Teorías de la personalidad. Ciudad de México, México: Pearson Educación.
- De la Parra, G. (2008). Diagnostico Psicodinámico Operacionalizado (OPD-2) Barcelona: Herder
- Etchegaray, R., Chorroarín, S., PAC, A., Erramouspe, P., Esperon, J., Mizrahi, E., & Razuk, A. (2009). Condiciones y límites de las nociones de sujeto, subjetividad e identidad A - 126 2008-. Universidad nacional de la matanza.
- Gergen, Kenneth J. 2006. Construir la realidad, Paidos. Capítulo 4 p. 117 - 134.
- Gil, L. M. (1996). El método analítico en la práctica psicológica. Medellin: Universidad de Antioquia.
- Goetz, J. P., & LeCompte, M. D. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa.
- Hagen, M. (1999). Vampiro: la mascarada. Madrid: La Factoría de Ideas.
- Huizinga, J. (1955). Homo Ludens: a study of the play-element in culture. boston: The Beacon Press.
- Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos Qualitative-research Volumen 6, No. 2, Art. 43 – mayo 2005
- Kosinski, A. (2015). Una manera de responder ¿quién soy?: la identidad narrativa de Paul Ricoeur.
- Revista del departamento de filosofía UBA, Argentina. ISSN 2408-431X
- Lagache, D. 1961 La psychanalyse et structure de la personnalité, Psychanalyse: revue de la Société Française de Psychanalyse, Vol. 6

- Lopez, Pablo, 2010, Discusiones acerca de la identidad personal ¿Fenómeno experimentado o construcción conversacional?, Disertación, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile
- Martin, James S. Vaccaro, Christian A. Heckert, D. Alex, Heasley, Robert, 2015, Epic Glory and Manhood Acts in Fantasy Role Playing: Dagonhir as a Case Study, *Journal of Men's Studies*, SAGE Publications.
- ORANGE Donna M (2013). ¿Que es la hermenéutica?
- Pichon Riviere, E. (1982). *El Proceso Grupal*. Nueva Visión.
- Robert H. Hethmon (1979). *EL METODO DEL ACTORS STUDIO (Conversaciones con Lee Strasberg)*
- Tercera edición 1979.
- Seoane, J. (2005). *Hacia una biografía del self*. Boletín de psicología.
- Taylor, M. Sachet, A. Maring, B. Mannering, A. 2013, *The Assessment of Elaborated Role-play in Young Children: Invisible Friends, Personified Objects and Pretend Identities*, *Social Development* Vol. 22 P. 75 - 93
- Wieck S., Wieck, s., & Early, c. (2000). *Mago: La Ascension*. Madrid: La Factoría de Ideas.
- Zapata, Luz Mery. *La verbalización*. Tesis de grado, Psicología UdeA, 1999.

*Este libro se terminó de elaborar en junio de 2018
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.*

