

Javier

Emilio

Marzal Felici

Saéz Soro

Videojuegos y cultura visual

CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación / 42

ULL

Universidad
de La Laguna



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

USC
UNIVERSIDADE
DE SANTIAGO
DE COMPOSTELA

U^{ma}

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Cuadernos Artesanos de Comunicación - Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Concha Mateos (URJC)

- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Javier Marzal Felici (Universidad Jaume I, UJI)
- José Luis González Esteban (Universidad Miguel Hernández de Elche, UMH)
- José Luis Terrón (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel Túñez (Universidad de Santiago, USC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Julio Montero (Universidad Complutense de Madrid, UCM)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Javier Marzal Felici y Emilio Saéz Soro (Eds.)

Videojuegos y cultura visual

CAC, Cuadernos Artesanos de Comunicación / 42



42 - *Videojuegos y cultura visual* – Javier Marzal Felici y Emilio Saéz Soro [ [ORCID](#)] [ [GGS](#)]

Precio social: 8,20 € | Precio en librería: 10,65 €

Editores: Concha Mateos Martín y Samuel Toledano

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro “Mujer pensando”, de Baudilio Miró Mainou, 1952 (Las Palmas)

Imprime y distribuye: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2013 – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/estatutos.html>

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/protocolo.html>

Descargar en pdf:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/cac42.pdf>



ISBN – 13: 978-84-15698-32-6

ISBN – 10: 84-15609-32-1

D. L.: TF 672-2013

Índice

Prólogo. Javier Marzal Felici.....	7
1. <i>Lo nuevo y los métodos: las ciencias de la comunicación ante el desafío de los videojuegos.</i> José Antonio Palao Errando y Shaila García Catalán.....	23
2. <i>La estructura del sector español de videojuegos.</i> Jessica Izquierdo-Castillo y María Soler-Campillo.....	41
3. <i>Dinámicas en la formación universitaria para la creación de videojuegos.</i> Emilio Sáez-Soro y Javier Marzal-Felici.....	55
4. <i>Punto de vista y videojuegos. Un acercamiento multidisciplinar.</i> Francisco Javier Gómez-Tarín, Agustín Rubio Alcover y Adrián Tomás Samit.....	73
5. <i>This is living: las promesas genealógicas en la retórica publicitaria de PlayStation.</i> Shaila García Catalán.....	101
6. <i>A/pp/rcade. Mecánicas de juego en los dispositivos móviles.</i> Marta Martín Núñez.....	121
7. <i>Videojuegos y subversión estético-política: el diseño lúdico como motor del proceso hermenéutico.</i> Roberto Arnau Roselló.....	135
8. <i>Antes que el videojuego sepa que has muerto.</i> Iván Bort Gual.....	157
9. <i>El mundo orgánico en la realidad virtual. Hipertextualidad y metatextualidad en la ficción audiovisual. A propósito de eXistenZ (David Cronenberg, 1999).</i> Pablo Ferrando García y Rubén Higuera Flores.....	169
10. <i>Serious Games. Historias del Campo de Batalla. Serious Games. A Tale of Battlefield.</i> Francisco López Cantos.....	197

11. <i>Curricula</i> de los autores.....	214
--	-----

Prólogo

Javier Marzal-Felici, Universitat Jaume I, Castellón

Emilio Sáez-Soro, Universitat Jaume I, Castellón

EN los últimos años hemos asistido a una profunda transformación de nuestra sociedad, como consecuencia de la irrupción de las tecnologías digitales. El incremento de la productividad de las empresas e instituciones públicas y privadas no se puede explicar sin el importante papel que juegan actualmente las nuevas tecnologías, cuya utilización se ha convertido en absolutamente imprescindible: la gestión de las tareas laborales más cotidianas –agendas de trabajo, comunicación interna y externa–, la administración y dirección financiera, las actividades comerciales, la formación permanente, etc., no se pueden concebir sin la utilización de ordenadores, móviles, *tablets* y la conexión permanente de todos estos dispositivos a internet. En el orden privado y del ocio personal, el panorama de los medios de comunicación también está sufriendo importantes cambios: a pesar de la implantación de la TDT, con el consiguiente incremento de la oferta televisiva, el televisor y el vídeo han cedido su lugar como centro de entretenimiento de los hogares al ordenador conectado permanentemente a internet, a través de cuya red de redes tenemos ya la posibilidad de gestionar un consumo “a nuestra propia medida” de productos culturales, como el cine, la televisión (a la carta), la música y, de manera especial, también los videojuegos. En efecto, en muy poco tiempo hemos asistido a un cambio radical en la forma de consumir cultura, especialmente entre los más jóvenes, asunto que trae de cabeza a comunicólogos,

publicitarios, expertos en medición de audiencias, agencias de medios, etc. Y podemos afirmar, con rotundidad, que el ámbito de los videojuegos es uno de los más prolíficos, más si tenemos en cuenta que éstos no pueden identificarse únicamente con el universo del entretenimiento y del ocio actuales, sino que los videojuegos están presentes en las más diversas actividades industriales, comerciales, sociales, educativas, culturales, incluso en campos como el de la medicina, la psicología y las más diversas actividades industriales. De este modo, el debate en torno a la naturaleza de los videojuegos excede el clásico contexto del entretenimiento y, en cierto modo, podríamos afirmar que apunta incluso al problema del estatuto del conocimiento en los albores del nuevo tercer milenio que acabamos de iniciar.

En poco más de dos décadas, en el campo de la comunicación se han ido adoptando unos estándares tecnológicos comunes que han propiciado la convergencia de medios, configurando así un nuevo universo –el de lo audiovisual– que podría parecer, a simple vista, bastante homogéneo. El verdadero cambio se ha producido sobre todo en la forma de consumir estos bienes culturales, a través de internet y de las redes sociales. En muchos casos, se ha pasado de una manera colectiva de consumo –especialmente evidente en el caso del cine (en las salas de exhibición) y de la televisión (cuyo modelo dominante durante décadas ha sido el de las televisiones generalistas comerciales)– a un consumo individualizado, como se puede constatar en los ámbitos del cine o de la televisión (películas, documentales, series de ficción, programas de entretenimiento, informativos, etc., que se descargan –legal e ilegalmente– a través de la red de redes, que ha terminado configurando el nacimiento de la *tag TV* –TV etiquetada– que consumimos actualmente) (Álvarez Monzoncillo, 2011), de la fotografía (en la que juega un papel fundamental la red de redes, donde la lógica imperante es la de compartir fotografías), o de los videojuegos que se juegan de forma individual u *on line*, de manera compartida.

Sostenemos que esta mutación de la ecología de los medios, comúnmente conocida como *convergencia mediática*, guarda una estrecha relación con la expansión de la economía de mercado y la circulación de capitales especulativos en nuestro mundo moderno. Las imágenes circulan por el ciberespacio como los flujos de capitales financieros.

Se podría afirmar que la convergencia de medios ha sido posible gracias a una profunda revolución tecnológica que ha tenido efectos indudables en la forma misma de concebir la cultura como producción simbólica y, al tiempo, tiene importantes consecuencias en la configuración del espacio público que compartimos, ya no solo físicamente sino también en los nuevos espacios virtuales que han construido las redes sociales e internet, transformando así el imaginario social.

En nuestra opinión, el fenómeno de la convergencia de medios se puede estudiar, principalmente, desde tres perspectivas complementarias: *desde el punto de vista tecnológico*, en un nivel primario, dado que la convergencia de medios es resultado de una serie de avances muy notables en el campo de las tecnologías digitales, ya que todo desarrollo tecnológico es fruto también de la ideología dominante de cada época, como han señalado, entre otros, José Ortega y Gasset (1969), Lewis Mumford (1992), Bertrand Gille (1999), Patrice Flichy (1993), Jürgen Habermas (1999 [1984]), Jean-Louis Baudry (1970, 1975) o Jean-Louis Comolli (1971-72); *desde el punto de vista industrial y cultural*, en tanto que los discursos audiovisuales contemporáneos son fruto de una ideología dominante, que se puede reconocer en las formas de consumo que actualmente promueven las nuevas tecnologías o en la propia construcción y configuración del imaginario colectivo que se transparenta en la estructura del sistema comunicativo actual (Castells, 1997; Ramonet, 1998; Bustamante, 1998, 2009); finalmente, *desde el punto de vista discursivo, semiótico o estético*, en tanto que los nuevos discursos convergentes promueven la traslación de formas narrativas de unos a otros medios (Lister, 1997, 2009; Gubern, 1996, 2000; Company y Marzal, 1999).

Actualmente, el escenario de la convergencia de medios ha sido descrito como un terreno de “re-mediaciones”. El término “re-mediación”, desarrollado por Bolter y Grusin en su libro *Remediation. Understanding New Media* (1999) designa la lógica por la que los nuevos medios remodelan medios anteriores valiéndose de una doble estrategia, aparentemente contradictoria: la *inmediatez* y la *hipermediacdad*. Como punto de partida, destacan que la idea de re-mediación se fundamenta en el concepto de genealogía de la imagen propuesto por Foucault: no se trata de hallar el origen de la imagen

digital, sino de realizar un ejercicio que pretende explorar las relaciones que se han dado entre diferentes medios a lo largo de los últimos siglos para entender la forma en la que se relacionan hoy en día. La re-mediación, pues, no nació con la introducción de la imagen digital, sino que ésta solo ha alterado la velocidad a la que se producen los intercambios entre medios. De esta forma, la re-mediación remite a la noción de intertextualidad desarrollada desde la tradición semiológica francesa por Julia Kristeva y Genette, quien hablaba en términos equivalentes de “transtextualidad”.

Creemos que el estudio del videojuego como texto audiovisual merece ser abordado con especial atención, dado que el sector de los videojuegos ha pasado a ser uno de los más importantes de las industrias culturales, siendo más relevante en facturación que los sectores de la música y el cine juntos en estos momentos. Coincidimos con Aarseth (2001) cuando señala que el universo de los videojuegos merece ser atendido de manera específica y autónoma respecto a otras formas de representación como el cine, si bien no se puede olvidar que los videojuegos, en tanto que objeto cultural que guarda una estrecha relación con otros medios tradicionales como la fotografía, el cine o la televisión, deben ser estudiados a través de la aplicación de metodologías híbridas (Dovey y Kennedy, 2006: 86). Sin duda, nos hallamos ante un objeto de estudio que desafía al analista de manera muy notable, incluso en cuestiones tan elementales como el hecho de que nos hallamos ante textos –los videojuegos– de naturaleza totalmente cambiante y mutable, al depender su materialidad de la interacción del propio consumidor del videojuego (Dovey y Kennedy, 2006: 99).

El libro que el lector tiene entre sus manos, *Videojuegos y cultura visual*, editado por la prestigiosa Colección Cuadernos Artesanos Latina, recoge diferentes aproximaciones al estudio de los videojuegos, al menos, desde una doble perspectiva. Por un lado, atendiendo al análisis de la forma expresiva y narrativa de los videojuegos, donde las hibridaciones discursivas parecen tan relevantes, de un modo equivalente a como lo hemos analizado ya en los campos de la fotografía (Marzal, 2007, 2008, 2011; Marzal y Soler, 2011; Martín, 2011) y el cine (Marzal, 2005; Marzal y Gómez Tarín, 2007; Gómez Tarín, 2011, 2013). Por otro lado, creemos necesario prestar atención al estudio de la estructura del sector de los

videojuegos, desde la perspectiva de la economía política de la comunicación y del negocio de las empresas que están surgiendo en nuestro país y a nivel internacional. Entendemos que es importante conocer las formas de producción de sentido de los videojuegos, los hábitos de consumo y su construcción narrativa en el contexto de la cultura digital, pero también conocer de cerca la realidad empresarial que se está construyendo alrededor de esta incipiente industria. El estudio del universo de los videojuegos nos parece especialmente importante porque, como han puesto de manifiesto algunos estudios (Levis, 1997), son numerosos los videojuegos de entretenimiento que promueven, en general, valores violentos e insolidarios, fomentan el aislamiento social y la perpetuación del culto al dinero y una visión maniqueísta del mundo, una realidad comunicacional que merece la máxima atención.

Es momentos de presentar el contenido de la obra colectiva que estamos introduciendo. En primer lugar, el Dr. José Antonio Palao Errando, Profesor Contratado Doctor, y la Dra. Shaila García Catalán, Profesora Ayudante Doctora, ambos de la Universitat Jaume I, nos presentan en “Lo nuevo y los métodos: las ciencias de la comunicación ante el desafío de los videojuegos” una visión panorámica del estado de las investigaciones sobre el campo de estudio de los videojuegos. Del mismo modo que la teoría fílmica hubo de beber de la lingüística, la teoría y narratología literarias, la estética y la historia del arte, antes de forjarse un paradigma aceptablemente autónomo, los videojuegos han llegado hasta los especialistas interpelando sus herramientas metodológicas y su corpus teórico. Este estudio pretende realizar un inventario razonado de cómo las ahora denominadas *ciencias de la comunicación* se plantean los desafíos que el videojuego, como objeto y mensaje cultural plantea y cuáles son las herramientas que va implementando para su análisis, comprensión y teorización.

Desde las primeras relaciones interactivas entre humano y máquina primero y con los MUD (*Multi User Dungeon*, que se podría traducir como “mazmorra” o “calabozo multiusuario”, suerte de videojuego de rol en línea) después hasta el hiperrealismo actual, los conceptos de Remediación, convergencia mediática, inmersión, jugabilidad, incorporación, advergaming, etc. tensan los paradigmas científicos de la comunicación y abren nuevos espacios para la

indagación teórica y analítica. La presente contribución pretende realizar un mapa de este campo que pueda orientar al investigador.

En segundo lugar, la Dra. Jessica Izquierdo-Castillo, Profesora Ayudante Doctora, y la Dra. Maria Soler-Campillo, Profesora Contratada Doctora, ambas de la Universitat Jaume I, ofrecen en “La estructura del sector español de videojuegos” una reflexión sobre la situación de las empresas de este ámbito profesional, en un momento en el que se ha producido una fuerte demanda de consumo de sus productos. Este estudio permite entender que la lógica de estas empresas no obedece tanto a las exigencias de un mercado interno, sino a las corrientes globales que se imponen en los ámbitos de producción y organización transnacional. De esta forma, la composición y la estructura de las empresas de videojuegos y de su sector presentan aspectos atípicos si se las compara con las integrantes de otros sectores audiovisuales más clásicos. En este trabajo se realiza un análisis sobre el sector de los videojuegos en España, atendiendo a factores como: características, funcionamiento, organización de proyectos, relación simbiótica entre empresas y profesionales y el posible y potencial vínculo con otros actores externos, como centros educativos e instituciones. Las conclusiones buscan dar respuesta al reto que se plantea con el estudio de las empresas de origen español, generalmente de pequeño tamaño, y su desarrollo a corto plazo. La tendencia apunta a una estructura globalizada, que puede ser imitada por otras compañías audiovisuales en el entorno mundial.

En tercer lugar, en “Dinámicas en la formación universitaria para la creación de videojuegos”, el Dr. Emilio Sáez-Soro, Profesor Contratado Doctor, y el Dr. Javier Marzal-Felici, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, ambos de la Universitat Jaume I, abordan un análisis de los retos que supone para el campo de la formación universitaria la formación de profesionales para el sector del diseño, desarrollo y producción de videojuegos y de aplicaciones interactivas, en general. Es evidente que la pujanza del sector productivo vinculado a la creación de videojuegos ha traído una natural atención del sector educativo para la creación de estos productos. Los cauces y condicionamientos del sector educativo han derivado en una composición peculiar en la formación de este tipo de estudios. El sistema universitario español comienza con cierta

tardanza y dificultad a introducir este tipo de campos en su oferta de estudios. En este aspecto la iniciativa privada ha planteado proyectos mucho más tempranos y pragmáticos sobre todo en lo que a su relación con el sector productivo se refiere. En este sentido, nos hallamos ante un ámbito de estudios prácticamente recién nacido y con una vocación global que, sin embargo, en el ámbito español atiende a un sector muy pequeño. La conformación de una estructura formativa en este terreno se ve afectada además de por la mencionada asimetría entre la dimensión empresarial por elementos culturales que trascienden el corporativismo disciplinario clásico por la necesidad de convergencia de conocimientos diversos que van de la programación o el diseño a la narrativa. En este trabajo se plantean las peculiaridades de un ámbito educativo muy condicionado en su conformación y sin embargo con un gran potencial tanto por el crecimiento de su objeto como por el interés que este suscita.

En el capítulo cuarto, “Punto de vista y videojuegos. Un acercamiento multidisciplinar”, el Dr. Iván Bort Gual, Profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Centre d’Ensenyament Superior Alberta Giménez (CESAG), el Dr. Francisco Javier Gómez Tarín, Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Jaume I, y D. Adrián Tomás Samit, doctorando en este mismo centro, presentan un estudio sobre el problema de la enunciación en el videojuego. Como ellos afirman, el estudio del formato del videojuego carece, hoy por hoy, de suficientes bases epistemológicas y de metodologías sólidas en nuestro entorno cultural, colonizado en exceso por la influencia anglosajona. Por el contrario, dos soportes que se están viendo desbordados por el auge de aquél, como son la literatura y el cine, cuentan con una dilatada y profunda tradición teórica y analítica. Al hilo de la comparación de sendos casos prácticos interrelacionados, como la novela de James Ellroy *L.A. Confidential*, su adaptación fílmica homónima por Curtis Hanson (1997) y el videojuego *L.A. Noire*, el presente texto reflexiona acerca de la posibilidad de extrapolar las herramientas para determinar el punto de vista de esas dos modalidades de relato al terreno videolúdico.

En quinto lugar, el estudio “*This is living*: las promesas genealógicas en la retórica publicitaria de PlayStation”, a cargo de la Dra. Shaila García Catalán, Profesora Ayudante Doctora en la

Universitat Jaume I, parte de la constatación inicial de que los videojuegos se quieren solo juegos y así es como se venden. Aunque heredan y remedian condiciones de la cultura visual que le precede se proponen como algo muy distinto a los medios de representación (la fotografía, el cine) y a los medios de comunicación (televisión, internet): dicen no necesitar ni el referente ni una narrativa sobre él sino una acción sin consecuencias. Y es que parece que los videojuegos, como *ultimísimo* estadio genealógico de la imagen occidental, parecen advertir que en la medida que el mundo se muestra esquivo a la representación se hace necesario inventar una representación propia y, lo que es aún más decisivo, ofrecerle su control al sujeto. El trabajo que aquí se propone pretende explorar estas y otras connotaciones genealógicas de los videojuegos en la iconografía occidental. Para ello la autora se sirve del análisis textual de los spots publicitarios de PlayStation, la videoconsola desarrollada por Sony, desde su aparición en 1994. Los eslógans “*Live in your world, play in ours*”, “*It only does everything*”, “*Fun, anyone? Play the world online*”, “*This is living*” o “*The third place*” dan cuenta de cómo, en tanto textos, los videojuegos proponen una huida sin consecuencias del mundo real. Aunque ésta es con la acción del tiempo presente y sin la poética del tiempo narrado que proponía el discurso cinematográfico.

A continuación, la Dra. Marta Martín Núñez, Profesora Ayudante Doctora de la Universitat Jaume I, aborda en “A/pp/rcade. Mecánicas de juego en los dispositivos móviles” el estudio de los videojuegos, que tienen un especial protagonismo en el mercado de las aplicaciones (apps) para teléfonos inteligentes y tabletas. Mecánicas de juego sencillas e interacciones audiovisuales táctiles son las claves del éxito de estas aplicaciones. Y estos también son precisamente los rasgos que definieron a los primeros videojuegos que se jugaban en consolas ubicadas en salones recreativos en los años 70 y 80 –que notaron un descenso significativo de popularidad con la aparición de las consolas domésticas con gráficos tridimensionales–. Comparar estos dos tipos de juego, cuya aparición se separa casi tres décadas, permitirá comprobar los puntos de conexión que mantienen y las novedades que aportan hoy las game apps al campo de los videojuegos. Asimismo, este análisis también permite una aproximación a estos nuevos soportes, que se están erigiendo como el epicentro de entretenimiento multimedia para el

usuario al aunar libros, música, televisión, cine, juegos... y comprobar cómo se aprovechan las dos características únicas que lo definen: la tactilidad y la movilidad en el entorno del juego. Esta investigación toma para el análisis casos de estudio relevantes ofrecidos de forma gratuita o de pago en la tienda online de Apple App Store.

En el capítulo séptimo, titulado “Disidencias simbólicas: la dimensión política del videojuego independiente en la era digital. Experiencias lúdico-políticas y crítica social”, el Dr. Roberto Arnau Roselló, Profesor Colaborador en la Universitat Jaume I, nos ofrece un análisis de una serie de propuestas de videojuegos que se sitúan en el contexto de la disidencia política y la denuncia social. Pese a que la dimensión socio-política de los juegos no es algo novedoso, existen actualmente propuestas innovadoras en cuyo carácter confluyen diversas tendencias estéticas procedentes de ámbitos como el arte digital, el cine y la fotografía documental, el diseño, la ilustración y la crítica social. Las particularidades y variedad de estrategias narrativas usadas en la denominada *gameplay ética* multiplican su capacidad para generar transformaciones profundas tanto en sus capacidades expresivas, en el consumo, en el diseño y, consecuentemente, en los modos de transmisión de información/ideología a través del videojuego. Así, las experiencias lúdicas en las que la interacción con el sistema requiere una reflexión ético-política por parte del jugador-agente, implican la idea del juego como objeto con valores e ideología asociados a su diseño, en el que las mecánicas, las reglas y el universo del juego (*gameworld*) definen su marco referencial, su potencial significativo y el alcance simbólico de su propuesta. El desarrollo de plataformas y aplicaciones de contenido crítico está viviendo un momento de esplendor creativo sin precedentes, dada la combinación de circunstancias diversas que han favorecido la cristalización de una tendencia particular, basada en la crítica sociopolítica a través de herramientas videolúdicas específicas, desarrolladas por programadores independientes al calor del poder expansivo de internet y del desarrollo paulatino de un determinado modelo de jugador crítico. A través del análisis formal del diseño, sistema de juego y estructura de algunas aplicaciones como, entre otras, *Oilgrachy*, *Execution*, *Darfur is dying*, *Mc Donalds videogame* o *Gamebroker*, y el estudio de iniciativas colectivas pioneras en el desarrollo de videojuegos críticos, tales como la *Molleindustria* en Italia, la *Fiambarrera Obrera* en España, o

Game4Change en los EEUU, se perfila un panorama ideológico-creativo en desarrollo que propone un nuevo modelo de videojuego en el que cobran especial relevancia los valores ético-sociales asociados a un agente crítico y reflexivo, cuyas operaciones hermenéuticas construyen una nueva experiencia lúdico-política. De este modo, este estudio pone de manifiesto cómo en el universo audiovisual contemporáneo el videojuego ha devenido una herramienta comunicativa de primer orden, cuyas aplicaciones y potencialidades han desbordado su tradicional concepción, esencialmente vinculada al entretenimiento.

El capítulo octavo, “Antes que el videojuego sepa que has muerto”, a cargo del Dr. Iván Bort Gual, Profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad del Centro de Estudios Superiores Alberta Giménez (CESAG), ofrece una reflexión en torno a la representación de la muerte en el universo de los videojuegos. La muerte y su reversibilidad se han constituido históricamente en un foco primordial de exploración en el relato audiovisual desde sus orígenes, precisamente porque reflexiona, cuestiona y pone a prueba sus propios límites. El cine primero, y la televisión después, doblegaron sus tramas al servicio de arranques y cierres que propugnaron la diseminación de un discurso fragmentario que propició la serialidad y la fidelización a modo de férrea resistencia a esa muerte. Los videojuegos, adalides hoy de la construcción de nuevos mundos habitables por el usuario, han sido capaces de ir más allá y entablar una dialéctica con la muerte en el seno de la experiencia del juego, de sus posibilidades de repetición y reintento por el usuario, y de que vida y muerte, realidad y ficción, sueño y pesadilla sean territorios más colindantes que nunca sostenidos en el abismo del delirio. En este sentido, nos interesa especialmente cómo abre su narración el videojuego *Silent Hill* (Konami, 1999), en su asimilación y subversión de patrones formales en cuanto a otros arranques narrativos de los que toma prestado recursos –a saber, las atmósferas lynchianas de filmes como *Carretera perdida* (*Lost Highway*, David Lynch, 1997) y las ambientaciones musicales de Angelo Badalamenti; las alucinaciones oníricas de *La escalera de Jacob* (*Jacob’s Ladder*, Adrian Lyne, 1990), *La niebla* (*The Fog*, John Carpenter, 1980), *El resplandor* (*The Shining*, Stanley Kubrick, 1980) o la relación entre pesadilla y realidad de *Pesadilla en Elm Street* (*A Nightmare On Elm Street*, Wes Craven, 1984),

entre muchísimas otras influencias e inspiraciones—. El presente texto sienta así a dialogar los inicios de los relatos del videojuego *Silent Hill* y su adaptación cinematográfica (Christophe Gans, 2006) junto con otras obras del género de terror psicológico, así como con otros videojuegos coetáneos como *Resident Evil* (Capcom, 1996) o *Alone in the dark* (Infogrames, 1992/2008), ambas también con sendas traslaciones a la gran pantalla. Modos de representación, todos ellos, y en última instancia, empecinados de forma simbólica, en que el espectador o usuario sortee el siempre angustioso corte final de la guadaña.

El capítulo noveno, “El mundo orgánico en la realidad virtual. Hipertextualidad y metatextualidad en la ficción audiovisual. A propósito de *eXistenZ* (David Cronenberg, 1999)”, escrito por el Dr. Pablo Ferrando García, Profesor Ayudante Doctor en la Universitat Jaume I y D. Rubén Higuera Flores, doctorando de la Universitat de València, ofrece un análisis textual de *eXistenZ* (David Cronenberg, 1999), con el fin de comprobar los enormes paralelismos que existen entre los juegos sociales de simulación y las estrategias ilusorias de la ficción cinematográfica. Sobre todo, se pone el énfasis sobre los roles entre los personajes de la ficción fílmica y el videojuego en general. A lo largo del film, se plantean una serie de reflexiones en torno a los límites de la realidad virtual, la hipertextualidad y la estructura de *mise en abyme*, las cuales pueden ser extrapoladas al marco real/virtual de los videojuegos. Esto lleva a los autores a plantear la naturaleza metatextual de la película, pero al mismo tiempo, se indaga sobre el avatar del jugador para identificarse en el marco virtual. En este sentido se interrelacionan, también, los vasos comunicantes que se producen entre la película y los videojuegos, en el paralelismo que pueda producirse entre un filme de ficción (como puede ser el de Cronenberg) y el sistema interactivo del juego virtual y, al mismo tiempo, cómo los diversos mundos paralelos expuestos generan una construcción esquizoide del espectador/jugador. Si el universo de Cronenberg supone una ósmosis entre lo orgánico y lo artificial, la carne y los microchips, la naturaleza y el mundo artificial, es para establecer un estimulante discurso basado en el paralelismo que pueda darse entre la experiencia fantasmática del espectador con la película. La hipnosis, la naturaleza onírica de la película y la difusa frontera entre la ficción y la realidad de la ficción, obligan a

contrastarlo con la inmersión del universo a la que se somete el jugador cuando su identidad virtual-real se integra en el mismo juego.

Finalmente, “*Serious Games. Historias del Campo de Batalla*”, escrito por el Dr. Francisco López Cantos, Profesor Contratado Doctor en la Universitat Jaume I, se centro en el estudio de un subgénero de juego contemporáneo en la industria global de simulation/gaming, que es abordado desde una doble perspectiva. Por una parte, se analiza sus orígenes y su estrecha interrelación con el desarrollo de las tecnologías de simulación gráfica y con el impulso de la investigación científica y la industria militar en el contexto socioeconómico y político post-bélico de mediados del siglo XX. Por otra parte, se reformula el papel marginal que se otorga a los *Serious Games* en tanto subgénero de una supuesta industria emergente que se viene denominando de manera imprecisa *simulation/gaming*, para delimitar y poner en valor su relevancia y centralidad en la industrias culturales contemporáneas.

El interés de la presente obra colectiva *Videojuegos y cultura visual* no viene dado únicamente por el empuje económico que representa este ámbito de las industrias culturales o creativas, sino por una razón de mayor peso, a nuestro juicio: el poderoso impacto que los videojuegos y la imagen digital está adquiriendo en el imaginario social colectivo. Entendemos que es hora de estudiar con rigor y exhaustividad este universo, que debe formar parte del proyecto general de “alfabetización audiovisual” con el que estamos comprometidos desde la creación del Grupo de Investigación I.T.A.C.A.-UJI –“Investigación en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual” de la Universitat Jaume I, dirigido por Javier Marzal Felici, cuya actividad se puede conocer en <http://www.culturavisual.uji.es>–. En este sentido, creemos que todo el trabajo realizado en relación con el análisis de la imagen fotográfica, del discurso periodístico, de la imagen publicitaria, de la imagen fílmica y del discurso televisivo sienta unas bases firmes que serán de gran ayuda para el estudio de la imagen digital y del lenguaje de los videojuegos.

Para terminar, queremos destacar que estos trabajos han sido realizados por autores que, mayoritariamente, forman parte del Grupo de Investigación I.T.A.C.A.-UJI, y que estas investigaciones,

así como la edición del presente libro, ha sido posible gracias a la financiación del Proyecto de Investigación de la convocatoria Universitat Jaume I-Bancaja, con el título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11I301.01/1, para el periodo 2012-14, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici. Queremos agradecer, asimismo, a la Sociedad Latina de Comunicación Social y a su Presidente, el Dr. José Manuel de Pablos Coello, su apoyo a la edición de este libro.

Referencias bibliográficas

- Aarseth, E. (2001). “Computer Games Studies, Year One”. *Game Studies: The International Journal of Computer Game Research*, 1 (1). [<http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>, consultado el 20/10/2011].
- Álvarez Monzoncillo, José María (ed.) (2011). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- Baudry, Jean-Louis (1975). “Le dispositif: approches métapsychologiques de l'impression de réalité”. En: *Communications*, nº 23. Paris.
- Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Massachusetts y London, England: MIT Press.
- Bustamante, Enrique (1998). “La sociedad de la información: Un largo camino de pensamiento utópico y crítico”. En: PABLOS PONS, Juan de y JIMÉNEZ SEGURA, J. (Coord.): *Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación*. Madrid: CEDECS.
- Bustamante, Enrique (coord.) (2009). *El audiovisual digital*. La Laguna: Ideco.
- Castells, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. 3 Volúmenes. Madrid: Alianza Editorial.
- Comolli, Jean-Louis (1971-72). “Technique et Idéologie. Cámara, perspective et profondeur de champ” en *Cahiers du cinéma* nº 229, 230, 231, 233, 234-235 y 236. Paris.



- Company, Juan Miguel; Marzal Felici, Javier (1999). *La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.
- Dovey, J.; Kennedy, H. W. (2006). *Game Cultures. Computer Games as New Media*. Londres: Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Flichy, Patrice (1993). *Una historia de la comunicación moderna: espacio público y vida privada*. Barcelona: Gustavo Gili (1ª ed. 1991).
- Gille, Bertrand (1999). *Introducción a la historia de las técnicas*. Barcelona: Crítica y Marcombo (1ª ed. 1978).
- Gómez Tarín, Francisco Javier (2011). *Elementos de narrativa audiovisual. Expresión y narración*. Santander: Shangrila Ediciones.
- Gómez Tarín, Francisco Javier (2013). *El análisis de textos audiovisuales: construcción teórica y análisis aplicado*. La Laguna: Cuadernos Artesanos de Comunicación, Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Gubern, Román (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Madrid: Anagrama.
- Gubern, Román (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (1999). *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos (1ª ed. 1984).
- Levis, Diego (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- Lister, Martin (1997). "Ensayo introductorio". En: Martin LISTER (ed.). *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós.
- Martín Núñez, Marta (2011). "La cámara lúcida (y digital): la mediación de la fotografía en la animación infográfica". *L'Atalante*, nº 12: julio-diciembre de 2011, pp. 48-53.
- Marzal Felici, Javier (2005). "La 'muerte del cine' y otras falacias. La historiografía del cine ante la revolución digital". En: VV.AA. *El cine español durante la transición democrática (1974-1983)*. Madrid: Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas-AEHC, 2005.

- Marzal Felici, Javier (2007). *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra.
- Marzal Felici, Javier; Gómez Tarín, Francisco Javier (2007) (eds.). *Metodologías de análisis del film*. Madrid: Edipo.
- Marzal Felici, Javier (2008). “La *muerte* de la fotografía: la revolución digital y la crisis de identidad del medio fotográfico”. *Revista de Occidente*, nº 328. Madrid: Septiembre de 2008.
- Marzal Felici, Javier (2011). “Cine y fotografía. La poética del *punctum* en *El muelle* de Chris Marker”. *L’Atalante*, nº 12: julio-diciembre de 2011, pp. 54-63.
- Marzal Felici, Javier y Soler Campillo, Maria (2011). “Hábitos de consumo y usos de la fotografía en la era digital entre estudiantes de comunicación”. *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Educación y Comunicación*, 37, v. XIX, pp. 109-116.
- Mumford, Lewis (1992). *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, (1ª ed. 1934).
- Ortega y Gasset, José (1969). *Meditación de la técnica*. Madrid: Revista de Occidente (1ª ed. 1939).
- Ramonet, Ignacio (ed.) (1998). *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza.





Lo nuevo y los métodos: las ciencias de la comunicación ante el desafío de los videojuegos

José Antonio Palao Errando, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

Shaila García Catalán, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. Apertura e intenciones

1.1. La academia y lo nuevo

ESTÁN AQUÍ. Los videojuegos ya han llegado hasta los especialistas interpelando sus herramientas metodológicas y su corpus teórico. La academia bebe del viejo saber pero se ve confrontada con lo nuevo. Aunque debe atesorar el conocimiento debe responsabilizarse con las emergencias epistémicas de su tiempo. Esto es especialmente relevante a partir del siglo XX en el que la continua sofisticación de lo que entiende por nuevas tecnologías obliga a las artes y a los medios de comunicación a negociar con su legado cultural. La fotografía mira a la pintura, el cine al teatro y la novela, la televisión al cine y la imagen digital con todas ellos en búsqueda de una especificidad más allá de su primer impulso de conexión global.

1.2 El cine también dio problemas

También la teoría fílmica hubo de beber de la lingüística, la teoría y narratología literarias, la estética y la historia del arte antes de forjarse un paradigma aceptablemente autónomo. Metz asumió la tarea de pensar el código del cine cuando éste ponía en evidencia una suerte de crisis de signos. Constató que a pesar de que este actualiza multitud de códigos culturales que le preexisten, no tiene uno propio. Y aunque es su evolución discursiva la que ha fundamentado sus modos propios de significación y verosimilitud (interiorizados por su espectador modelo) no tiene, como las lenguas naturales, una segunda articulación propia. Así, “el cine no es lengua, sino lenguaje”, (Metz, 2002), y un “lenguaje sin signos pero no sin significantes” (Mitry, 2000: 269). Pues aunque no significa, selecciona y al seleccionar carga a los objetos de significaciones. “El mundo representado, duplicado, *denotado*, parece *connotarse* –y se connota efectivamente– dentro de la propia denotación” (Mitry, 2000: 272) de modo que la imagen no supone un signo natural ni paseo sobre lo real sino un signo de representación con consecuencias simbólicas.

Estas consecuencias se entrecruzan pues, en la cadena sintagmática del film por lo que el propio Metz exploraría ésta aplicando las categorías teóricas del formalismo ruso de Propp.

Solucionado el problema del código parte de la academia optó por una semiótica del texto (ya no una semiótica del código) que se ocuparía a través de elementos de la narratología y la enunciación narrativa de cómo la forma fílmica induce sentido. Ahora bien, todo esto lo haría entendiendo una obra como una entidad textual cerrada (que obedece a las nociones de límite, fijación, exclusión o jerarquización de Lotman) y que encierra un gesto semántico determinado (poéticamente, claro).

Las metodologías de análisis textual de Carmona, Casetti, Aumont y Marie y Marzal y Gómez Tarín dan cuenta de cómo se ha sabido hacer con un nuevo medio que presenta problemas de teorización y abordaje inéditos.

Nuestra propuesta aquí se propone realizar un inventario razonado de cómo las ahora denominadas ciencias de la comunicación se plantean los desafíos que el videojuego, como objeto y mensaje cultural plantea y cuáles son las herramientas que va

implementando para su análisis, comprensión y teorización. Desde las primeras relaciones interactivas entre humano y máquina hasta los videojuegos aparecen nuevos conceptos de tensan los paradigmas científicos de la comunicación y abren nuevos espacios para la indagación teórica y analítica. La presente contribución pretende realizar un mapa de este campo que pueda orientar al investigador.

2. Cómo practicar un pensamiento interfaz que no sea débil

Pero en un estado en continua transformación ¿qué podemos considerar nuevo? Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Gran y Kieran Kelly han trabajado esta cuestión en *New Media: a critical introduction* (2009). Ellos proponen el término “new media” debido a que los medios de comunicación emergentes proponen nuevas experiencias textuales, nuevas formas de representar el mundo, nuevas relaciones entre usuarios y tecnologías, entre identidades y comunidades, nuevas pautas de producción y distribución, transformaciones de los medios tradicionales, etcétera. En todo ello, lo que parece producir efectos nuevos es lo digital (y aquello que esto permite: la interactividad, el hipertexto, la virtualidad y la simulación). Y la cultura digital se quiere siempre nueva, las *nuevas* tecnologías están al servicio de lo que John Dovey y Helen W. Kennedy (2006) denominan “upgrade culture”, una cultura en continua mejora que niega cualquier conquista cultural estable.

Con todo, un gran desafío de la digitalización es la transgresión del encuadre (y también de la secuencia). Si la posición clásica del espectador ante el encuadre occidental exigía heterotopía e intangibilidad, la nueva posición parece negar cualquier distancia o límite respecto a la superficie textual. La interfaz no solo se ha iconizado sino que se ha sensibilizado de tal modo que de la interactividad se ha sofisticado hasta la tactilidad. De este modo, la interactividad cuenta con el cuerpo para la actividad textual. Aunque ¿acaso el texto tradicional no cuenta con el cuerpo en la medida en que demanda interpretación y, por ende, subjetividad?

A pesar de que las nociones de virtualidad, simulación, inmersión y realidad aumentada se propongan como un triunfo sobre los límites de la perspectiva y de la mimesis, sostenemos con Lev Manovich (2001) y Espen Aarseth (2002) que la interactividad como

término anida cierta redundancia en la medida en que los textos tradicionales y secuenciales también nos convocan (a nosotros, nuestro cuerpo, nuestra subjetividad) en su interpretación.

Así, por ejemplo, el hipertexto y la navegación son modalidades del acto de lectura que modifican la legibilidad pero no por ello mejoran la lectura. La gestión que el usuario pueda hacer del texto no hace necesariamente efectiva su comprensión: no hay relación proporcional entre interactividad y subjetividad –es más, muchas de las veces la interactividad permite una acción en deriva sin necesidad de entender–.

Ahora bien, independientemente a esta cuestión lo que no podemos negar es que la navegación supone un nuevo régimen visual. Pues si la perspectiva lineal erigió uno es inevitable que la navegación produzca otro. Y, además, lo relevante de los nuevos fenómenos visuales es que se suponen multimedia. Y, aunque no olvidemos las peculiaridades de cada medio, no conviene entenderlos por separado porque, como comenta Nanna Verhoeff (2012) la cultura de las pantallas de la *intermedialidad*, *transmedialidad*, *remediación*, y *crossmedia* requiere hacer converger perspectivas teóricas hasta ahora atentas y específicas sobre medios concretos.

Lo hasta aquí expuesto no ha dejado de avisarnos de la complejidad con la que debe tratarse cualquier fenómeno de nuestra cultura visual (sofisticación hiperestilizada de la sociedad de la información). Ahora bien, si hace unos años buceábamos en textos sobre los nuevos regímenes visuales digitales, y en especial, de los videojuegos, notábamos que o bien los textos eran muy especializados sobre un aspecto determinado o bien muchos libros o manuales tendían intenciones holísticas y totalizadoras mezclando categorías pertenecientes a las disciplinas más diversas, pero en muchos casos quedándose en la superficie de cada aspecto. Frente a este problema de oscilación entre la especialización o la debilidad multidisciplinar es necesario que las ciencias de la comunicación aborden la cultura visual desde un *pensamiento interfaz* (en términos de Català, 2003). Y esto quiere decir que los nuevos medios requieren que los profesionales los tomen lectores predicativos y no tanto como instrumentos vehiculares.

El terreno continuamente especulativo en el que nos adentran nuestras interfaces necesitan que las ciencias de la comunicación se preocupen más de cómo se van estableciendo las relaciones en torno a lo verdadero y menos sobre la verdad y la pragmática. Dicho de otro modo, lo inalcanzable de nuestra realidad hipermediática precisa más de una epistemología que se ocupe de los métodos y las formas de construcción de las verdades que de una ciencia ontológica que busque una suerte de verdad trascendental tras una brillante evolución tecnológica.

3. Nociones en tensión para pensar los videojuegos

Los primeros investigadores de los videojuegos trataron de identificarlos y definir su modalidad textual, evaluar su novedad y su necesidad de nuestras metodologías para su aproximación. Sin embargo, antes de profundizar en los videojuegos como textos el interés se desplazó por los videojuegos como actividad de la que se destaca su modalidad de uso, su carácter repetitivo, compulsivo y de goce.

Se presenta fundamental para los estudios sobre el videojuego que éstos puedan tener un campo académico que se autosostenga por sí mismo, y no se constituya solo por las aproximaciones que se elaboran, como hasta ahora, desde otras disciplinas. Así, hay que tomar precauciones cuando se utilicen métodos ideados para otros objetos.

Aarseth, por ejemplo, se muestra reticente a los acercamientos de otras metodologías convencionales de análisis a los videojuegos:

“The sheer number of students trained in film and literary studies will ensure that the slanted and crude misapplication of ‘narrative’ theory to games will continue and probably overwhelm game scholarship for a long time to come. As long as vast numbers of journals and supervisors from traditional narrative studies continue to sanction dissertations and papers that take the narrativity of games for granted and confuse the story-game hybrids with games in general, good, critical

scholarship on games will be outnumbered by incompetence, and this is a problem for all involved” (Aarseth 2004: 54).

Ahora bien, a pesar de tal resistencia es inevitable hasta cierto punto que los investigadores inicien el abordaje teórico de los videojuegos desde lo que saben para luego ir interrogándose por los problemas, diferencias y particularidades que van encontrando. En este sentido consideramos interesante pensar en las tensiones que se produce en nociones clásicas de análisis. Dovey y W. Kennedy nos ayuda con esta tensión dicotómica que lejos de marcar radicales diferencias busca comprometer el debate.

Los estudios de los medios	Los estudios de los nuevos medios
Los efectos tecnológicos son determinados socialmente por:	La sociedad está determinada tecnológicamente por:
Audiencias activas	Usuarios interactivos
Interpretación	Experiencia
Espectador	Inmersión
Representación	Simulación
Medios centralizados	Medios ubicuos
Consumidor	Participante / co-creador
Trabajo	Juego

4. Lo lúdico y lo textual en los videojuegos. Un mapa de sus investigaciones

En principio, y durante mucho tiempo, se ha considerado que la ludología reivindica el valor del videojuego como juego. Más allá de cómo texto y como medio se trata de una actividad. De este modo, no solo estudiando el texto en un medio interactivo se puede vislumbrar su lógica sino que hay que atender la jugabilidad frente a otros tipos modos de interactividad.

A la ludología le interesan la estructura, los elementos, las reglas y la mecánica del juego, las estrategias del programador o el diseñador para atrapar al jugador, la estructuras de poder entre el sistema y el jugador, el jugador como navegador, y, en definitiva, la estructuras

universales del juego. Lo que parece no interesarles son los videojuegos como discursos. De ello sí se encargan los narratólogos quienes sostienen que los videojuegos no serían posible sin pequeñas dosis de elementos narrativos. Aun así, esta posición dicotómica tan solo da cuenta de los inicios de disciplina. De hecho, a medida que van madurando las aproximaciones sobre videojuegos, los ludólogos consideran cuestiones narrativas y los narratólogos consideran cuestiones lúdicas.

A continuación trataremos de hacer un mapa de las investigaciones que se han llevado a cabo en el marco de esta tensión. Nos hemos centrado fundamentalmente en textos internacionales y españoles que se encuentran en el eje entre lo lúdico y lo textual en los videojuegos. Por ello, hemos dejado fuera aquellos estudios que privilegian la dimensión pragmática, estudios culturales sobre los efectos de los videojuegos, así como acercamientos desde la publicidad y la psicología cognitiva. E incluso hemos dejado para una recopilación a parte los textos más generales sobre lo digital y lo interactivo. Nos disculpamos de antemano porque cualquier recopilación sobre siempre es injusta y seguramente nos estemos dejando investigadores que estén realizando trabajos relevantes en la materia. Tómese este mapa, pues, como una orientación, como un intento de entender los rasgos básicos sobre los que los autores van madurando los discursos sobre los videojuegos.

ESBOZO PARA UNA CARTOGRAFÍA DE LAS INVESTIGACIONES LÚDICO-TEXTUALES EN VIDEOJUEGOS	
- el videojuego como texto -	- el videojuego como narración -
<p>AARSETH, E.</p> <p>Acuñó el término “<i>cibertexto</i>”: El videojuego no es un texto, pero tampoco un hipertexto sino un cibertexto: un texto máquina, un juego-mundo, un mundo-juego.</p> <p>Fue maestro de posteriores defensores de la ludología como Juuls. Su logro fue considerar los videojuegos en su dimensión textual. Inspiró a muchos</p>	<p>MURRAY, J.</p> <p>Si Aarseth fue decisivo para entender el videojuego como texto, Murray lo fue para entender el videojuego como narración.</p> <p>Para ella, juego y narrativa no se enfrentan, sino que se articulan y se requieren.</p> <p>Considera que erigir las reglas en un videojuego implica un acto de escritura que genera consecuencias textuales. Por ello está</p>

<p>ludologistas aunque nunca ha utilizado el término en ninguno de sus escritos.</p> <p>Fundó <i>Game Studies</i>, la primera revista académica dedicada específicamente al estudio del videojuego.</p> <p>(1997): <i>Cybertext: perspectives on ergodic literature</i>. Baltimore: Johns Hopkins University Press.</p> <p>(2001): “Computer Game Studies, Year One”. En: <i>Game Studies</i>, vol. 1 (1). <i>Online</i>.</p> <p>http://gamestudies.org/0101/editorial.html (consulta: 01/05/2010).</p> <p>(2004): “Quest games as post-narrative discourse”. En: Ryan, M-L. (ed.): <i>Narrative across Media. The Languages of Storytelling</i>. Lincoln, Londres: University of Nebraska Press, pp. 361-376.</p>	<p>interesada en el ciberdrama y otras ficciones interactivas.</p> <p>(1999): <i>Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio</i>. Barcelona: Paidós.</p> <p>(2004): “From Game-Story to Cyberdrama”. En: Wardrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (eds.): <i>First Person. New Media as Story, Performance and Game</i>. Cambridge, Londres: MIT Press, pp. 2-11.</p>
<p>A partir de las aportaciones de Aarset y Murray se generó un supuesto debate entre los ludólogos (los que defendían los videojuegos en su componente lúdico) y los narratólogos (los que consideraban la narrativa como parte esencial para entenderlos). Sin embargo: Aarset no habló nunca de ludología y Murray no se opuso a las cuestiones de las mecánicas lúdicas.</p> <p>El trabajo de ambos dio pie a posteriores posturas e reivindicaciones de distintos aspectos y según el reconocimiento de la importancia de los elementos de juego o los elementos narrativos parecieron haberse escindido los teóricos. Sin embargo, con el tiempo, las distintas publicaciones y las conversaciones van mostrando que la defensa de lo lúdico o la narrativa respecto al videojuego no implica el desacarte y la oposición a otros argumentos. Es más, en cualquier caso las contestaciones entre los teóricos está siendo algo necesario para madurar la disciplina, darle consistencia epistémica y poner a prueba su dialéctica con otras herramientas de análisis.</p> <p>Lo que sí que parece interesar tanto a los “supuestos” ludólogos como a los “supuestos” narratólogos es la indagación en los videojuegos como textos que significan y, por tanto, afectan a nuestra cultura. Léase, pues, bajo esta consideración la siguiente escisión conceptual. Nuestra pretensión no es tanto colocar etiquetas como dar pistas para comenzar a entender un mapa de estudio.</p>	

- Ludólogos -	- Narratólogos -
<p>JUUL, J. Junto a Salen y a Zimmerman es uno de los mayores adalides de la ludología. Sostiene que los videojuegos no necesitan (aunque tampoco rechazan) ni la narrativa ni la significación. Sin embargo, a lo largo de sus estudios se interroga por la narrativa, aunque considere que ésta supone una intermitencia del juego.</p> <p>(2004): "Introduction to Game Time". En: Wardrip-Fruin, N., y Harrigan, P. (eds.): <i>First Person. New Media as Story, Performance and Game</i>. Cambridge, Londres: MIT Press, pp.131-142.</p> <p>(2005): <i>Half-Real: videogames between real rules and fictional worlds</i>. Cambridge, Londres: MIT Press.</p> <p>(2005): "Games telling stories?". En: Raessens, J. y Goldstein, J. (eds.): <i>Handbook of Computer Game Studies</i>. Cambridge, Londres: MIT Press, pp. 219-226.</p> <p>SALEN, K. Y ZIMMERMAN, E. Defensores e impulsores de la ludología. Para ellos ésta debe ser una disciplina autónoma e independiente.</p> <p>(2004): <i>Rules of Play: game design fundamentals</i>. Cambridge, Londres: MIT</p>	<p>RYAN, M. Trata de desactivar argumentos antinarratológicos señalando cómo en la lectura pre-electrónica ya se planteaba nociones como inmersión e interactividad. Por ello, lo que por ejemplo Juuls entiende como particularidades radicales de los videojuegos, Ryan lo entiende como un efecto de que nuestra cultura ha ido dando más importancia a la simulación que el significado.</p> <p>(2004): <i>La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y los medios electrónicos</i>. Paidós: Barcelona.</p> <p>(2002) "Ludology vs. Narratology? A critical investigation of the aesthetic properties of digital media". Curso impartido en IT University of Copenhagen, October 1-4. Online: http://www.itu.dk/Internet/research/phd/courses/Courses2002/LudologyvsNarratology/</p> <p>ATKINS, B. Le interesan los videjuegos como narrativa contemporánea. Analiza en profundidad distintos videojuegos: Tomb Raider, Half-Life, Close Combat y SimCity.</p> <p>(2003): <i>More than a game. The Computer Game as Fictional Form</i>. Manchester: Manchester University Press.</p> <p>Con KRZYWINSKA, T. (2007): <i>Videogame, player, text</i>. Manchester: Manchester University Press.</p> <p>KÜCKLICH, J. Sostiene que los videojuegos deberían ser considerados medios de comunicación por el potencial de sus narrativas participativas e interacciones abiertas.</p> <p>(2003): "The Playability of Computer Games versus the Readability of Computer Games: Towards a Holistic Theory of Fictionality", en RAESSENS, J. (ed.): <i>Level-Up Conference Proceedings</i>. Utrecht: Utrecht University Press.</p> <p>Y FELLOW, M.C. (2004): <i>Play and Playability as Key Concepts in New Media Studies</i>, SteM Centre, Dublin City University: Dublin.</p>

<p>Press.</p> <p>Salen y Zimmerman (eds.) (2006): <i>The Game Design Reader</i>. Cambridge, Londres: MIT Press.</p> <p>COSTYKIAN, G.</p> <p>Es fundamentalmente diseñador (conocido como el “diseñador X”). Considera que historia y juego se oponen, y en cualquier convivencia de estos en el videojuego uno de los dos debe triunfar sobre el otro. Aun así, no considera que haya que excluirlos. Hibridarlos pone a prueba el reto artístico del diseñador.</p> <p>(2002) <i>I Have No Words & I Must Design</i> Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference, ed. Frans Mäyrä. Tampere: Tampere University Press.</p> <p>ESKELINEN, M</p> <p>Se considera uno de los teóricos más radicales por haber sostenido que las historias de los videojuegos funcionan tan solo como ornamentos prescindibles del juego; y aquello que excede su función mecánica no participa de la esencia del videojuego. Sin embargo, en su obra <i>Cybertext Poetics</i> promueve que para entender el cibertexto es fundamental considerar pluralidad de enfoques, sobre todo, la teoría narrativa.</p> <p>(2001) <i>The Gaming</i></p>	<p>WOLF M. J. P.</p> <p>Le interesa una visión histórica e enciclopédica de los videojuegos como fenómeno, como industria y como teoría. Es destacado por editar e impulsar otros trabajos más que por sus apuestas teóricas propias. Aun así sostiene que una teoría del videojuego pasa por ser multidisciplinar sin descuidar sus elementos específicos.</p> <p>(2001) <i>The medium of the videogame</i>. Austin: University of Texas Press.</p> <p>(2003): <i>The Video Game Explosion</i>, Greenwood: California.</p> <p>Y PERRON, B. (eds.) (2003): <i>The Video Game Theory Reader</i>. Londres, Nueva York: Routledge.</p> <p>Y PERRON, B. (2005): <i>Introducción a la teoría del videojuego</i>. En: <i>Formats</i>, núm. 4. Universitat Pompeu Fabra. <i>On-line</i>: http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/mwolf_esp_ar.htm.</p> <p>TOSCA, S. Subraya la importancia de crear potentes mundos de ficción sobre el que se erijan los videojuegos. Sin los constructos semánticos dará significado a los constructos mecánicos y, en definitiva, a la acción del jugador. Prefiere usar el término “relato” y no “narrativa”.</p> <p>(2004): “Transmedial worlds: Rethinking cyberworld design”. En: <i>International Conference on Cyberworlds</i>. Tokyo. <i>On-line</i>: http://www.itu.dk/people/klastrup/klastruptosca_transworlds.pdf</p> <p>(2003): “The Quest Problem in Computer Games”. Comunicación presentada en: <i>Congreso Technologies for Interactive Storytelling and Entertainment</i>. Darmstadt. <i>Online</i>: http://www.it-c.dk/people/tosca/quest.htm</p> <p>Y NIELSEN S., SMITH, J. (2008): <i>Understanding Videogames</i>. Londres: Routledge.</p> <p>(2005): “Implanted memories or the illusion of free action”, en BROOKER, W. (ed.): <i>The Blade Runner Experience</i>. Londres: Wallflower Press.</p> <p>MAIETTI, M.</p> <p>Al autor aborda los videojuegos desde una perspectiva semiótica. Le interesa analizar sus estructuras textuales sin desestimar la dimensión pragmática de la recepción.</p>
--	--

<p>Situation, in <i>Game Studies. The International Journal of Computer Game Research</i>, 1:1, Available online at http://gamestudies.org/0101/eskelinen/</p> <p>(2012) <i>Cybertext Poetics: The Critical Landscape of New Media Literary Theory</i>, Continuum Publishing Corporation, New York.</p> <p>(2003) "Towards Computer Game Studies" en HARRIGAN, P y WARDRIP-FRUIIN, N <i>First Person. New Media as Story, Performance, and Game</i> (eds.) MIT Press, Cambridge.</p> <p>FRASCA, G: Se le atribuye haber acuñado el término "ludología" en relación a los videojuegos pero él no cree en el debate entre ésta y la narratología.</p> <p>Encuentra la simulación como característica particular de los videojuegos, frente a la representación en la narrativa literaria. Distingue entre <i>ludus</i> (los videojuegos que proponen metas claras y directas) y <i>paidaia</i> (los videojuegos que proponen procesos y distintas etapas con mayor libertad y finales más abiertos). Además de teórico es un desarrollador que se preocupa por el videojuego como modo de entender y expresar el mundo.</p> <p>(1999): "Ludology meets Narratology: Similitude and</p>	<p>(2004): <i>Semiotica dei videogiochi</i>. Milán: Unicopli.</p> <p>(2008): "Anada i tornada al futur: el temps, la durada i el ritme en la textualitat interactiva". En: Scolari, C. (ed.): <i>L'homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva</i>. Vic: Eumo, pp. 53-76.</p> <p>PAGE, R. Y BRONWEN, T.</p> <p>Trata sobre los distintos tipos de narratología (en sentido diacrónico: diversas etapas y escuelas) y su aplicación a los medios digitales. Resultan muy interesantes las elaboraciones teóricas sobre las narrativas on-line, cooperativas e intermediales pero apenas trata los videojuegos.</p> <p>(2011) <i>New narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age</i>. Lincoln University of Nebraska Press: Nebraska.</p> <p>GALLOWAY, A.</p> <p>Para Galloway los videojuegos se proponen como una alegoría algorítmica de códigos que el jugador debe ir descifrando. Aun así, los videojuegos utilizan recursos expresivos y narrativos propiamente cinematográficos.</p> <p>(2006): <i>Gaming. Essays on Algorithmic Culture</i>. Minesota: University of Minnesota Press.</p> <p>CLARKE, A Y MITCHELL G.</p> <p>Investigan cómo los relatos interactivos usan recursos cinematográficos. Resaltan cómo los conceptos y las herramientas de la teoría del cine son los más útiles para el análisis de los videojuegos. También estudian su costado artístico.</p> <p>(2007): "Film and the Development of Interactive Narrative" en Balet, O, Subsol, G., Torguet, P. (eds.), <i>Virtual Storytelling, Springer-Verlag: Berlin</i>.</p> <p>eds. (2007): <i>Videogames and Art</i>, Intellect Book: Bristol.</p> <p>NITSCHKE, M</p> <p>Investiga la dimensión significante de la espacialidad en los videojuegos. Denomina "elementos narrativos sugerentes" a los elementos que se implementan en el mundo del juego para ayudar en la comprensión. Éstos no contienen una historia de sí mismos pero sí desencadenan una parte importante del proceso de juego.</p> <p>(2009): <i>Video Game Spaces: Image, Play, and Structure in 3D</i></p>
--	---

differences between (video)games and narrative”. *On-line*: <http://www.jacaranda.org/frasca/ludology.htm>

(2001): *Videogames of the oppressed: videogames as a means for critical thinking and debate*. Tesis del Master of Information Design and Technology. Georgia Institute of Technology.

On-line: <http://www.ludology.org/articles/thesis/>.

(2001): “The Sims: grandmothers are cooler than trolls”. En: *Game Studies*, vol. 1. *On-line*: <http://www.gamestudies.org/0101/frasca/>

(2003): “Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology”. En: WOLF, M. J. P. Y PERRON, B. (ed.): *The Video Game Theory Reader*. Londres, Nueva York: Routledge, pp. 221-235.

(2004): “Videogames of the Oppressed: Critical Thinking, Education, Tolerance, and

Other Trivial Issues”. En: WARDRIP-FRUIIN, N., y HARRIGAN, P. (eds.): *First Person. New Media as Story, Performance and Game*. Cambridge, Londres: MIT Press, pp. 85-94.

(2007): *Play the message. Play, Game and Videogame Rhetoric*. Tesis Doctoral, IT University of Copenhagen.

(2009): “Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción”. En:

Worlds: MIT Press: Cambridge.

JENKINS, H Se lamenta de la falta de impulso creativo y perspectiva artística con el que se han recibido los videojuegos.

(2003): *Game Design as Narrative Architecture*, in *First Person*. Harrigan P. y Wardrip-Fruin N. (eds.) *New Media as Story, Performance, and Game*, MIT Press: Cambridge.

HARRIGAN, P. y WARDRIP-FRUIIN, N.

Edita una suerte de trilogía de estudios multidisciplinares de especialistas en distintos ámbitos (diseñadores/creadores y teóricos de videojuegos, televisión, arte digital, etcétera) donde analizan cómo se construyen, se sostienen y funcionan las vastas ficciones propias del s.XXI. Su tono es bastante aséptico.

(eds.) (2004): *First Person. New Media as Story, Performance and Game*. Cambridge, Londres: MIT Press.

(eds.) (2010): *Role-Playing and Story in Games and Playable Media*. Cambridge, Londres: MIT Press.

(eds.) (2009): *Third Person. Authoring and Exploring Vast Narratives*. Cambridge, Londres: MIT Press.

CONSALVO, M. y DUTTON, N.

Proponen un modelo metodológico general tratando de acercar e integrar las reglas del juego y cuestiones de diseño en el terreno de la textualidad. A parte del nivel de representación señalan como principales elementos a considerar: el registro de un inventario de los objetos, la interfaz, la interacción y el mapa de juego.

(2006): “Game analysis: developing a methodological toolkit for the qualitative study of games”. En: *Game Studies*, vol. 6. *On-line*:

http://gamestudies.org/0601/articles/consalvo_dutton.

KONZACK, L.

Estructura en siete categorías su metodología de análisis cualitativos de videojuegos: hardware, el código del programa, la funcionalidad, el juego, el significado, la referencialidad y lo socio-cultural.

(2002): *Computer game criticism: A Method for computer game analysis*. Tampere, Finland: Proceedings of the Computer Games and Digital Culture Conference.

RAMOS, M. y PÉREZ, O. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*.

Comunicación, núm. 7, pp. 37-44. Universidad de Sevilla. *On-line* en:

<http://www.revistacomunicacion.org>.

SICART, M. Aboga por considerar y aprovechar el potencial comunicativo y discursivo de los videojuegos como medio no solo de entretenimiento sino de expresión y de representación para fines éticos.

(2009): "Family values: ideology, computer games & *The Sims*".

(2008): "Defining game mechanics".

(2009): *The Ethics of Computer Games*.

BOGOST, I Investigador y, además, desarrollador, promueve el potencial retórico de los videojuegos afirmando el término (y la plataforma creativa) "Persuasive Games" [www.persuasivegames.com], donde crea juegos sobre temas sociales y políticos (con intenciones instructivas y activistas).

(2005): "Asking what is possible: The Georgia-Tech approach to Game

Research and Education" En: *The International Digital Media & Arts Association Journal*, núm.1, vol. 2.

MALLIET, S.

Pretende complementar las teorizaciones de Konzack y Consalvo y Dutton sobre los análisis cualitativos de los videojuegos. Detecta que en estos análisis es fundamental, más que en otros textos tradicionales, la interpretación del investigador.

(2007): "Adapting the Principles of Ludology to the Method of Videogame Content

Analysis". En: *Game Studies*, vol. 7 (1). *On-line*: <http://gamestudies.org/0701/articles/malliet>

(consulta: 01/05/2010).

SCOLARI, C.

Se centra en la semiótica de las narrativas interactivas y de los videojuegos. Su perspectiva es más estructural, se interroga por cómo estos afectan a las modalidades de conocimiento.

(2004): *Hacer clic: hacia una semiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

(2008): *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

(ed.) (2008): *L'homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Vic: Eumo.

(2008): "Interfícies per a saber, interfícies per a fer". En: Scolari, C. (ed.): *L'homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Vic: Eumo, pp. 211-236.

(2009): "Transmedia Storytelling: Implicit consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production". En: *International Journal of Communication* 3, pp. 586-606. *On-line*: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/477/336>.

et al. (2012): "Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación". *Quaderns del CAC*. Vol. XV, nº38, pp. 79-89

RUIZ COLLANTES, X.

Trata de trazar una tipología general de reglas en los videojuegos y su relación con la narratividad del juego.

(2008): "Juegos y videojuegos: formas de vivencias narrativas". En: Scolari, C. (ed.): *L'homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Vic: Eumo, pp. 15-52.

(2006): *Persuasive Games*. Cambridge, Londres: MIT Press.

(2009): "Marcos jurídicos de mundos lúdicos. Tipologías de reglas en juegos y videojuegos". En: RAMOS, M. y PÉREZ, O. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. Comunicación, núm. 7, pp. 16-36. Universidad de Sevilla. *On-line* en:

<http://www.revistacomunicacion.org>.

PÉREZ LATORRE, O.

Hace dialogar condiciones lúdicas y narrativas. Esto le permite proponer modelos metodológicos para analizar la significación de los videojuegos.

Sostiene lo que dificultad de comprender en profundidad la dimensión significativa de los videojuegos es que las ciencias de la narración y la comunicación audiovisual se han desarrollado más que la ciencia del juego.

Es uno de los mayores impulsores en España de los estudios de los videojuegos desde una perspectiva compleja y profunda.

(2012) El lenguaje videolúdico: Análisis de la significación del videojuego. Barcelona: Laertes, 2012

yRAMOS, M. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. Comunicación, núm. 7. Universidad de Sevilla. *On-line* en:

<http://www.revistacomunicacion.org>

(2012) "Del Ajedrez a Starcraft. Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos" en *Comunicar* v. 38, págs. 121-129

yGARÍN, M. (2009): "Entre mundos e historias. Ciencia-ficción y experiencia de juego". En: *Formats*, núm. 5. Universitat Pompeu Fabra. *On-line*:

http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/pdf/art_dos_esp6.pdf

GARÍN, M.

Aporta argumentos sorprendentes para pensar los videojuegos y sus deudas míticas y cinematográficas, especialmente con el cine de los orígenes. Además, desarrolló el proyecto audiovisual comparado *Gameplaygag. Between Silent Film and New Media*, exhibido en conferencias y exposiciones en ciudades como París, Los Angeles y Yokohama.

(2012) "La fascinació lúdica i participativa: entre Segundo de Chomón i els primers videojocs" en *La construcció de l'actualitat en el cinema dels orígens* (ed. A. Quintana y J.

Pons). Girona: Museu del Cinema.

(2012) "Super Mario reimaginado. Machinima, glitch y el arte de la apropiación fan en el videojuego" en *COLABOR_ARTE. Medios y artes en la era de la producción colaborativa* (ed. C. Scolari y M. Carlón). Buenos Aires: La Crujía.

(2009): "Mitojuegos. Sobre el héroe y el mito en el imaginario de Nintendo". En: RAMOS, M. y PÉREZ, O. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. 473 Comunicación, núm. 7, pp. 94-105. Universidad de Sevilla.

GARCÍA GARCÍA, F.

Le interesan los cruces y relaciones narrativas que se dan en un videojuego entre la figura del autor, personaje y el jugador. Considera que por muy precario que sea un videojuego es una narración.

- (2006): "Videojuegos y virtualidad narrativa" en *Icono 14. Revista de comunicación y Nuevas Tecnologías*, nº8.

SÁEZ SORO, E.

Además de interesarse por las comunidades de juego, se propone analizar las concomitancias entre cine y videojuegos.

(2009): "Videojuegos de universos persistentes. La comunicación en la construcción de una vida virtual". En: RAMOS, M. y PÉREZ, O. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. Comunicación, núm. 7, pp. 205-221. Universidad de Sevilla. *On-line* en: <http://www.revistacomunicacion.org> (consulta: 01/05/2010).

SÁEZ SORO, E.; MARTÍN NÚÑEZ, M.; BORT GUAL, I. (2011): Del cine al videojuego. ¿Evolución, simbiosis o parasitismo?. En: BORT GUAL, I.; GARCÍA CATALÁN, S.; MARTÍN NÚÑEZ, M. (eds.) (2011): *Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.

MARTÍN NÚÑEZ, M.

Se interroga por los "problemas" que inauguran los nuevos medios mirando, también, muy de cerca la práctica profesional.

	<p>(2011): “Tensiones entre los viejos y los nuevos medios: una aproximación al análisis del videojuego como discurso audiovisual” en <i>Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: la comunicación política, secuestrada por el mercado</i>; 5, 7 y 9 de Diciembre, La Laguna (Tenerife).</p> <p>BORT, I y GARCÍA CATALÁN, S</p> <p>Analizan la problemática de la enunciación y de los narradores en los videojuegos.</p> <p>(2011): “Trampas de tramoyista: notas teóricas para pensar la narrativa en los videojuegos” en <i>Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: la comunicación política, secuestrada por el mercado</i>; 5, 7 y 9 de Diciembre, La Laguna (Tenerife).</p>
--	---

5. Bibliografía basilar

Dado que hasta aquí hemos tratado de dibujar la bibliografía fundamental de la teoría de los videojuegos que complete lo lúdico y lo narrativo, por último añadimos bibliografía de la teoría fílmica y literaria; y de la cultura digital. Éstas son necesarias para la estructura basilar del debate.

5. 1. Bibliografía: Teoría fílmica y literaria.

Aumont, Jacques. Marie, Michel (1990): *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.

Bordwell, David (1995): *El Significado del filme. Inferencia y retórica en la interpretación cinematográfica*. Barcelona: Paidós.

Borras Castanyer, Laura (ed.) (2005): *Textualidades electrónicas: Nuevos escenarios para la literatura*. Barcelona: Editorial UOC.

Carmona, Ramón (1991), *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.

Casetti, Francesco y Di Chio, Federico (1991): *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

Casetti, Francesco (1994): *Teorías del cine 1945-1990*. Madrid: Cátedra.

Gómez Tarín, Francisco Javier (2010): *El análisis de textos*

- audiovisuales: significación y sentido*. Santander: Shangrila Ediciones.
<http://www.shangrilaediciones.com/Materiales3-El-Analisis-Textos-Audiovisuales.pdf>
- Marzal Felici, Javier y Gómez Tarín, Fco. Javier (eds.) (2007):
Metodologías de análisis del film. Madrid: Edipo.
- Metz, Christian (2002): *Ensayos sobre la significación en el cine* (2 vols.)
 Barcelona: Paidós.
- Mitry, Jean (2000) “Sobre un lenguaje sin signos”. En Urrutia, Jorge
 (ed.) *Op. cit.* pp. 263- 290.
- Pérez Bowie, José Antonio (2008): *Leer el cine: La teoría literaria en la
 teoría cinematográfica*. Salamanca. Ediciones Universidad de
 Salamanca.
- Vega, María José (ed.) (2003): *Literatura hipertextual y Teoría Literaria*.
 Madrid: Marenostrom

5.2. Bibliografía sobre videojuegos y cultura digital



- Andreas Jahn-Sudmann (Editor) (2003): Ralf Stockmann (Editor)
*Computer Games as a Sociocultural Phenomenon: Games Without
 Frontiers, Wars Without Tears*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Bolter, Jay David. Grusin, Richard (2000): *Remediation: Understanding
 New Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Brookey, Robert Alan (2010): *Hollywood gamers: Digital convergence in the
 film and video industries*. Bloomington, Indiana University Press.
- Calleja, Gordon (2011): *In-Game: From immersion to incorporation*.
 Cambridge, Massachusets: The MIT Press.
- Català Doménech, Josep Maria (2003): *La imagen interfaz: Representación
 audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad*. Bilbao:
 Universidad del País Vasco.
- Dovey, Jon. Kennedy, Helen W. *Gamecultures* (2006): *Computer Games
 as New Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Dyer-Witheford, Nick and de Peuter. Greig (2009): *Games of Empire:
 Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of
 Minnesota Press.
- Ellestrom, Lars (2010) *Media Borders, Multimodality and Intermediality*.
 London: Palgrave MacMillan. Jenkins, Henry. *Convergence Culture:
 Where Old and New Media Collide*. New York: New York
 University Press, 2006.

- Lister, Martin. Dovey, Jon. Giddings, Seth. Grant, Iain. Kelly, Kieran. *New Media: a critical introduction*. London: Routledge, 2009
- López Barinaga, Borja. *Juego: Historia, teoría y práctica del diseño conceptual de videojuegos*. Madrid: Alesia Games & Studies, 2010.
- McGonigal, Jane *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*. New York: The Penguin Press 2011.
- Murray, Janet H. 1999. *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Paidós.
- Nitsche, Michael, *Video game spaces : image, play, and structure in 3D worlds* Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, 2008.
- Page, Ruth. Bronwen, Thomas. *New narratives: Stories and Storytelling in the Digital Age*. Lincoln (Nebraska): University of Nebraska Press. 2011
- Rodrigo Mendizábal, Iván (2004): *Máquinas de pensar videojuegos, representaciones y simulaciones de poder*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rose, Frank (2011): *The art of Immersion: How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories*. New York W.W. Norton & Company. 2011
- Thornam, Helle (2011): *Etnographies of the Videogame: Gender, Narrative and Praxis*. London: Ashgate.
- Tisseron, Serge (2012): *Du virtuel psychique au virtuel numérique*. Paris. Dunod.
- Urbanski, Heather (ed.) (2010): *Writing and the digital generation: Essays on New Media Rhetoric*. Jefferson: MacFarland.
- Vega, María José (ed.) (2003): *Literatura hipertextual y Teoría Literaria*. Madrid: Marenostrom.
- Verhoeff, Nanna (2012): *Mobile Screens: The Visual Regime of Navigation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zackariasson, Peter, Wilson, Timothy Edited (eds.) (2012): *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. London: Routledge.





La estructura del sector español de videojuegos

Jessica Izquierdo-Castillo, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

María Soler-Campillo, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. El nuevo sistema comunicativo: el liderazgo de los videojuegos

EL SISTEMA comunicativo está inmerso en un proceso de reconfiguración, con la digitalización y la convergencia como escenario. La particularidad de cada sector que lo conforma provoca que este proceso sea diferente en cada industria comunicativa, generando grandes incógnitas para la mayoría, pero también oportunidades por explorar. En este grupo se encuentra el sector de los videojuegos, que se ha convertido en uno de los que acumula mayor volumen de negocio y capacidad de crecimiento.

Las cifras del mercado mundial de los videojuegos registraron 56.000 millones de euros en 2010, y las previsiones apuntan a una tasa anual de crecimiento compuesto del 7,2% hasta 2015, lo que supondría un total de 83.000 millones de euros (PriceWaterhouse Coopers, Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016). Además, esta industria presenta la particularidad de protagonizar un desarrollo exponencial en países emergentes. El mercado de Asia Pacífico tiene una previsión de negocio de 30.300 millones de dólares en 2016 (Ovum, Digital Games Outlook 2011-2016). Por su parte, el

mercado sudafricano ya se asemeja en volumen al de algunos países europeos y el chino incrementó el consumo un 34% en 2011. Estas cifras prevén superar a la de los principales mercados occidentales, entre los que se encuentra España. En el mercado español, el sector del videojuego es la primera opción de ocio audiovisual e interactivo (aDeSe)¹. Además, su capacidad para generar nuevos mercados le reporta cierto desahogo en el contexto de crisis, pues en 2011 mantuvo su posición como principal industria de ocio en España por volumen de facturación, lo que sitúa a este mercado en la quinta potencia europea en consumo de videojuegos. De hecho, el consumo global de software mantiene a este sector como el principal segmento de ocio en Europa, por delante de las industrias cinematográficas y musicales. Sin embargo existe una notable asimetría entre los niveles de oferta y demanda queda patente con las cifras de producción, que se sitúan en torno al 1% en el contexto total del mercado (Rodríguez y Pestano, 2012: 367).

Sin embargo, la industria de videojuegos se encuentra todavía en un estado incipiente. Es frecuente atribuir esta debilidad de la industria de videojuegos española a la presencia de empresas multinacionales, que acaparan de forma desmedida la producción de videojuegos que se consumen en España, pero también al pequeño tamaño de las empresas españolas de videojuegos o a la falta de ayudas para el desarrollo del sector por parte de las administraciones públicas, que apenas han prestado atención a la importante industria de los videojuegos. Por otro lado, resulta interesante constatar que numerosas empresas del sector de videojuegos entienden que su actividad no está muy alejada del sector audiovisual, una forma de pensar que no comparten muchos profesionales del ámbito de la producción de cine y televisión, como se ha comprobado recientemente (Soler y Marzal, 2012)². El sector audiovisual,

¹ “El consumo de videojuegos en España se situó en 822 millones € en 2012”. Martes, 12 de Marzo de 2013 00:00 , en <http://www.adese.es/adese/noticias/119>

² En una reciente investigación a propósito de la situación del sector audiovisual valenciano, en el contexto de la crisis económica de 2012 y la reestructuración de Radiotelevisión Valenciana que se está realizando en estos momentos, se ha realizado un total de 17 entrevistas a destacados profesionales del sector

supuestamente mucho más maduro y con una tradición de varias décadas de existencia, contempla la industria de los videojuegos como un sector diferente al audiovisual. Pocos profesionales de este ámbito reconocen que se pueden establecer sinergias muy interesantes entre los dos ámbitos, más allá de las acciones de promoción de la producción cinematográfica, como viene siendo habitual (véase el caso de la creación de videojuegos como estrategia para promocionar el estreno de películas como *Planet 51* de Jorge Blanco, Javier Abad y Marcos Martínez, 2009, o *Las aventuras de Tadeo Jones* de Enrique Gato, 2012). Un contraejemplo muy interesante es el caso de la empresa de videojuegos Pyro Studios que, cuando procede, trabaja con Illion Animation Studios, empresa de producción de cine de animación. Ambas empresas forman parte de la misma matriz de empresas, Zed, y constituyen un proyecto empresarial muy singular en el contexto español.

Este capítulo presenta las bases de análisis del sector de videojuegos en el caso español, así como una panorámica de la estructura de la industria y su mercado. El objetivo es realizar un análisis de la producción de software de ocio en un mercado con un elevado índice de consumo y una escasa actividad productiva.

2. El estudio de los videojuegos: dimensiones para el análisis

Este estudio parte de una aproximación al sector de los videojuegos en el contexto español, atendiendo a 3 dimensiones. La dimensión está vinculada con el análisis del consumo de contenidos relacionados con los videojuegos. La segunda dimensión presenta las relaciones que existen entre el sector y otras industrias comunicativas, en un entorno multimedia. En tercer lugar, se ofrece una panorámica sobre la situación de la industria de los videojuegos en España, como un sector con un incipiente crecimiento.

audiovisual (responsables de asociaciones profesionales como EAVF, PAV y AESAV, productores, realizadores, distribuidores, periodistas especializados, guionistas, gerentes de empresas, etc.). En dicha entrevista se preguntaba en un momento determinado si se consideraba que el auge del sector de los videojuegos podría impulsar el propio sector audiovisual, a lo que una gran mayoría de entrevistados ha respondido negativamente.

El consumo de los videojuegos ocupa la primera opción de ocio audiovisual interactivo, con unos ingresos totales de 9.829 millones de euros en Europa (aDeSe, 2011). España se sitúa en el quinto lugar de la clasificación europea, con 980 millones de euros de gasto (9,97% del total de Europa). Este consumo de videojuegos se establece en base a tres partidas: la venta del software (499 millones de euros), la venta del hardware (373 millones de euros) y la venta de periféricos (107 millones de euros). A pesar de la posición privilegiada el sector, las cifras de 2011 reflejaron un descenso importante respecto al año anterior, con un 15% menos, lo que responde a una pérdida general del conjunto audiovisual, y que se puede relacionar con la crisis económica, que afecta de forma muy virulenta a los países del sur de Europa. Estas cifras se alcanzaron con una penetración social del sector del 62% entre la población menor de edad, y un 24% entre los adultos españoles. Estos jugadores prefieren consumir videojuegos mediante consolas. Un 88% de los usuarios eligen esta plataforma, frente al 11% que prioriza el PC. En lo que se refiere al género, los títulos más vendidos corresponden a los juegos tradicionales (plataformas, estrategia, deportes, carreras, acción, aventuras...), con un 80% de cuota de mercado, mientras que los juegos sociales todavía ocupan un 10% (aDeSe, 2011). Se puede observar un comportamiento vinculado preferentemente con la movilidad. En 2011, las ventas de consolas de sobremesa descendieron un 14%, mientras que los periféricos únicamente descendieron un 4%. Por lo tanto, a pesar del crecimiento negativo que experimenta el sector, lo cierto es que los resultados indican una preferencia cada vez mayor por el consumo de ocio en movilidad.

La segunda dimensión está relacionada con la vinculación del sector de videojuegos con otros medios comunicativos. El cine, la televisión, la prensa, el mundo editorial, la publicidad, etc., son elementos influyentes e influidos por los videojuegos. Las interacciones se reflejan en transformaciones de los propios medios, convirtiendo, por ejemplo, la televisión en un espacio transmediático a partir del juego (Evans, 2008), o el cine en un escenario de nuevos paradigmas híbridos (Grusin, 2006). Desde el análisis estructural, el sector de los videojuegos mantiene una vinculación estrecha con los productores de contenidos audiovisuales, principalmente cinematográficos, que generan sinergias productivas. Esta vinculación se

potencia con la digitalización del sector cinematográfico, aunque este proceso todavía no se haya completado (Izquierdo, 2009). En este sentido, las vinculaciones entre contenidos y las corporaciones globales, tienen importantes repercusiones en la cultura globalizada, además de los beneficios económicos (Consalvo, 2006).

La tercera dimensión se refiere a la estructura del sector. La industria española de los videojuegos se caracteriza por una estructura apenas existente, que asiste a un fenómeno de asimilación hacia grandes grupos internacionales. Las multinacionales concentran el 94% de la demanda (Rodríguez y Pestano, 2012: 363), lo que, paradójicamente, provoca la creación de nuevas iniciativas nacionales. La continúa y creciente demanda, junto con una formación cada vez más especializada, ha provocado el surgimiento de empresas de pequeño y mediano tamaño, que ubican un segmento laboral en el mercado. Estas empresas aprovechan las dinámicas transnacionales de las industrias culturales (Zallo, 2007) y desarrollan un trabajo multidisciplinar, para adaptarse a las necesidades de provisión de las grandes empresas de videojuegos.

3. Análisis del mapa empresarial del sector de videojuegos en España

La escasa presencia de empresas españolas en el mercado de los videojuegos, en un contexto internacional. A pesar de los datos de consumo, que apuntan hacia una progresión de este sector en el conjunto de industrias comunicativas, el sector español no alcanza unos niveles de oferta equilibrados a su volumen de demanda. En 2011, únicamente el 2% de los productos consumidos en España fueron creados por empresas españolas (ADESE, 2011). Sin embargo, el número de empresas en activo vinculadas con el diseño y la creación de videojuegos creció en España. La mayoría de estas empresas están organizadas en torno a tres asociaciones principales: ADESE, DEV, DOID. La primera está compuesta por empresas de gran tamaño: Activision, Disney Interactive Games, Electronic Arts, Koch Media, Microsoft, Nazco Bandai Partners, Nintendo Ibérica, Sony, Take Two Interactive, Ubisoft, Warner Interactive. Estas empresas no desarrollan videojuegos en España, ya que su contribución al sector se limita a la distribución de sus contenidos.

Las empresas productoras se recogen en las asociaciones profesionales DEV (Asociación Española de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento) y DOID (Desarrolladores de Ocio Interactivo Digital), que dedican sus esfuerzos en mercados alternativos al que copan los videojuegos desarrollados por las componentes de ADESE. Estas empresas desarrolladoras de videojuegos tienen un tamaño pequeño o mediano, con una producción centrada en el móvil y ordenador. La asociación española de empresas desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento (DEV) aglutina siete empresas de diferente tamaño: Revistronic, MSE, ARvirago, Digital Legends, Virtual Toys, Pyro y FxInteractive. Por su parte, la Asociación de Desarrolladores de Ocio Digital Interactivo (DOID) presenta un total de 18 empresas, radicadas en la Comunidad Valenciana: Akaoni, Anima Game Studios, Blue Studios Development, Bionic Thumbs, Bytes Reales, Devilish Games, Dreambox, Edelweiss, From The Bench, Lemon Team, Lucera Project, Masmédios, Nerlaska Studio, Ninja Fever, Onan Games, Super Awesome Hyper Dimensional Mega Team, Tamakum, Virtual Toys.

En conjunto, se trata de empresas con tamaño pequeño o muy pequeño, especializadas en la producción de videojuegos de bajo presupuesto y la creación de aplicaciones interactivas para dispositivos móviles. También se puede observar que numerosas empresas de videojuegos, de ámbito local, participan en ocasiones en grandes producciones, colaborando con empresas de otros países, a través de internet. En efecto, otra característica de la industria de los videojuegos, tanto española como a escala internacional, se debe a la deslocalización de la producción, que en el campo de los videojuegos es casi emblemática, frente a las lógicas de producción de otras industrias culturales tradicionales como la música, el cine o la televisión. El sector empresarial de los videojuegos parece ajustarse, casi perfectamente, al modelo de la “empresa red” que definía Manuel Castells hace más de una década a propósito de la descripción de su teoría sobre la economía informacional (Castells, 1997: 179-227).

En general, el conjunto de empresas de videojuegos españolas no suele tener participación en otro sector y raramente pertenecen a un grupo empresarial. La producción presenta una elevada atomización, siguiendo la línea de otros sectores productivos

audiovisuales como el cine o la televisión. Se trata de microempresas, con pocos trabajadores, aunque su nivel de crecimiento es positivo. Estas empresas centran su producción en líneas de productos para consolas, juegos descargables, *iphone* y *advergaming* y, en un porcentaje reducido, realidades virtuales (productos para servicios de “realidad aumentada”, entre otros). Su cartera de clientes suele ser variada, aunque algunos de ellos dependen de un único cliente.

Las nuevas empresas de videojuegos en España aportan una visión muy interesante sobre cómo está evolucionando el propio sector. Sin embargo, es importante acotar algunos aspectos relacionados, tanto con su estructura organizativa, como con el tipo de producción que acometen. En el amplio mundo de la producción de videojuegos existen barreras de acceso que se sitúan, por una parte, en el aspecto de especialización profesional y, por otra mucho más relevante, en el referido al volumen económico que precisan determinado tipo de proyectos. La principal producción que llevan a cabo las empresas españolas que logran estrenar videojuegos se realiza en el campo de los móviles (Wyman, 2009). Desde este punto de vista, parece que se podría segmentar la producción de videojuegos en grandes y pequeños proyectos, pero esto es algo mucho más relativo. En los últimos años se ha asistido al crecimiento de lo que inicialmente eran pequeños productos que al final se han convertido en grandes empresas. Desde juegos casuales para plataformas móviles, como *Angry Birds*, a juegos sociales, como *Farmville*, encontramos productos en los que su producción tiene una complejidad muy inferior a la de los grandes títulos de las multinacionales, y que, sin embargo, van aumentando de tamaño hasta equipararse a ellas. Con estos precedentes, el hecho de que la gran mayoría de las nuevas empresas de videojuegos que aparecen en España estén encuadradas en la producción de juegos casuales, para plataformas móviles y/o juegos sociales, no supone la renuncia a desarrollar grandes proyectos de videojuegos, sino que revela una tendencia mucho más flexible y rentable, sobre todo teniendo en cuenta el punto desde el que parten.

La diversificación de productos que ofrecen algunas de las nuevas empresas puede apuntar hacia la existencia de una fragmentación importante en las distintas áreas en las que se ocupan. Sin embargo, la tecnología para desarrollar los diferentes productos,

como el *advergaming*, las aplicaciones gráficas interactivas, los videojuegos en sus diferentes modalidades (...) suponen en esencia arquitecturas técnicas muy similares. No obstante, sí que existen diferencias importantes en lo formal y por ello, según se puede observar en las plantillas de muchas de las nuevas empresas, se hallan profesionales de ámbitos tan diferenciados como el marketing o el diseño de niveles de juego.

Además, la globalización en la cultura empresarial es una vertiente dominante en la mayoría de las nuevas empresas de videojuegos. Resulta problemático valorar este hecho pues supone, por una parte, un mayor potencial de expansión de la actividad de las empresas, por otra puede derivar en una homogeneización cultural respecto a códigos que, evidentemente, se orientan por el mercado como vector de fuerza principal. Esto se manifiesta al observar la actividad en la red de muchas de las empresas analizadas –*web* corporativa, blog de noticias, *Twitter*, perfil de *Facebook*–, así como todos los elementos demostrativos de los juegos producidos (vídeos del juego en funcionamiento, elementos promocionales, carátulas, etc.). Aparentemente, no existe indicio alguno de que se trate de empresas españolas. En un sentido administrativo y fiscal lo son, pero en lo referente a diseño del producto, prácticas de comercialización, relación con colaboradores y clientes, etc., están en muchos casos radicalmente deslocalizadas. Esto podría responder a una estrategia intencionada para evitar ubicar geográficamente una empresa cuya actividad puede responder perfectamente a las demandas de cualquier proyecto, sea local o global.

Por lo tanto, el análisis de las webs corporativas revela que estas empresas abordan los proyectos desde una vertiente creativa en la que utilizan la tecnología como base instrumental. El uso de estas técnicas para la producción de aplicaciones móviles se va introduciendo en ámbitos muy diversos, desde el educativo, a las aplicaciones profesionales y especialmente a las relacionadas con el uso de contenidos audiovisuales como la fotografía, la música y el vídeo. Se puede argumentar que la accesibilidad y versatilidad de las tecnologías

digitales de movilidad³ aportan cierta facilidad para integrar procesos productivos con esa base. Por tanto, si una empresa ha desarrollado un videojuego para smartphones que aprovecha elementos de realidad aumentada que se integran en el interfaz a través de la cámara e interaccionan a través de los dispositivos GPS y de movilidad del aparato, fácilmente podrán desarrollar aplicaciones más ambiciosas que utilicen dicho esquema de funcionamiento. Por ello resulta claro el predominio de productoras de videojuegos que también desarrollan aplicaciones para dispositivos móviles. La gran penetración de estos productos de uso casual en todo tipo de públicos resulta muy atractiva. Además, comparativamente con los videojuegos de gran envergadura, necesitan una inversión reducida, tanto en tiempo como en dinero, para su desarrollo. Trabajar en el lado de las aplicaciones móviles sitúa a los desarrolladores en un mercado de soluciones más allá de los videojuegos, algo que para las empresas que comienzan su andadura puede contribuir claramente a su consolidación.

Otro ámbito en el que se integra el uso de tecnologías para la diversificación de productos es el que combina la producción de películas de animación con los videojuegos. La asociación de empresas de desarrollo de videojuegos con otras de animación supone un refuerzo en el desarrollo de proyectos más complejos en su dimensión. En este sentido, al igual que otras empresas diversifican su actividad en el campo de las aplicaciones de móviles, la aplicación de las técnicas de modelado y animación 3D suponen una inversión, tanto en personal cualificado como en tecnología, que su explotación en los dos ámbitos mencionados suponen una excelente amortización.

Los juegos sociales, presentes en redes como *Facebook* o *Tuenti*, son otra de las actividades principales de los desarrolladores de software. Los juegos planteados para estas plataformas disfrutan de un gran potencial de difusión en poco tiempo, así como el atractivo de competir con jugadores de la misma red y del conjunto. Sin embargo, este rasgo de sociabilidad que tienen muchos juegos supone entrar en una enorme competencia, ya que no solo se trata de que

³ Conexiones 3G, GPS, realidad aumentada, aplicaciones personales en red, giroscopios y brújulas, máxima reducción y autonomía gracias *chips* de bajo consumo y mejora continua en el tamaño y potencia de las baterías.

sean usados sino tienen que concentrar la atención durante mucho tiempo para que puedan funcionar como modelo de negocio. En este sentido, resulta significativa la tendencia al crecimiento de un mercado de una gran diversidad de productos audiovisuales para su consumo en movilidad, con carácter social pero sin grandes compromisos de dedicación.

En lo referente a la contextualización de los productos de algunas de estas nuevas empresas, podemos encontrar, sin embargo, un peculiar rasgo localista, ya que desarrollan juegos sociales sobre la base de juegos tradicionales españoles y portugueses. Lo curioso de este planteamiento es que se hace en entornos totalmente globalizados, únicamente expuestos en inglés. Ese planteamiento a dos niveles les permite, por un lado, afianzar un público conocido y, por otro lado, establecer un frente de expansión con otros productos. Por otra parte, son pocas las empresas que aparecen vinculadas al apoyo de las administraciones nacional y/o local. En principio, no parece que sus objetivos se ubiquen más allá de cumplimentar los requisitos para el apoyo de la financiación pública. Esta situación parece indicar que existe cierto desajuste entre la orientación desde lo público a este tipo de actividades y lo que los desarrolladores pretenden.

En el perfil de los profesionales de estas empresas se observa, en numerosas ocasiones, la síntesis de la vertiente artística y técnica de forma simultánea. Además, se trata de un perfil socio laboral joven, que combina con proyectos que ofrecen el desarrollo de aplicaciones para plataformas móviles o de aplicaciones sociales. La escalabilidad de estos productos puede llegar a ser muy grande si se consolidan y, sin embargo, ello no supone una dificultad para iniciarlos. En este sentido, las nuevas empresas de videojuegos comienzan su andadura en un plano en el que abordan la flexibilidad del mercado digital desde su máximo exponente actual. Esta puede ser la explicación de que, aún en tiempo de crisis, varias de estas empresas publiquen ofertas de empleo, como el reflejo de una clara perspectiva de desarrollo.

En definitiva, el sector de la producción de videojuegos en España presenta una importante fuerza creativa, que lucha por abrirse camino en una industria con elevados costes económicos y fuerte competencia oligopólica de los grandes productores de contenidos.

Es un sector joven, altamente capacitado para adaptarse a un mercado global, en pleno proceso de consolidación y reconocimiento en España, como lo avalan el hecho de que en el nuevo listado de actividades profesionales de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) de 2009 aparezca el código 5821 “Edición de videojuegos”, la creación de la marca “Games from Spain” que ha creado el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) o la constitución de la Academia de las Artes y las Ciencias Interactivas de España en 2010 (Morales, 2011: 148-149).

6. Conclusiones

El sector empresarial de los videojuegos constituye un mercado cultural emergente, que tiene ante sí grandes posibilidades de desarrollo, de una amplitud enorme por la variedad de productos y públicos a los que van dirigidos, que afectan a los ámbitos del entretenimiento y el ocio digital, pero también a los campos de la educación, de la formación, de la salud, etc., lo que ha sido puesto de manifiesto, de forma reiterada, por diferentes autores (Levis, 1997; Moreno, 2002, 2003; Morales, 2011).

El énfasis excesivo en la producción de videojuegos de entretenimiento enmascara la riqueza de la oferta de productos que ofrecen muchas pequeñas empresas de videojuegos que crean otro tipo de producciones como *apps* para *smartphones* y *tablets*, *serious games*, productos educativos, etc., que tienen también un enorme interés. En esencia podemos definir la aparición de nuevas empresas de desarrollo de videojuegos en la órbita de dos tipos de producciones dominantes: las aplicaciones para móviles fundamentalmente en las plataformas *IOs* y *Android*, así como las aplicaciones para juegos sociales. Existe una tercera tendencia que consiste en el desarrollo de diversas líneas de negocio vinculadas al software interactivo y la animación, que aprovechan la inversión en recursos humanos y tecnología.

El sector español se desarrolla en torno a estos proyectos alternativos a las grandes producciones. No obstante, la capacidad de las empresas que lo conforman, tanto las consolidadas como las emergentes, demuestran continuamente la calidad de su trabajo y el potencial de las estructuras en red para generar industria deslocalizada

en el entorno global donde la innovación y la experimentación puede desarrollarse como un juego colectivo.

Referencias bibliográficas

ADESE (2010): *Anuario Adese 2010*. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. Disponible en http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=12&cf_id=30. (Consultado el 10 de septiembre de 2012).

ADESE (2011): *Anuario Adese 2011*. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. Disponible en http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=48&cf_id=30. (Consultado el 10 de septiembre de 2012)

DEV (2010): *La industria del desarrollo de videojuegos en España 2010. Resumen actualizado de las oportunidades de negocio del sector*. Asociación Española de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento. http://www.dev.org.es/images/pdf/resume_informe_2010.pdf. (Consultado el 10 de septiembre de 2012).

Castells, Manuel (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

Consalvo, Mia (2006): “Console video games and global corporations: Crating a hybrid culture”, *New media & Society*, vol. 8(1): 117-137 DOI: 10.1177/146144806059921

Evans, Elizabeth (2008): “Character, Audience Agency and Transmedia Drama”, en *Media, Culture and Society*, vol. 30, nº 2: 197-213.

Grusin, Richard (2006): “Dvds, video games and the cinema of interactions”, en *Ilha do Desterro. A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies*, nº 51. Disponible en:

<http://www.journal.ufsc.br/index.php/desterro/article/viewArticle/9778>. (Consultado el 20 de septiembre de 2012).

Izquierdo, Jessica (2009): El impacto de la tecnología en la exhibición cinematográfica: el lento camino a la sala digital, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64: 43-56

Levis, Diego (1997): *Los videojuegos: un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Buenos Aires: Paidós.

Moreno, Pedro Manuel (2002): “El videojuego *on line* en España: lecciones de la primera cultura multimedia”. En: Bustamante, Enrique (ed.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Morales Corral, Enrique (2011): “Los videojuegos: apostar por la cultura multimedia”. En: Bustamante, Enrique (coord.) (2011): *Informe sobre la cultura española y su proyección global 2011*. Madrid: Observatorio de Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas, Marcial Pons.

Moreno, Pedro Manuel (2003): “El reto del videojuego *on line*: mercado creciente con escasa industria”. *Telos*, nº 53, Segunda época, Octubre-Diciembre 2002. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=53.htm>. (Consultado el 20 de septiembre de 2012).

Rodríguez, Vanessa y Pestano, Jose Manuel (2012): “Los videojuegos en España: una industria cultural incipiente”, en *Ámbitos*, 21: 361-379.

Soler, María y Marzal, Javier (2012): “Reflexiones en torno a la relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano en el contexto de la crisis financiera de 2012”. Comunicación presentada al IV Congreso Nacional de ULEPICC 2012. Castellón: Universitat Jaume I. Disponible en: <http://www.ulepicc.es>. (Consultado el 20 de octubre de 2012).

Wyman, Oliver (2009): *Libro blanco de los contenidos digitales en España 2008*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, red.es y ONTSI, Observatorio Nacional de las

Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.

Disponible en:

<http://www.red.es/articles/detail.action?sec=228&id=2660>.

(Consultado el 20 de septiembre de 2012).

Zallo, Ramón (2007): “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”, en *Zer*, 22: pp. 215-234



Dinámicas en la formación universitaria para la creación de videojuegos

Emilio Sáez-Soro, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

Javier Marzal-Felici, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. Introducción

PODEMOS DECIR que estudiar para crear videojuegos es una de las modalidades formativas que se ponen en marcha con el nuevo siglo. Estos productos mediáticos resultan de la convergencia de artes, conocimientos y tecnologías de un espectro muy amplio de saberes con un fuerte componente del ámbito informático. Precisamente dicha amplitud ha supuesto cierta complejidad en su encaje en el sistema universitario español dada la necesidad de armonizar las diversas áreas de conocimiento concurrentes.

La pujanza de un sector productivo que no ha dejado de crecer en los últimos años y que incluso es de los que mejor está resistiendo la crisis dentro y fuera de España ha supuesto el tirón definitivo de estos estudios. La demanda de profesionales intensivamente cualificados y especializados es una constante en las empresas de producción de videojuegos. Una demanda que ha ido ampliándose conforme los videojuegos han ido incorporando más facetas y

variaciones en su composición. En ese sentido el de los videojuegos es un sector que no solo crece en volumen de producción sino en la variedad de los perfiles profesionales que necesita. Otro factor relevante en la atracción del sector del videojuego por captar estudiantes y futuros profesionales es más allá de los ingresos que aunque elevados (en 2012 una media de 81.192 dolares en el sector de Estados Unidos) no lo es tanto como en otro más rentables. También la percepción de estabilidad es mayor en estos momentos que en otros sectores relacionados con los medios digitales (*Game Career Guide*, 2013: 33). Entre los perfiles profesionales que absorben la mayor parte de las especializaciones dentro del sector de videojuegos podemos considerar: programadores, artistas y animadores, diseñadores de juegos, productores, técnicos de sonido, *testeadores* de calidad, personal comercial y legal.

Las necesidades de este sector productivo están muy orientadas a habilidades técnicas e imaginativas por lo que no es especialmente relevante la procedencia institucional de esas cualidades. Es un negocio que se nutre de ciclos de creatividad empujada por iniciativas que rompen esquemas con ideas imprevisibles y que conforman otros frentes de productos novedosos. Así en los últimos años iniciativas *indies* totalmente imprevisibles en el sector de grandes producciones como *Minecraft* o *Angry Birds*, han dejado bien claro que en este campo no es siempre necesariamente el dinero lo que le hace avanzar. La falta de prejuicios corporativos y la buena receptividad para la innovación y las artes en general atraen a profesionales de otros ámbitos de la creación para participar en proyectos de desarrollo de videojuegos.

Las grandes empresas están muy necesitadas de nuevos talentos con un espíritu entusiasta que nutra de energía las exigencias de un sector muy intensivo. El nivel técnico exigido puede llegar a ser muy importante en conjunción con requerimientos de una dedicación muy exigentes en tiempo de trabajo. Buena muestra de esta tendencia en la gran cantidad de eventos que se celebran especialmente en Estados Unidos en los que se compite por los mejores desarrollos creados por estudiantes.

Sin embargo, lo que podría parecer una barrera importante a través de la complejidad técnica para el acceso a este sector

productivo resulta muy flexible. El grado de complejidad de los videojuegos es muy grande. Así, plantearse diseñarlos puede suponer una reducida complejidad técnica o todo lo contrario. Sin embargo en ambos casos, tanto los videojuegos sencillos como lo más complejos pueden resultar totalmente útiles. Esta posibilidad aporta cierta capacidad de comenzar a desarrollar productos independientes desde los primeros momentos en los que se completan los estudios algo no muy habitual en otras disciplinas.

Hemos de valorar también que en este terreno se dan muestras de trabajo excelente a través del autodidactismo. Algo que se puede entender en la medida en que los estudios formales y reglados en este ámbito son de reciente implantación en comparación con el tiempo de vida del sector. Incluso dicha variante de profesionalización complementaria se fomenta por las grandes productoras que facilitan la creación de MODS⁴ de los juegos que producen. Esa actuación sobre el diseño del juego puede afectar desde al aspecto de los personajes, su equipamiento, el escenario, la trama o conjunto de varios o todos estos elementos. Estas posibilidades suponen una vía de especialización informal pero efectiva en el desarrollo de videojuegos específicos. Así concurren dos vías de actividad formativa que en numerosas ocasiones se complementan y refuerzan.

Parece claro que estamos en un contexto en el que la actitud del sector educativo no puede ser la misma que en otros entornos institucionalmente más reglados. La capacidad del sector de producción de videojuegos para incorporar talento a su estructura independientemente de su procedencia choca con los tiempos y procedimientos de las instituciones académicas. Por ello el crecimiento de la iniciativa privada en este terreno es mucho más enérgica que en otros entornos y toma la delantera tanto en lo que respecta al tiempo como a lo que tiene que ver con sus recursos en relación con las iniciativas públicas. Curiosamente se configura un contexto formativo tridimensional, uno elitista atendido por centros y

⁴Muchos videojuegos abren la posibilidad a los usuarios de poder realizar diferentes modificaciones y con un nivel de profundidad variable. Estos MODS suponen en algunos juegos un elemento complementario que supone un gran atractivo en el momento de su adquisición.

universidades privadas, otro público alrededor de universidades públicas mayoritariamente vinculado a ofertas de postgraduados y otro autodidacta emprendido por estudiantes o ya titulados en disciplinas próximas. Desde todos estos frentes se forman profesionales de la creación de videojuegos sin que se pueda establecer una comparación clara de su número y resultados en dicho sector.

2. Metodología y objetivos de la investigación

Este trabajo plantea una reflexión a través del análisis de la relación de un ámbito tradicional como es el formativo con un objeto muy nuevo como es el de los videojuegos. Aunque podemos valorar que los videojuegos no son tan nuevos como productos si que lo son desde el punto de vista de la atención que le ha comenzado a prestar el sector educativo.

Con todo ello tiene mucho que ver la evolución del sector productivo del videojuego que evoluciona de forma poderosa de la mano del crecimiento de lo que podríamos llamar la sociedad digital. El crecimiento, mejora y abaratamiento de todo tipo de dispositivos electrónicos ha facilitado a su vez la expansión del videojuego como un producto que se presenta a través de todos los soportes imaginables. En esa lógica la evolución de la producción de videojuegos lo hace constantemente en todas sus dimensiones de forma muy rápida.

Estamos así ante un objeto de estudio de gran complejidad tanto por su heterogeneidad formal y tecnológica como por la gran diversidad de empresas que los producen. Por dichos motivos una observación directa en tanto a las relaciones de centros educativos, las empresas con las que colaboran y que contratan a los titulados, los tipos de desarrollos tecnológicos y artísticos que se derivan de estas enseñanzas, son elementos que precisan de un muestreo de gran calado para su estudio en profundidad. En este caso pretendemos hacer una revisión panorámica de la situación en España con un contraste en referencia al panorama internacional. Para ello contamos con el estudio de fuentes secundarias generadas por las asociaciones nacionales e internacionales de empresas de videojuegos (IGDA⁵,

⁵ International Game Developers Association <http://www.igda.org/>

DEV⁶, ADESE⁷, DOID⁸), así como los datos institucionales de centros oficiales para la enseñanza de técnicas de creación de videojuegos.

Se plantea así una vía exploratoria (Kotler, 1991) que nos sirve para describir una situación que nos ayudará a profundizar en una fase posterior de la investigación. Este supone un acercamiento indirecto a través de las exposiciones de los centros educativos respecto a sus programas formativos en este terreno, así como el tipo de relaciones empresariales que explicitan. Igualmente importante es valorar la orientación académica y la vinculación combinada de investigación y docencia sobre el tema o más centrada en este último aspecto.

La información disponible en los sitios web de los centros formativos ya sean universitarios o privados, así como la de índices internacionales de referencia obligada como la que elabora la revista electrónica de profesionales de videojuegos, *Gamasutra*⁹, con su informe anual *Game Career Guide* nos proporcionan un mapa bastante completo de la oferta de estudios en este terreno.

Este examen nos permitirá realizar una primera evaluación del grado de correspondencia entre el sector empresarial de los videojuegos y el campo educativo, para determinar si la oferta formativa resulta insuficiente o, por el contrario, se ajusta a las necesidades de este sector productivo emergente. De este modo, podremos definir las principales líneas de trabajo que habremos de desarrollar en adelante para profundizar en el estudio de la relación entre el sector de los videojuegos y la universidad.

⁶Asociación Española de empresas desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento. <http://www.dev.org.es/>

⁷ADESE, Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. <http://www.adese.es>. (Consultado el 10 de septiembre de 2012).

⁸DOID, Asociación Desarrolladores de Ocio Interactivo Digital, <http://www.doid.org/>. (Consultado el 10 de septiembre de 2012)

⁹<http://www.gamasutra.com/>

3. La formación en España para la profesionalización en la creación de videojuegos

En los siete últimos años y al amparo del crecimiento del volumen de negocio que han supuesto los videojuegos en el mercado de ocio ha surgido en España una nutrida oferta de estudios para la formación de profesionales en el ámbito de la creación de videojuegos. En principio dicha oferta se concentraba en el ámbito del posgrado, en general másteres no oficiales (es decir, no reconocidos por la ANECA, Agencia Nacional para la Evaluación de la Calidad y Acreditación), y en los años siguientes han ido apareciendo los primeros estudios de Grado tanto en el ámbito público como en el privado. Cabe destacar que la mayoría de ofertas formativas proceden del ámbito privado, tratándose de estudios no reglados, si bien se trata de estudios en conexión con redes internacionales de educación.

Es necesario mencionar que, con anterioridad, y de forma complementaria a la existencia de esta oferta de formación, muchos de los profesionales que ahora forman parte de las empresas de videojuegos tenían una formación que en unos casos procedía básicamente del ámbito informático, complementándose principalmente con grandes dosis de autodidactismo. Eso es algo que en estos momentos, aún con la oferta de formación existente, no ha desaparecido, si tenemos en cuenta la rápida evolución del sector y su ampliación progresiva de formatos. La siguiente tabla reproduce el listado de instituciones educativas españolas públicas y privadas más relevantes en el campo de la enseñanza de los videojuegos.

INSTITUCIÓN / CENTRO UNIVERSITARIO	TIPO DE ESTUDIOS	DETALLES SOBRE PLAN DE ESTUDIOS
Ministerio de Educación	1. Estudios de Formación Profesional de Grado Superior. Familia: Comunicación, Imagen y Sonido	Técnico Superior en Animaciones 3D, Juegos y Entornos Interactivos

ESNE. Universidad Camilo José Cela	Grado Universitario en Diseño y Desarrollo de Videojuegos	Planes de estudio
Universitat Pompeu Fabra	Master en creación de videojuegos	Planes de estudios
Universitat Politècnica de Catalunya	Master en Diseño y Creación de Videojuegos	Planes de estudios
Universidad Europea de Madrid	Master en Creación y Gestión de Videojuegos	Planes de estudios
Instituto de Tecnología de Europa de Bilbao	2. B Sin Computer Science in Real-Time Interactive Simulation BFA in Digital Art and Animation	Planes de estudios RAIS Planes de estudios DAA
Escuela profesional de nuevas tecnologías. Madrid.	3. Master Profesional Especializado de Creación, Diseño y Animación de Videojuegos	Sin información detallada planes de estudios
Universidad Complutense de Madrid	4. Master en Desarrollo de Videojuegos de la UCM	Planes especialidad Diseño Planes especialidad Programación
Universidad de Málaga	I Master Universitario en Creación y Desarrollo de Videojuegos	Programa del Máster
Universidad Rey Juan Carlos	Master en Informática Gráfica, Juegos y Realidad Virtual	Plan (abreviado)
U-Tad. Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital	Máster profesional en Game Design Máster en Arte y Diseño Visual de Videojuegos	Planes de estudios
UOC	Posgrado Diseño y programación de videojuegos	Plan diseño Dos especializaciones en programación de videojuegos
Universidad de Alicante	Juegos y Realidad Virtual	Programa de la asignatura

UJI	Grado en diseño y desarrollo de videojuegos	Plan de Estudios del Grado
Universidad Politécnica de Valencia	Especialista universitario en programación de videojuegos	Programa del curso de especialización
ESAT Valencia (Centro profesional privado)	-Programación de videojuegos -Diseño gráfico de videojuegos	Plan de estudios título propio Plan de estudios propio

Tabla nº 1: Relación de Centros Educativos que ofertan estudios sobre videojuegos.

Es importante tener en cuenta que desde el año 2011 existen en España los estudios de formación profesional para la obtención del título de “Técnico superior en animación 3D, videojuegos y entornos interactivos”, que ha diseñado el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y que ha encuadrado en la Familia Profesional de “Comunicación, Imagen y Sonido”. En este caso no se trata de un título integral para el desarrollo de videojuegos porque deja aparte algunas cuestiones fundamentales como el diseño de videojuegos, así como los aspectos más relacionados con la programación. Sin embargo, la especialización en los aspectos gráficos del modelado tanto 2D como 3D están ampliamente tratados. De alguna forma se puede plantear cierto paralelismo entre este tipo de estudios con algunas especializaciones de máster en grafismo y modelado para videojuegos. En todo caso, los requisitos previos tanto de los estudios de formación profesional como de los de posgrado presuponen un abordaje totalmente diferente tanto por las capacidades previas de los alumnos como por la orientación. Cabe añadir, además, por las noticias que tenemos, que el Ministerio de Educación tiene enormes dificultades para implantar el título porque carece de profesorado preparado para formar a los futuros titulados, un asunto de una gravedad extrema.

Los estudios de Grado dedicados al diseño y desarrollo de videojuegos representan una visión integral del complejo y amplio panorama técnico y artístico vinculado al universo de los videojuegos,

contemplándose el estudio de materias relacionadas con la programación informática, la dirección de arte, la narrativa de los videojuegos, la historia de los medios audiovisuales, la creación de personajes, la animación infográfica, etc., además de la creación y producción de proyectos. Actualmente, en el curso 2012-13, solo existen dos centros universitarios que ofertan estudios de Grado en videojuegos, reconocidos por la ANECA: la Universidad Camilo José Cela en el ámbito privado y la Universitat Jaume I en el público. Sin duda, ambos proyectos, con un tratamiento amplio y multidisciplinar, pueden ser valorados como una de las opciones más interesantes para introducirse desde la formación en este campo profesional.

Creemos oportuno subrayar que para poder ofertar los estudios oficiales del Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos en la Universitat Jaume I se ha tenido que pasar por un largo y complejo proceso, que nos parece sintomático de los graves problemas estructurales del sistema universitario público español. En este sentido, es necesario matizar que la puesta en marcha de un título universitario con carácter oficial en un centro privado, siempre es menos complicado que en un centro público, donde la puesta en marcha de un título tan novedoso como este genera importantes tensiones entre ramas y áreas de conocimiento. El Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos de la Universitat Jaume I ha sido propuesto por los Departamentos de Lenguajes y Sistemas Informáticos y de Ingeniería y Ciencia de los Computadores, es decir, desde la Rama de Ingeniería y Arquitectura. Desde estos departamentos se quiso contar desde el principio con el Departamento de Ciencias de la Comunicación, donde se encuadran las Áreas de Conocimiento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Periodismo. En este sentido, se trata de una propuesta muy novedosa porque el actual plan de estudios contempla que aproximadamente un 25% de las asignaturas de la carrera lo sean de los ámbitos de las Ciencias de la Comunicación, que se encuadran en la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

En definitiva, la puesta en marcha de este Grado sobre Videojuegos ha sido posible gracias a la colaboración de ámbitos científicos de ramas diferentes, lo que supone una iniciativa inédita en España. Obviamente, este proceso no ha sido ajeno a numerosas tensiones, generadas principalmente desde ámbitos como Filología, Traducción, Psicología, Derecho, Empresa, etc., que hicieron lo

posible por tratar de obtener una parte mayor o menor del plan de estudios, una disputa “territorial” siempre presente en cualquier proceso de creación de un nuevo plan de estudios en cualquier centro público (problema que no suele darse en los centros universitarios privados). Además de los problemas internos, se tuvieron que superar las dificultades propias del proceso de verificación del título, ya que un planteamiento interdisciplinar como éste se encontró con fuertes resistencias de las agencias de evaluación como la ANECA o la AVAP (Agència Valenciana d’Avaluació i Prospecció).

En el terreno de los másters, podemos señalar que en sus planes de estudio se hace hincapié fundamentalmente en los aspectos técnicos relacionados con el diseño de la imagen digital y en programación de la interacción. Se suelen centrar en tecnologías aplicadas a proyectos de gran calado y no se suele atender a los desarrollos orientados a entornos móviles y redes sociales. Así pues, se presta poca atención a materias relacionadas con la realidad empresarial emergente. En general, se piensa en preparar estudiantes para afrontar grandes proyectos empresariales, es decir, para que los titulados sin experiencia puedan comenzar a trabajar en videojuegos de gran presupuesto de producción, lo que no parece la opción más realista.

Algunas de las dificultades descritas se pueden compensar con la relación que tienen algunas de estas instituciones con empresas importantes en la producción de videojuegos. El máster de la Universidad Europea de Madrid resulta interesante en ese sentido porque, por una parte, no se centra demasiado en los apartados de producción de videojuegos y, por otra, dirige su atención hacia productos de la *playstation* de Sony. Resulta evidente que los titulados en este máster tendrán necesariamente una orientación hacia ese segmento del mercado de videojuegos. Esta situación puede facilitar la inserción laboral de sus estudiantes en un entorno mejor conocido, aunque también puede suponer una mayor rigidez en un mercado de productos más amplio en muchos aspectos.

Encontramos también estudios de posgrado con una fuerte especialización en dos ramas diferentes, programación y diseño. Esta diversificación plantea con claridad la necesidad de especializar

perfiles laborales en las diferentes actividades que supone ya cualquier proyecto de videojuego con una mínima envergadura.

Un cuarto modelo de estudios dirigido a formar profesionales en la creación de videojuegos lo encontramos en centros privados no reglados con una fuerte vocación internacionalizadora. Un ejemplo paradigmático lo encontramos en los estudios del Instituto de Tecnología de Bilbao en colaboración con *Digipen*. En este centro se plantea un modelo globalizado no público y compartido con otros centros, en concreto, un centro norteamericano en Redmond y otro asiático en Singapur. Es un modelo educativo en inglés con dos titulaciones que especializan en los ámbitos informático y artístico. El plan de estudios está muy centrado en grandes superproducciones que no tienen mucho que ver con el tipo de empresas que emergen en estos momentos, aunque la dimensión global de este centro educativo supone una clara posibilidad de contacto con empresas de otros países.

La manera en que acoge el mundo empresarial tanto el español como el internacional a los titulados de estos estudios es una pregunta por responder. A modo indicativo, podemos valorar muestras como los servicios de reclutamiento de profesionales para empresas de videojuegos. Una gran proporción de los perfiles que se ofrecen es para videojuegos sociales, coincidiendo con la tendencia que se visualiza en el estudio de las nuevas empresas españolas. Por otra parte, cuando se solicitan puestos de trabajo para grandes proyectos se exige una importante experiencia previa. Se produce la paradoja de que los titulados de la mayoría de los estudios analizados podrían afrontar dichos trabajos, pero la falta de experiencia laboral complica esta posibilidad. Sin embargo, no se incide demasiado en el tipo de producciones que sería más accesible como vía inmediata para iniciar proyectos propios.

Finalmente, nos parece interesante citar un caso muy llamativo como U-Tad University, un centro de formación creado por el Grupo Zed, del que forman parte las productoras Pyro Studios, especializada en producción de videojuegos, e Illion Animation Studios, especializada en la producción de cine de animación. La propia compañía argumenta que la creación de esta plataforma de

formación ¹⁰, que actualmente oferta seis Grados (Animación Infográfica, Diseño Visual de Contenidos Digitales, Dirección de Empresas con Base Tecnológica, Diseño de Productos Interactivos, Producción de Contenidos Digitales, Ingeniería en Desarrollo de Contenidos Digitales) y ocho Másteres (Máster Profesional en Animación 3D de Personajes, Máster Profesional en Creación de Efectos Visuales para Cine, Televisión y Publicidad, Máster en Game Design, Máster en Gestión de Empresas en el Entorno Digital, Máster en Programación Gráfica y Simulación, Máster en Programación de Apps para Smartphones y Tablets, Máster en Arte y Diseño Visual de Videojuegos, Máster en Programación de Videojuegos), es un semillero para la captación de profesionales que posteriormente se podrán incorporar a las producciones de videojuegos o de animación en cine. Sin duda, se trata de un proyecto formativo muy interesante, aunque, a nuestro juicio, bastante sobredimensionado, sobre todo si tenemos en cuenta la baja productividad de las productoras citadas en los últimos años. La envergadura del proyecto U-Tad parece haber desviado al Grupo Zed de su actividad principal, la producción de videojuegos, películas de animación o de contenidos digitales, y en su lugar la formación parece haberse convertido en el proyecto profesional principal. En nuestra opinión, la creación de un proyecto así es síntoma de la falta de madurez del sector, y consideramos un error no haber optado por otras vías, por ejemplo, llegando a acuerdos con centros universitarios públicos o privados para canalizar un proyecto formativo de estas características¹¹. Este tipo de proyectos formativos que germinan en

¹⁰En la página web de U-Tad no se hace mención alguna a si estos títulos han sido verificados o no por la ANECA, es decir, si se trata de estudios oficiales o no..

¹¹Este caso guarda cierto paralelismo con la tendencia detectada entre algunas empresas importantes del sector audiovisual valenciano (estudios de doblaje, productoras y platós de cine y televisión, etc.) que en los últimos años han dedicado más recursos a la organización e impartición de cursos de formación, financiados por la Unión Europea, que a sus actividades principales de producción, lo que consideramos una desviación preocupante. Este tipo de prácticas son un síntoma de la crisis de actividad del sector audiovisual, que se viene larvando desde hace bastantes años, de forma bastante significativa en la Comunidad Valenciana.

el contexto de algunas empresas revela la falta de comunicación y de relaciones normalizadas entre el mundo empresarial y las instituciones educativas, lo que debe ser corregido con urgencia.

4. La formación de profesionales en la creación de videojuegos como tendencia global

Quizás pocas actividades productivas han tenido una convergencia tan sincrónica a escala global tanto en lo que se refiere a su proyección como productos sin fronteras ni límites culturales como la creación de videojuegos. En ese sentido, tanto los procedimientos formales vinculados a su construcción como objeto lúdico, cultural, discursivo e interactivo han permeabilizado en su recepción prácticamente a todos los países y sus mercados. Hay una aceptación del objeto videojuego independientemente de su procedencia oriental u occidental, siendo que en muchos casos sería indescifrable el poder detectar el origen de algunos de estos productos. Por ello es tan comprensible que juegos de marcada tendencia oriental se realicen en Albacete¹² como que en Tokio se produzcan juegos de clara raíz norteamericana como *Star Treck* por la productora Namco¹³.

Y si los componentes formales han sido completamente nivelados por la globalización poco más queda que decir del aspecto tecnológico que aunque amplio en sus posibilidades son desarrollos horizontales y comunes a todos los especialistas. Por ello la formación tanto en los aspectos formales como tecnológicos puede correr de un punto a otro del planeta sin que suponga una desventaja ni todo lo contrario. En ese sentido las exigencias mínimas de formación para entrar con garantías en cualquier empresa productora de videojuegos son comunes a cualquier universidad o centro técnico global, incluso con el idioma vehicular común que como podemos imaginar es el inglés. Es paradigmático en relación a todo lo mencionado el caso del centro de estudios Digipen¹⁴ (con un centro en Bilbao) que con actividad en diferentes continentes armoniza sus

¹² Fu Essence <http://www.fuessence.com/>

¹³ <http://www.es.namcobandaigames.eu/>

¹⁴ <https://www.digipen.edu/>

planes formativos tanto en sus contenidos y metodologías como en lo que se refiere a las lenguas en las que se imparte.

En una revisión de información sobre los centros formativos donde se puede estudiar videojuegos "por el mundo" parece claro y era de esperar que la concentración de los mismos esté en los países en los que más videojuegos se producen. Así, Estados Unidos y Canadá copan los diversos listados y clasificaciones de centros más avanzados para la formación en el diseño y producción de videojuegos.

España apenas aparece en alguna ocasión, por ejemplo en el Top 100 que ofrece el Animation Career Review¹⁵ solo hay un centro español que además es un centro privado no reglado, la Escola de d'animació de Catalunya¹⁶. En este caso es necesario considerar que es un listado en el que se mezclan temas como diseño, animación y videojuegos. Una presencia más nutrida de los centros españoles ofrece la mencionada anteriormente revista sobre videojuegos *Gamasutra* en su sección dedicada al ámbito profesional. De los más de cuatrocientos centros mundiales para la formación de profesionales en videojuegos aparecen cuatro españoles.

El dominio del número de centros de los países antes mencionados junto a Reino Unido, Japón, China, Alemania y Francia es la nota predominante. La cuestión es que los videojuegos se producen en muchos más países pero el núcleo de la formación técnica se concentra en los que se crea un mayor número de grandes proyectos. Evidentemente estos datos están lastrados por la procedencia de los mismos. Dichos listados se elaboran desde estos mismos países, pero en la medida en que su metodología de trabajo supone un contacto con la empresa privada. Estamos ante uno de los negocios más globalizados que existe por lo que no es de esperar grandes errores, al menos en la visión en conjunto.

Observando las características de estos centros educativos que aparecen como protagonistas en todas las listas (Especialmente

¹⁵<http://www.animationcareerreview.com/articles/top-100-schools-animation-gaming-and-design>

¹⁶<http://es.9zeros.com/home/>

interesante la elaborada por Princetonreview¹⁷ como selección de los mejores estudios) las universidades que aparecen tienen todas las opciones de graduados y posgraduados. Esta situación se revela clara en la consideración de estos estudios como básicos y susceptibles de ser especializados. En nuestro país es muy diferente ya que solo dos universidades tienen estudios de grado, la Universitat Jaume I de Castellón y la privada Camilo José Cela. Lo que nos viene a decir esto, es que en España aunque hay bastantes centros donde se puede estudiar diseño de videojuegos, se siguen considerando en general estudios de segundo orden o de especialización. Evidentemente con este panorama va a ser difícil estar a la altura, al menos en formación, respecto a las grandes potencias productoras. De todas maneras estamos ante un medio que evoluciona de forma muy rápida y aún es previsible que pueda cambiar esta estructura.

5. Reflexiones finales

Estudiar cómo hacer videojuegos es algo que en estos momentos se puede hacer en toda España, fundamentalmente con una oferta de posgrados muy extendida y en menor medida desde una formación más de base a través del estudio de grados universitarios. La oferta privada tiene una gran vitalidad en nuestro país y conecta con una red global de centros internacionales. Dicha tendencia a la globalización en la formación resulta imparable habida cuenta de que se atiende a un sector productivo necesariamente global. Solo teniendo presente ese factor en los programas y metodologías se puede conectar con un sector productivo en el que impera el pragmatismo más allá de la acreditación curricular.

El conocimiento de la realidad de las empresas de videojuegos puede ser de gran importancia para estimular un intenso debate sobre la oferta educativa de las universidades españolas públicas y privadas, y para motivar una revisión de los contenidos que actualmente se ofrecen en los estudios de grado y máster sobre videojuegos, así como de las metodologías docentes que se utilizan en la actualidad. Ciertamente, solo a través del contacto entre las empresas de

¹⁷<http://www.princetonreview.com/game-design-press-release.aspx>

videojuegos y el mundo académico se podrá avanzar en la creación de una oferta educativa más adaptada a la realidad de un mundo profesional al que pretendemos facilitar la inserción laboral de nuestros estudiantes.

Referencias bibliográficas



- ADESE (2010): *Anuario Adese 2010*. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. Disponible en http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=12&cf_id=30. (Consultado el 10 de septiembre de 2012).
- ADESE (2011): *Anuario Adese 2011*. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento. Disponible en http://www.adese.es/index.php?option=com_mtree&task=att_download&link_id=48&cf_id=30. (Consultado el 10 de septiembre de 2012)
- DEV (2010): *La Industria del Desarrollo de Videojuegos en España 2010. Resumen actualizado de las oportunidades de negocio del sector*. Asociación Española de Empresas Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento. http://www.dev.org.es/images/pdf/resume_informe_2010.pdf. (Consultado el 10 de septiembre de 2012).
- Castells, Manuel (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1 La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Consalvo, Mia (2006): “Console video games and global corporations: Crating a hybrid culture”, *New media & Society*, vol. 8(1): 117-137 DOI: 10.1177/146144806059921
- Evans, Elizabeth (2008): “Character, Audience Agency and Transmedia Drama”, en *Media, Culture and Society*, vol. 30, nº 2: 197-213.
- Game Career Guide
<http://gamedeveloper.texterity.com/gamedeveloper/fall2012cg#pg1>
(Consultado el 10 de abril de 2013)

- Grusin, Richard (2006): “Dvds, video games and the cinema of interactions”, en *Ilha do Desterro. A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies*, n° 51. Disponible en: <http://www.journal.ufsc.br/index.php/desterro/article/viewArticle/9778>. (Consultado el 20 de septiembre de 2012).
- Levis, Diego (1997): *Los videojuegos: un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Buenos Aires: Paidós.
- Moreno, Pedro Manuel (2002): “El videojuego *on line* en España: lecciones de la primera cultura multimedia”. En: Bustamente, Enrique (ed.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Moreno, Pedro Manuel (2003): “El reto del videojuego on line: mercado creciente con escasa industria”. *Telos*, n° 53, Segunda época, Octubre-Diciembre 2002. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=53.htm>. (Consultado el 20 de septiembre de 2012).
- Rodríguez, Vanessa y Pestano, José Manuel (2012): “Los videojuegos en España: una industria cultural incipiente”, en *Ámbitos*, 21: 361-379.
- Soler, María y Marzal, Javier (2012): “Reflexiones en torno a la relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano en el contexto de la crisis financiera de 2012”. Comunicación presentada al IV Congreso Nacional de ULEPICC 2012. Castellón: Universitat Jaume I. Disponible en: <http://www.ulepicc.es>. (Consultado el 20 de octubre de 2012).
- Wyman, Oliver (2009): *Libro blanco de los contenidos digitales en España 2008*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, red.es y ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Disponible en: <http://www.red.es/articles/detail.action?sec=228&id=2660>. (Consultado el 20 de septiembre de 2012).





Punto de vista y videojuegos. Un acercamiento multidisciplinar

Francisco Javier Gómez-Tarín, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

Agustín Rubio Alcover, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

Adrián Tomás Samit, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#)

1. Introducción

UNO de los elementos esenciales en todo discurso audiovisual es la constitución (generativa y hermenéutica) del punto de vista. Desde la teoría fílmica, hemos venido elaborando nuestra posición sin descartar las herencias procedentes de la narratología, pero intentando llegar a una reelaboración constructiva. Es evidente, por otro lado, la interdependencia que se ha gestado en los últimos años entre las diversas facetas de la cultura digital y el texto cinematográfico. En este contexto, los videojuegos son un producto cuya hibridación se sitúa en un rango absolutamente privilegiado para el estudio de los aspectos enunciativos, en tanto acercamiento parcial pero altamente cualitativo.

Pero este es un camino que debe recorrerse paso a paso, de ahí que en las páginas que siguen intentemos una aproximación al propio concepto de punto de vista desde la perspectiva fílmica, a la relación

cine-videojuegos, ejemplificada de forma paradigmática en el producto denominado *L.A. Noire*, y a la adaptación cinematográfica de la novela de James Ellroy *L.A. Confidential*. Una aproximación de carácter multidisciplinar que pretende únicamente iniciar un camino de análisis aplicado entendido como punto de partida.

2. Concepto global: punto de vista

Obviaremos aquí la exposición de un marco teórico que recorra la puesta al día del concepto porque es algo que hemos desarrollado en anteriores trabajos (Gómez Tarín, 2009, 2011, 2012), por lo que lo que exponemos a continuación es el resultado al que previamente habíamos llegado y que aquí se constituye en petición de principio.

Los tres ejes decisorios del ente enunciador en el seno del relato audiovisual (narradores, focalización y ocularización/auricularización) actúan, en nuestro criterio, dialécticamente y simultáneamente para construir el punto de vista. El punto de vista es una posición/perspectiva de carácter moral e ideológico ante el mundo que tiene su origen en la autoría del discurso y su destino en el proceso hermenéutico, sean o no coincidentes los resultados finales de la fruición. Por tanto, en la línea que construye tal perspectiva, hay dos tipos de discurso: el discurso en origen (voluntad enunciativa) y el discurso del texto (resultado de la interpretación espectral o del analista), siendo este último el que podemos denominar, de facto, el discurso-discurso, el verdadero discurso, puesto que solamente la actualización hermenéutica le confiere vigencia. Lo que verdaderamente importa no es tanto la proporción de saberes que se da en las relaciones narrador–personaje, ni tampoco si la posición de cámara confiere una mirada subjetiva u objetiva, o si una voz narradora instaaura un flujo de sentido... lo que importa es qué información es transmitida al espectador por la suma de todos estos factores, atendiendo a ellos de forma simultánea.

En primer lugar, el *ente enunciador*, denominado *autor implícito* o *meganarrador*, siempre está presente en todo relato audiovisual, puesto que es la figura teórica, el ente conceptual que lo edifica. Tal enunciador puede o no tener presencia explícita en el significante, bien a través de marcas, bien mediante enunciaciones delegadas, de acuerdo al siguiente esquema:

Meganarrador (siempre presente y en la cima de la jerarquía, ya que controla todo):

- **Oculto** → Transparencia enunciativa.
- **Manifiesto**:
 - *Mediante procesos significantes* → Quiebra la transparencia a través de su evidenciación mediante marcas enunciativas en el significante.
 - *Con desvelamiento del dispositivo*. Siempre gradual.
 - *Sin desvelamiento del dispositivo*. Siempre gradual.
 - *Como instancia narradora*:
 - *Rótulos* → Informaciones e índices.
 - *Voces* (enunciación delegada): **MATERIALIZACIÓN**
 - *Over* (narrador no personaje).
 - *Off* (narrador autor, en casos extremos).
 - *Narradores* (enunciación delegada): **PERSONALIZACIÓN**
 - *De primer nivel* (gestión del relato marco global que se dirige al espectador o a un narratario externo al mismo)
 - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.
 - *Heterodiegéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.
 - *De segundo a n nivel*: (gestión de subrelatos que se dirigen a narratarios explícitos o hipotéticos pero internos).
 - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.
 - *Heterodiegéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.

Un segundo paso es poder determinar, además de las figuras de narrador en que el ente enunciativo se apoya, la representación que lleva a cabo. Para ello, no solamente habrá que fijarse en los narradores sino en la transmisión de los saberes (focalización) y visión – sonido (ocularización y auricularización).

Si la focalización es el saber que se transmite a través del ente enunciador o de un personaje que protagoniza la narración, podemos reducir a dos los términos clasificatorios: omnisciente e interna. No obstante, cabe una matización en este territorio, ya que el ejercicio de la omnisciencia puede ser pleno (acceso a todos los puntos de vista y a todas las situaciones, incluso a la intimidad de los personajes) o limitado (cuando los personajes son abordados desde una posición testimonial con privilegio para alguno de ellos). Este sería nuestro esquema:

Focalización:

- *Interna.*
- *Omnisciente.*
 - Plena.
 - Limitada.

Del mismo modo, por lo que respecta a la ocularización (y, subsidiariamente, a la auricularización), la clasificación debe optar por hablar de marcas; así, las excepciones se barajan desde la perspectiva de la gradualidad que debe presidir cualquier opción taxonómica y, en el caso de la interna, podemos hablar de marcas explícitas y marcas implícitas. Lo cual plantea el siguiente esquema taxonómico:

Ocularización y auricularización:

- *Interna.*
 - Con marca explícita.
 - Con marca implícita.
- *Omnisciente.*

Un primer intento por cruzar a nivel global esta serie de propuestas tipológicas nos da el siguiente cuadro resumen:

Meganarrador (siempre presente y en la cima de la jerarquía, ya que controla todo):

- ***Oculto***→ Transparencia enunciativa. Presumiblemente la focalización y la ocularización/auricularización serán omniscientes.
- ***Manifiesto:***
 - *Mediante procesos significantes*→ Sigue siendo el meganarrador, que permanece físicamente oculto, como es lógico, pero que quiebra la transparencia a través de la evidenciación mediante marcas

enunciativas, en mayor o menor grado, del dispositivo. En este caso, que es simultáneo al resto y puede compartirlos, se puede dar cualquier tipo de focalización y ocularización/auricularización.

- *Con desvelamiento del dispositivo.*
- *Sin desvelamiento del dispositivo.*

○ *Como instancia narradora:*

- *Rótulos* → Sigue siendo el meganarrador, que quiebra la transparencia mediante la inscripción de tal marca. Como en el caso anterior, aunque habitualmente la focalización y la ocularización/auricularización serán omniscientes, puede darse cualquier tipo de relaciones, ya que esta marca es también simultánea y compartida.

▪ *Voces* (enunciación delegada): **MATERIALIZACIÓN**

- *Over* (narrador no personaje). Presumiblemente, la focalización y la ocularización/auricularización serán omniscientes.
- *Off* (narrador autor) → Si se manifiesta como autor. Sigue siendo el meganarrador, que quiebra la transparencia al identificarse a sí mismo y vincularse al relato. Presumiblemente, focalización será interna (caso del relato autodiegético) de forma gradual y la ocularización/auricularización será omnisciente.

▪ *Narradores* (enunciaciones delegadas):

PERSONALIZACIÓN

- *De primer nivel:* presumiblemente, el narratorio será asimilado al espectador, la focalización será interna, y la ocularización/auricularización será omnisciente o interna.
 - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.
 - *Heterodiegéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.
- *De segundo a n nivel:* presumiblemente, el narratorio será asimilado a un personaje, la focalización será interna, y ocularización/auricularización será interna u omnisciente.
 - *Homodiegéticos*, si son personajes en la historia que cuentan.

- *Heterodieéticos*, si no son personajes en la historia que cuentan.

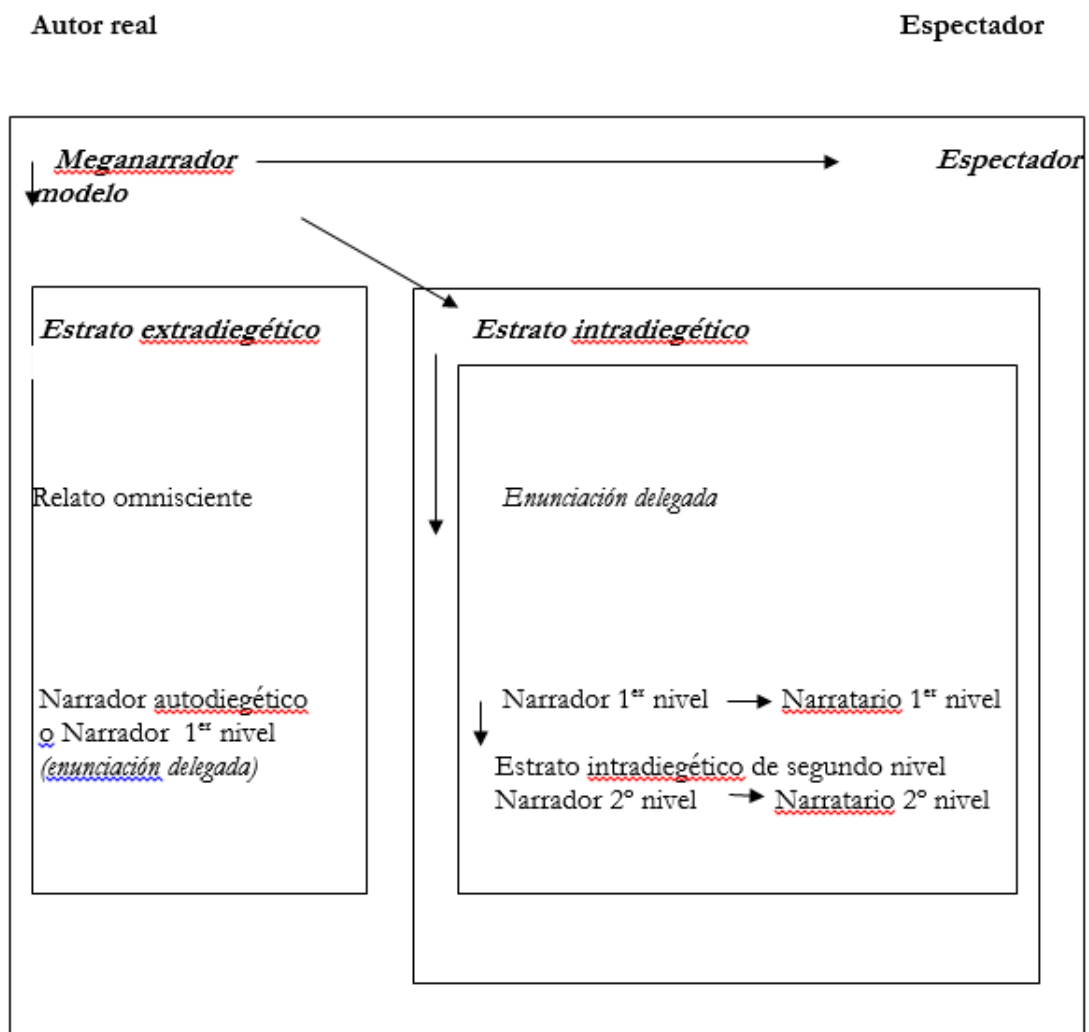
Nuestro siguiente paso será intentar calibrar esta serie de posibilidades para llegar al establecimiento de los diferentes puntos de vista con una premisa de partida que, a su vez, es doble: el punto de vista en origen siempre vendrá determinado por la voluntad autoral; el punto de vista en el momento de la fruición dependerá de la capacidad del espectador para sumar al texto su propio bagaje cultural y su comprensión del mundo; el texto, de acuerdo con los recursos utilizados, propiciará una mayor o menor apertura de la lectura y de la participación espectral.

Para visualizar más gráficamente la propuesta es conveniente establecer un mapa de relaciones que intente ligar los diferentes parámetros, puesto que todos ellos son susceptibles de dialécticas interactivas:

NARRADORES		FOCALIZACIÓN	OCULARIZACIÓN	PROCEDIMIENTO
<i>MEGANARRADOR</i>	<i>ENUNCIACIONES DELEGADAS</i>			
OCULTO		OMNISCIENTE	OMNISCIENTE	TRANSPARENCIA
MANIFIESTO	PROCESOS SIGNIFICANTES	OMNISCIENTE o SEGÚN COMBINACIONES	OMNISCIENTE o SEGÚN COMBINACIONES	EXTRAÑAMIENTO
MANIFIESTO	INSTANCIA NARRADORA: RÓTULOS	OMNISCIENTE o SEGÚN COMBINACIONES	OMNISCIENTE o SEGÚN COMBINACIONES	INFORMACIONES e INDICES
MATERIALIZADO	INSTANCIA NARRADORA: VOZ OVER	OMNISCIENTE	OMNISCIENTE	ENUNCIACIÓN DELEGADA HETERODIEGÉTICA
MATERIALIZADO	INSTANCIA NARRADORA: VOZ OFF	INTERNA GRADUAL HASTA AUTODIEGÉTICA	OMNISCIENTE	ENUNCIACIÓN DELEGADA SEGÚN GRADO
PERSONALIZADO	PRIMER NIVEL	INTERNA	OMNISCIENTE / INTERNA	HOMODIEGÉTICA / HETERODIEGÉTICA
PERSONALIZADO	SEGUNDO NIVEL	INTERNA	OMNISCIENTE / INTERNA	HOMODIEGÉTICA / HETERODIEGÉTICA

Los términos (procedentes de la narratología) homo y heterodiscursivo son una complicación innecesaria y la utilización de los conceptos intra y extradiegético responde mejor a una posición en el relato en tanto estratos siempre condicionados por la estructura formulada por el meganarrador y, por lo tanto, resultan asimismo innecesarios para nuestros propósitos. Los siguientes esquemas nos ayudarán a generar los términos de la aplicación posterior de nuestras propuestas:

Estructura del discurso:



Resumen global de parámetros:

Mejorar		Punto de vista						
		ORIGEN	FRUICIÓN					
Materiales	Procesos significativos	Focalizada	Ocularizada	Finalizada				
		Omnisciente	Omnisciente	No marcada: transparencia	Naturalizado	Naturalizado	Cerrado	
	Industria nortiera	Combinable	Combinable	Markada: reutilización	Markado gradual	Aliento gradual	Según nivel	
	Materiales	Combinable	Combinable	Markada: informaciones / índices	Markado limitado	Aliento limitado		
	Personalización	Via over	Omnisciente	Omnisciente	Markada: delegada heterodiegética	Markado naturalizado	Aliento limitado	Según marcas
		Via off	Interna Gradual	Omnisciente	Markada: delegada hasta autodiegética	Markado limitado	Aliento gradual	Según marcas
	Primer nivel	Homodiegética						
			Interna					
		Heterodiegética	Interna	Interna	Markada: subjetiva	Markado limitado	Aliento limitado	Según marcas
			Omnisciente	Omnisciente	Markada: omnisciente gradual	Markado naturalizado	Aliento limitado	Según marcas
Segundo a nivel	Heterodiegética	Omnisciente	Omnisciente	Markada: omnisciente gradual	Markado naturalizado	Aliento limitado	Según marcas	
		Interna	Interna	Markada: subjetiva	Markado limitado	Aliento limitado	Según marcas	
	Heterodiegética	Omnisciente	Omnisciente	Markada: omnisciente gradual	Markado naturalizado	Aliento limitado	Según marcas	

3. Teoría y práctica: literatura, cine y videojuegos

Pero el juego teórico se queda en elucubración y malabarismo cuando no puede anclarse en su aplicación práctica. Precisamente el pragmatismo que supone su comprobación con los productos audiovisuales concretos es lo que nos permite afianzar los marcos teóricos de partida y avanzar ampliando, retipologizando, asumiendo contradicciones y, en su caso, destruyendo bases que considerábamos fiables para construir otras nuevas. Esto es mucho más evidente en un momento como el presente en que los discursos están en una fase de mutabilidad e hibridación absoluta, con lo que las concepciones cerradas del pasado “hacen agua” con facilidad e incluso quedan obsoletas.

Es imprescindible establecer nuevas bases que nos permitan dilucidar si esta vía de constitución del punto de vista puede ser útil al enfrentarla a los relatos audiovisuales contemporáneos. Tales relatos no pueden ni deben limitarse a la cinematografía puesto que se da una muy amplia serie de posibilidades:

1. El cine contemporáneo, como es lógico, como piedra angular.
2. La relación entre cine documental y cine de ficción. Hibridación.
3. Las partículas narrativas contextualizadoras y/o envolventes de los discursos audiovisuales (créditos, *teasers*, *trailers*, continuidades...)
4. Las secuencias-tipo o secuencias-paradigma.
5. Las series dramáticas en televisión.
6. Los microrrelatos (cortos, pero también micrometrajados, con independencia del soporte: móviles, etc.)
7. Los videojuegos en sus distintas formulaciones.
8. El cine en la red (seriado o no).
9. Los relatos hipermedia en la web: *webdoc* y similares.
10. Los multimedia e hipermedia.

11. Las multipantallas como máxima expresión de la *mise en abîme*.
12. La realidad virtual y la realidad extendida.
13. Los relatos en todo tipo de nuevos soportes que con seguridad surgirán en el futuro inmediato.
14. Las redes sociales y la constitución de relatos en su seno.

La lista podría ser ilimitada en la práctica pero tiene el valor de situarnos ante un objeto de trabajo que constatamos como prácticamente inabarcable y para el que es necesario un cierto orden y disciplina. Intentaremos, pues, una primera aproximación aplicando estos conceptos al texto *L.A. Confidential*, desde su formato libro, al cinematográfico y al videojuego (*L.A. Noire*).

4. Aproximación a los videojuegos

Sean cuales sean las características definitorias de los videojuegos (Gómez Tarín, 2012), se dan una serie de procedimientos diferenciales y definitorios de entre los que queremos poner de manifiesto que:

- La inmersión del jugador se produce por medio de una entidad delegada con la que deben darse unos mecanismos de identificación; a esta identidad le denominamos “avatar”
- El avance del juego está vinculado directamente a procedimientos preestablecidos que responden a las decisiones tomadas por el jugador y que son transmitidas a través de sus terminales-interfaces-sentidos (las manos juegan un papel esencial en este proceso aunque, desde fecha reciente, se van produciendo una serie de avances tecnológicos muy sofisticados, tales como las relaciones espaciales mediante el *interface* de la Wii o el reconocimiento físico a través de cámara incorporada del *Kinect* de XBOX).
- En la mayoría de los casos, la parada en el desarrollo del juego se produce por una ausencia de instrucciones por parte del jugador o por la conclusión del juego y/o nivel, salvo en

algunas excepciones como el caso de los juegos *on-line* o los de universos persistentes.

- La vinculación entre el avatar y el jugador tiene que ser lo más estrecha posible, lo cual establece mecanismos representacionales que abundan en la construcción de un punto de vista subjetivo (hablamos en líneas generales, a sabiendas de que existen juegos que experimentan con avatares que son antitéticos al jugador)
- La presencia física del avatar en la escena, en las ocasiones en que aparece su entidad completa y no el anclaje en su mirada exclusivamente, condiciona el establecimiento de los puntos de vista en relación al personaje en cuestión, propiciando la semisubjetividad y/o la mirada imposible (planos cenitales, cámaras aéreas, *travellings* muy rápidos o movimientos de cámara de 360°) Esta exacerbación de la “mirada imposible” no es otra cosa que una exhibición casi pornográfica del “dispositivo” que coloca la tecnología en primer plano, incluso por encima del relato y/o del acto mostrativo.

Cine y videojuegos comparten, por supuesto, esa percepción de la imagen móvil (en ambos casos engañosa, puesto que el cine tampoco es otra cosa que una sucesión de imágenes estáticas que, al procesarse a una determinada velocidad y gracias al *efecto phi* se convierten en efecto-movimiento, pero el movimiento, propiamente dicho, es en realidad inexistente). Para constituir esa sensación dinámica, se apropian ambos de una serie de procedimientos que ordenan las imágenes en una determinada sucesión y aplican cánones tales como los relativos a la puesta en escena, a la planificación, al *raccord*, a la ley de los ejes, y parámetros fotográficos, hasta construir la espacialidad y temporalidad que, ordenadas en una cadena sintagmática adecuada (montaje), confieren al discurso su plenitud.

Hay al menos dos elementos esenciales que distancian a los videojuegos del cine (la prioridad es estrictamente cronológica). Y esa distancia es absolutamente radical e insalvable, incluso ontológica:

- 1) la impresión de realidad, que en los videojuegos no tiene entidad alguna ni tiene por qué darse, ya que el jugador es plenamente consciente del universo en que ejecuta sus

comandos, sea cual sea la calidad gráfica, incluso si esta es hiperrealista, y

2) la identificación.

Este segundo parámetro nos interesa muy especialmente porque es evidente que el espectador cinematográfico, arropado por la oscuridad de la sala, lleva a cabo su “viaje inmóvil” (Burch dixit) mediante esa visión divina que se identifica con el dispositivo para llegar a la identificación (valga la redundancia) con personajes y tramas; identificación que llega a ser una suma de sensaciones que devienen en un vivir por delegación las incidencias de un texto audiovisual cuyo principio y fin han sido prefijados y que una y otra vez pasará ante sus ojos –si así lo desea– en similares condiciones y con la exasperante repetición de lo que siempre es igual. No podemos hablar de un espectador pasivo, pero, desde luego, no es físicamente participante sino sensorialmente y, en ocasiones, conceptualmente. Su visión de mundo, enfrentada al mundo posible presente en el film, otorgará una experiencia que se constituye a su vez en saber sobre el mundo, reflexivo o no, crítico o no, dependiendo de la capacidad de distanciamiento y participación crítica que ese espectador instituya. En esta dinámica, el efecto de realidad es un canon.

El jugador de videojuegos no precisa para nada que tal identificación se produzca; solamente debe saber su lugar en el juego (el puesto de su avatar) y hacer avanzar la trama mediante su participación física, sus decisiones. Y esto nos lleva a un tercer elemento no menos radical: la jugabilidad.

La película no puede “jugarse”, el videojuego no permite “detenerse”. Maticemos mejor esta frase: es evidente que la fruición del film es un acto de visión-audición con una mayor o menor inmersión personal en el mismo y una mayor o menor participación crítica, pero la proyección avanza cronológicamente y de principio a fin, repitiéndose en cada ocasión; la esencia del acto frutivo en una película es su contemplación, el juego está totalmente al margen (experiencias como el “odorama” han sido absolutamente frustrantes y, ¿por qué no decirlo?, fracasos estrepitosos). El videojuego, por su parte, tiene su propia esencia, por definición, en la participación del jugador (no espectador); en consecuencia, jugar es su elemento clave; al decir que no permite detenerse queremos significar que el juego

solamente tiene lugar en tanto en cuanto el jugador esté participando de él, siendo cualquier elemento adicional ajeno al proceso de jugabilidad, ya que remite a experiencias que deshacen la categoría de jugador momentáneamente para convertir a este en espectador (el tiempo de la mayor parte de las *cut scenes*).

La relación entre los componentes audiovisuales de un videojuego y de una película mantienen diferencias de fondo en lo relativo a las características enunciativas y en la generación del “punto de vista” (elemento este esencial en el cine) El jugador de videojuegos está claramente en el exterior del mundo posible construido, en cuya diégesis está representado por su avatar; esta exterioridad, tan diferente de la cinematográfica, lleva consigo la frustración cuando aparecen elementos transgresores de la gestión en primera persona: las *cut scenes* rompen la continuidad frutiva por mucho que puedan revestir características muy poderosas e incluso positivas para el desarrollo del juego, sean de tipo informativo, contextualizador o incluso de transición y/o recompensa. Si el juego se limitara a su “jugabilidad”, los elementos adicionales que pudieran conferirle mayor densidad por el manejo de una información documental extra, se verían alterados en detrimento de la calidad global del producto. Esta es una contradicción aparentemente insalvable, toda vez que la aparición de las escenas cinemáticas obligan al jugador a detener su flujo o, cuando menos, a suavizarlo (hay algunos casos en los que estas escenas permiten un cierto nivel de participación: habrá que esperar la evolución de un juego como *L.A. Noire* para ver si es posible una gestión de tramas diferente).

En vez de pensar en los juegos en términos de narración y descripción, tal vez sería mejor si lo hiciéramos en términos de acciones narrativas y exploración. En vez de que le narren, es el propio jugador el que tiene que llevar a cabo acciones para hacer avanzar la historia, ya sea hablar con otros jugadores con los que se encuentra en el mundo del juego, recoger elementos, luchar contra enemigos, etcétera. Si el jugador no hace nada, la narración se para. Desde este punto de vista, el desplazamiento por el mundo del juego es una de las principales acciones narrativas. Pero se trata de un movimiento que también sirve al objetivo independiente de la exploración (Manovich, 2005: 315)

Así pues, parece claro que se dan interrelaciones entre parámetros enunciativos en el caso de los videojuegos y del cine, pero no es lo mismo en lo que se refiere a esa parte de la enunciación tan compleja e importante que es la construcción del punto de vista.

5. Adaptación vs inspiración

La sincopada narración de James Ellroy, muy rica en sugerencias, construye un amplio mapa cronológico de la corrupción y el mundo del hampa en Los Ángeles, con vínculos evidentes con el mundo del cine, entre los años 1950 y 1958. El punto de vista viene determinado por un relato en tercera persona, omnisciente, que utiliza con frecuencia la redacción en estilo indirecto libre para acceder a los saberes íntimos de los personajes: a medida que avanza la narración, el estilo indirecto libre se hace más patente. Valga como ejemplo el párrafo inicial:

Un motel abandonado en las colinas de San Bernardino; Buz Meeks se registró allí con noventa y cuatro mil dólares, nueve kilos de heroína de gran pureza, una escopeta calibre 10, un 38 especial, una automática 45 y una navaja que le había comprado a un mexicano en la frontera, antes de ver el coche aparcado al otro lado: matones de Mickey Cohen en un coche sin insignias de la policía de Los Ángeles, polizontes de Tijuana esperando para hacer contrabando con parte de sus mercancías y arrojar su cadáver al río San Isidro.

El estilo de Ellroy se caracteriza por su prolijidad, por su tendencia a la complicación sintáctica, por la abundancia de cláusulas especificativas, carentes de predicado, y por situarse en la linde entre el descriptivismo y la subjetividad.

Estructuralmente, el relato se compone de un prólogo, cinco “partes”, y cuatro “calendarios”, que dividen dichos capítulos y rellenan las elipsis. Dichos saltos temporales, que se producen entre los acontecimientos narrados con más detalle, son puntuados a través de recortes de prensa, memorándums, notas internas, etc. La utilización de estos elementos para especificar el paso del tiempo y ofrecer informaciones adicionales cumple en la novela una función secundaria. La última de las partes consta tan solo de tres páginas, es

marcadamente anticlimática y funciona más como un epílogo (de hecho, el prólogo consistía en cinco).

No ocurre lo mismo en la adaptación cinematográfica, *L.A. Confidential* (Curtis Hanson, 1997), que comienza directamente con una voz *over* que posteriormente descubrimos es la del editor de la publicación amarilla por excelencia de su entorno, *Hush-Hush*; es decir, una voz aparentemente narradora de primer nivel. Luego veremos no es así, que pasa de ser indeterminada a su adjudicación a un personaje concreto y a un texto que se está mecanografiando (de *over* a *off* y a *in*). Esa apariencia de instancia narradora solamente se mantiene en la primera parte del film, ya que los rótulos sobre los tres personajes principales aparecen también como si se estuvieran mecanografiando (incluso con el sonido de las teclas), hay presentaciones verbales de otros personajes y una nueva intervención posterior a modo de nexo entre temporalidades, muy similar a los insertos de prensa de la novela, o, al menos, cumpliendo su mismo función. Posteriormente, se abandona esta instancia narradora para acomodar todo el film a la omnisciencia, tanto en lo que respecta a la ocularización como a los saberes y la puesta en escena. Con ello podemos manifestar que la traducción a imagen del estilo indirecto libre no se da, y la película se rige por parámetros mucho más cercanos a lo que tenemos por cine hegemónico, es decir, en la línea de una transparencia enunciativa generalizada que privilegia la acción.

La estructura de *L.A. Noire* se encuentra a medio camino entre novela y película. Siguiendo los precedentes de la serie de videojuegos *Grand Theft Auto*, el protagonista seguirá una marcada línea recta en su trayectoria, para resolver unos casos principales que le hacen ir cambiando de departamento: comienza en la Patrulla, pasa a Tráfico, continúa en Homicidios (donde acaba con el presunto asesino de *La Dalia Negra*), sigue por Antivicio y termina en Incendios.

El paso por los diferentes departamentos de policía ofrece al usuario la visión de un mapa no solo geográfico, sino social de la población de Los Ángeles: viejas estrellas de Hollywood, políticos, traficantes, ciudadanos inmersos en los oscuros callejones por los que se puede llegar a perder el jugador... A los casos principales se le unen los crímenes callejeros, pequeños altercados que suceden durante la resolución del caso y que provocan fugas en el relato. El

jugador puede tomar la decisión de resolver este crimen callejero o centrarse en su investigación.

Decida lo que decida, las aguas vuelven a su cauce, y tras solucionar ese eventual altercado se debe regresar a la misión principal. Además de estas dos líneas de acción, el (in)finito mundo que se nos propone en *L.A. Noire* permite el vagabundeo del avatar en busca de Coleccionables situados por todo el territorio: periódicos, armas, vehículos, lugares de interés, latas de películas y placas de policía son algunos de los objetos que el jugador puede buscar durante el avance de la trama para conseguir completar el juego al 100%.

La restricción temporal de un film o la necesidad de una resolución en un número determinado de páginas no tiene por qué darse en el caso de un videojuego, pero *L.A. Noire* también consta de un final al que el usuario puede decidir enfrentarse o no, optar por resolver esos Coleccionables y dejar de jugar. La gestión de la temporalidad es, por tanto, más relativa, ya que el tiempo de juego variará según la habilidad, dedicación o ganas que le ponga el jugador. Es posible que se resuelva de la manera más lineal posible en cuestión de horas, que el jugador se pierda en las derivas narrativas que ofrece el videojuego y estarse semanas o meses, o incluso llegar al empacho de conocer el mundo a un nivel que decida no avanzar en la trama y dejar el videojuego. Es decir, una de las posibilidades que ofrece es obviar la trama principal para que el espectador se dedique a descubrir ese mundo virtual y sus misterios, creando una “historia” paralela. Esto, inevitablemente, implica la pérdida de evolución en el personaje (si es que es del interés del usuario) o el conocimiento de estratos específicos surgidos del seguimiento de la trama. Pero, son las múltiples posibilidades que un videojuego de hecho ofrece “a gusto del consumidor”.

En el texto literario, el estilo narrativo de Ellroy elimina las cuestiones accesorias hasta tal punto que nos encontramos ante un relato en el que se siguen las frases contundentes, despojadas de retórica. Esta forma de narrar es claramente visual, hasta el punto que el propio texto podría servir como guión para su puesta en imagen. Tomemos un segundo ejemplo:

Toda la sala para él. Una fiesta de despedida abajo, a la cual no estaba invitado. Debía leer el informe semanal, resumirlo, pegarlo a la pizarra de boletines. Nadie lo hacía, pues sabían que Ed era el mejor para esa tarea. Los periódicos anunciando la inauguración de la Tierra de los Sueños. Los demás policías mofándose de él con chillidos de Ratón Moochie. Space Cooley tocando en la fiesta; el pervertido Perkins en los pasillos. Medianoche, pero no tenía sueño. Ed leía, escribía a máquina.

Las relaciones entre los personajes centrales no se construyen de forma individualizada –una de las bases del discurso fílmico más naturalizado– sino mediante su inserción en una colectividad de la que no se escatiman detalles ni otros personajes, incluso aparentemente accesorios. Es evidente que esta amplitud narrativa es difícilmente trasladable al discurso cinematográfico, que se ve obligado a sacrificar los aspectos más generales en beneficio de las tramas concretas con protagonistas claros. Pero esta transformación conlleva una serie de sacrificios que afectan al planteamiento moral de fondo: en la novela, lo esencial es ver un mundo en su conjunto, una sociedad corrupta en descomposición, en el seno de la cual el personaje de Ed Exley pretende erigirse en estandarte de la honestidad, a pesar de que arrastra un pasado de mentira y cobardía; a partir de la imagen impoluta de su padre, un empresario de la construcción y ex-policía, cuya moral parece ejemplo para todos y que la trama descubre con muchos huecos, seguiremos su periplo, no solamente cobarde sino arribista a ultranza, ya que mantiene una fachada ética que se contrapone a la de Bud White, el policía sin modales, brutal en sus interrogatorios y dispuesto a todo. La trama les llevará a asemejarse cada vez más hasta que sus posiciones ante el mundo no tengan tantas diferencias.

Por lo que respecta al videojuego *L.A.Noire*, el prólogo es enteramente descriptivo: se compone de 18 planos, todos ellos en movimiento, mientras que una voz *over* omnisciente retrata el alma de la ciudad. No llega a decantarse por la omnisciencia, dado que no hay acción, pero la obediencia de las imágenes y del montaje a su caracterización, que trasciende la materialidad, denota que la puesta en escena actúa a su dictado, y que su conocimiento del mundo y el submundo angelino es, si no total, sí muy profundo. Vale la pena anotar, también, la escrupulosa atención a un patrón métrico de la

cadena de planos, cuyas duraciones, traspuestas en un gráfico, arrojan como resultado una estructura de dientes de sierra con tres picos (vid. el análisis de Adrián Tomás Samit en la base de datos de acceso libre http://www.cinematics.lv/movie.php?movie_ID=12507).

Y es que lo que en la novela es una radiografía social, queda bastante reducido en el film (aunque este intenta seguir las tramas) y quintaesenciado en el *opening* del videojuego, que se decanta por la recreación ambiental propia del esteticismo *retro*, en detrimento de una narratividad de la que prescinde totalmente.

Así, en el film de Hanson no sabremos nada del pasado de Ed Exley, de su glorificación como héroe en la guerra, pese a que todo fue falso, ni de su maquiavelismo para llegar a puestos de responsabilidad lo antes posible (la película suprime los tres informes de la *Navidad sangrienta* y escenifica solamente uno de ellos). Es más, la corrupción a gran escala, el mundo de los negocios, también se ve un tanto rebajada por la supresión de la figura del padre de Exley y sus corruptelas. Al eliminar estas cuestiones, otras subtramas de gran interés en la novela, como la del personaje de Inez, quedan prácticamente suprimidas. En los créditos del videojuego no hay ya siquiera personajes, sino espacios habitados por estereotipos (la mayor parte de ellos, por cierto, relacionados con el universo cinematográfico: los trabajadores de la industria cinematográfica, los espectadores, los aspirantes a estrellas).

Respecto al protagonista, vuelve a ser cuestión del jugador la decisión de ofrecer a un policía más recto u oscuro, ambiguo, pero siempre del lado de la ley. Esta cuestión está fuera de duda, aunque puede optar por unos métodos de actuación más propios de un Exley o un White. Durante el desarrollo de la trama, habitualmente al comienzo de cada misión, se van mostrando (o escuchando) *flashbacks* del pasado del protagonista durante su época en la marina, descubriendo que él también tiene un oscuro pasado, siempre filtrado por las buenas intenciones.

Paralelamente a la historia policial, el videojuego también profundiza en la relación amorosa de su protagonista con Marie, llegando a episodios de crisis matrimonial debido al enamoramiento por una nueva mujer, Elsa, que cataliza el avance de la trama en un momento dado, pues ella es secuestrada y con ello se descubre que el

principal antagonista está dentro del cuerpo de policía. Vemos una acérrima voluntad por construir una obra muy cercana a la narratividad filmica, extrapolando la acción más allá de una simple sucesión de resolución de casos.

Las tramas se tornan más complejas, hay mayor dramatismo y emocionalidad, y los personajes del videojuego no son meros avatares a los que debe guiar el usuario, sino personajes con toda su complejidad a los que aquél acompaña. Comparte su punto de vista (en ocasiones, si, se torna subjetivo, inevitablemente) pero con decisiones propias (del creador del videojuego y la historia que quiere plantear) ante las cuales el jugador no puede más que contemplar cómo se desmorona el mundo de su protagonista y seguirlo hasta el final. La empatía que el usuario sienta ante esas acciones que contempla en secuencias, puramente cinematográficas, harán que decida que su avatar tenga más o menos ética. Por ejemplo, tras la crisis matrimonial, el usuario puede decidir que su personaje se convierta en un ser oscuro y violento, y actuar con brusquedad en la resolución de los casos, en los interrogatorios o conduciendo el coche por las calles saltándose semáforos, conduciendo por el carril contrario...; o, por el contrario, ser más escrupuloso con la moral ciudadana y cauteloso con los sospechosos.

Otro aspecto nada desdeñable, volviendo a la novela, es la *sordidez* de las atmósferas, de los personajes y del propio texto, que se ve condicionado por las expresiones propias de los ambientes en que la acción se desenvuelve, a lo que se suma como nexo de unión la publicación “amarilla” *Hush-Hush*. En este sentido, la película procede a minimizar el peso de uno de los tres protagonistas, Jack Vincennes (Kevin Spacey), y dulcifica sensiblemente tanto las relaciones como las puestas en escena; y, aunque respete el acercamiento entre Bud White (Russell Crowe) y Ed Exley (Guy Pearce), limpia exageradamente la moral de este último: ni siquiera se mantiene la masacre de los negros inocentes que han huido de comisaría, ya que serán acribillados en un tiroteo, en el que también morirá un policía, y no cuando están desarmados como ocurre en el texto literario; otro tanto ocurre con la relación sexual con Lynn, que es un montaje, cuando en la novela es deseada por ambas partes.

Incluso, en la parte final del film, los cambios precipitan los desenlaces, porque Dudley mata a Jack, y no ocurre en un tiroteo final como en la novela; también mata a Syd y, lógicamente, es Ed el que dispara contra Dudley asumiendo que no puede seguirse manteniendo la mentira. Esto le equipara a Bud, pero deja buen sabor de boca al espectador porque lo considera merecedor de ese castigo, al tiempo que el personaje de Ed ha sido liberado de muchas de sus contradicciones. No es en absoluto banal el hecho de que la novela concluya con la promesa de Ed a Bud de que matará a Dudley, con lo cual su asunción del asesinato es plena y consciente.

Aunque hemos comentado cuestiones que tienen que ver con las tramas argumentales, es muy interesante ver cómo la industria de Hollywood, al adaptar una obra de este calibre, cancela cuestiones que pueden ser excesivamente duras para la concepción moral del espectador y suaviza aristas en los protagonistas. En este sentido, la novela y el film estarían bastante lejanos, aunque, con todo, nos encontramos ante una adaptación brillante.

Por lo que respecta al videojuego, se ha dicho con excesiva facilidad que hay un fuerte vínculo con el film. En nuestro criterio, si bien caracterizaciones y aspectos espaciales tienen bastante similitud, no podemos olvidar que las fechas de la acción son algo diferentes (el videojuego se sitúa en 1947) y que podría ser más rentable sugerir una inspiración tanto en el film que hemos comentado como en la estela del cine negro de la época (años 40), de donde es posible extraer otras muchas coincidencias. La esencia de la adaptación es su relación con el texto original, lo que nos permite decir que el film *L.A. Confidential* es una brillante adaptación de la novela de Ellroy, mientras que el videojuego *L.A. Noire* simplemente se conforma con inspirarse en el título y los climas de ambas obras, exitosas, así como en otros muchos referentes convergentes.

Si abordamos algo tan concreto como los títulos de crédito, hay una diferencia notable entre el rótulo *pulp*, con fondo de imágenes de la época, que corresponde a la película, y el luminoso de *L.A. Noire*, más cercano a *Citizen Kane*, que remite a una época pretérita del cine. Este neón con el título aparece cada vez que se muestra el menú del videojuego y es el que se queda impregnado, además de ese juego de

claroscuros en estrechos callejones que va de un menú a otro y que sumerge al usuario en una atmósfera siniestra, sórdida y angustiosa.

Los créditos iniciales son otra cosa, y juegan con la luminosidad del día, la supuesta felicidad de una ciudad en crecimiento: “*la ciudad de las oportunidades, la ciudad de los sueños, la ciudad de pioneros [...] Una ciudad el siglo XXI que se convertirá en un modelo para el mundo*” narra la voz *over*. Y llega la noche. Toda esa felicidad se pierde en las negras calles ocultas por los edificios en una panorámica desde lo más alto de ésta metrópolis. Un *opening* en el que vale la pena detenerse, pero sobre el que nos vamos a centrar únicamente en la inserción del rótulo “L.A. NOIRE”, cuya tipografía sí que se encuentra muy cercana a la de *L.A. Confidential*, pero optando por la línea recta y las máyusculas, en un tono más serio, al igual que la voz *over*, alejada del estilo *Hush-Hush*.

Si en los créditos del film, como apreciamos en la imagen, se nos quiere avenir de los hábitos del periodo, mostrándonos una serie de imágenes que nos contextualizan la época y nos dan una visión generalizada, en los del videojuego, la aparición del título se da con un coche que va a arrancar y salir del concesionario para adentrarse en esa ciudad menos luminosa de lo que parece. Pasamos de ofrecernos el mundo para penetrar en él (la película) a entrar en una ciudad donde nada es lo que parece ser para descubrir ese mundo (el videojuego).





El elemento común entre film y videojuego consiste en preterir el inicio o la progresión de la trama y favorecer otros valores, no tanto anticlimáticos como ajenos a cualquier preocupación de orden diegético: en la película se trata de un documental de época; en el producto interactivo, de la ya citada introducción iconográfica al universo en que el jugador se desenvolverá.

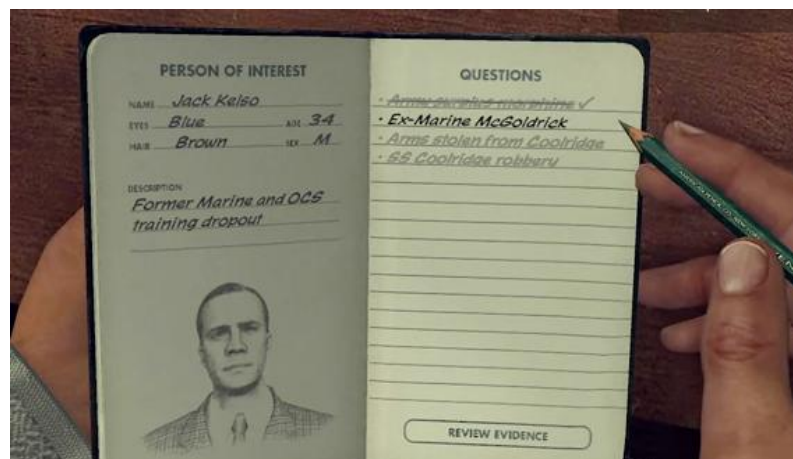
Nos ha interesado aquí la constitución del punto de vista, y hemos constatado que en la novela se genera una posición omnisciente (la narración en tercera persona) con insertos de supuestos “documentos” que puntúan la trama; sin embargo, para

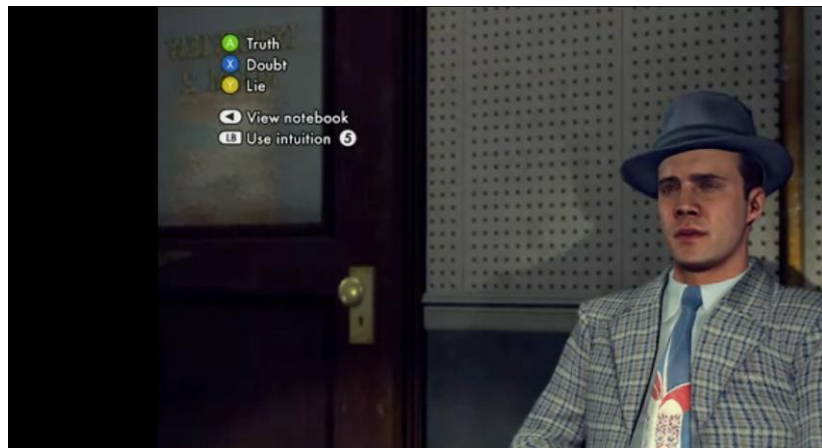
acceder a saberes íntimos de los personajes, Ellroy utiliza el estilo indirecto libre, con lo que la omnisciencia tiene anclajes momentáneos en determinados personajes. Pero no es frecuente que un texto literario alcance los niveles polisémicos de la imagen en movimiento y, en este sentido, el paso que se da con el film *L.A. Confidential*, es ambiguo: se sugiere la presencia de una enunciación delegada en tanto narrador de primer nivel a través de las páginas de *Hush-Hush* y el personaje de Syd, pero, en el desarrollo de la trama, esta opción es abandonada, sin justificación alguna para ello, en beneficio de la plena omnisciencia que aportará un saber múltiple porque irá pasando, en el trío protagonista, de un personaje a otro.

El caso del videojuego parte de una premisa muy diferente: existe un avatar del jugador, que es el protagonista de la acción, y, por lo tanto, la visión, aunque omnisciente, tiene una limitación en su saber, por ejemplo, los avisos de los crímenes callejeros, que el usuario desconocería si no es por un aviso de la central de policía, o, de forma más evidente, la información que nos dan los sospechosos durante el interrogatorio, que hará que se den pasos en falso, se alargue el caso o se resuelva en escasos minutos de juego; además, se utiliza tanto el recurso de la cámara semisubjetiva (en persecuciones y movimientos espaciales) como el de la subjetiva (en la planificación fragmentada más clásica). Ahora bien, si esto forma parte de una construcción de carácter cinematográfico, no podemos olvidar que el videojuego es un formato diferenciado que incorpora en su seno al propio jugador, en teoría espectador interno, pero en realidad subsumido en el contexto del juego por su capacidad para seguir a un personaje o bien integrarse en su propia mirada. Sus decisiones modalizan el juego y su seguimiento, por lo que el avatar no solamente es un personaje protagonista sino una entidad delegada, en este caso, del jugador y no del ente enunciativo que ha construido diferentes capas para la evolución, pero en las que la última decisión depende del jugador. Esta complejidad es un valor añadido nada desdeñable porque, desde cierta perspectiva, otorga al jugador capacidades enunciativas.

Pongamos por caso la gran novedad de *L.A. Noire* respecto a juegos similares: los interrogatorios. Aquí se pasa del acompañamiento del personaje a convertirse en él, pero no a la manera de un *Shoot'em up* de acción donde la cámara es subjetiva e

igualmente se debe seguir un recorrido prefijado. En *L.A. Noire* la subjetividad se torna psicológica, la mente del personaje es sustituida por la del usuario, que, mediante la investigación previa del caso, el número de pistas que haya encontrado, la información que haya obtenido de los testigos, etc. podrá ir consultando en su libreta, mediante un punto de vista subjetivo y manejando el objeto a su antojo, y realizar las preguntas que le parezcan más apropiadas. También deberá estar atento a las reacciones del sospechoso durante y después de su respuesta para decidir si está mintiendo, diciendo la verdad o todavía tiene dudas. Según la cadena de elecciones que haga el jugador, en función del conocimiento del caso que haya obtenido previamente al interrogatorio y su intuición humana (aunque también se puede recurrir a la virtual), el sospechoso se prestará a colaborar o no. Toda esta acción se producirá mediante una serie de planos/contraplanos entre el avatar en el momento de realizar la pregunta, y el sospechoso al responderla, intercalando las consultas en la libreta si es voluntad del jugador, al más puro estilo cinematográfico clásico.





Ahora bien, el videojuego tampoco se puede entender como un estrato más de la narrativa fílmica, toda vez que utiliza sus recursos pero no sus capacidades discursivas. Es evidente que el abuso de planos o movimientos de cámara muy forzados o directamente imposibles (cenitales, picados, contrapicados, traspaso de objetos, ascensos y descensos en el espacio a gran velocidad, etc.), así como de numerosos planos-secuencia, sobre todo cuando el jugador interviene en el desplazamiento por el espacio, no pueden ya entenderse como marcas enunciativas con un plus de significación. ¿Pierde la conjunción de significado – significante – sentido, propia del texto fílmico, un eslabón en el videojuego (probablemente en todos ellos, salvo que aparezca una construcción muy diferenciada de lo que hasta ahora conocemos) para cerrarse en significado – significante? O, lo que es lo mismo, ¿queda reducido el esquema tripartito historia – relato – discurso, a historia – relato? Esta es una pregunta cuya respuesta es muy compleja pero que merece la pena abordar.

Si entendemos el proceso enunciativo como una relación mecánica enunciador → enunciatario, el término “discurso” pierde gran parte de su validez. Pero si esta relación la consideramos precisamente la suma de componentes que edifican el discurso, el término cobra vida y se impregna de un contenido moral: se trata de *decir algo a alguien con una finalidad moral que ese alguien interpreta a su vez en el seno de un contexto y a partir de un determinado bagaje cultural*. La voluntad de decir (autoría: enunciador) y el resultado de lo dicho (interpretación: enunciatario) constituye el discurso, que es resultado del proceso.

En *L.A. Noire*, videojuego, la voluntad de decir es una capacidad significativa cuyo significado (la historia) se limita a la puesta en escena de una serie de casos a resolver, la entidad moral del discurso estará reflejada en los contextos, los decorados, las expresiones y los diálogos, en la recreación de un ambiente de época, más que en una profundidad psicológica de los personajes de la que no vienen dotados en su origen y para cuya elaboración no se entregan instrumentos al jugador (espectador activo). Este, por su parte, puede tomar decisiones que harán que la historia camine en una u otra dirección, pero no podemos olvidar que se trata de resolver casos, lo que supone un juego de inteligencia al que se suman otras capacidades ligadas a la *jugabilidad* pero lejos de una proyección moral.

En consecuencia, hay un discurso, tanto en origen como en el proceso interpretativo, en el que interviene el jugador con un nivel protagonista muy superior al de la fruición cinematográfica, pero tal intervención no garantiza –ni puede hacerlo por las premisas de partida– un discurso sólido sino, simplemente y justo al contrario, lo que daríamos en denominar uno *laxo*. Resulta inevitable dejar caer, a modo de propuesta o conclusión abierta, que, desde el punto de vista estrictamente formal, el videojuego vendría a cumplir una pulsión infantil y soberbia que en modo alguno es privativa de este nuevo soporte, sino que subyace a la creación literaria y cinematográfica. No en vano, más arriba nos hemos referido a la cualidad *paracinematográfica* de la escritura ellroyana, que luce con particular brillantez y claridad en las escenas de acción. El clímax de la novela, entrecortado, a base de párrafos telegráficos,

...Saltó del tren, corrió hacia los pinos.

Cuerpos en los raíles.

Convictos abatidos.

Bud llegó a los pinos, subió al coche y cruzó los raíles maltratando los ejes....,

recuerda inevitablemente a las recomendaciones de un eximio guionista hollywoodiense con amplia experiencia en el género negro: William Goldman –*Harper, detective privado* (Harper, Jack Smight, 1966),

Marathon Man (John Schlesinger, 1976), *Poder absoluto* (*Absolute Power*, Clint Eastwood, 1997). En sus célebres *aventuras de un guionista en Hollywood*, el libretista recomendaba evitar dar instrucciones expresas de planificación porque tanto los realizadores como los intérpretes consideran la “camaramierda” (sic) como invasiones de sus competencias; en cambio, juguetonamente, sugería a los aspirantes a escritores para la imagen adoptar un estilo literario plenamente audiovisual, que condicionara en la práctica la puesta en escena, y ponía como ejemplo el tiroteo final de *Dos hombres y un destino* (*Butch Cassidy and the Sundance Kid*, George Roy Hill, 1969); un fragmento energético, con un punto lúdico, en el borde de la subjetivización y que estructuralmente se ubica en el mismo punto y cumple idéntica función al que hemos aludido en *L.A. Confidential*. Al fin y al cabo, en las películas, en particular en los instantes álgidos del desarrollo narrativo y de la emoción, el desideratum de *estar ahí*, que los videojuegos heredan y elevan al rango de constante, también se dispara.

Referencias bibliográficas


- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico, *Cómo analizar un film*, Barcelona, Paidós, 1991 [*Analisi del film*, Milán, Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani, Sonzogno, Etas S.p.A., 1990]
- García Jiménez, Jesús, “Narrativa y nuevas tecnologías”, en De Pablos Pons, Juan y Jiménez Segura, J. (coords.), *Nuevas tecnologías. Comunicación Audiovisual y Educación*, Barcelona, Cedecs, 1998.
- Gardies, André, *Le récit filmique*, Paris, Hachette, 1993.
- Goldman, William, *Las aventuras de un guionista en Hollywood*, Madrid, Plot, 1992.
- Gómez Tarín, Francisco Javier, “Enunciación fílmica: algunas notas sobre el punto de vista de los narradores”, en garcía garcía, francisco y rajas, mario (Edts.), *Estudios de Narrativa1. Narrativas audiovisuales: el relato*, Madrid, Icono 14, 2011.
- Gómez Tarín, Francisco Javier, “Estrategias narrativas en la información audiovisual: las formas y los contenidos de los telediarios”, en Casero Ripollés, Andreu y Marzal Felici, Javier

- (Eds.), *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*, Manganeses de la Lampreana, Zamora, Comunicación Social, 2011.
- Gómez Tarín, Francisco Javier, “Formatos y estrategias narrativas híbridas: el cine y la escena cinematográfica (*cut-scenes*) en los videojuegos. Interdependencias múltiples en la era digital” en *Actas del III Congreso Internacional de la AE-IC: comunicación y riesgo*, Tarragona, Universidad Rovira i Virgili, 2012.
- Gómez Tarín, Francisco Javier, “Quién narra en un film? Herencias teóricas, jerarquías e hibridaciones varias”, en *Actas del VI Sopcom / IV Congreso Iberico de Comunicación*, Lisboa, Universidade Lusofona, 2009 (pgs. 3487 – 3504). ISBN: 978-972-8881-67-2
- Gómez Tarín, Francisco Javier, *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido*, Santander, Shangrila Ediciones, 2010.
- Gómez Tarín, Francisco Javier, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander, Shangrila Ediciones, 2011.
- Jost, François, *L’Oeil-Caméra. Entre film et roman*, Lyon, P.U.L., 1987.
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean, *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona, Anagrama, 2009 [L’écran global, Paris, Editions du Seuil, 2009]
- Manovich, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós, 2005 [The Language of New Media, Cambridge, Mass, EE.UU., The MIT Press, 2001]
- Scolari, Carlos A., *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, Gedisa, 2008.
- Todorov, Tzvetan, “Les catégories du récit littéraire”, en *Communicationsnúm. 8 : L’analyse structurale du récit*, Paris, Éditions du Seuil, 1981.



This is living: las promesas genealógicas en la retórica publicitaria de PlayStation

Shaila García Catalán, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. A la academia nos cuesta jugar

LOS VIDEOJUEGOS han entrado en la universidad. Desde que el investigador Espen Aarseth propuso en la editorial de la revista *Game Studies* el año 2001 como el ‘Año 1’ en la investigación de videojuegos importa deslazar ya no solo las condiciones técnicas y los aspectos procedimentales de jugabilidad e interactividad sino las estrategias discursivas y las narrativas camufladas en el universo del juego que hacen de él un acto de sentido. Todo juego requiere de una narrativa por muy mínima que ésta sea. Aun así la narrativa es algo que la lógica de los videojuegos tiende a excusar porque éstos se quieren ante todo juegos.

En el marco de la universidad, esa a la que constantemente la industria alega demasiado academicismo y reflexión, somos muchos los investigadores que responsables con la lógica de nuestro tiempo pretendemos analizar los videojuegos. Ahora bien, nuestras investigaciones tienden a sortear el carácter lúdico del videojuego. Escuchamos constantemente en la academia sencillas justificaciones para ello: “es que yo ya no estoy para jugar”.

Da la impresión, pues, que la academia no está para jugar. Jugar exige gozar y la academia *no está para gozar* del juego. Si de algo goza en ocasiones es de la sumisión al poder, de la obediencia administrativa pero, de lo que parece no poder gozar es del juego. Lógico: el servicio a la institución es tal que uno no parece poder permitirse tiempo de ocio. Puede entenderse esto desde otro punto: la academia está (o debería estar) para pensar y estar despierta, y jugar es un permitido y legitimado acto para dejar de pensar, para suspender el pensamiento y la crítica y rendirse a la lógica del goce ininterrumpido. Barthes escribe en secuencia:

Placer del texto. Clásicos. Cultura (cuanto más cultura, más grande y diverso será el placer). Inteligencia. Ironía. Delicadeza. Euforia. Maestría. Seguridad: arte de vivir. El placer del texto puede definirse por una práctica (sin ningún riesgo de represión): lugar y tiempo de lectura: casa, provincia, comida cercana, lámpara, familia –allí donde es necesaria–, es decir, a lo lejos o no (Proust en el escritorio perfumado por las flores de iris), etc. (Barthes, 2004: 83).

Confrontado (si es que uno puede acostumbrarse a eso) por el vértigo de la página en blanco, el investigador trata de vérselas con el vacío, con lo aún no dicho. Y es que «*la crítica se ejerce siempre sobre textos de placer, nunca sobre textos de goce*» pues precisamente «*la presentación del goce le está prohibida*» (Barthes, 2004: 36). Y los videojuegos son textos goce. Se quieren en soledad (o solo con la compañía de aquel que también está enganchado), alejados lo máximo posible de las interrupciones de la vida.

Textos de goce. El placer en pedazos; la lengua en pedazos; la cultura en pedazos. Los textos de goce son perversos en tanto están fuera de toda finalidad imaginable, incluso la finalidad del placer (el goce no obliga necesariamente al placer, incluso puede aparentemente aburrir). Ninguna justificación es posible, nada se reconstituye ni se recupera. El texto de goce es absolutamente intransitivo (Barthes, 2004: 83).

Si el texto de goce es intransitivo es porque el goce es efecto de la pulsión de muerte freudiana, ese impulso anidado en el lenguaje que entorpece el éxito de la civilización. Si algo nos enseñan los descubrimientos freudianos es que la cultura no puede desterrar el goce. Es más, la inocencia y la pasión por ignorarlo puede resultar un

acto peligroso. Por ello, consideramos que cualquier tarea de inclusión de los estudios de los videojuegos en nuestra cultura académica no puede dejar de atender los efectos de goce por los que funcionan los videojuegos.

El investigador tiene el hábito de analizar y criticar los textos donde encontró placer, uno suele investigar lo que de antemano, de un modo u otro lo ha encandilado, lo ha escogido. Pero si además se atreve a abordar aquello con lo que goza es muy posible que su investigación se torne más humilde, incómoda y franca.

En este sentido, proponemos mirar de cerca la *cantera* que se está creando en el Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona) donde a la estela de Carlos A. Scolari, Xavier Ruiz Collantes, Óliver Pérez Latorre y Manuel Garin Boronat, entre otros, erigen su trabajo combinando una sesuda fundamentación teórica y narrativa con su goce lúdico y hábito de juego.

En el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I (Castellón) nos encontramos en esta tarea, siempre impulsada por Javier Marzal Felici. Cada uno, desde su especificidad, nos encontramos buscando un acercamiento particular a los videojuegos. Esta investigación en concreto busca continuar la elaboración teórica que Jose Antonio Palao (2004) propuso para una genealogía de la imagen occidental y aplicarla al videojuego. La tarea no es fácil, sobre todo, porque posiblemente aún nos falte distancia y perspectiva sobre el videojuego como objeto importantísimo de nuestra cultura visual. Sin embargo, toda genealogía parte del presente para hacer una suerte de arqueología, mirar al pasado y desvelar que éste no tiene un fundamento esencial sino contingente. Así, la perspectiva genealógica no pretende hacer una historia natural de los medios de representación y de comunicación sino vislumbrar sus condiciones de aparición.

2. En una cadena desilusiones

Palao (2004) lee la historia de los medios de representación y de comunicación como un profundo efecto de decepción del sujeto con el paradigma científico. La ciencia moderna proponía hacer accesible

y dócil el mundo a la representación pero esto *aún* no se ha cumplido para el sujeto espectador. Dicho de otro modo, la fotografía, el cine, la televisión e internet buscaron capturar el ente pero ninguno lo consiguió:

La fotografía creyó poder fijar el ente en una imagen objetiva garantizada por su registro mecánico, el cual se consideraba un avance respecto a la temblorosa imprecisión del arte pictórico. Pero, el movimiento se le escapaba. El cine pudo generar la ilusión de captar, entonces sí, el ente fugaz. Sin embargo, *solo* eso, una ilusión: el movimiento era una construcción discursiva en secuencia. La televisión, primer medio de representación que se convirtió en un medio de comunicación masivo, creyó haber superado la elaboración enunciativa del montaje cinematográfico con el directo. Pero la televisión, más que otro medio, mostró que el espectáculo decimonónico –que se mostraba sobre todo en lo teatral– continuaba anidado en un mundo que se pretendía objetivo. El *ahora* del directo señalaba que estar más cerca de los hechos no implicaba que estos tuvieran sentido. La llegada de internet llegó con muchas promesas libertarias en tanto que se creía que la interactividad derribaría la autoridad de una entidad emisora, convirtiendo a la audiencia en usuario (García Catalán, 2012)

En esta cadena genealógica de *des-ilusiones* que teoriza Palao (2004) a propósito de la iconicidad occidental se instala *el videojuego*. A partir de aquí nos serviremos de la retórica publicitaria de PlayStation para tratar de leer en sus enunciados las promesas que nos está haciendo el videojuego como ultimísimo estadio de la imagen.

3. Somos todos jugadores

Una particularidad radical de los videojuegos es que *no se proponen ni como mass media* (como la prensa, la televisión o internet) *ni siquiera eminentemente como un medio de representación* (como la pintura, la fotografía o el cine) *sino como un juego*. Por ello, *Play* se convierte en su imperativo fundamental. Las piezas publicitarias para la PS3 (2010-2011) toman a éste como el eje de sus campañas. Así el eslogan propone un enunciado universal seguido de un imperativo: *Somos todos jugadores. Vive en estado Play*. Con la canción “Young at Heart” de Frank Sinatra de fondo Playstation se inmiscuye en el clásico ejercicio

publicitario de presentar una rutina diaria ligeramente permutada por un estado o un sentimiento que vincula al producto con el target. El spot permuta a un hombre de negocios por un bebé entrajado para solicitar a su público que deje resurgir “su niño interior” para recuperar cierta fascinación por el día a día.



Para justificar este mandado, “Vive en estado Play”, y proyectar sus pretensiones universalistas acude a argumentos evolutivos. Esto lo hace literalmente al hacer hablar a un neandertal que encuentra un equipo de exploración polar: *“Está en nuestro ADN, todos queremos ganar. Si hablamos de evolución, yo les gané a todos estos monitos”* mientras le sigue el slogan “Somos todos jugadores. Vive en estado play”. Ahora bien, este enunciado inclusivo demanda y queda sostenido en un goce solitario.



4. A solas

Para publicitar la PS2 Playstation escogió un tono obsceno e irreverente para señalar la Play como instrumentos de un juego a solas. Esto lo plasma una gráfica en la que se presenta una secuencia clásica de Kamasutra en la que el hombre falta, por lo que la mujer es obligada a entretenerse pintándose las uñas, haciendo papiroflexia o calceta. Obviamente, al hombre se le supone fuera de campo jugando a la Play. De este modo, el juego Play se señala como más satisfactorio que el juego sexual (del que el Kamasutra resulta la brújula más popular).



Aún así, las estrategias comunicativas de PlayStation insisten en el carácter sexual de su producto. De hecho, la publicidad se desinteresa y elimina el propio cuerpo para quedarse con su función de fetiche. También para la PS2 se publicaron gráficas que emplazaban los símbolos de los botones de la Play en el lugar del objeto sexual. En una de ellas un hombre en calzoncillos hincha estos símbolos que cumplen la función de una muñeca de plástico. En otra una mujer es sorprendida por su esposo con tales objetos. En otras dos gráficas, es la ropa interior femenina la que, adoptando la forma de los botones de la Play, tienen prendados a los hombres. En todos los ejemplos los espacios están desordenados, desatendidos lo que anota que el contexto, ni el inmediato familiar, ni el social, importan. Son los símbolos los que disuelven el antropomorfismo, suficientes como

compañía evocando que aunque somos todos jugadores hay algo en el goce del juego que se hace en soledad.



5. Cultura en pedazos

Citábamos a Barthes señalando cómo los textos de goce señalan una cultura en pedazos. Pues bien, PlayStation es literal al respecto. Con la cancha creativa que supone una retórica urdida en la disolución de los límites de la vida y de la muerte, como desarrollaremos en adelante, despedaza también el cuerpo. En una gráfica para la PS2 se nos presenta a un chico cuya cabeza trata de encajar a modo de cubo de Rubik. En otra, la cabeza se abre, con un corte visual limpio. El cerebro es tan solo uno de los múltiples elementos de un engranaje complejo apuntando que para los videojuegos es más importante la destreza que la inteligencia.



Otra imagen nos presenta un cuerpo con un carro de supermercado tratando de elegir su cabeza indicando los múltiples avatares que ofrece el mercado. Otra nos ofrece una irreverente orgía de morfologías humanas desproporcionados que comparten jolgorio, éxtasis. La escena persigue el despropósito: el cerebro es algo que se bate, y el corazón es algo que se fríe. De este modo, la diversión es capaz de superar y burlarse de los ideales de la inteligencia y la emoción (y de la inteligencia emocional que demanda la época). A lo festivo no le interesa la sensibilidad. En este punto PlayStation lleva hasta el límite la imagen retorizada

La imagen retorizada, en su lectura inmediata, se emparenta con lo fantástico, el sueño, las alucinaciones: la metáfora se convierte en metamorfosis, la repetición en desdoblamiento, la hipérbole en gigantismo, la elipsis en levitación (Durand, 1972: 83)

Otra imagen nos presenta un cuerpo con un carro de supermercado tratando de elegir su cabeza indicando los múltiples avatares que ofrece el mercado. Otra nos ofrece una irreverente orgía de morfologías humanas desproporcionados que comparten jolgorio, éxtasis. La escena persigue el despropósito: el cerebro es algo que se bate y el corazón es algo que se fríe. De este modo, la diversión es capaz de superar y burlarse de los ideales de la inteligencia y la emoción (y de la inteligencia emocional que demanda la época). Y es que a lo festivo no le interesa la sensibilidad.



La imagen retorizada, en su lectura inmediata, se emparenta con lo fantástico, el sueño, las alucinaciones: la metáfora se convierte en metamorfosis, la repetición en desdoblamiento, la hipérbole en gigantismo, la elipsis en levitación (Durand, 1972: 83)

6. Vidas y muertes

Trascender la vida y la muerte implica una actitud hacia el relato: permite sortear el límite simbólico que impone el texto. En este punto, los videojuegos celebran lo posmoderno. En su ensayo “La muerte del autor” Roland Barthes, además de arrebatarse al autor el sentido de la obra en la medida en que éste se actualiza en su intérprete, sostiene que «rehusar la detención del sentido es, en definitiva, rechazar a Dios y a su hipóstasis, la razón, la ciencia, la ley» (1987: 69-70). La potencia que otorga la interactividad reside fundamentalmente no solo en la capacidad de acción sobre el texto sino que éste parece entregarse eternamente inacabado.

Mi experiencia es la de jugar desde 2007 hasta la actualidad alcanzando una buena posición en todas las actividades y desarrollando diferentes personajes en las facciones, razas y clases disponibles. Aún así, tal es la densidad de elementos que componen el universo de este juego que incluso tras el paso de todo ese tiempo con un contacto frecuente con el juego y los jugadores no puedo pensar que tenga un dominio claro del mismo, ya que no dejan de desvelarse sesión a sesión aspectos nuevos cuyo conocimiento o desconocimiento resulta relevantes para el desarrollo del juego. Pero este aspecto incontrolable resultará una característica de la naturaleza del juego con una finalidad tan simple y poderosa como que el juego ofrezca la sensación de que nunca se acaba (Sáez Soro, 2009: 208)

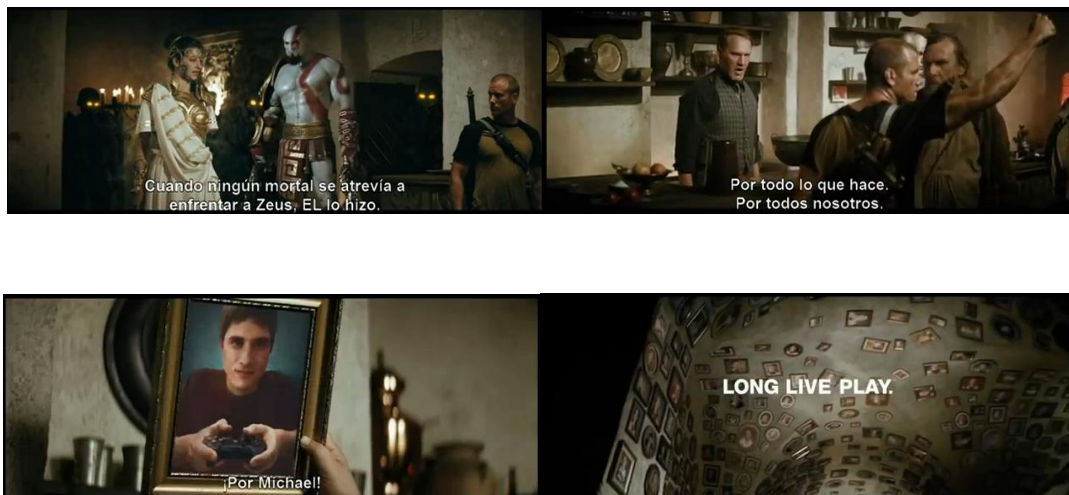
El testimonio de este jugador (que también es investigador) indica cómo la hiperestructuración del código de los videojuegos genera el semblante de texto inacabado y éste, a su vez, reviste de potencia al jugador. La publicidad de PlayStation trabaja este argumento de nuevo con un intercambio retórico de roles con pretensiones chocantes y cómicas. Un anuncio gráfico genera una permutación inversa al spot del bebé, encuadrando un parto en el que asoma un adulto en lugar de un bebé. En otra publicidad gráfica muestra la tumba de un niño con la inscripción de ocho fechas distintas de fallecimiento. Este chiste irónico instalado en lo macabro permite a Play burlarse del límite de lo existencial e incluso de lo místico.



La muerte se presenta como límite sobornable, por lo que no hay lugar para su escritura ni tiempo para lamentar la ausencia. El control que tiene el usuario en la experiencia inmersiva en la obra electrónica impide o mitiga cualquier poder catártico o trágico del texto. Como apunta George Steiner en *La muerte de la tragedia* (2001) cuando las causas del desastre son temporales y puede ser resuelto con medios técnicos o sociales, hay teatro dramático, pero no tragedia. Y es que la tragedia tiene por condición que es irreparable y sin compensación. Sin embargo, los videojuegos encomiendan la responsabilidad y la inevitabilidad de la tragedia al usuario, que, por tanto, queda emplazado en el lugar del héroe.



7. Cuando *Dios ha muerto* o el *Otro no existe...* ¡Michael! El jugador en el trono



El spot *Long live play*¹⁸ (2011) para la PS3 se propone hacer honor a los juegos de PS mientras, a su vez, estos entronizan al usuario. Observamos reunidos a los distintos héroes de videojuegos que cuentan cómo en sus hazañas siempre hubo alguien que los salvó: el jugador. Transcribimos la parte final del spot: “Cuando ningún mortal se atrevía a enfrentar a Zeus, él lo hizo [...] Estaba acorralado en una playa abandonada por Dios. Desde donde estaba, podía recibir un disparo de cualquier lado. Pero si me levantaba, la muerte era segura. Hasta que un hombre salió adelante: Michael. [...] ¡cuando el mundo se vuelve loco! [...] Michael, por Michael, por todo lo que hace por

¹⁸<http://www.youtube.com/watch?v=ncefXjHjACI&feature=related>

todos nosotros. ¡Por Michael!”. Con tono ascendente, heroico y triunfalista los personajes encumbran al jugador como último tramoyista de la representación, más que el mismísimo Dios. *Michael*, el jugador cualquiera, no solo contempla la historia sino que en la época en la que se dice que *Dios ha muerto* o que el *Otro no existe* el jugador responde, actúa, salva. De ahí el slogan escogido: *Long Live Play*. Las consecuencias del tono épico acaban leyéndose místicas.

Con todo, una de las ideas basilares que pretendemos exponer aquí es que los videojuegos, como estadio de la imagen occidental, aprovechan la impotencia que el sujeto contemporáneo siente frente al curso del mundo para recalar sus efectos en la potencia que ofrece el juego. Aunque parezca una obviedad o un decir de sentido común señalar que los videojuegos ofrecen al usuario el ideal de la potencia no es tan obvio o usual decir que esta demanda de potencia se anida en la voluntad despolitizadora y consensual de nuestra época. Y es que una de las ideas contemporáneas más contundentes sobre la que se sostiene la hegemonía del discurso capitalista es la siguiente: el mundo parece no poder transformarse y es tan basto y su lógica tan compleja que hay que aceptarlo, velar por su consistencia y su buen funcionamiento. Esta idea está soportada en gran parte por pragmatismo norteamericano: un horizonte consensual basado en la felicidad y un apaciguamiento del antagonismo con pretensiones inclusivas¹⁹. Como apunta Rancière se considera que “una sociedad solo puede progresar socialmente, es decir, todos juntos y en orden” (2009: 153).

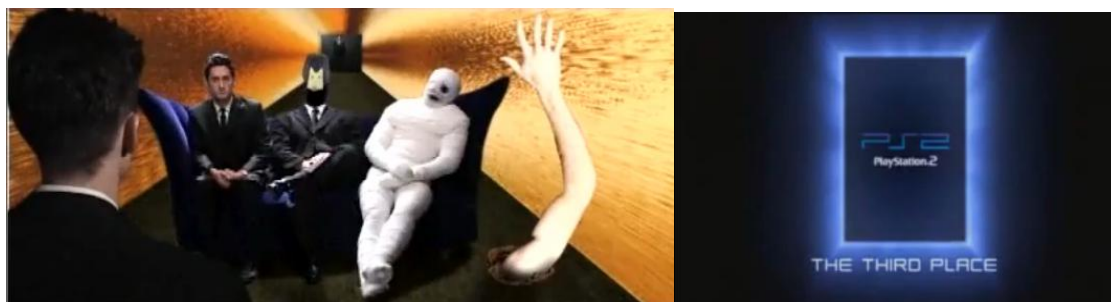
Ahora bien, *esta potencia del sujeto requiere del juego y del espectáculo y es a través de estos donde se cuestionan los ideales de nuestra época*. Al reivindicar el goce en lo social los videojuegos contemporáneos cuestionan los discursos bienintencionados y el exceso de sentido sobre los que pretende legitimarse el amo contemporáneo. Los videojuegos se atreven, pues, a señalar lo peor de nuestra cultura y hablar de lo peor es un acto bueno, conveniente. El canallismo de la

¹⁹“La sociedad democrática moderna quiere borrar de su horizonte la realidad de la desgracia, de la muerte y de la violencia, buscando integrar, en un sistema único, las diferencias y las resistencias. En nombre de la globalización y del éxito económico, intentó abolir la idea de conflicto social” (Roudinesco, 2000; 17).

retórica publicitaria de PS promueve un gesto subversivo al no participar de los ideales encarados al bien.

8. LIVE IN YOUR WXRLD. PLΔY IN □URS: No piensan otra cosa las pulgas

La PS2 escogió a David Lynch para para crear la serie de spots²⁰ para su campaña *The Third Place*. Todos ellos son imbuidos por el universo pesadillesco de Lynch donde se invita al espectador a adentrarse en el universo de PlayStation con cambio de lugares y reglas, rupturas de identidad y muchos otros desafíos de la lógica del principio de realidad.



El eje de la campaña se concreta en el slogan: “The third place” (La tercera dimensión). Esta llamada a una nueva dimensión sigue la estela del reclamo libertario que ensayó en el spot “circo de pulgas” a través de un ejercicio irónico en el que se dan instrucciones para adiestrar pulgas²¹: *“Para amaestrar pulgas se meten dentro de un bote de cristal y se cierra bien la tapa. Se las deja así durante tres días. Cuando se abra la tapa las pulgas no saltarán del tarro. De hecho, las pulgas nunca saltarán por encima del nivel marcado por la tapa. Su comportamiento se ha condicionado para el resto de sus vidas. Y cuando se reproduzcan su descendencia seguirá automáticamente*

²⁰<http://www.youtube.com/watch?v=T4tOvkvCvwQ>
<http://www.youtube.com/watch?v=Lj33FDtRUXU>
<http://www.youtube.com/watch?v=Z06X8mmMtZI&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=Ifq4AQppdVY>

²¹<http://www.youtube.com/watch?v=r00q9h6odLM&feature=related>

su ejemplo”. El gag queda resuleto con el sello del logo de la PS2 y el slogan: “el otro lado”.

En el spot, posiblemente de los más críticos de PlayStation, la marca se ofrece como una luz azul y salvífica *al otro lado del espejo* (como metaforiza Lewis Carroll) o *al otro lado de las sombras* de la caverna platónica. Así, PlayStation queda del lado de la libertad, de la inteligencia y del misterio.



Ahora bien, no puede haber acción subversiva que no esté dispuesta a asumir consecuencias y si algo parece quedar claro es que el universo PlayStation no las quiere. Pese a que se dispone a abrir al jugador un universo imaginario ilimitado, debe asegurar que éste queda a salvo de las lógicas terrenales de la existencia. Precisamente otra campaña para la PS2 toma como eje la irresponsabilidad que puede permitirse el jugador. Su eslogan reza: “LIVE IN YOUR WXRLD. PLAY IN □URS” (Vive en tu mundo, juega en el nuestro). En uno de sus spots²² escuchamos el siguiente testimonio de un boxeador: “...*mi verdadera lucha no está en un ring sino en esa otra vida que nunca termina, donde puedo vivir mil veces, donde puedo llorar sin lágrimas, donde los golpes no duelen en el cuerpo sino en alguna parte del alma, esa vida en la que puedo ser todo lo que siempre quise ser porque para mí una vida no basta*”. El relato sublima, así, el espacio de juego, señalándolo como un espacio de redención. El espacio de juego se entiende, así, como un espacio descorporeizado y, por tanto, sin consecuencias éticas para el jugador. Esta es una propiedad fundamental del universo lúdico.

Todo juego define un mundo, un mundo lúdico, encapsulado, autodefinido y autosuficiente, un mundo en el que determinados sujetos realizan acciones y donde ocurren acontecimientos, todo lo

²²<http://www.youtube.com/watch?v=EV-A6fnv1UA>

cual genera un desarrollo narrativo que acontece en el interior de un paréntesis en el transcurrir del “mundo de la vida”. Se trata de un mundo en el que ocurren historias dotadas de sentido pleno y, a la vez, intrascendentes respecto al mundo exterior al juego (Ruiz Collantes, 2009: 18)

Así, el enunciado “YOUR WXRLD. PLΔY IN □URS” tumba cualquier intención libertaria o subversiva que PlayStation pudiera desarrollar en sus campañas que invitaban *a otro lado*. En este punto el entretenimiento se promete como espacio que permite a los sujetos soportar (y no cuestionar ni cambiar) el mundo en el que viven. De hecho, es hilarante la rima que ofrece el spot “Fun, anyone?” con el spot “circo de pulgas”. Advertimos masas de gentes congregándose metaforizando el juego on-line como esas pulgas que ni siquiera imaginaban poder salir del tarro. El slogan proclama y responde: “Fun anyone? Play the world online”²³ (¿Alguien se quiere divertir? Juega el mundo online).

La gente se amontona, no se suma o se organiza, sino que se agolpa hasta crear una montaña de cuerpos humanos. Ese “*fun anyone?*” supone una invitación a cualquiera, a un usuario otro. Y lo que sigue “*Play the world online*” se puede leer como una continuación de las consecuencias del slogan LIVE YOUR WXRLD. PLΔY IN □URS. Así parece permitir: *Vive en tu mundo y juega en el nuestro y, en todo caso, si juegas en tu mundo, que sea online, sin consecuencias, sin lazo social, sin cambios (para las pulgas).*



De este modo, la retórica publicitaria de PlayStation aunque es aparentemente subversiva destila cierto gusto por seguir ignorando la

²³<http://www.youtube.com/watch?v=oCqWQZ8RDYI&feature=related>

posible invención de un mundo mejor. El lector puede objetarnos que es lógico, que tan solo se trata de la publicidad de videojuegos. Sí, es así, pero arrastra consigo toda una serie de connotaciones que avivan el estado adormecido del sujeto contemporáneo. No olvidemos que cada medio de representación o estadio de la imagen conlleva unas promesas para que el sujeto se relacione con la representación y, por tanto, con el mundo; y los videojuegos aprovechan la impotencia del sujeto contemporáneo frente a los acontecimientos para prometérsela en el juego (en el texto). Sin embargo, esa potencia, siempre queda enmarcada en un universo de ficción pretendidamente lo más alejado posible de lo real.

Por ejemplo, siguiendo con la dialéctica entre el mundo, la vida y el juego la nueva PlayStation Vita se está lanzando bajo el slogan “The World is in play” (el mundo está juego). No es coincidencia que éste enunciado aparezca en un momento en el que el mundo capitalista se presenta inestable y en constante cambio. Se trata de un indicio de gran poder retórico que reclama la atención del espectador aunque luego se mitiga y matiza: “The World is in play. PS Vita es otro mundo”. Así, el mundo está en juego pero PlayStation te propone otro mundo donde escapar. Es este doble filo entre lo subversivo y lo reaccionario, entre la impotencia y la potencia lo que indica el carácter perverso de la retórica publicitaria de PlayStation.

9. Profecía: habrá consecuencias

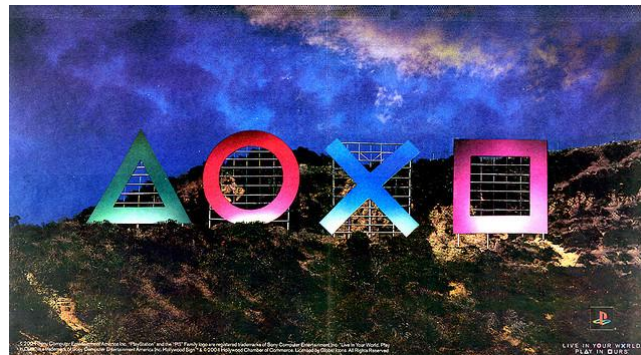
Con todo, la promesa genealógica de la potencia y el poder del jugador deberán disolverse para que el videojuego avance como medio expresivo. La madurez de un arte requiere de la habilidad para explorar aquello que no le es formalmente propio y explorar sus límites expresivos. Por ello mismo la vanguardia, entendida como la corriente estética más avanzada a su tiempo, se propone como una emancipación de las obviedades que cada medio impone y trabajan en contra del sentido común. Por ejemplo, el cubismo busca a través de sus formas el movimiento del que la pintura carece o John Cage privilegia el silencio en su universo sonoro. También hemos visto que desde el punto de vista genealógico la aparición de un nuevo medio de representación siempre llega con las pretensiones de solucionar y ofrecer al público (lector, espectador o usuario) aquello que *faltaba* en

el anterior. Desde aquí no podemos hacer profecía de los avatares de nuestra cultura visual pero sí es cierto que aunque los videojuegos hayan encontrado su éxito inicial por la fascinación que producen las diversas formas de interactividad y la novedosa actitud textual que plantean, si quieren tomar entidad deberán hacer de la condición de la potencia-impotencia un recurso de discurso, un arma para el relato jugado. Y es que para que haya juego algo debe ponerse en juego, algo debe arriesgarse.

Quizá la madurez de la narrativa digital pasaría, en parte, por liberarse de su inicial “fascinación” por la interactividad, del mismo modo que el cine se fue liberando de su inicial fascinación por la representación de la imagen en movimiento (p. ej. en las películas de Douglas Fairbanks o Buster Keaton), e intentar abordar problemas expresivos opuestos o, al menos, más lejanos, como la inacción, la sensación de impotencia y, sobre todo, la tragedia. En este sentido, una obra como *Half-Life*, que expresa la tragedia en un medio basado en la interactividad y en la potencialidad como es el relato digital, cobra un gran interés estético en el campo del videojuego narrativo (Pérez Latorre, 2006: 16).

Que habrá consecuencias es una profecía textual que no solo lanzamos algunos analistas de los videojuegos sino que ésta parece implícita desde la propia publicidad de PlayStation. La marca, resuelve una gráfica en la propia campaña de “LIVE IN YOUR WXRLD. PLΔY IN □URS” en la que los botones de la PlayStation sustituyen el letrero de Hollywood en la emblemática colina del barrio de Los Ángeles. Este acto de sustitución supone un atrevimiento retórico que reta al cine como la industria cultural de entretenimiento más potente. Pero si algo nos ha enseñado el cine es que tiene efectos y que las ficciones (y cada juego es una ficción) tienen consecuencias. Éstas no (siempre) son directas sino dilatadas y serias. Todo acto de escritura, juego y ficción implica un acto de modelización del mundo, convence de algo. De modo que no se puede vivir en un mundo y jugar en otro porque todo juego (como acto de escritura y de ficción) toca y connota el mundo. Esto es algo de lo que es más que consciente David Lynch, quien sitúa en Mulholland Drive, precisamente la última curva antes de entrar en Hollywood, el arranque accidental de su film (2001) que precisamente vive los efectos de los sueños hollywoodienses. Baudrillard afirmó en *America*

que Mulholland Drive es el punto de entrada de los extraterrestres. Y no erra pues es en el linde de la ficción donde entra la alteridad, el otro lado, otra dimensión. Y entra para instalarse, para *convencer* de que es real y no se va jamás.



Referencias bibliográficas



- Barthes, Roland (2004): *El placer del texto y lección inaugural*, México: Siglo XXI Editores.
- Barthes, Roland (1987): “La muerte del autor” en *El susurro del lenguaje*, Barcelona: Paidós.
- Durand, J. “Retórica e imagen publicitaria” (1972) Ed. Lumen. Contemporáneo.
- Murray, Janet (1999): *Hamlet en la holocubierto, el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona: Paidós.
- Palao, Jose Antonio (2004): *La profecía de la imagen-mundo: para una genealogía del paradigma informativo*, Valencia: Ediciones de la Filmoteca (Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay).

- Pérez Latorre, Oliver (2006): *Teorías del Videojuego. Una aproximación al videojuego como objeto comunicativo. Tesina dirigida por Dr. Xavier Ruiz Collantes y Dr. Xavier Berenguer y defendida en la Universitat Pompeu Fabra.*
- Ruiz Collantes, Xavier (2009): “Marcos jurídicos de mundos lúdicos. Tipologías de reglas en juegos y videojuegos” en *Comunicación*, N° 7, Vol.1, págs. 16-36.
- Sáez Soro, Emilio (2009): “Videojuegos de universos persistentes. La comunicación en la construcción de una vida virtual” en *Comunicación*, N° 7, Vol.1, págs. 205-221.
- Steiner, George (2001): *La muerte de la tragedia*, Barcelona: Azul Editorial.



A/pp/rcade.Mecánicas de juego en los dispositivos móviles

Marta Martín Núñez, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. Introducción, objetivos y metodología

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, los videojuegos han experimentado una gran evolución en dos sentidos opuestos. La mejora exponencial de las especificaciones técnicas de las consolas y ordenadores ha permitido la oportunidad a los desarrolladores de crear producciones mucho más complejas, que se desarrollan en tiempo real. Mejores gráficos, mayor calidad de audio o más espacio de disco han permitido introducir personajes de apariencia y movimientos más orgánicos, bandas sonoras muy cuidadas, o gráficos 3D con los que generar escenarios fotorrealistas. Los esfuerzos se dirigen a crear experiencias más inmersivas, que van de la mano de la introducción en el hogar de televisiones más grandes y la recepción tridimensional estereoscópica. Pero, al mismo tiempo, las *game apps*, videojuegos de gráficos sencillos y mecánicas de juego simples que recuerdan a los primeros juegos arcade para dispositivos móviles inteligentes (*smartphones* y tabletas) han florecido con la generalización de estos dispositivos. En este entorno, los videojuegos han encontrado otro espacio, otra pantalla, de características

diametralmente opuestas a las de las grandes producciones dirigidas a un entorno doméstico, para ser jugados en movilidad, con conectividad, en cualquier momento y lugar en pantallas táctiles y aprovechando la información contextual del usuario.

El mercado de las aplicaciones, que hace solo unos pocos años se ninguneaba y no merecía un especial interés es hoy una gran industria. Un vistazo rápido a las cifras es suficiente para darse cuenta de ello. El 19 de noviembre de 2012 Apple celebró de forma no oficial la activación de la *app* un millón, desde su apertura en julio de 2008. De este millón de *apps*, 158,848 han sido juegos. Y de las 763,247 *apps* activas hoy en día, 120,065 (alrededor de un 16%) son juegos. La tienda virtual de Apple tiene en estos momentos 400 millones de clientes que han descargado 35 billones de descargas en sus cuatro años de vida. Otro dato escalofriante es que el 90% de las *apps* en la Apple App Store se descargan al menos una vez al mes, y el usuario medio utiliza unas 100 *apps*. Y estos datos si solo tenemos en cuenta a Apple. Google, su firme competidor, aloja en su Play Store (curioso nombre) otras 675,000 *apps* y cuenta con unos 25 billones de descargas (Brian, 2012: *online*).

En las próximas páginas presentamos una primera aproximación a la investigación de los nuevos medios vinculados a los dispositivos móviles inteligentes en el ámbito de los videojuegos, por lo que los objetivos planteados son modestos y se retomarán en investigaciones posteriores, complejizándolos paulatinamente. Así, el objetivo aquí es explicar los motivos por los cuales las lógicas de los juegos arcade triunfan en las *game apps*, valiéndonos para ello de las propias características de las *game apps* entendidas como *pervasive media*. Los objetivos, pues se concretan en dos cuestiones básicas:

1. Contextualizar el fenómeno de las *game apps* en el marco de los *pervasive media*, la convergencia tecnológica y las dinámicas industriales para analizar los motivos de éxito.
2. Definir los puntos en común entre las mecánicas de juego de las *game apps* para dispositivos móviles y los juegos arcade y las novedades que estos aportan para entender los motivos que los han llevado al éxito.

Para alcanzar estos objetivos será necesario contextualizar, en primer lugar, las *game apps* en el entorno de los *pervasive media*, para a partir de ahí extraer las características principales y analizarlas en relación a los juegos arcade, viendo en qué medida utilizan sus lógicas y en qué medida las superan. Esta caracterización se ilustrará con ejemplos de juegos para enriquecer el análisis.

2. Las cuartas pantallas: las *game apps* como *pervasive media*

La violenta irrupción de los dispositivos móviles inteligentes en la vida cotidiana ha revolucionado el panorama de los medios. Si como indica Cebrián Herreros, «primero existió la pantalla de cine (Cebrián, 1994), luego, la segunda, la de televisión y vídeo (Cebrián, 1990), posteriormente, la tercera, la pantalla del ordenador e Internet (Cebrián, 2010) y ahora la cuarta, la de las tabletas y demás dispositivos de teléfonos móviles» (2011: 18), es necesario detenerse a analizar qué novedades aportan estas cuartas pantallas respecto a las anteriores antes de poder analizar los productos que se pueden disfrutar en ellas. Es importante tener en cuenta que «la pantalla ya no resulta un espacio cerrado de exposición de datos; la pantalla debe concebirse como un campo abierto de acontecimientos, como un no lugar desterritorializado capaz de convertir al usuario en el auténtico actor de la aplicación» (Alberich, 2005: 211).

Podemos resumir las características distintivas de estas pantallas en cinco cuestiones que suponen una revolución respecto a todas las anteriores, incluso a las terceras pantallas, las más próximas: 1) movilidad, 2) conectividad, 3) ubicuidad, 4) tactilidad y 5) toma de conciencia del contexto situacional del usuario (*context awareness*, en inglés). A continuación nos detendremos en cada una de estas características para analizar qué aportan al usuario. No obstante, antes es necesario definir la etiqueta que agrupa estos medios, *pervasive media* o *locative media* (Galloway y Ward, 2008: *online*).

Los medios diseñados para los dispositivos móviles inteligentes se agrupan bajo la etiqueta *pervasive media* o *locative media* que se puede definir como aquéllos medios digitales que utilizan sensores y/o redes móviles o inalámbricas para acercar contenido al usuario (cine,

música, imágenes, juegos...) que tiene en cuenta su situación (dónde se encuentra, cómo se encuentra o con quién se encuentra, por ejemplo) para darle una respuesta basada en su contexto situacional. Sus dos características principales son, por una parte, que estos medios utilizan la tecnología para entender algo sobre la situación del usuario y responden basándose en esa información y, por otra, que utilizan los medios digitales para *aumentar* (establecer un puente con) el entorno físico, y viceversa (Pervasive Media Studio, 2012: *online*). Como indican Dovey y Fleuriot,

«Hubo un día en que inventamos los medios de comunicación para la sociedad de masas; en los últimos veinte años hemos pasado a los medios de comunicación en red, y por ahora ahí nos quedamos. Pero dentro de poco, como los tecnofuturistas quieren hacernos creer, nos encontraremos en la era de los medios omnipresentes (*pervasive media*), donde los dispositivos inteligentes ofrecerán «los medios adecuados, en el momento adecuado y en el lugar adecuado» (Dovey y Fleuriot, 2011: 67).

Las *game apps*, como productos diseñados para estas cuartas pantallas, introducen estas características en sus mecánicas de juego. Tienen en cuenta el contexto situacional de un usuario en movimiento, conectado a la red, que lleva su dispositivo táctil siempre encima para ofrecer productos adaptados a este nuevo contexto de juego. El jugador ya no está en el salón de su casa, dedicando toda su atención a una experiencia inmersiva en pantalla grande con su consola doméstica capaz de ofrecer renderizaciones en tiempo real y gráficos excepcionales, sino que puede estar esperando al autobús, en la consulta del médico, en un bar esperando a amigos o simplemente, en casa con una pantalla de unas 3,5 pulgadas. Su contexto va a marcar su experiencia, y los juegos deben adaptarse a ese contexto para generar experiencias atractivas para los usuarios.

Es por ello, quizá, que el mercado de los juegos para dispositivos móviles haya encontrado en los juegos arcade, ya casi olvidados o recordados solamente como productos de culto, una nueva inspiración, generando una sinergia anacrónica. Los juegos arcade fueron los primeros juegos comercializados en los años 70 y 80 y notaron un descenso significativo de popularidad con la aparición de las consolas domésticas con gráficos tridimensionales.

Los juegos arcade toman su nombre de los juegos que se podían jugar en las primeras máquinas que se encontraban en los salones recreativos y funcionaban con monedas. Hoy se entienden como un género de videojuegos en sí mismo que abarca otros subgéneros (como puedan ser los juegos deportivos, los simuladores, de carreras, de acción, de peleas, de plataformas, o *shooters*). Estos juegos se caracterizan por sus mecánicas sencillas, que no responden a las leyes físicas de la realidad y cuya dificultad aumenta progresivamente en cada pantalla sin que la historia o los personajes aumenten su complejidad, lo que les propicia un componente adictivo, por la necesidad de superación del jugador.



Fig. 1. Nueva sección Retro Games en la App Store

Estas características hacen que se adapten perfectamente al tipo de juegos apropiados para jugar en los dispositivos móviles. Tal es su éxito, que la Apple App Store ha inaugurado una nueva sección dedicada a juegos retro –que se suma a las otras cinco categorías de juegos ya existentes (de aventura, de rol, conquistar el universo, intergalácticos y de ingenio)– donde se pueden encontrar *remakes* de los juegos arcade originales y nuevas propuestas de este género diseñadas específicamente para los nuevos dispositivos. Treinta años separan la creación de unos y otros, y aún así comparten cuestiones básicas relacionadas con las mecánicas de juego y el *gameplay*.

Ahora bien, ¿cuáles son los motivos de esta sinergia? ¿Qué novedades aportan los dispositivos móviles a los clásicos juegos arcade? ¿En qué medida las mecánicas de juego simples, las historias sencillas y la estructura de plataformas adquieren un nuevo valor en los dispositivos móviles inteligentes por sus nuevas características? En las páginas siguientes intentaremos arrojar algo de luz sobre estas cuestiones.

2.1. Movilidad

La movilidad es el rasgo fundamental de las cuartas pantallas, o, como hemos venido nombrándolas, dispositivos *móviles* inteligentes, por ello es también el primer rasgo que cabe mencionar. La movilidad, además, es un rasgo que no estaba presente en ninguna de las otras pantallas –si exceptuamos los ordenadores portátiles, que como su nombre indica son dispositivos que se pueden trasladar de un lugar a otro pero que no se suelen usar en movimiento–. Por ello, las implicaciones de interactuar con una pantalla en movimiento son enormes, ya que por primera vez, el contexto del usuario es totalmente impredecible. El entorno de un espectador de una pantalla de cine, abrigado por la oscuridad de una sala preparada para el disfrute exclusivo del film, es un entorno totalmente controlable, que ya se rompe con el entorno doméstico o de trabajo de la pantalla de televisión o la del ordenador personal, pero no con el mismo grado de impredecibilidad que con la pantalla de un dispositivo. Por ello, como indican Dovey y Fleuriot,

«El usuario no se encuentra en el teatro, ni siquiera en el salón. Está por el mundo, entrando y saliendo de los edificios,

siguiendo una ruta, haciendo un viaje; el sensorio se abre a todo un espectro de estímulos que compiten por la atención de la minúscula pantalla reflectante y los auriculares tipo botón que nos permiten escuchar al mundo y a nuestra banda sonora de él. Para crear con éxito una experiencia significativa que combine los significados que la ingeniería le da al contexto y la experiencia humana con el contexto, se requiere un conjunto nuevo de habilidades creativas (Dovey y Fleuriot, 2011: 75).

En este contexto, las *game apps* aprovechan la capacidad de movimiento del usuario para introducir elementos de geolocalización en los juegos y así interactuar con el espacio físico real en el que se encuentra el individuo. Juegos como *Geocaching* (Groundspeak, 2012), en el que hay que cazar diferentes objetos reales que se encuentran escondidos por otros jugadores en todo el mundo o *Turf Wars* (Mean free Path, 2009) que consiste en combatir por un territorio real en la pantalla del dispositivo móvil cumpliendo diferentes misiones, aprovechan la capacidad de movilidad e interactividad integrados en los dispositivos. El GPS y el acelerómetro integrado hacen posible la geolocalización en tiempo real que permite posicionamiento y seguimiento del usuario sobre el mapa para integrar estas características en las dinámicas lúdicas. Es así como estos juegos pueden dotar de otra vida a los lugares:

«Y es que resucitan los lugares. Los medios omnipresentes (*pervasive media*) nos permiten hacer visible la arqueología cultural de nuestros mundos. La memoria colectiva y la memoria generada por el usuario ahora pueden crearse en un archivo espacializado que responde a los usuarios. Las voces de las personas sobre su propia historia pueden intrigarnos e invitarnos a añadir nuestras propias historias a la mezcla, aumentando así el carácter de lugares familiares y banales» (Dovey y Fleuriot, 2011: 77).

No obstante, el hecho de que el usuario se encuentre en un entorno cambiante, impredecible y rodeado de muchos otros estímulos, dificulta también su capacidad de atención. Por ello, la simplicidad de las mecánicas de juego y las tramas nada complejas se revalorizan en este medio.

2.2. Conectividad

La conectividad de los dispositivos móviles se da por supuesta e incide en cuestiones que ya se daban en las terceras pantallas, las del ordenador personal. Los dispositivos móviles inteligentes permiten contratar red de datos vía 3G o conectarse a una red WIFI que hace posible la conexión a Internet en todo momento. Este rasgo permite desvincular la conexión a la red de un emplazamiento fijo, como es lo habitual en las pantallas del ordenador personal doméstico o de trabajo.

Prácticamente la mayoría de las *game apps* aprovechan esta característica de los dispositivos móviles para incidir en la competitividad. Mientras que en los clásicos juegos arcade los diez jugadores con las mejores puntuaciones podían dejar su nombre escrito en el *Hall of Fame* (permitiendo una competencia indirecta entre usuarios de la máquina por alcanzar una mejor puntuación) hoy el Game Center de Apple permite al usuario conectarse, compararse y competir con los millones de usuarios a nivel mundial de esa aplicación. La conectividad, permite, por tanto, coger un rasgo propio de los juegos arcade y llevarlo hasta su máxima expresión. Es por este motivo que los juegos de plataformas, en los que hay que superar niveles que van aumentando su complejidad sin aumentar la complejidad narrativa de la historia, adquieren de nuevo valor, ya que permiten comparar resultados fácilmente. Por otra parte, la conectividad también permite multiplicar las opciones de juego para los modos multijugador y establecer diferentes tipos de colaboraciones entre usuarios.

2.3. Ubicuidad

La capacidad de ubicuidad está muy relacionada con la movilidad de los dispositivos. Estos dispositivos se están convirtiendo en los conectores del usuario con el mundo (vía teléfono, vía Internet), además de ser el lugar de convergencia que aúna el ocio digital (cine, música, libros, televisión...) al mismo tiempo que ofrecen funcionalidades para el trabajo muy relevantes. Por este motivo, se

están convirtiendo en compañeros inseparables de los usuarios, que los llevan consigo a todas partes y a todas horas, ganándose la etiqueta de dispositivos ubicuos. De hecho, tal es el punto de convergencia que, como indica Cebrián Herreros,

«Se han alzado voces que resaltan la tendencia a una convergencia de todas ellas en la pantalla de los dispositivos móviles. Y, de hecho, han aparecido algunas modalidades que pueden realizarlo como sucede en las pantallas plegables. Pero una cosa son las innovaciones de cada una de las pantallas y otra muy diferente es que la última sea la que va a eliminar a las anteriores, Una cosa es que en las pantallas de los dispositivos móviles se pueden ver películas y documentales de cine, series de televisión y noticiarios, y vídeos de ficción o de información bajados de las webs de Internet o de las propias webs móviles, y otra distinta es que vayan a eliminar los productos realizados para las otras pantallas» (Cebrián Herreros, 2011: 19).

La ubicuidad de los dispositivos hace que los juegos, como los antiguos pasatiempos, adquieran relevancia en los intersticios de la vida cotidiana. Probablemente ahí radique la clave de su éxito. Las *game apps* llegan a un público mucho más amplio que no tiene por qué ser el perfil de *hard gamer* que requieren otros sistemas más complejos, y que puede disfrutar, de forma esporádica, de sencillos juegos que no necesitan de grandes destrezas ni del entrenamiento de habilidades específicas para disfrutarse y es así cómo «los intersticios de la vida cotidiana, esperando el autobús, o a alguien en un bar, o sentados en un tren, se convierten en oportunidades para la publicidad y el consumo» (Dovey y Fleuriot, 2011: 77). Este, puede que sea uno de los motivos que explique el enorme éxito de estas aplicaciones, que hemos visto antes traducido en billones de descargas.

2.4. Controladores táctiles y acelerómetros (*touch and tilt*)

Como hemos estudiado en otro lugar (Bort, García, Martín, 2012), las características de la propia pantalla también cambian la relación con el propio medio. El ratón ya supuso una auténtica revolución cuando Apple lo popularizó en 1984 porque facilitaba la interactividad con los entornos gráficos de los ordenadores, naturalizando, de alguna manera la interfaz y suponiendo un punto de contacto inusitado entre

el hombre y la máquina. No obstante, la pantalla táctil, al introducir un nuevo sentido, reinventa la relación. Las pantallas táctiles, algo que hace solo unos años se hacía plausible en los filmes, hoy se han hecho efectivas. Filmes como *Minority Report* (Spielberg, 2002) transformaron la percepción del gran público acerca de cómo nos relacionaríamos con las pantallas del siglo XXI (Bort, García, Martín, 2012: 87).

A partir de ahora, nuevos verbos designarán las acciones que realizamos con nuestros dedos para pasar de una pantalla a otra, para agrandar o para reducir imágenes. Y esto cambiará la forma de mirar, puesto que la visión ya no lo es todo para la relación con la pantalla (Bort, García, Martín, 2012: 88). El interfaz se ha naturalizado hasta el punto de eliminar los botones y solo queda la superficie de cristal líquido sensible al tacto. Las *game apps* se han adaptado a esta característica y hay juegos, como el famoso *Angry Birds* (Rovio Mobile, 2009) cuya mecánica de juego se basa en *disparar* los pájaros con una fuerza y trayectoria determinada, que se ajusta arrastrando al pajarito con los dedos por la pantalla hacia atrás, para derribar estratégicamente grandes estructuras y matar los cerditos necesarios para pasar de nivel. Esta mecánica de juego, no obstante, no introduce nada que no estuviese ya en los clásicos arcade. Solamente actualiza la tecnología y elimina los incómodos e imprecisos *joysticks* y botones mecánicos para jugar directamente con las manos. Se trata, por tanto, de una actualización del género para adaptarse al nuevo soporte.

Otros juegos, no obstante, sí van un paso más allá en el uso del soporte táctil para incorporar en sus mecánicas de juego la brújula y el acelerómetro integrado en los propios dispositivos como controladores. Así en juegos de este tipo, como el pionero *Doodle Jump* (Lima Sky, 2009), el usuario tiene que mover e inclinar el dispositivo (*tilting*, en inglés) para conseguir su objetivo. El avatar salta y se controla su dirección cuando el usuario mueve el propio dispositivo. El objetivo es llegar lo más alto posible apoyándose en pequeñas plataformas. La mecánica es tremendamente simple, pero este tipo de juegos superan el interfaz para convertir el propio dispositivo en el que se está jugando en el mando para hacerlo.

2.5. Toma de conciencia del contexto situacional del usuario

Por último, cabe mencionar la quinta características de los dispositivos móviles que, probablemente, sea la más importante y la que más lo distancia, junto a la movilidad, de las pantallas anteriores. Se trata del rasgo principal que define a los *pervasive media* en general y es, precisamente, la capacidad que tienen de tomar conciencia del contexto situacional del usuario para ofrecerle un producto adaptado a su situación contextual en un momento determinado. Tal y como indican Dovey y Fleuriot,

«Si los medios omnipresentes (*pervasive media*) presentan una forma artística naciente, será aquella que esté íntimamente ligada a una nueva visión del contexto. Los medios de entretenimiento generalmente han tenido el control de su contexto; el teatro, el cine e incluso la televisión en sus primeros quince años daban por sentado determinadas cosas sobre su público (Dovey y Fleuriot, 2011: 75).

En esta cuarta pantalla lo que importa es tanto lo que ocurre dentro de ella como lo que ocurre a su alrededor ya que esto es lo que va a definir la experiencia que viva el usuario. Este es un rasgo que no se ha dado antes en ninguna otra pantalla, aunque sí es cierto que la tendencia ha sido a integrar cada vez más el medio en el contexto natural del espectador. Así, las pantallas de cine están en salas que quieren controlar la experiencia fílmica al máximo para el disfrute del espectador. La televisión y el ordenador se encuentran, por otra parte, en lugares específicos como el salón, el despacho, el lugar de trabajo, en los que puede existir ruido, pero un ruido controlado y relacionado con el fin del medio. En cambio, las aplicaciones para dispositivos móviles deben integrar el contexto situacional en su respuesta al usuario para generar una experiencia significativa:

Para crear una experiencia significativa, el diseñador tiene que entender el contexto del usuario: ¿Dónde va a estar? ¿En qué punto del día o de la noche podría encontrarse? ¿Qué ofrecerá el contexto inmediato, qué puede verse, qué puede oírse? ¿Queremos que el usuario pase por una experiencia de profunda inmersión, de interiorización, en la que el mundo real pase a un segundo plano, o queremos que el usuario esté

prestando atención al mundo, aprendiendo sobre lo que le rodea? ¿Se trata de una experiencia en solitario o de una experiencia compartida? ¿Cómo entra en conexión el usuario con otras personas en el espacio de la experiencia? ¿Qué correspondencia se establece entre la experiencia y el mundo? (Dovey y Fleuriot, 2011: 76).

Y esto es precisamente lo que introducen *game apps* como *Sky Hero* (Kokonut Studio, 2012). El objetivo es que John, un soldado valiente, escape de un ataque en una experiencia de físicas de caída libre. El avatar se controla con el acelerómetro del teléfono –hasta aquí nada que no hayamos visto ya–. Sin embargo, el juego utiliza la ubicación del usuario para alterar las condiciones del entorno y meteorológicas del juego, creando variantes del juego adaptadas a la geolocalización del jugador y lo que está pasando a su alrededor. Así, para desbloquear todas las misiones del juego, es necesario jugar con él en diferentes localizaciones, a diferentes horas del día y con diferentes condiciones atmosféricas.

Este rasgo innova profundamente en todos los medios conocidos hasta el momento, ya que se basa en aprovechar el contexto situacional del usuario e integrarlo en su experiencia mediática, sin concebirlo como ruido, sino como contenido. Este rasgo, no puede ocurrir tampoco sin las demás características ya que necesita que el dispositivo tenga movilidad y ubicuidad, conectividad y, en menor medida, pantallas que naturalizan la experiencia. A través de la toma de conciencia del contexto del usuario, los juegos arcade se adaptan al jugador, adquiriendo profundidad sin complejizar sus estructuras.

3. Conclusiones

La presente comunicación se concibe como una primera aproximación en la investigación de los nuevos medios vinculados a los dispositivos móviles inteligentes. Ha sido necesario, pues centrar los nuevos medios en el contexto de los *pervasive media* para analizar sus características aplicándolas al terreno de los juegos. La correspondencia existente entre las *game apps* y los juegos arcade nos ha hecho ver cómo la movilidad, la conectividad, la ubicuidad, la pantalla táctil y el acelerómetro y la toma de conciencia del contexto

situacional del usuario generan nuevas experiencias basadas en mecánicas de juego sencillas, historias muy simplificadas y dificultades por niveles.

No obstante, no solo son las *game apps* las que se han adaptado a mecánicas de juego primitivas en aras de la simplificación gráfica y lógica. Las demás aplicaciones también están utilizando estas mismas mecánicas de juego para proporcionar experiencias más atractivas a los usuarios, ofreciendo competitividad y lógicas lúdicas internas a las aplicaciones. De esta forma, como indican Dovey y Fleuriot,

«Si la historia y la narrativa todavía tienen algo que decir a la hora de generar experiencias con medios omnipresentes (*pervasive media*), tendrán que llegar a un acuerdo con el juego, el modo dominante de los sistemas digitales de entretenimiento. ¿Cómo se puede aprovechar la capacidad humana de juego para generar mejores servicios mediáticos en un contexto específico? ¿Qué tipos de juego funcionan mejor con los dispositivos móviles?» (Dovey y Fleuriot, 2011: 77).

Queda pues, esta idea como un punto de partida para continuar la investigación en un futuro.



Referencias bibliográficas

- Alberich Pascual, J. (2005). Notas para una estética audiovisual digital. In *Comunicación Audiovisual Digital. Nuevos Medios, Nuevos Usos, Nuevas Formas* (Alberich Pascual, Jordi., pp. 209–226). Barcelona: Editorial UOC.
- Bort Gual, I., García Catalán, S., & Martín Núñez, M. (2012). Daisy, dame la mano, estoy loco por ti. *L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 13, 83–89.
- Cebrián Herreros, M., & Flores Vivar, J. M. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil* (Fragua Editorial.). Fragua.
- Dovey, J., & Fleuriot, C. (2011). La estética de los medios omnipresentes. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2, 63–80.
doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2011.2.5>

- Galloway, A., & Ward, M. (2008). Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology -. *Leonardo Electronic Almanac MIT Press*, 14(3). Retrieved from http://web.archive.org/web/20080420201202/http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/gallowayward.asp
- Lister, M., & Dovey, J. (2009). *New media: a critical introduction*. London and New York: Routledge.
- Matt, B. (2012). Apple's App Store has now seen more than 1 million approved apps since launch. *The Next Web*. Retrieved from <http://thenextweb.com/apple/2012/11/19/apples-app-store-reaches-1-million-approved-app-submissions/>
- Pervasive Media Studio (2012). *What is pervasive media?* Recuperado de: <http://www.pmstudio.co.uk/what-pervasive-media>

Videojuegos y subversión estético-política: el diseño lúdico, como motor del proceso hermenéutico

Roberto Arnau Roselló, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

EN el universo audiovisual contemporáneo el videojuego ha devenido una herramienta comunicativa de primer orden, cuyas aplicaciones y potencialidades han desbordado su tradicional concepción, esencialmente vinculada al entretenimiento. Pese a que la dimensión socio-política de los juegos no es algo novedoso, existen actualmente propuestas innovadoras en cuyo carácter confluyen diversas tendencias estéticas procedentes de ámbitos como el arte digital, el cine y la fotografía documental, el diseño, la ilustración y la crítica social.

Las particularidades y variedad de estrategias narrativas usadas en la denominada *gameplay ética*, multiplican su capacidad para generar transformaciones profundas tanto en sus capacidades expresivas, en el consumo, en el diseño y, consecuentemente, en los modos de transmisión de información/ideología a través del videojuego. Así, las experiencias lúdicas en las que la interacción con el sistema requiere una reflexión ético-política por parte del jugador-agente, implican la

idea del juego como objeto con valores e ideología asociados a su diseño, en el que las mecánicas, las reglas y el universo del juego (gameworld) definen su marco referencial, su potencial signifiante y el alcance simbólico de su propuesta.

Desde el punto de vista del investigador, el estudio del videojuego como fenómeno comunicativo ha experimentado en la última década una evolución sin precedentes ligada al desarrollo exponencial de una industria que ha multiplicado en poco tiempo su cifra anual de negocio y ha extendido su dominio a entornos en los que hasta este momento el juego no tenía presencia ni como herramienta, ni como principio socialmente aceptado para el tratamiento de cuestiones trascendentes. La diversidad de los análisis científicos a los que es sometido como objeto de estudio y la especificidad de los desarrollos teóricos desde los que es abordado su examen, sientan las bases para su consideración desde una perspectiva múltiple, asentada en la narratología o la semiótica, y enriquecida por los estudios ludológicos (ver bibliografía) que se han desarrollado entorno a esta materia específica en los últimos años.

Al tiempo que otros productos culturales viven un periodo de cierto estancamiento e indefinición ante los nuevos horizontes y los desafíos de una adaptación a los tiempos que no logra anticiparse a los usos emergentes (como las conocidas dificultades de adaptación que está sufriendo la industria del cine o la musical, verdaderamente dramáticas, pese a la proliferación de producciones e iniciativas en los dos ámbitos), el videojuego ha devenido una herramienta comunicativa floreciente, que ha desbordado su concepción inicial, vinculada –casi restringida– al ocio y lo superfluo.

Por esta y otras razones que iremos desgranando a lo largo de este trabajo, llevar a cabo una investigación sobre los usos contemporáneos del videojuego resulta a todas luces necesario para ubicar y caracterizar estas prácticas en el actual panorama de las aplicaciones digitales en red, en el que la descomunal abundancia y proliferación sistemática de este tipo de productos audiovisuales hace inviable la comprensión integral de un fenómeno cuantitativamente superlativo.

Restringiremos nuestro estudio a un tipo particular de videojuego o aplicación interactiva en el que se privilegian aspectos que no tienen que ver con el entretenimiento (los denominados

Serious games), más concretamente, en la línea de lo que Ian Bogost denomina *Persuasive Games*, en referencia a aquellos videojuegos creados exclusivamente como vehículos de argumentos (casi siempre ideológicos) que pretenden influenciar a los jugadores y fomentan una interrogación dialéctica acerca de procesos y fenómenos del mundo real, pudiendo suscitar reivindicaciones o críticas en contra de la visión fija de las instituciones, gobiernos y corporaciones (Bogost, 2007: 57). Particularmente, aquellos definidos por Gonzalo Frasca, pionero en el estudio y diseño de videojuegos políticos independientes, como vehículo de experiencias de juego con perfil ideológico determinadas por sus propias reglas (Frasca, 2007: 41).

Aún así, para matizar el carácter de los videojuegos y experiencias que aquí se analizan, es necesario realizar una serie de puntualizaciones que delimiten el terreno sobre el que vamos a pisar. Como veremos más adelante cuando tratemos de definir nuestro objeto de estudio, el campo de actuación de estos videojuegos, a los que por ahora denominaremos políticos, es vastísimo, así como sus formas, aplicaciones, temáticas, contextos de aplicabilidad y autores, lo que nos obliga a desechar muchas prácticas que podrían tener cierta relación con nuestro objeto, pero cuyo escrutinio supondría hacer de este estudio un listado de ejemplos diversos sin un principio ordenador.

De este modo, nuestro análisis se centrará principalmente en relacionar los elementos dispersos de ciertas propuestas videolúdicas actuales que aúnan un trabajo de diseño original (gráfico y lúdico) y una voluntad de intervención sobre la realidad político-social, con el fin de identificar un corpus heterogéneo de propuestas que pueden –y deben– ser analizadas como un movimiento diverso, de aspecto variopinto e iniciativas singulares que, sin embargo, comparte objetivos con otras experiencias similares y fundamentos teóricos comunes.

También es necesario advertir de que la confluencia en dichos productos lúdicos de aportaciones provenientes de otras disciplinas cercanas como el diseño gráfico, la fotografía, el arte digital y la narración audiovisual, convierte sus enunciados en auténticos laboratorios de expresión visual, cuyo análisis es complejo, en los que el sentido se construye a partes proporcionales (que no iguales) entre los

distintos elementos del juego y el proceso hermenéutico llevado a cabo por el jugador. Este proceso de construcción de sentido, en el que el jugador desempeña un rol primordial, al modificar con su experiencia el modelo expresivo/narrativo sobre el que actúa, implica el uso por nuestra parte de una metodología de análisis particular, adaptada a las variables propias del medio digital, que pueda desentrañar el funcionamiento de los mecanismos discursivos del juego y los valores ideológicos que los sustentan.

Para matizar nuestras palabras, es conveniente acercarnos a ciertos conceptos centrales en este estudio que nos servirán para delimitar terminológicamente su objeto específico. En primer lugar, siguiendo a Pérez Latorre (2012: 29), consideraremos el videojuego como un juego electrónico que cuenta con un dispositivo audiovisual y un dispositivo interfaz (teclado, ratón, pantalla táctil, etc.) que transfiere las acciones del jugador a la pantalla transformándolas en algún comportamiento. Pero no es solo eso, también se revela como un poderoso medio de representación, por lo que deben ser estudiados no solo como máquinas de entretenimiento, sino como formas, modos de expresión u obras comunicativas (Sicart, 2003: 11).

Tomando la definición clásica de juego propuesta por Huizinga como punto de partida, para el que todo juego significa algo, lo entenderemos en principio, pues, como “una acción libre percibida como algo situado fuera de la vida corriente (...) que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, sometidos a reglas” (Huizinga, 1998: 51). Sin embargo, aproximaciones más recientes lo describen de otro modo –complementario– como “un discurso o metáfora sobre las relaciones del sujeto con el entorno a través del diseño del protagonista y las reglas del juego, y sobre los modos de resolver determinados problemas (...) que se materializa en un determinado ámbito de interacción separado del flujo de la vida real (...) donde el jugador puede acceder a un conjunto de experiencias participativas” (Pérez Latorre, 2012: 30).

Ya hemos comentado que los videojuegos objeto de este estudio escapan a cualquier proyecto de clasificación, dada su diversidad de formas, ámbitos de aplicación, reglas y estrategias discursivas que implementan. Pero además, resulta difícil establecer categorías en su análisis dado el rapidísimo crecimiento y la evolución

absolutamente diversificada que han sufrido en la última década, que ha provocado la eliminación de la distinción entre tipos de juegos, para imponer la existente entre géneros (Gros, 2009: 254).

A priori, básicamente se ubican, por afinidad genética, en el seno del conjunto-raíz de los Juegos Serios (*Serious Games*), dentro de la categoría de los Juegos Persuasivos (*Persuasive games*), aunque responden a características específicas que los distinguen de otras aplicaciones incluidas bajo el mismo concepto. A pesar de poder englobarse dentro de estas categorías e incluso compartir ciertas orientaciones, sus propiedades exceden tales etiquetas y los sitúan en una esfera completamente diferente, específicamente crítica, cuyos enunciados están contruidos en base a una apreciable carga ideológica, por lo que resulta imprescindible establecer una definición ajustada de la que se desprendan las propiedades básicas que atribuimos a este tipo de aplicaciones.

Para algunos autores (Álvarez, 2007: 7), las propuestas de definición del ámbito de los *Serious Games* (*SG*) oscilan entre diferentes aproximaciones complementarias:²⁴ De un lado, su consideración como “desafíos cerebrales jugados con un ordenador según reglas específicas que utilizan el divertimento en tanto que valor añadido para la formación en distintos ámbitos” (Zyda, 2005: 25);²⁵ de otro, como aplicaciones informáticas realizadas por desarrolladores, investigadores e industriales que buscan utilidades de esas tecnologías fuera del ámbito del entretenimiento, tal como se desprende de las propuestas de Ben Sawyer, director de la *Serious Games Summit*²⁶. Por tanto, según estas afirmaciones, los juegos serios serían objetos que excluyen construirse en función únicamente de su valor como entretenimiento, pero incluyen potencialmente todo el abanico de desarrollos industriales que puedan originar estas tecnologías. De hecho, a pesar de los claros antecedentes que suponen los juegos de simulación desarrollados por Atari en la década

²⁴Cuyas posturas respectivas podemos encontrar en <http://seriousgamesinitiative.com>

²⁵ Las traducciones de las citas en inglés y francés han sido realizadas por del autor

²⁶ <http://seriousgamessummit.com>

de 1980 para el ejército estadounidense, como *Army Battlezone* por ejemplo, se cifra la aparición del primer *serious game* en el año 2002, el simulador *America's Army*, en el que los jugadores más hábiles que habían obtenido mayor puntuación llegaban a recibir una propuesta formal del ejército USA para incorporarse a filas.

Frente a estas descripciones parciales, que descuidan elementos fundamentales y simplifican hasta el esquematismo la definición de estos juegos, encontramos, sin embargo, algunas otras que se fijan en elementos particularmente interesantes para tratar de definir el espacio específico de estos juegos serios. En una tentativa de delimitación del concepto ambiciosa, Michael y Chen amplían el alcance de los SG a “aquellas herramientas de aprendizaje muy poderosas que permiten a los jugadores experimentar, aprender de anteriores errores y adquirir experiencia, de forma segura, en entornos peligrosos, sensibles o de alto riesgo” (Michael, Chen, 2006: 29). También Álvarez, que los identifica con aplicaciones informáticas cuyo objetivo es combinar al mismo tiempo aspectos serios tales como la enseñanza, la comunicación, la información u otros, con resortes lúdicos provenientes del videojuego (Álvarez, 2007: 15).

En esta misma dirección apuntan otros autores, como los que sostienen que “con los SG es posible aprender muchas habilidades: colaboración, toma de decisiones, asunción calculada de riesgos, pensamiento lateral y estratégico, persistencia y comportamiento ético” (Prensky, 2005:37), o los que consideran el “videojuego como un conjunto de experiencias en las que el jugador participa desde una perspectiva muy concreta, la del personaje que él maneja” (Gee, 2008:23). En estas definiciones ya se encuentran presentes algunos de los elementos que singularizan los videojuegos a los que nos dedicamos en este artículo, el resto, por lo demás, los incorporaremos desde desarrollos teóricos específicamente ajustados a ellos.

Quizás el valor fundamental que asumen los videojuegos políticos de los *Persuasive games*²⁷ sea el tratar su análisis desde la perspectiva de que son portadores de ideas que influyen a los jugadores. Así, asentándose en conceptos como la retórica

²⁷<http://www.persuasivegames.com>

procedural,²⁸ entendida como un mecanismo persuasivo de los videojuegos cuyo potencial se desarrolla a través de representaciones basadas en reglas e interacciones, antes que en la palabra hablada, la escritura y las imágenes en movimiento, se describe una nueva práctica persuasivo/expresiva gestada a partir de las posibilidades del medio digital interactivo (Bogost, 2007: 9) y la emergencia de la web 2.0.

Esta nueva práctica persuasiva establece una diferencia fundamental con los SG, pues mientras éstos están al servicio del fomento de actitudes y comportamientos de valor socialmente consensuado (institucionalizado), los Persuasive games tienen como objetivo modificar opiniones y comportamientos, sin reparar en si están o no en sintonía con la ideología corporativa o institucional.

Debido a esta libertad creativa, son juegos potencialmente aplicables a diversas esferas en las que podrían funcionar como instrumentos de expresión y transmisión de ideas. Una de ellas, quizás la más adecuada para su aplicación es, sin duda, la política, que permite el uso de los juegos para denunciar, escrutar y analizar desde un punto de vista crítico cómo funcionan las estructuras políticas, cómo operan las grandes multinacionales y ciertas industrias sectoriales, o el sistema financiero.

Otras aproximaciones teóricas describen entornos en los que se asocian valores morales o éticos a los videojuegos. Así, el concepto *gameplay ética* hace referencia a experiencias inducidas por el juego que pueden ser valiosas desde el punto de vista moral, en las que la interacción con el sistema lúdico a través de mecánicas y reglas, requiere por parte del jugador un tipo de reflexión ético/moral que va más allá del simple cálculo de estrategias óptimas para la consecución de un determinado objetivo (Sicart, 2009: 48). Por ello, este tipo de interacción requiere una definición de juegos que los considere como objetos con valores asociados a su diseño, en los que se establezca una relación con los jugadores basada en la limitación pre-diseñada de la “agentividad” (las acciones que el jugador/agente pueden llevar a cabo en el marco de las reglas lúdicas, en definitiva, lo que el jugador

²⁸ Retórica propia de las acciones del juego, derivada de la limitación de la agentividad del jugador.

puede “hacer”), orientada a crear dilemas éticos que solo pueden ser resueltos aplicando estrategias morales en la experiencia del juego.

De esta manera, la *gameplay* ética se estructura en base a tres principios básicos entorno a los que gira su específica creación de sentido y su marco referencial, que delimitan el horizonte de la experiencia del jugador en tanto actividad que ocurre en un entorno prediseñado. Estos elementos, primordiales en el proceso de diseño del juego, también pueden ser analizados como variables capitales de su potencial significante.²⁹ El mundo del juego (*gameworld*) se erige como el envoltorio semántico del sistema de juego en el que se combinan narración y simulación; por otro lado, las reglas del juego componen la estructura formal del mismo, los límites en los que transcurre; por último las mecánicas constituyen las acciones disponibles para que el jugador interactúe con el estado del juego. A través de estos componentes la *gameplay* ética se constituye como un proceso hermenéutico de juego (Aarseth, 2003: 7) en el que el jugador descodifica el sentido de su experiencia lúdica a través de la interpretación ético/moral del mundo del juego.

En definitiva, aunque existe un marco científico que sustenta la actividad de diseño y producción de videojuegos políticos, en muchos casos militantes, la particularidad y vanguardismo de sus propuestas implica la génesis de un nuevo paradigma lúdico-crítico que pretende construir desde abajo su propio edificio teórico, con las investigaciones pioneras de Gonzalo Frasca (2001, 2004, 2007) como referencia ineludible y un corpus ingente de aplicaciones que indican la buena salud creativa de este proteico movimiento estético-político.

A partir de aquí podemos afirmar sin ambages que los videojuegos políticos se enmarcan en contextos más amplios como los de los juegos serios y los persuasivos, a pesar de tener una idiosincrasia propia. Sin embargo, la especificidad de su ámbito de acción y una irrepetible confluencia de circunstancias diversas han generado, como veremos, un volumen tal de aplicaciones (e investigaciones) en la última década, que su estudio se ha

²⁹ De hecho, son los elementos a los que prestaremos atención en nuestros análisis en busca de los procesos de construcción de sentido de cada videojuego.

particularizado y especializado hasta límites insospechados, llegando a construir un espacio propio de reflexión que sustenta desde un punto de vista teórico este florecimiento creativo.

Así, el videojuego político se identifica hoy con un juego digital breve realizado con herramientas tecnológicas que permiten jugarlo desde un servidor, con cualquier sistema operativo, basado en el contexto político y el imaginario social y que crea sentido a través de elementos no-narrativos y un fin distinto al lúdico (Huertero, 2007: 8). Pero también se analiza desde una perspectiva más amplia, que recoge otras tradiciones artísticas y se interesa por los valores ideológicos asociados a los juegos, tanto en su diseño, como en su “consumo”. Desde este punto de vista, se pone el acento en la dimensión significativa de las reglas del juego, aspecto clave que supone la evolución de los análisis formalistas a aquellos que entienden la producción de sentido del juego como un producto impregnado de valores e ideología. De modo que, “la ideología en las simulaciones no solo tiene que ver con la forma en que están representados los diferentes personajes, incluso las elecciones más sutiles nos hablan de las opciones del autor, de su visión tanto del mundo real como del simulado” (Frasca, 2001: 47).

Por ese motivo, tal como sostiene Frasca, “el proceso de diseño del videojuego debe ser llevado a cabo modificando los modelos preexistentes de los videojuegos clásicos, no se trata de cambiar los personajes de Nintendo Mario y Luigi por Sacco y Vanzetti” (Frasca, 2004: 90). El simple intercambio de elementos de un juego por otros que hacen referencia, directa o indirectamente, a asuntos políticos, no implica que el juego se convierta en político, pues conserva las estructuras determinadas por las reglas, auténticas responsables de su ideologización. La cuestión gira, esencialmente, entorno a la ruptura de la pretendida transparencia de la enunciación y la quiebra del paradigma idealista de representación, lo que implica un cuestionamiento por el espectador/jugador de los fundamentos ideológicos que proyectan los videojuegos.

De este modo, frente a la concepción aristotélica de la representación en la que el espectador identificado con la historia a través de la emoción pierde su distancia crítica acerca de lo que ocurre en la pantalla –como ocurre en la mayoría de videojuegos

mainstream cada vez más realistas, dependientes de gráficos y sonidos naturalistas que cimenten su discurso— se defiende una postura diametralmente opuesta.

En línea con las proposiciones de Bertolt Brecht en el ámbito del teatro, que propugnan la creación de técnicas diversas para recordar al espectador que está experimentando una representación y estimularlo a pensar sobre lo que está viendo (lo que el mismo Brecht denominó *distanciamiento*), en vez de fomentar su identificación con los recursos narrativos, el nuevo paradigma de videojuego crítico-político se construye en base a un posicionamiento autoconsciente y autoasumido de un nutrido grupo de creadores independientes e investigadores que lo entienden como una herramienta para promover el pensamiento crítico y agitar las conciencias de los espect-actores contemporáneos. Además, parte de su trabajo consiste en buscar aplicaciones concretas en las que usar el videojuego para, entre otros fines, facilitar la integración social o la reinserción, tal como demuestra la experiencia de *Forum Videogames*, en la que los participantes en el diseño del juego tratan de recrear una simulación social problemática a la que se estén enfrentando (Frasca, 2004: 91).

Si miramos hacia atrás, comprobaremos que este tipo de juegos han permanecido durante mucho tiempo en el anonimato. La corta historia de los videojuegos políticos se inicia cuando se realizan *Kabul Kaboom* (Gonzalo Frasca, 2002), realizado a raíz del bombardeo salvaje de EEUU sobre la capital de Irak, durante el conflicto de 2001, y *Escape from Woomera* (Julian Oliver, 2002), creado a partir de la situación inhumana de las personas encerradas en los campos de refugiados del desierto australiano, que pueden ser considerados como los pioneros de esta tendencia. Antes de éstos, además de la existencia tradicional de ciertos videojuegos subterráneos, tan solo se habían introducido en algunos juegos corporativos elementos que chocaban de frente con la corrección política de su discurso, como es el caso de *Sim Copter* (Maxis Studio/ Electronic Arts, 1986) en el que un programador insertó un comando para hacer que dos pilotos masculinos se besaran, lo que le causó el despido de la empresa y la retirada de esa versión del juego del mercado.

Será a partir del inicio del milenio cuando un cierto número de programadores y diseñadores gráficos comiencen a producir juegos

políticos de manera sistemática, apoyados por la tecnología incipiente del software Macromedia Flash³⁰ (basado en el lenguaje Action Script) que permite una mayor independencia creativa anteriormente lastrada por la desventaja frente a las grandes compañías de no poseer instrumentos de desarrollo propias. Esta sencilla herramienta de desarrollo multimedia será el soporte tecnológico básico que permita la cristalización de todo un elenco de videojuegos con dos principios comunes determinados por las propias capacidades del software: la posibilidad de difusión del juego a través de un servidor, donde cualquier ordenador, con cualquier sistema operativo, puede acceder; y la circunstancia de que la programación de Flash no permite construir juegos basados tanto en la narratividad como en la capacidad de asociación.

En este momento, tras casi una década de progresivo afianzamiento, estamos asistiendo a una auténtica explosión creativa de estos juegos desde prácticamente todos los ámbitos de acción política y social. La diversidad de iniciativas y experiencias originales es descomunal, por lo que un análisis detallado no sería útil, ni posible, no obstante destacaremos algunas líneas de trabajo maestras en el marco del contexto reticular 2.0, en las que los desarrollos son más interesantes y nos detendremos en aquellas que bien por su representatividad, su singularidad u originalidad condensen los aspectos esenciales para su análisis como una síntesis de lo que se produce actualmente. En el maremágnum de iniciativas podemos destacar ciertos vectores creativos básicos entorno a los que se articulan los discursos videlúdicos de intervención política: por un lado, aquellos proyectos que se gestan desde ámbitos adyacentes, tales como el GameArt, en el que confluyen propuestas artísticas que utilizan los videojuegos como elementos de creación y reflexión político-social ; por otro, los que provienen del periodismo³¹, que se interesan por la creación de simulaciones que se basan en entornos informativos (generalmente de actualidad) para proponer una revisión de la versión ofrecida por los medios de comunicación, o una

³⁰<http://www.adobe.com/es/products/flash.html>

³¹ Ámbito en el que se gestan iniciativas de desigual interés como el *Newsgaming* o el *Immersive Journalism* que proponen evoluciones basadas en el trabajo periodístico a través del videojuego.

reflexión sobre el contenido específico del que tratan; por otro lado, los videojuegos desarrollados profesionalmente por encargo de alguna organización en el marco de alguna campaña concreta, o realizados por empresas atípicas de carácter crítico e innovador; por último, los variopintos desarrollos independientes impulsados por el poder expansivo de internet y la emergencia paulatina de un determinado modelo de jugador crítico.

En el terreno de la confluencia con el GameArt, es necesario destacar, entre otros, el proyecto *Transborder Immigrant Tool* (Ricardo Domínguez, 2011), llevado a cabo en el College of Arts de la Universidad de San Diego (California) por el colectivo de profesores-artistas, autodenominados *net activistas*, Electronic Disturbance Theatre. Se trata de una aplicación GPS para dispositivos móviles que provee de ayuda logística a los inmigrantes mexicanos que tratan de cruzar la frontera con los Estados Unidos, situando en un mapa virtual la localización de puntos de recogida de mantas o agua que ciertas ONG disponen en esa zona del desierto. Como aplicación es muy sencilla, pero su contenido es políticamente inaceptable para la administración americana (y algunos sectores ultraconservadores de la sociedad yanqui), lo que provoca la detención del autor y la suspensión de sus clases en la universidad como medida preventiva frente a la potencial proliferación de proyectos similares, además de la recepción de amenazas de muerte por parte de grupos xenófobos.

La reflexión que plantea no es en absoluto inocente, si en el marco político actual los inmigrantes tienen tantas dificultades para incorporarse a las sociedades económicamente prósperas, tenemos herramientas que nos permiten combatir esa situación, solo es cuestión de diseñarlas en función de las necesidades concretas de un colectivo en situación precaria. La senda que abre esta iniciativa, que evidentemente no se concibe como un instrumento para fomentar el ingreso de inmigrantes, sino como una herramienta para paliar de alguna manera sus necesidades mínimas en el transcurso de la angustiosa experiencia de la emigración, es muy interesante y ha sido seguida por algunos otros de similares pretensiones, sin embargo, el alcance y singularidad de esta primera experiencia son suficientes como para considerarla una muestra idónea de esta tendencia de activismo político-artístico, cuya concreción en España se concreta en

la obra del colectivo La Fiambrera Obrera y su singular proyecto Bordergames.

También desde el GameArt, aunque con profundas diferencias de planteamiento, destaca el proyecto UnCloud (Rui Guerra, 2012), que pone a disposición de sus usuarios una conexión a internet gratuita a través redes wifi y cuyo diseño se basa en una parodia de iCloud, el conocido servicio de Apple de almacenamiento de datos en la nube (servidores remotos)³². Se trata de una aplicación gratuita para el sistema operativo Mac OS X que permite generar una red gratuita y de acceso libre con un radio de acción de poco más de diez metros desde cualquier ordenador con tecnología wifi, suficiente para conectarse a internet sin sistema de identificación en casi cualquier espacio público cerrado, como salas de espera de instituciones, transportes públicos, etc. A través de este sistema P2P legal, el artista se propone combatir el monopolio simbólico que imponen las multinacionales sobre el acceso y descarga de contenido de la red. Obviamente, como en el caso anterior, no se trata de impulsar una herramienta de descarga de contenidos con copyright, sino de ofrecer la posibilidad de compartir archivos propios o con licencia copyleft de manera libre e independiente. Un ejemplo interesante de aplicabilidad en el campo de la innovación en museología, ha sido el iniciado en el Netherland Media Art Institute (NIMk) de Amsterdam, en el marco de la exposición “Yes, we’re open”, en Junio de este mismo año, consistente en proporcionar libremente a través de UnCloud contenidos audiovisuales del NIMk a los usuarios que se acercaran a cualquiera de los emplazamientos en los que se permite la descarga por el alcance de la red. Una iniciativa independiente llevada a cabo por un artista en solitario que llega al ámbito de las instituciones museísticas y propone líneas de innovación al más alto nivel institucional.

Las innovaciones en el campo del periodismo que propone el Periodismo de Inmersión³³, en cambio, no parecen tan interesantes.

³² Se puede consultar más información sobre esta aplicación en <http://www.intk.com/uncloud>

³³ El término Immersive Journalism ha sido concebido por Nonny de la Peña, profesora del Annenberg School for Communication and Journalism de la Universidad del Sur de California

La generación de entornos 3D en los que un avatar del espect-actor (lector) asiste a una reconstrucción virtual de los hechos de la noticia no redonda, desde nuestro punto de vista, en una innovación que contribuye a una mejor comprensión de la noticia sino, más bien al contrario, a una espectacularización mayor de la información. Sin embargo, en el ámbito del periodismo se han gestado proyectos e iniciativas videolúdicas muy interesantes que se pueden enmarcar bajo en concepto de Newsgaming. Esta nueva parcela, cuya andadura corre paralela al trabajo creativo de Gonzalo Frasca, ha sido uno de los ámbitos de desarrollo en que han cuajado proyectos de mejor nivel y profundidad y que supone, en cierta medida, una actualización del paradigma de los ilustradores políticos satíricos y de algunas de las propuestas teórico-estéticas del cine militante, como hemos visto.

El juego que inicia esta tendencia es, como hemos dicho, *Kabul Kaboom* (Frasca, 2002), en el que el jugador encarna a una madre afgana que debe recoger hamburguesas que caen del cielo mientras evita las bombas, aunque su secuela, *September 12th* (Frasca, 2011), se reivindica como un videjuego más cuidado, cuyas reglas, mundo de juego y diseño consiguen provocar un impacto en el jugador que le somete a la reflexión acerca de las consecuencias de sus acciones en relación al espacio y a las reglas de jugabilidad.

El diseño del interface es sencillo, representa un plano general de una ciudad “modelo” de oriente medio (en referencia directa a Kabul o Bagdad, atormentadas por la guerra permanente al terrorismo) en la que se mezclan transeúntes y terroristas fundamentalistas –reconocibles por ser portadores de un turbante blanco en la cabeza– y en el que el único elemento manejable por el jugador es un punto de mira (en referencia al tan extendido tipo de juego de puntería *mainstream* en el que se dispara sobre personas) con el que se puede disparar sobre ellos. Hasta aquí, todo parece normativo. Sin embargo, el jugador pronto se da cuenta de que algo no funciona como debiera. Cada vez que una bomba de las que tira en la ciudad afecta a civiles (lo que ocurre en un elevado porcentaje de las veces dado el abarrotamiento de la ciudad), otros se acercan a él, le lloran arrodillados frente a su cadáver y se transforman automáticamente en terroristas, con lo cual el número de éstos no para de crecer y las bombas no surten el efecto intimidador que se les supone, al contrario, provocan un aumento exponencial de los

terroristas. Además, no se contempla la victoria como un estado final. Por tanto, la reflexión que vehicula el juego es clara, la violencia engendra violencia, el uso de la fuerza no soluciona los conflictos sino que los agrava hasta enquistarse en las sociedades en los que se desencadenan, para evitar las guerras hay que empezar por no usar armas. Discurso semejante al de *Antiwar Game* (Josh On, 2007) desarrollado por el estudio FutureFarmers³⁴, responsable del impresionantemente lúcido sitio web *They Rule*³⁵.

También, en una línea similar, cabe mencionar el videojuego *Madrid* (Frasca, 2009), realizado en torno a una reflexión sobre la memoria de las víctimas del terrorismo, que toma como base los atentados ocurridos en esta ciudad en el año 2004 para tratar la cuestión de la fragilidad de la memoria. En este juego un grupo de personas sostiene unas velas en la mano, mientras, la intensidad de la llama de cada una de las velas disminuye con el paso del tiempo, y la única manera de reavivarlas es clicar con el ratón encima de ellas. Nunca está todas completamente encendidas porque es físicamente imposible llegar a todas en el tiempo que tardan en apagarse (lo que nos habla sobre la dificultad de una memoria viva), sin embargo si el jugador no puede evitar que se apaguen completamente, el juego no finaliza, sino que invita a reintentarlo de nuevo, de modo que articula un mensaje que reivindica la necesidad de la memoria colectiva. Aunque más sencillo, *Madrid* construye un discurso complementario al de *September 12*, abarcando todo el espectro de víctimas de esta guerra permanente iniciada por Bush en 2001 tras los atentados del World Trade Center, tras la que tantas personas han quedado desasistidas.

Dada la relevancia de los conflictos terroristas en los medios de comunicación, el interés que suscitan los videojuegos que de un modo u otro se basan en esta temática los convierte en productos cuya oferta se ha incrementado considerablemente. En la línea temática de los anteriores, pero con un carácter completamente diferente podemos encontrar trabajos destacables como *Raid Gaza* (2009), *Peace Maker* (2005) o *Global Conflicts: Palestine* (2007), en el

³⁴ <http://www.futurefarmers.com/#>

³⁵ <http://www.theyrule.net/>

que el jugador debe realizar las tareas de un corresponsal de guerra y decidir qué versión de los hechos ofrecer en sus artículos. En todos ellos se proponen, a través de las mecánicas del juego, su diseño y el mundo del juego (gameworld), reflexiones sobre el conflicto palestino-israelí que el proceso hermenéutico del espect-actor completará en el sentido que crea conveniente. Ya no se trata de acumular puntos o realizar misiones (quests), sino de hacer posible un ejercicio interpretativo que de otro modo queda oculto tras la intrascendencia del juego.

En contraste con estas iniciativas, existen otros juegos centrados en estos conflictos, como la serie de videojuegos de KumaWar, que mezclan espectacularidad, acción e idealismo en la representación, y se alejan de los principios anteriormente descritos, cuyo episodio 107, por ejemplo, recrea un mapa del asalto a la ciudad de Abbottabad en la que se ejecutó a Osama Bin Laden, en el que el jugador puede elegir el bando en el que lucha.

Frente a estos juegos pseudo-bélicos, se presentan una serie de videojuegos llevados a cabo por ONG u otras organizaciones humanitarias e instituciones internacionales, que trabajan desde un punto de vista opuesto, el de las víctimas de conflictos ocultos a los ojos de los medios, o el de las personas que sufren las consecuencias de los desequilibrios de la riqueza en el planeta. Entre ellos debemos mencionar algunos destacados como *Darfur is Dying* (Ruiz, York, Stein, Keating, Santiago)³⁶, en el que se pone sobre la mesa las dificultades de vida de los campamentos de refugiados a través de las diferentes misiones buscar de agua y comida, evitar los ataques de las milicias, construir refugios, etc; *Contra viento y marea*, desarrollado por ACNUR³⁷ para reforzar la comprensión de los refugiados a través de la experiencia de una persona joven en un interrogatorio, en el trato con los cuerpos de seguridad de un país, en la búsqueda de colaboración ciudadana o de empleo; *3rd World Farmer*³⁸, que plantea

³⁶ Desarrollado por estudiantes de la Universidad del Sur de California en el marco del concurso Activista Digital de Darfur, organizado por el Grupo de Crisis Internacional en el año 2008. <http://www.darfurisdying.com/spanish/>

³⁷ <http://www.contravientoymarea.org/>

³⁸ <http://3rdworldfarmer.com/index.html>

una reflexión sobre las condiciones de pobreza de la mayor parte del campesinado global, especialmente en África, donde específicamente el juego sitúa la acción; o, finalmente, Food Force, patrocinado por el Programa Mundial de Alimentos (PMA) de la ONU³⁹ para llevar a cabo una campaña internacional de sensibilización sobre el hambre en el mundo, en el que el jugador suplanta a un miembro del PMA que debe superar ciertas misiones para proveer de comida a millones de personas. Aunque no se sitúan estrictamente en la línea de los videojuegos políticos, implementan estrategias de juego alternativas a las del ámbito comercial que contribuyen a un acercamiento al mismo desde un punto de vista crítico.

En otro orden de la política, el que tiene que ver con cuestiones más apegadas a la realidad que viven los ciudadanos, encontramos algunas propuestas como el videojuego *Vigilance* 1.0 (Martin Le Chevallier)⁴⁰, sobre las implicaciones de la videovigilancia en el espacio público, directamente relacionado con el proyecto *Openwatch*⁴¹, que utiliza las capacidades de los smartphones para poner en marcha un portal de contra-videovigilancia en el que se pretende monitorizar las figuras de la autoridad; el videojuego *Gamebroker* (*DerivArt/LaDecadence.net*)⁴², que recrea en una web la interface de la archiconocida consola GameBoy en la que se pueden jugar las crisis de las décadas de los '80 y los '90, con sus respectivos elementos distintivos; o el portal *FreePoliticalGames.com*⁴³, desde el que se sirven videojuegos muy diversos basados en distintos asuntos políticos trascendentes para la opinión pública americana, que se abordan desde una perspectiva humorística y satírica, como crítica a las instituciones del país. Ejemplos como *US Debt Game*, *Balance of Power*, *Soviet Conquest* o *Save the greeks* ilustran esta variante lúdico-crítica muy extendida en los EEUU, pero de poco calado tanto en Europa, como en nuestro país. También, en el seno del portal gestionado por

³⁹<http://www.food-force.com/>

⁴⁰http://www.martinlechevallier.net/english/A_vigilance.html

⁴¹<http://www.openwatch.net>

⁴²<http://derivart.info/gamebroker/index.htm>

⁴³<http://www.freepoliticalgames.com>

*Persuasive games*⁴⁴, encontramos algunos ejemplos relevantes como *Fatworld*, sobre las políticas de nutrición, *Airport Insecurity*, sobre la tensión entre seguridad y derechos fundamentales en los aeropuertos, o *Activism, The Public Policy Game*, que simula la movilización de manifestantes frente a las instituciones.

De entre todas las iniciativas que hemos escrutado, existe una que se ajusta absolutamente a los principios que analizamos a lo largo de este texto, la que proponen el grupo italiano *La Molleindustria*. Esta iniciativa colectiva, que arraiga en la tradición de sátira política italiana, se propone, según su propio eslogan fundacional, elaborar “videojuegos contra la dictadura del entretenimiento”,⁴⁵ replanteándose los géneros, estilos y lenguajes propios del medio. Así, rechazando el esquema de la parodia tradicional, establecen una especie de paradigma en la definición del *hacktivismo* político a través de un sistema videolúdico irónico y divertido. Sus inicios se remontan a 1998 cuando, en el disco “Corto Circuito” del grupo musical de estilo hip hop “99 Posse”, se inserta un videojuego en CD-ROM que parodiaba la estética del mítico *Space Invaders* (Toshihiro Mishikado, 1978), sustituyendo los alienígenas por policías frente a grupos de manifestantes lanzando cócteles molotov. Desde esta postura inicial, que agrupa a un reducido número de diseñadores-activistas, *Molleindustria* desarrolla su trabajo creativo en el ámbito videolúdico entorno a diversos ejes temáticos, como las condiciones laborales de las cadenas de montaje que denuncian *Tamatipico* y *Tuboflex*; la doble moral de una sociedad sexualmente insatisfecha y abiertamente homófoba tratada en *Orgasm Simulator* y *Queer Power* respectivamente; las consecuencias ecológicas de la descontrolada industria de la telefonía móvil representadas en *Phone Story*; o la religión y sus miserias, como en el provocador *Operation: Pedopriest*. Sus creaciones presentan un estilo propio, definido, que aúna diseño gráfico original, con estructuras lúdicas complejas, delimitadas por unas reglas particularmente diseñadas para que el jugador no se identifique fácilmente con el juego y pueda distanciarse lo suficiente para ser consciente de la propia simulación y las interacciones que establece

⁴⁴<http://www.persuasivegames.com/games>

⁴⁵<http://www.molleindustria.org>

con la realidad. La calidad de estos productos contrasta con la escasa elaboración de la mayoría de los anteriormente citados, por lo que su presencia destaca de entre todos los demás y los convierte en un referente internacional en su campo particular de trabajo.

El impacto que produce la experiencia de juego de tres de sus más ambiciosas iniciativas ilustra este hecho. En primer lugar *Oiligarchy*, se presenta como una caricatura del negocio petrolífero, cuya presentación condensa el espíritu satírico del juego: “Ahora puedes ser el protagonista de la era del petróleo: explora y perfora por todo el mundo, corrompe políticos, detén el avance de las energías renovables e incrementa la dependencia de la gasolina. Asegúrate de divertirte, antes de que los recursos naturales comiencen a escasear”. Toda una declaración de principios aderezada con música country, para completarla. Se trata de un juego muy elaborado, con diferentes gameworlds, y misiones que responden a las distintas acciones que se supone debe tener en cuenta una empresa petrolífera, perforación en distintos lugares del globo –algunos de ellos poblados de terroristas o gobiernos paramilitares aliados– contactos al más alto nivel en la Casa Blanca, etc. Hay que destacar el proyecto *Mc Donald's Video Game*, en el que se ponen en cuestión las estrategias empresariales de esta multinacional en relación a las actividades que realiza para rentabilizar y extender su negocio sin tener en cuenta cuestiones ecológicas, laborales o financieras. Uno de los máximos valores de este videojuego es precisamente su capacidad para hacerse pasar por un producto de la propia empresa, antes de comenzar a jugarlo. Como en el caso anterior, se trata de reflexionar sobre los modos de hacer de esta empresa (aunque podría servir de modelo para casi todas las multinacionales) en relación a las consecuencias que provocan sobre el medio ambiente, las personas, o sus propios trabajadores. Por último, es necesario mencionar *Unmanned*, uno de los más brillantes videojuegos de este grupo. En este caso, el juego alcanza una profundidad sin precedentes combinando secuencias activas con otras de carácter reflexivo, en la simulación del día a día de un soldado que comanda “Drones”, aviones no tripulados cuyo objetivo es bombardear zonas remotas de conflicto, controlados a distancia por un joystick situado en una base en California, el colmo de la deslocalización.

Como hemos podido ver, hoy, el desarrollo de plataformas y aplicaciones de contenido crítico vive un momento de esplendor creativo sin precedentes, dada la combinación de circunstancias diversas que han propiciado la cristalización de esta tendencia particular, basada en la crítica sociopolítica a través de herramientas videolúdicas específicas, desarrolladas por programadores independientes al calor del poder expansivo de internet y las posibilidades creativas del software Flash. Las sinergias fruto de la convergencia entre activismo político y videojuegos están todavía por explorar, frente a la ausencia de modelos en los que fundarse, los escasos intentos de hibridación transitan caminos muy diversos que buscan su propio espacio de expresión, en el que el videojuego como herramienta despliegue todo su potencial significativo y adopte las formas, reglas y diseños que la crítica social necesita para canalizarse en el contexto digital posmoderno. En definitiva, propone un nuevo modelo de videojuego en el que cobran especial relevancia los valores político-sociales asociados a un agente crítico y reflexivo, cuyas operaciones hermenéuticas construyen una nueva experiencia lúdico-política.

Tras este recorrido por las experiencias videolúdicas más estrechamente relacionadas con la intervención sobre la realidad política contemporánea, podemos afirmar que ante nosotros se está desarrollando un movimiento de dimensiones considerables y de impacto incierto que, sin duda, supone un campo absolutamente fértil para la investigación. Numerosos trabajos están abordando la cuestión desde puntos de vista diversos, lo que garantiza un corpus teórico al que referirse en futuras aproximaciones. Aún así, la transitoriedad de muchas de estas experiencias, en sintonía con la actual modernidad líquida, este tiempo del cambio permanente que describe Zygmunt Bauman (2003: 8), en la que los modelos y estructuras no perduran lo suficiente como para enraizar, hará inviables aproximaciones sincrónicas por quedarse inmediatamente obsoletas, imponiendo en cierto modo el imperio de la caducidad, de la inestabilidad, de la renuncia a la memoria. Veremos.

Referencias bibliográficas

- AARSETH, Espen (2003): "Playing Research: Methodological approaches to game analysis", *Game Approaches / Spil-veje. Papers from spilforskning.dk*
- ALVAREZ, Julián (2007): *Du jeu vidéo au serious game. Approches culturelle, pragmatique et formelle*. Thèse Doctorale. Université Toulouse II.
- BAUMAN, Zygmunt (2003): *Modernidad líquida*. México DF. Editorial Fondo de Cultura Económica.
- BOGOST, Ian (2007): *Persuasive Games. The expressive power of videogames*. Cambridge, MIT Press.
- Conference, august 28.-29. 2003
- FRASCA, Gonzalo (2001): *Videogames of the oppressed. Videogames as a means for critical thinking and debate*. Georgia Insitute of Tecnology.
- FRASCA, Gonzalo (2004): "Videogames of the oppressed. Critical thinking, Education, tolerance and other trivial issues". En HARRIGAN, WARDRIP (eds.) *First Person. New Media as Story, Performance, and Game*. London. MIT Press
- FRASCA, Gonzalo (2009): "Juego, videojuego y creación de sentido", En *Revista Comunicación*, n° 7.
- GEE, James (2008): "Learning and game", En SALEN, Kate (ed.) *The ecology of games*. Cambridge, MIT Press.
- GROS, Begoña (2009): "Certezas e interrogantes acerca del uso de los videojuegos para el aprendizaje", En *Revista Comunicación*, n° 7.
- HUERTERO VALLE, Guillermo, (2007): *Videojuegos políticos: una forma diferente de entender la política*, *Revista Textos de la CiberSociedad*, n° 12,
<http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=141>
- HUIZINGA, Jon (1998): *Homo ludens: el elemento lúdico de la cultura*. Madrid. Alianza Editorial.
- MICHAEL, David; CHEN, Sande (2006): *Serious games: educate, train and inform*. Boston, Thomson Course Technology.

PEREZ LATORRE, Oscar (2012): *El lenguaje videolúdico*. Barcelona. Laertes.



SICART, Miguel (2009): “Mundos y sistemas: entendiendo el diseño de gameplay ética”, En Revista Comunicación, nº 7.

ZYDA, Michael (2005): *From Visual Simulation to Virtual Reality to Games*. IEEE Computer society.

http://gamepipe.usc.edu/zyda/pubs/Zyda-IEEE-Computer_Sept2005.pdf

Antes que el videojuego sepa que has muerto

Iván Bort Gual, Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez,
Palma de Mallorca

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

“Busco un tiempo de mi vida excomulgado.
Un tiempo que escape a la división arbitraria
entre la vida y la muerte, bastarda
eternidad fallida
que a duras penas
puede acabar con la vida
porque nació con ella.”

José Antonio Palao (Ahora te veo, Eurídice)

1. Camino a la perdición

EL AZAR no tiene nada que ver con el hecho de que películas como *El resplandor* (*The Shining*, Stanley Kubrick, 1980), *Funny Games* (Michael Haneke, 1997), *Carretera perdida* (*Lost Highway*, David Lynch, 1997) o *Mulholland Drive* (David Lynch, 2001) coincidan en el arranque de sus relatos en la representación de trayectos en coche con el viaje/llegada a (in)ciertos lugares que desencadenarán los hechos traumáticos de la trama. Esas «kilométricas carreteras sin arcén» (Bort y García Catalán, 2013: 5) que atestiguan la paradoja de la linealidad y su quebranto que estalla desde la inminencia y la amenaza del accidente. Accidente con el que da origen también uno de los más interesantes y aclamados juegos —que más tarde devendría en saga— dentro del género propio del videojuego que es el *survival horror* inteligentemente hibridado con el género más oriundo de la literatura y el cine que es el *terror psicológico*: *Silent Hill* (Konami, 1999):

“Let’s consider *Silent Hill*, one of the most critically acclaimed games in the genre. It features a complex and ambiguous plot that involves the main character looking [...] in an eerie an atmospheric town. The use of sound effects of unknown source, melancholy and unsettling music, limited visibility (because of a thick fog and a thicker darkness) and disturbing themes create an experience that has been often classified as *psychological horror*. The empty spaces and personal loss dominate every aspect of the videogame; its main emotional ingredients would be disgust, vigilance, sadness and terror.” (Navarro, 2009: 77).

“Don’t even consider exploring the foggy town of Silent Hill if you lack the following: a desire to be genuinely scared, a strong heart, a fridge stocked with your favorite comfort food, and an economical energy tariff that means it won’t be too expensive to leave all the lights on for a week after you play it. This is one disturbing game. While other survival horror games make you jump, the hero usually comes packing a shotgun, which means that you rarely feel too threatened. In contrast, *Silent Hill* makes you feel almost physically as well as spiritually naked. This would be the game that *Resident Evil’s* monsters would play when they were of a mind to spook themselves.” (Mott, 2010: 69).

Para empezar, estos comienzos narrativos sirven con precisión al carácter definitorio esencial de lo que se entiende como *secuencias-tipo* o *secuencias paradigma*: aquellas que, en su disposición de los distintos recursos expresivos y narrativos, refunde en sí misma el sentido global de la obra audiovisual:

“Así pues, hay momentos privilegiados en el film que constituyen en sí mismos microdiscursos que engloban la totalidad del contenido cual si se tratara de un resumen. Fragmentos, que pueden ser secuencias enteras o un bloque de ellas, que son un modelo reducido del film en cuanto a sus tramas. Son secuencias-tipo que condensan gran parte del valor significativo de la obra (esto es muy habitual en los inicios y *finales* de las películas). Conviene reflejar bajo qué condiciones podemos entender que una parte tiene validez

por la totalidad: 1) el fragmento debe estar claramente delimitado como tal (coincidiendo con un segmento o subsegmento del film); 2) debe ser en sí mismo consistente y coherente, atestiguando una organización interna suficientemente explícita; y 3) debe ser representativo del film en su totalidad. Esta noción no es absoluta y debe ser evaluada en cada caso particular. Es evidente que el lugar del cierre narrativo (final) se constituye en espacio privilegiado para asumir el sentido del conjunto. De la misma forma, los títulos de crédito e inicios del film son también momentos privilegiados en este sentido, bien por la aportación de informaciones relevantes, bien por la introducción de elementos iconográficos que actúan como resumen o incluso por las letras de canciones de fondo.” (Gómez Tarín, 2003: 610).

No resulta por ello casual, además, que se trate en todas ellas de secuencias que acompañan a la aparición de los títulos de crédito, artefactos discursivos de incuestionable valor metafórico en los que no nos detendremos más de lo ya escrutado en incisivas investigaciones previas (Bort Gual, 2012). En última instancia convendría, sin embargo, partir de la consideración probada de que estas partículas de apertura –y también cierre– de los relatos audiovisuales emplean recursos narrativos y expresivos de tal modo que adquieren valor analítico independiente y estratégico, siendo de hecho el epítome de las características formales y de contenido del texto en el que se introducen.

Tanto en *El resplandor* como en *Funny Games* seguimos, desde la intervención enunciativa de unos pronunciados movimientos cenitales de la cámara, el recorrido de un solitario vehículo a través de verdes y desolados parajes naturales. La secuencia de títulos de crédito para el film de Kubrick, diseñada por Chapman Beauvais & National Screen Service y con fotografía aérea desde helicóptero tomada por MacGillivray Freeman Films, cuenta con unos inusuales *rolling credits* cuya mecánica normalmente va siempre reservada a los créditos finales de las películas. La tipografía, una austera Helvetica coloreada con un azul eléctrico intenso, revela muy pronto la contradicción del artificio técnico/infográfico con el entorno de la naturaleza virgen. Un primer choque, de naturaleza formal y estética

que, ensalzado además por la variación musical sintética que los compositores Wendy Carlos y Rachel Elkind hacen del canto gregoriano *Dies Irae* del Siglo XIII, ya avanza la dislocación mental en la que el personaje protagonista se verá sumido. Así, el tránsito que acompaña los títulos de crédito vehicula el destino inminente del relato hacia el Hotel Overlook «que significa a la vez “dominar con la mirada” y “echar a suertes”» (Ciment, 2000: 136), significante que encierra la arquitectura física y laberíntica de la locura hacia la que el coche –y con él, la trama– conducen inexorablemente.

“Stanley Kubrick: It was important to establish an ominous mood during Jack's first drive up to the hotel -- the vast isolation and eerie splendour of high mountains, and the narrow, winding roads which would become impassable after heavy snow. In fact, the roads we filmed for the title sequence are closed throughout the winter and only negotiable by tracked vehicles.” (Ciment, 2000: 190)



Títulos de crédito de *El resplandor* (*The Shining*, Stanley Kubrick, 1980)

En ese sentido, este viaje que inician los títulos de crédito de *El resplandor* y el arranque de *Silent Hill* a través de su escena cinemática o *cut scene* introductoria⁴⁶ metaforizan con especial lucidez la travesía

⁴⁶ «Una *cut scene* de un videojuego, al inicio [...] introduce el juego, contextualiza o da información sobre su manejo, lo que ya es bastante diferente, pero,

hacia el lugar de lo insano. Un bizarro recodo bifurcado del universo, donde el espacio y el tiempo carecen de toda lógica y la fractura del sentido unívoco campa por las calles de Silent Hill con la misma libertad con la que el niño Danny sorteaba las esquinas de los amoquetados pasillos del Hotel en su triciclo. El Hotel Overlook y Silent Hill, elementos topográficos del Maligno.

En su *remake* de *Funny Games*, por su parte, Haneke arranca el relato con unos primeros títulos de crédito en rojo sobre negro – títulos estáticos en combinación de colores sólidos según nuestra tipología (Bort Gual, 2012)– en un imponente y potentísimo vacío escopicofónico, es decir, sin acompañamiento musical alguno⁴⁷. De inmediato, sin solución de continuidad y por corte directo, un plano cenital extremo –con el que inicia directamente en la versión original europea– empequeñece a un vehículo bajo nuestra visión omnisciente. Una intervención enunciativa clara que, al igual que sucedía con *El resplandor*, supone un «primer movimiento presentado por un grandioso paisaje de montañas, bosques y lagos donde los personajes se encuentran perdidos, aplastados y dominados» (Ciment, 2000: 135) por el sujeto-espectador.

La secuencia inicial, que está transversalmente segmentada por los títulos de crédito (acompañados por la ruptura brutal en la banda sonora musical –intervención enunciativa–), presenta inmediatamente el juego entre Georg y Anna: deben adivinar el intérprete vocal de una grabación musical

además, se hace eco de una suerte de plus de calidad que pretende construir gráficamente un mundo brillante y espectacular en el que el avatar no necesariamente está presente o, si lo está, no aparece vinculado al jugador. Este mismo procedimiento, con un estilo visual muchas veces diferenciado del juego, más cinematográfico (o, mejor, “pretendidamente” cinematográfico) reaparecerá una y otra vez en diversos momentos del desarrollo, cosa que, lógicamente, no acontece en un film» (Gómez Tarín, 2012: 10). Remitimos a este mismo texto para la ampliación y profundización en las estrategias narrativas de estas *cut scenes* en su hibridación con el discurso cinematográfico.

⁴⁷ Práctica que, por cierto, le es bastante familiar a Haneke en sus decisiones sobre composición y acompañamiento sonoro de los títulos de crédito en sus películas. *Escondido* (*Caché*, 2005) o *La cinta blanca* (*Das weiße Band - Eine deutsche Kindergeschichte*, 2009) son dos ejemplos dentro de su filmografía en los que los títulos de crédito vienen presentados igualmente en absoluto silencio.

de corte clásico; es lo que hemos denominado el *juego institucional* porque coloca a los personajes en el seno de la alta cultura (elemento que se añade al entorno, dicción, aspecto, vestuario, vehículo y remolque con el velero), siendo muy significativo el *plano 9* en el que las manos de Georg y Anna se han juntado cerca del reproductor de CD's y su mirada enmarca la del hijo, en el asiento de atrás, de tal forma que, presentado el plano desde el parabrisas del vehículo, ofrece una imagen idílica de *la familia*, como institución. Y es precisamente en ese momento que se produce el cambio en la banda sonora y la irrupción tajante del tema musical –mezcla de *trash* y *heavy*– *Water*, absolutamente brutal. Este es otro juego, un juego que supone 1) la irrupción de *lo siniestro* en el entorno familiar (por otra parte, su contexto esencial), y 2) el establecimiento de un nuevo juego, también siniestro, entre la enunciación y el espectador, cuyo pacto se constata en las escenas siguientes (Gómez Tarín, 2010: 165-166).



Títulos de crédito de *Funny Games* (Michael Haneke, 1997)

Reseñable es pues que el maridaje entre la apertura de *Funny Games* y su dialéctica con el primer impulso narrativo del videojuego *Silent Hill* pone sobre la mesa, además del ya presentado trayecto en coche, dos nuevos significantes clave, esenciales para ambas propuestas: las nociones de *juego* y *violencia*. La violencia ejercida sin escrúpulos,

normalizada, legitimada bajo la apariencia de un juego conforma parte del envite reflexivo que Haneke propone con su obra, del mismo modo que *Silent Hill* forma parte de ese universo siniestro de videojuegos que encierran un gusto por lo que de atractivo y repulsivo –en paralela simultaneidad– tiene la matanza indiscriminada bajo la bandera de la supervivencia. En esa misma noción de *juego* que le es holística a la cinta de Haneke, descansan muchas otras marcas enunciativas, que entre el asombro estilístico y el escándalo de lo perverso, invitan a interpelarnos e incomodarnos como espectadores/usuarios. *Funny Games* enriquece formalmente nuestra consideración al respecto de que «si bien la narración abierta asegura una *habitación* más completa del *espacio* en el que se integra el consumo del videojuego, ésta no puede nunca considerarse *plena*, porque el jugador siempre permanecerá prisionero de la insubsanable limitación de un universo finito de posibilidades que un *Grand Imagier* previó como esperables y articuló como jugables» (Sáez Soro, Martín Núñez y Bort Gual, 2011: 1238). Esto se hace evidente a propósito del ya célebre rebobinado que uno de los dos asaltantes acomete sobre la materialidad significativa del discurso a través de un mando a distancia que le permite *reiniciar* –término más “videojueguístico” éste que cinematográfico– su desafortunada experiencia de los últimos instantes de narración. Esta evidenciación del aparato de producción a través del rebobinado explícito de una acción en *Funny Games* viene a representar un *juego* muy similar al que al jugador de videojuegos se le propone. Lo hace en la modificación de los tiempos –el real, y el del discurso– cuando éste ha muerto –a través de su avatar en la partida– y es el meganarrador –ése a quien se desafía con descaro en *Funny Games*– el que le invita a reintentarlo de nuevo. Con la vuelta al último punto de partida, película y videojuego funcionan a modo de artefacto de reversibilidad de la muerte: Paul evita con el rebobinado de la escena la muerte de su compañero Peter a manos de Anna; y, en el seno del videojuego, el jugador sortea el yugo del “GAME OVER” con la siempre alentadora oferta del “RETRY?”.



Fotogramas de la escena del rebobinado de *Funny Games* (Michael Haneke, 1997) en dialéctica con las opciones de “reinicio” o “reintento” de los videojuegos en *Silent Hill* (1999)

2. El miedo a la sangre tiende a crear miedo a la carne

La secuencia cinemática con la que arranca *Silent Hill* es ya toda una referencia insalvable en el imaginario de los videojuegos y su memoria reciente. La combinación de imágenes siniestras, inconexas, retales visuales de las experiencias por venir para el jugador –en este sentido jugarían un excitante papel de *teaser*– junto con la composición musical de Akira Yamaoka⁴⁸, construyen una *intro* extraordinaria. Intercalada entre los insertos de esas imágenes todavía inexplicables, *Silent Hill* inicia su relato con el traumático accidente del protagonista,

⁴⁸La importancia de este *Silent Hill theme* y el poder y relevancia en cuanto a la identidad acústica del videojuego fue tal que en su translación cinematográfica, *Silent Hill* (Christophe Gans, 2006) «una de las peores películas de la historia» (Ebert, 2008: 454)–cuestión ésta que invita a reflexionar sobre si los mecanismos narrativos de cine y videojuegos son tan automáticamente intercambiables como solemos creer– los primeros e imborrables acordes con los que comenzaba esta secuencia cinemática introductoria del videojuego fueron los escogidos para abrir también los títulos de crédito de la película.

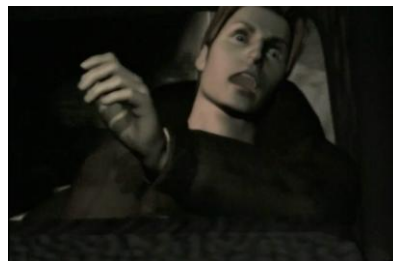
Harry Mason, al volante de su coche mientras conducía por una oscura carretera cercana a una misteriosa colina. En este sentido, lo que nos muestra el arranque de *Silent Hill* guarda, tanto en contenido como en forma, un innegable parentesco con los títulos de crédito de las *lynchianas* *Carretera Perdida* y, especialmente, *Mulholland Drive*. Se trata en todos los casos de la asimilación de un hecho traumático, vinculado a un accidente de coche, con el desencadenamiento de tramas inexplicables, recuerdos diluidos, personajes fantasmagóricos que deambulan, historias muchas veces carentes de relaciones causa-efecto.



Secuencia cinemática introductoria de *Silent Hill* (Konami, 1999)

La influencia de la narrativa de David Lynch en *Silent Hill*, más allá de la evidencia de estos arranques, descansa en la admiración por la creación de atmósferas oníricas y pesadillescas que son abrazadas además por ambientaciones musicales claramente deudoras. No en vano, suele decirse que *Silent Hill* fue el primer videojuego que utilizó la música como un elemento narrativo potenciador de las atmósferas de juego, y su compositor, Akira Yamaoka, señala sin pudor a Angelo Badalamenti –colaborador inseparable de Lynch en sus creaciones– como su gran fuente de inspiración. Lynch y *Silent Hill* son por ello, en el sentido más *cronenbergiano* del término –en su vertiente de sangre, carne, víscera, y misterios del organismo– *inseparables*:

“Like Lynch, the authors of *Silent Hill* see external reality as a mirror of our souls, an extension of the character/individual’s inner life. Imagination is reality, and flows of time and space are variable according to our inner feelings, thoughts, rhythm; truth is always relative, the boundaries between life and death, between sanity and insanity are difficult, if not impossible, to define [...] With *Silent Hill*, it is difficult to avoid comparison with Lynch’s work and his TV series *Twin Peaks* (1990-1991) [...] I see *Twin Peaks* as the most important source of inspiration for *Silent Hill*. The setting, the fact that the city becomes a “metamorphic creature” mirroring the soul of the population of the town and... the fact that the whole story is after all a voyage of the “detective” towards insanity, self destruction, “death”.” (Perron, 2012: 56).



Lo *metamórfico* en el accidente al volante de *Carretera Perdida* (*Lost Highway*, David Lynch, 1997) y en *Silent Hill* (Konami, 1999)



La bienvenida al espectador/usuario al lugar donde todo comienza: *Twin Peaks* y *Silent Hill*, poblados trufados de inconsistencias espacio-temporales.

Referencias bibliográficas

- BORT GUAL, Iván (2012): *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Francisco Javier Gómez Tarín y defendida el 23 de abril de 2012. Departament de Ciències de la Comunicació, Universitat Jaume I, Castellón. ISBN: 978-84-695-4266-8.
- BORT GUAL, Iván y GARCÍA CATALÁN, Shaila (Coord.) (2013): *Mind-Game Films : el trauma en la trama. L'Atalante: revista de estudios cinematográficos*, número 15, enero-junio 2013. Asociación Cinefórum L'Atalante, Universitat de València. ISSN: 1885-3730.
- CIMENT, Michel (2000): *Kubrick*, Akal, Madrid.
- EBERT, Roger (2008) : *Las peores películas de la historia*, Ma Non Troppo, Ediciones RobinBook, Barcelona.
- GARCÍA CATALÁN, Shaila (2012) : *Hipertexto y modelización cinematográfica en la divulgación neurocientífica audiovisual. A propósito de Redes de Eduard Punset* Tesis Doctoral dirigida por Dr. José Javier Marzal Felici y Dr. José Antonio Palao Errando, Departament de Ciències de la Comunicació, Universitat Jaume I, Castellón.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2003) : *Lo ausente como discurso: elipsis y fuera de campo en el texto cinematográfico*. Tesis doctoral dirigida por Prof. Dr. D. Juan Miguel Company Ramón y presentada en Valencia el 28 de Febrero de 2003. Departamento de Teoría de los Lenguajes. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2010): *El análisis de textos audiovisuales*, Shangrila, Santander.
- GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (2012): “Formatos y estrategias narrativas híbridas: el cine y la escena cinemática (*cut-scenes*) en los videojuegos. Interdependencias múltiples en la era digital”

en *Actas del III Congreso Internacional de la AE-IC: comunicación y riesgo*, Tarragona, Universidad Rovira i Virgili.

MARTÍN NÚÑEZ, Marta (2011) : *Tensiones entre los viejos y los nuevos medios : una aproximación al análisis del videojuego como discurso audiovisual*, Actas del III Congreso Latina de Comunicación Social : La comunicación pública, secuestrada por el mercado, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna, Tenerife.

MOTT, Tony (Ed) (2010) : *1001 Videogames You Must Play Before You Die*, Quintessence, Hachette, London.

NAVARRO, Víctor (2009) : *System and experience : a guide to the videogame as a complex system to create an experience for the player*, Departamento de Comunicación Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

NAVARRO, Víctor (2010) : *Emotions+Gratifications=Experience. A Method for the Description and Analysis of Player Experience*, Departamento de Comunicación Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.



PERRON, Bernard (2012) : *Silent Hill: the terror engine*, The University Of Michigan Press, Michigan.

SÁEZ SORO, EMILIO; MARTÍN NÚÑEZ, MARTA y BORT GUAL, IVÁN (2011): “Del cine al videojuego: ¿evolución, simbiosis o parasitismo?” en BORT GUAL, IVÁN; GARCÍA CATALÁN, SHAILA y MARTÍN NÚÑEZ, MARTA (Editores): *Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico, Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*, Universitat Jaume I, Ediciones de las Ciencias Sociales, Edición en CD-ROM. ISBN: 978-84-87510-57-1. Págs. 1231-1243.



El mundo orgánico en la realidad virtual. Hipertextualidad y metatextualidad en la ficción audiovisual. A propósito de *eXistenZ*

(David Cronenberg, 1999)

Pablo Ferrando García, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

Rubén Higuera Flores, Universitat de València

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. Introducción. El desierto de lo real

AL FILO del último milenio una serie de propuestas cinematográficas se preocuparon de mostrar sombríos y/o siniestros vaticinios sobre el futuro inmediato que las siguientes décadas traerían consigo: frente al vaciado de la realidad, a la consunción de lo real, irrumpirían mundos alternativos o paralelos en los cuales el ser humano se vería obligado a reconocerse y adaptarse para sobrevivir. *Días extraños* (Strange Days, Kathryn Bigelow, 1995), *Dark City* (Alex Proyas, 1998), *El show de Truman (una vida en directo)* (The Truman Show, Peter Weir, 1998), *Nivel 13* (The Thirteenth Floor, Josef Rusnak, 1999), *Matri* (*The Matrix*, Andy y Larry Wachowski, 1999) y *eXistenZ* (David Cronenberg, 1999), entre otros, proyectaron un mundo real debilitado, absorbido, contaminado o invadido a través de espacios irreales o virtuales. En dichos filmes se producía una notable confusión de los límites de la realidad a causa

del aletargamiento que sufrían sus protagonistas con el empleo de las máquinas propiciadoras del viaje virtual.

Si en *Días extraños* Lenny Nero (Ralph Fiennes) traficaba con discos que permitían experimentar las vivencias y sensaciones de otras personas, el mundo que presenta *Dark City* estaba sometido al poder de los Ocultos (alienígenas que se introducían en los cuerpos humanos fallecidos con objeto de pasar desapercibidos), capaces de transformar la realidad durante las noches. Los seres humanos se sumían en un profundo sueño y los Ocultos modificaban el paisaje urbano al mismo tiempo que incorporaban cambios en los recuerdos de los seres humanos. *El show de Truman* (*una vida en directo*), recreaba un *reality* gracias a un enorme decorado, cubierto por una cúpula gigantesca y poblado de actores de la serie y personal técnico. Su protagonista, Truman⁴⁹ Burbank (un sorprendentemente comedido Jim Carrey), formaba parte del espectáculo audiovisual sin saberlo, debido al empleo de infinidad de cámaras ocultas, las cuales durante las veinticuatro horas al día retransmitían en vivo sus actividades cotidianas. *Nivel 13* se inspiraba en la novela *Simulacron-3* (1964), de Daniel Francis Galouye⁵⁰, y trataba sobre una máquina de realidad

⁴⁹ El nombre en inglés suena a *True man*, que se traduce como “hombre verdadero”, en clara referencia al único personaje real dentro de un mundo ficticio. El director y creador del *show*, Christof, es una abreviación de Christopher, que significa “el que lleva al mesías (Cristo)”, aludiendo a quien domina y maneja la vida del héroe. Además, la ciudad artificial, convertida en un plató inmenso, es denominado como *Seabeaven*, es decir “refugio en el mar”. Sobre dicho film hay un monográfico elaborado por Francisco López Cantos: *El show de Truman*, de Peter Weir (1998), Ed Nau Llibres-Octaedro. Valencia-Barcelona. 2007.

⁵⁰ Publicado en la editorial Ferma, Barcelona, en 1967. Francia reeditó el libro en mayo de 2010 para la editorial Folio SF. Por otra parte, cabe señalar que el escritor de Nueva Orleans, especializado en ciencia ficción, tan solo publicó cinco novelas: *Dark Universe* (*Mundo tenebroso*, 1961), nominado a un premio Hugo; *Lords of the Psychon* (*Señores de la Psychon/ Después de la III Guerra Mundial*, 1963), *Simulacron-3*, también conocida en español bajo el título de *Mundo simulado*; *A Scourge of Screemers* (*Muerte ululante*, 1968) y *The Infinite Man* (1973). *Simulacron-3* sirvió igualmente de base para la miniserie de la televisión alemana, *Welt am Draht* (1973), dirigida por [Rainer Werner Fassbinder](#).

virtual, inventada en 1990, que permitía volver a Los Ángeles de 1937. Al entrar en el sistema, una persona de esta vida paralela era cambiada por otra del mundo real mediante una transferencia de conciencia. *Matrix* presentaba un futuro donde, tras una guerra cruenta, casi todos los seres humanos habían sido oprimidos mediante sofisticados equipos tecnológicos y la creación de inteligencias y mundos artificiales. Las máquinas empleaban a los seres humanos para obtener energía y la gente que había escapado de esta sumisión habitaba en una ciudad llamada Sión. Sin duda, la primera entrega destacó por encima del resto, tal y como señalan Palao y Crespo, debido a que el

“*merchandising* clásico ha alcanzado con *Matrix* la dimensión ciberespacial dotándose de un novedoso entramado comercial y significativo. Ello convierte a nuestra película en valioso campo de análisis de los modelos de generación textual en la cultura de masas postmoderna y en una impagable metáfora de la *sociedad de la información*.”(2005: 10).

Por último, *eXistenZ* proponía una historia de ciencia ficción donde se celebraba la presentación de un videojuego virtual creado por una prestigiosa diseñadora, Allegra Geller ([Jennifer Jason Leigh](#)), que ha sido víctima de un atentado cometido por un joven pro-realista, procedente de una organización anti-juegos virtuales. Ted Pikul (Jude Law) lograba sacarla malherida del lugar y ambos huyen en coche. Tras una serie de dificultades Pikul y Allegra lograban conectarse al videojuego y, de este modo, quedaban inmersos en el mundo virtual hasta extremos esquizoides, resultando verdaderamente complicado establecer cuáles eran los límites entre ficción y realidad. La película terminaba con una situación similar a la del comienzo, creando una estructura en bucle para exponer un complejo entramado narrativo que comentaremos más adelante.

Así, podemos advertir que *Matrix* y *eXistenZ* mantienen estrechos puntos de conexión. Ambas ofrecen una sugerente idea narrativa: la presentación de un cuerpo que se erige en espacio diegético a modo de construcción de un imaginario real simulado. En ambos filmes el mundo onírico está presente, son atmósferas nocturnas y difusas. Además, el espacio virtual y el cuerpo son

reducidos a informaciones y a estímulos sensoriales en los que, por medio de la personificación del avatar, se verán obligados a experimentar los protagonistas. Ahora bien, en *Matrix*

“es el principal vector de seducción del film, porque implica la transmisión de un mensaje para el espectador avezado en los juegos virtuales que es el que va a convertir en película de culto a *Matrix*: las trepidantes acciones heroicas vividas en el interior de los mundos virtuales pueden ser redimidas de su fatuidad e intrascendencia, de su exilio del Principio de Razón Suficiente, al ser integradas en una trama épica. De ahí, que como hemos advertido, los núcleos narrativos, las acciones que hacen progresar el relato tengan su espacio natural en *Matrix* con la tachadura del Mundo Real y del cuerpo orgánico.” (Palao; Crespo, 2005:103).

Sin embargo, la perspectiva de Cronenberg aún tiene un sesgo más negativo, incómodo y siniestro:

“La construcción de un mundo y un cuerpo virtuales (construcción que en la película aparecen dadas a través de juegos génicos como ‘eXistenZ’), responde a un intento de escapar al mundo y al cuerpo reales que el sujeto siente como angustiosos, entonces lo que aparece en ‘eXistenZ’ es aquello que se buscaba reprimir mediante el juego: el mundo y el cuerpo propios.” (López, 1999: 58)

Por tanto, la película de los hermanos Wachowski ofrece todo un crisol de géneros cinematográficos, de nociones filosóficas, ideas religiosas, visiones pragmáticas sobre la tecnología y en los que el mundo virtual, los interfaces, videojuegos, etc., todos ellos son envueltos bajo el lenguaje del cómic, la informática y la cultura postmoderna. En cambio, Cronenberg, construye un relato cuya estructura narrativa tiene forma de videojuego y al mismo tiempo establece un explícito paralelismo con el relato cinematográfico a través de las vicisitudes que experimentan los personajes. El espectador las recogerá como una vivencia emocional bajo una atmósfera ilusoria, artificial y absurda que potencia un universo

onírico no exento de una mirada siniestra (en el sentido freudiano del término).

2. Los videojuegos como experiencias narrativas

Una de las singularidades de *eXistenZ* es la de someter el relato fílmico a la forma estructural y narrativa de un videojuego. Esta equivalencia nos sirve como objeto de reflexión sobre el papel que cumplen ambas producciones audiovisuales (es decir, el videojuego y el cine) en los relatos contemporáneos. Dicho de otro modo, cómo procuran estas actividades al individuo una experiencia intelectual, generadora de emociones y sensaciones gracias a la inmersión y organización de una serie de acontecimientos en forma de narración.

Así, en la película de Cronenberg, durante todo el juego virtual los personajes presencian una serie de acciones en las cuales son agentes activos de su devenir narrativo: son capaces de parar el juego, activarlo de nuevo y/o de cambiar el itinerario de los sucesos narrativos. Al mismo tiempo, los espectadores del filme de Cronenberg viven una historia que no le es propia, les es imposible participar directamente en las decisiones y evoluciones de los acontecimientos del relato⁵¹. Estas diferencias sobre la participación activa o pasiva del público pueden ser extensibles a cualquier videojuego y, en líneas generales, también al cine. Sin embargo, con el filme de Cronenberg, los espectadores pueden llevar a cabo una lectura intersubjetiva de las vivencias narrativas, ya que sus inferencias les llevan a recoger una denuncia a través de esa confrontación directa del mundo real con el virtual. El rechazo que tiene Allegra Geller

⁵¹*Smoking/No smoking* (Alain Resnais, 1993) ha sido una de las escasas películas interactivas en las cuales trataron de brindar al espectador la posibilidad de elegir libremente el desarrollo y la resolución narrativa. No obstante, por su propia naturaleza, esto no deja de ser un mero simulacro. La película ha adaptado la obra teatral del dramaturgo británico Alan Ayckbourn, *Intimate exchanges*, publicada en 1971. La obra original constaba de ocho relatos diversos, pero relacionados entre sí y cada una de ellos presentaba dos finales diferentes. Un espectador interesado por este espectáculo estaba obligado a asistir durante ocho noches seguidas al teatro para tener un conocimiento completo del texto íntegro (ver en Heredero, 1998: 211-219).

(Jennifer Jason Leigh) de la percepción física de las cosas y personas supone para nosotros, los espectadores,

“sacrificar el cuerpo y el mundo propios, dolorosamente resistentes ante nuestros deseos, a favor de un transcuerpo y un transmundo indoloros, es la insensata fantasía, tecnológicamente cada vez más viable, de nuestra época, que *eXistenZ*, en cuanto reaparición obscena del mundo y del cuerpo reprimidos, se va a encargar de denegar.” (López, 1998: 31).

En este sentido, no podemos sentirnos identificados con la posición del protagonista femenino, ya que tiene un serio desapego ante el mundo empírico y una adicción a los juegos que la lleva a aislarse de la realidad. En cambio, Ted Pikul (Jude Law) interviene como contraste, siente la necesidad de aferrarse al contacto de su organismo y del mundo real. Tiene el temor de perderse en medio de los espacios ilusorios, se encuentra en permanente alerta, preguntándose cuál es el lugar verdadero que ocupa en cada momento.

Por otra parte debemos considerar que el videojuego desarrollado a lo largo de toda la película de David Cronenberg podría adscribirse al de la representación en tanto que se constituye como un universo desvinculado de la propia realidad. Ruiz Collantes señala que este tipo de videojuegos, y al margen de la película que nos ocupa, tienen una serie de objetivos específicos fundamentados en la propia representación ya que remiten:

“a las propias reglas de la acción de representar y a las reglas del mundo que es representado. Los jugadores aprenden estas reglas a partir de la observación del mundo que desean simular, bien sea directamente en el marco de la vida cotidiana, bien sea a través de los relatos documentales o de ficción.” (2008: 26).

El juego que se presenta en la película, *eXistenZ*⁵², podría estar emparentado con los simuladores sociales como *The Sims* o *Second life*.

⁵² Con la finalidad de diferenciar entre el juego que aparece en la diégesis y la propia película (titulados de igual forma), emplearemos la cursiva cuando se

En ellos, lo que prevalece es la representación de un mundo y de un personaje con el que pueda proyectarse el jugador para, de este modo, desarrollar una experiencia en el interior de ese universo paralelo.

Al contrario del juego de representación, según Ruiz Collantes, está el de compactación, donde se persigue un objetivo concreto a través de la superación de una serie de obstáculos. De alguna manera podríamos afirmar que esta variante presenta una estructura narrativa más cerrada, afín al modelo del cine clásico, dado que en ellos hay un inicio, un desarrollo y un cierre neto. Sin embargo, en los videojuegos de representación, como los mencionados arriba, rompen el esquema conservador del relato hegemónico. Ahora bien, eXistenZ combina los juegos de representación y, a su vez, los de compactación. En la película advertimos un colectivo de jugadores que interactúa simultáneamente en un mismo espacio común⁵³. Todos ellos han sido inmersos a la simulación de una guerra de patentes comerciales sobre los videojuegos, adjudicando una serie de roles a cada uno de los participantes sobre la propia representación. Quien gane será el único superviviente del juego y ello se asemeja a la consecución de la victoria en la propia competición de los juegos de compactación. Ahora bien, los mundos presentados en eXistenZ, como en *Second Life* o *The Sims*, despliegan mundos persistentes, ofrecen

“secuencias de acciones y situaciones sin final o, por lo menos, sin un final prefijado en las propias reglas del juego. En cuanto estos videojuegos tienden a maximizar

haga mención a la segunda, mientras que no la utilizaremos cuando nos refiramos al primero.

⁵³ Este tipo de juegos se asemeja bastante al “tarreo”. Con ello se potencia la cultura de las comunidades de los videojuegos. El “tarreo” es una competición en el cual un colectivo de jugadores participan simultáneamente mediante la conexión en línea de los ordenadores de cada uno de ellos. El rasgo esencial de este juego en equipo es que los participantes del concurso se encuentran en el mismo lugar, uno junto al otro. También asiste público para apreciar el desarrollo del juego a través de proyectores conectados con los ordenadores (los llamados data show). Así pues, son juegos de carácter grupal donde cada equipo está comunicado entre sí a través de ligeros intercoms (cascos con micrófono incorporado). Sobre esta práctica lúdica hay un estudio de Castellón Aguayo y Jaramillo Castro titulado *La cultura del videojuego* (2010: 134-145)

la simulación de las condiciones del mundo real, entonces adoptan una de sus características como es la de fluir sin límites del tiempo.” (Collantes, 2008: 28)

Del mismo modo, *eXistenZ* posee una estructura en bucle con un desenlace abierto. En la última imagen, el espectador es interpelado directamente gracias al momento en que Pikul y Allegra apuntan con sus armas al participante oriental. A estas alturas del relato, ya sabemos que, en un nivel superior a *tranScendenZ*, se insinúa un nuevo juego virtual, ya que la película había comenzado con un atentado hacia los responsables de la promoción del videojuego colectivo *eXistenZ*. Pero la interrogación de esta escena se traslada al espectador al sugerir el contracampo con las miradas de los personajes hacia la sala de proyección mediante la pregunta que formula el jugador chino: “Are we still in the game?⁵⁴”. Por tanto, el *mise en abîme* que extiende la película resultará altamente productivo a la hora de preguntarnos dónde se encuentran los límites de la realidad frente al universo audiovisual que nos invade el entorno cotidiano.



Interpelación directa al espectador en el plano final de *eXistenZ*:
«¿Estamos aún al juego?»

En cuanto al desarrollo ilimitado del tiempo, nos ha llamado poderosamente la atención que las secuencias de *eXistenZ* son

⁵⁴ “¿Estamos aún en el juego?”.

extraordinariamente largas y con una enorme profusión de primeros planos. Casi todas las secuencias superan los diez minutos y el centenar de planos. El ritmo de todas ellas es pausado, la acción suele mantenerse en permanente suspensión con una doble finalidad. En primer lugar, trata de crear unas expectativas dramáticas, una tensión producto de la ausencia del saber narrativo por parte de los personajes/espectadores (emulando al jugador que se encuentra frente la situación virtual). En segundo lugar, gracias a la estructura ya mencionada sugiere un desarrollo narrativo *Ad infinitum*. La dilatación temporal de la primera secuencia, con la presentación de eXistenZ en la iglesia, la extensa escena en el restaurante chino, o la que clausura la película, nos permite asistir a una analogía entre el tiempo diegético con el real de la proyección y esto favorece la experiencia narrativa del espectador al estar próximo a las condiciones temporales del mundo real.

Por último, la película se esfuerza en mostrar de forma evidente el mundo artificial. Las vainas génicas, los anfibios mutantes son claramente de goma⁵⁵, la gestualidad y las acciones de los personajes resultan histriónicas y falsas. Incluso las condiciones del decorado (luces, decorados, figurantes...) son cambiantes en la misma unidad de acción. Por tanto, la película explicita, mimetiza el propio estatuto del videojuego así como también la naturaleza de las imágenes de éste por su carácter aparente. A su vez, también puede advertirse una recreación de las condiciones del mundo real (véase el proceso en cadena de una fábrica de anfibios mutantes que sirven para usar como dispositivos electrónicos del videojuego, o el descanso de los trabajadores en la salida de la fábrica al restaurante chino...), pero, conforme avanza el relato fílmico la frontera del mundo real con el ficcional se diluye para el espectador. Los espacios se pervierten, tal y como hiciera Kafka en sus novelas, ya que lo privado y lo público se funden, aunque aquí sería más exacto hablar de espacios reales y virtuales. En suma, Cronenberg, plantea y cuestiona el proceso interactivo que lleva consigo estos dos tipos de producción audiovisual, el cine y los videojuegos, pero también supone un

⁵⁵ Pese a tratarse de la primera película en la filmografía de Cronenberg que incorporaba efectos de infografía, éstos únicamente se emplearon sobre objetos preexistentes y manufacturados.

ejercicio autoreflexivo sobre la propia naturaleza filmica, sobre su régimen narrativo mediante la consignación de los roles de unos personajes que actúan conforme a universos paralelos y que, a su vez, proporcionan al espectador una rica experiencia narrativa que le sirve de cotejo con el mundo cotidiano.

3. Inicio elidido, cierre denegado. Mise en abîme

3.1 Secuencia inicial

En la secuencia con que *eXistenZ* da inicio⁵⁶ un grupo de sujetos (dispuestos en el espacio como si de una peculiar terapia de grupo se tratara) se han reunido para tener la experiencia, durante una sesión de prueba de una versión beta, a *eXistenZ*, un sistema de juego de realidad virtual al que los usuarios se conectan mediante un biopuerto directamente vinculado a su espina dorsal, situado en la parte baja de su espalda, que presenta una forma anal y puede necesitar ser lubricado antes de ser penetrado por el cable. Este biopuerto, que actúa como zona erógena de los jugadores, enlaza a su vez con una vaina de juego (*game pod*). De forma similar a un feto, esta vaina posee una naturaleza híbrida: es un organismo vivo, básicamente un animal criado con huevos de anfibio fertilizados inoculados con ADN sintético, dotado de huesos y músculos y que puede contraer enfermedades. Se trata, pues, de un elemento característico del imaginario cinematográfico (y filosófico) de Cronenberg, pues, tal y como afirma Pedraza (2002: 62),

“en la obra de Cronenberg hay objetos monstruosos, siniestros en el sentido de que se hallan en el límite que separa lo orgánico de lo inorgánico, lo inanimado de lo viviente, y lo cruzan en ocasiones. Son objetos fuertemente sexualizados, que se hinchan y respiran, se

⁵⁶ Creemos pertinente señalar el genérico, pues está caracterizado por unas imágenes que simulan los tejidos humanos, los cuales son acompañados de vez en cuando por unos fugaces dibujos de vértebras y esqueletos. En el momento que aparece el nombre de David Cronenberg las texturas de los tejidos se vuelven más sombrías. Nos parece que es mostrado como ominoso vaticinio del carácter siniestro del relato.

comportan como animales, enferman, mueren e incluso hablan.”



Vaina de juego (Game Pod) en forma de feto con vida propia.

La ubicación en que acontece esta primera secuencia es el interior de una iglesia despojada de objetos y símbolos religiosos, trae a la memoria del espectador aquellas donde los predicadores estadounidenses exclaman sus encendidos sermones. El símil que esa primera impresión produce en la retina del espectador será confirmado cuando entre en escena la diseñadora del juego, Allegra Geller, pues ésta es objeto de adoración por parte del grupo allí reunido y elevada a la condición de figura mesiánica. El motivo de la devoción que los usuarios de eXistenZ le profesan y la cada vez mayor adicción y dependencia que experimentan radica en que se trata de un juego que suministra pulsiones, emociones, fantasías y deseos a unos personajes humanos vaciados de todo ello.

Esta secuencia sirve también como presentación de Ted Pikul, personaje que se verá obligado por las circunstancias (proteger a Allegra después del intento de asesinato mediante una pistola confeccionada con huesos que dispara muelas humanas) a introducirse dentro del paranoico mundo virtual de eXistenZ.

La función de este personaje en el relato es capital, pues desempeña la labor de delegado/trasunto del espectador cinematográfico dentro de la ficción.



Inicio del juego colectivo: ritual con aires religiosos.

Su, en apariencia, total desconocimiento de las reglas de funcionamiento del mundo virtual permite que el guión introduzca explicaciones dirigidas hacia el público del filme. Durante los primeros minutos de la proyección, el personaje aparecerá siempre retratado en planos con composiciones descentradas y/o con excesivo aire en la imagen, hecho que solo será modificado por la enunciación una vez éste acepte experimentar eXistenZ. De igual manera, Ted verbalizará a lo largo del metraje una serie de reflexiones e incertidumbres en torno al juego que bien podrían ser fruto de los pensamientos del atento espectador.

3.2. Secuencia final

La última secuencia aporta un giro final de guión: todo lo que el espectador ha estado contemplando (incluida la secuencia inicial) constituía una partida de transCendenZ. La disociación entre realidad y ficción virtual dentro de la diégesis era una falacia por parte de la enunciación, pues toda la trama formaba parte de la ficción generada por el juego. Los diversos personajes que hemos visto desfilan durante el metraje eran roles que los jugadores, ahora sentados en grupo, desempeñaban dentro del mundo virtual. Resulta tentador establecer un símil entre la situación que presenta la última secuencia del filme que nos ocupa y la de *El gabinete del Dr. Caligari* (*Das Cabinet des Dr. Caligari*, Robert Wiene, 1920), pues confirma nuestra tesis

con respecto a la configuración de un narrador omnisciente esquizoide. Aunque, como ya hemos apuntado en el apartado anterior, el narratario también experimenta esta percepción ya que los límites del referente se pierden. Dicho de otro modo, los diferentes niveles de virtualidad llegan a contaminar la “realidad” de la ficción. Los diferentes niveles en que está estructurada *eXistenZ* serían, en resumen de Gorostiza y Pérez (2003: 284-285),

“(nivel 1) una pareja de asesinos sin nombre entra en la realidad creada por el transCendenZ (nivel 2), donde se llaman Allegra Geller y Ted Pikul; dentro de ese nivel se introducen en otra realidad creada ahora por el eXistenZ (nivel 3); al final al salir de estos dos niveles (2 y 3) y volver al primero queda la duda si existe un nivel anterior (nivel 0) donde quizás, rizando el rizo, fueran espectadores en un cine donde se proyectara una película titulada *eXistenZ*.”

3.3. Mise en abîme

Existe una relación especular entre las secuencias con que da inicio y concluye la proyección de *eXistenZ*, como si la segunda se tratase de un reflejo siniestro de la primera en el que intervienen idéntico espacio, algunos de los mismos personajes y las acciones que acontecen son, en términos generales, similares: una sesión colectiva de prueba de un juego de realidad virtual, una agresión pretendidamente mortal al creador de éste, reiterados disparos a cuerpos en tierra y la exclamación de consignas en contra de lo que la revolucionaria tecnología supone. Sin embargo, los roles entre personajes se intercambian drásticamente, pasando Allegra y Ted a ser quienes agredan mortalmente al verdadero diseñador de transCendenZ. Este juego simétrico estará presente durante todo el metraje, dando lugar por parte de la enunciación a una estructura de *mise en abîme* que se encuentra en plena consonancia con el discurso del texto fílmico que nos ocupa, así como con la imposibilidad de discernir entre realidad y virtualidad que, a su vez, se articula el conflicto prioritario en la trama.

Este peculiar juego de espejos, donde los objetos de una secuencia reaparecerán en otras bajo la misma forma u otra

(remitiendo a ellos), se produce constantemente a lo largo de toda la proyección. Entre estos objetos y seres que aparecen en diferentes momentos, se encuentran la pistola manufacturada con huesos, un anfibio bicéfalo (su primera aparición tiene lugar en la estación de servicio a la que Allegra y Ted acuden a medianoche para que a éste le implanten un biopuerto de manera ilegal, mientras que la segunda vez que aparece su cuerpo inerte forma parte del plato que sirven a la pareja en el restaurante) y las vainas que, además, generan una variante menor dentro de eXistenZ, las microvainas, portadoras de nuevas identidades y capaces de introducirse por completo dentro del organismo de los jugadores a través de sus biopuertos.

4. Realidad / ficción

Las dos letras mayúsculas que contiene el título del filme franquean el término “Isten”, que en húngaro significa “Dios”⁵⁷. eXistenZ es, pues, un omnipotente Dios capaz de generar una realidad virtual alternativa al mundo real basada en estímulos y pulsiones tremendamente placentera para sus jugadores. Ante la diferencia en la percepción del paso del tiempo entre mundo real y juego (una partida de veinte minutos parece haber durado días, según un usuario), uno de los jugadores fantasea con la idea de gozar de una vida más longeva dentro de ese mundo artificial: “If you stayed your whole life in the game world you could live to about, I don’t know, 500 years”⁵⁸. La confusión entre realidad y ficción hasta extremos esquizoides, que evidencia la frase interrogativa con que concluye el metraje (“Are we still in the game?”⁵⁹), contamina al propio conjunto del texto fílmico, puesto que tanto la película como el juego de la diégesis se titulan igual. Como expone Sánchez Navarro (2002: 90),

“En *eXistenZ*, *hardware*, *wetware* y *software* se fusionan en una maraña indiscernible, del mismo modo en que realidad y juego se licúan para imposibilitar un punto de referencia. Película cuántica y esquizoide, que devora el

⁵⁷ El productor de la cinta, Robert Lantos, es de origen húngaro.

⁵⁸ “Si te quedas en el juego toda la vida, puedes vivir, no sé, unos 500 años”.

⁵⁹ “¿Estamos aún en el juego?”

mundo y hace de él una imagen abismal, *eXistenZ* es una profunda reflexión sobre la dialéctica entre realidad y ficción, una fusión onírica de significantes y significados, una pesadilla solipsística.”

El presente largometraje no supuso la primera ocasión en que Cronenberg se interrogaba acerca de la percepción subjetiva de la realidad y los difusos límites entre ésta y el reino de lo irreal, temas ya presentes en su celebrada *Videodrome* (1983) y *El almuerzo desnudo* (Naked Lunch, 1991), alucinógeno paseo por las constantes literarias de William S. Burroughs sazonado con episodios biográficos del escritor. Al respecto, Cronenberg declaró durante una entrevista a la publicación *Première*,

“Desde un punto de vista filosófico, creo sinceramente que toda realidad es virtual. No hay realidad absoluta. Cada uno la ve de forma diversa. Si se pudiera verdaderamente entrar en la cabeza de cualquier otro, sería muy chocante saber hasta qué punto cada cosa es percibida diferentemente⁶⁰.”

La esquizofrenia que parece afectar a los personajes termina contaminando la lectura del filme por parte del narratario. En otras palabras, el espectador se ve desprovisto de toda información que le sitúe en una situación de ventaja cognitiva con respecto a los personajes, más bien al contrario: no sabrá que todo forma parte de la ficción urdida por *transCendenZ* hasta los últimos minutos de la proyección. Tal y como afirma Riches (2012: 153),

“We begin by appearing to be observing characters in the movie becoming uncertain as to what exactly is real, while we look on from a privileged position of certainty as to what is real [...]. As the plot develops, however, we lose that privileged position and find ourselves unable to locate a determinate world in which the fiction is true⁶¹.”

⁶⁰ Traducida y citada en Gorostiza y Pérez, 2003: 285. Texto original en Delorme, 1999: 100.

⁶¹ “Comenzamos con la impresión de estar observando a unos personajes que tienen una cada vez más dudas sobre qué es exactamente lo real, mientras

No obstante, en momentos puntuales del filme, encontramos una serie de señales mediante las cuales la enunciación indica que la supuesta realidad no es tal, sino que todo forma parte del mundo virtual de una partida. Es el caso de la actitud de Allegra en el exterior de la gasolinera, que palpa con inusitado entusiasmo las texturas del espacio y lanza piedras al surtidor de gasolina para escuchar el sonido que se produce en su afán de incrementar su experiencia del mundo virtual y la irrupción de un elemento fantástico: un anfibio bicéfalo mutante (mezcla de sapo, salamandra y lagartija).

5. Actantes

Ted lo expresa perfectamente mientras está esperando que le sirvan su comida durante la secuencia del restaurante oriental: “I actually think there’s an element of psychosis involved here”, a lo que Allegra contesta “This is a great sign. Your nervous system is fully engaging with the game architecture”⁶². El pleno disfrute del juego y correcto funcionamiento de éste exige que el sujeto acepte la dinámica psicótica de eXistenZ. Los personajes poseen una identidad esquizoide, mutable según su rol en el juego y el guión que éste les impone seguir, obligándoles de este modo a exclamar frases concretas y actuar en contra de sus ideales éticos y morales. Veamos un ejemplo: Ted siente un irrefrenable deseo de matar a alguien con la pistola que acaba de construir a partir de huesos del plato de comida que le ha sido servido. Ante la idea de asesinar al camarero, reflexiona “I don’t think I really could”, a lo que Allegra responde “You won’t be able to stop yourself. Enjoy it”. Ted llega a una incuestionable conclusión: “Free will is obviously not a big factor in this little word of ours”. Mientras el camarero se aproxima a la mesa, Ted afirma: “He’s too

contemplamos desde una posición de certeza sobre aquello que es real. Conforme avanza la trama, sin embargo, perdemos esa posición privilegiada y nos vemos incapaces de determinar en qué mundo la ficción es real”.

Traducción de los autores.

⁶² Ted: “Creo que hay un elemento de psicosis en todo esto”; Allegra: “Eso es una gran señal. Tu sistema nervioso está en plena conexión con el juego.”

nice. I won't do it"⁶³, pero, unos segundos después, comete el crimen a sangre fría.

Durante la película, los personajes desarrollan también figuras antagónicas, dentro de una trama cuya intriga se sustenta en conspiraciones empresariales, traiciones y agentes dobles. Esta constante inversión de roles atañe, incluso, a la construcción en el guión del género de la pareja protagonista. Como explicó Cronenberg,

“Cuando escribía el guión pensaba en un protagonista masculino. Luego se convirtió en una mujer aunque no fue por una decisión intelectual [...] lo que está en juego es una inversión de los roles sexuales habituales. Es la mujer quien enchufa el módulo al hombre, no al revés; y es ella siempre quien se conecta a sí misma. Él es virgen mientras que ella es más experimentada y agresiva, es ella quien le inicia en los secretos del juego. Podía haberlo hecho al revés pero entonces la metáfora sexual habría resultado mucho más obvia; es más interesante esta inversión de los roles.” (Rodley, 2000: 295).

eXistenZ funciona de manera parasitaria, nutriéndose de la energía de sus consumidores –como explica Allegra a Ted, “You’re the power source. Your body, your nervous system, your metabolism, your energy. You get tired, rundown, it won’t run properly”⁶⁴–, a los que va gradualmente mermando de todo rasgo de humanidad: son incapaces de actuar por propia voluntad, controlar sus pulsiones e, incluso, terminan por carecer de identidad, pues, en ese mundo virtual regido por la esquizofrenia, los personajes cambian de nombre constantemente y aceptan aquel que indica la identificación que llevan

⁶³ Ted: “No me creo capaz”; Allegra: “No vas a poder evitarlo. Disfrútalo.”; Ted: “El libre albedrío no es, obviamente, un factor relevante en este mundo”; Ted: “Es buena gente. No lo haré”.

⁶⁴ “Tú eres la fuente de energía. Tu cuerpo, tu sistema nervioso, tu metabolismo, tu energía. Si te cansas o te agotas, no funciona correctamente”.

en su vestimenta según el contexto⁶⁵. Dentro del juego, los usuarios no son más que actantes obligados a desempeñar determinados roles y acciones que pueden variar, hasta el extremo de ser opuestos, a lo largo de la partida.

6. Las pulsiones en eXistenZ

6.1. eXistenZ como experiencia sexual

Carente de biopuerto, Ted deberá acudir, acompañado por Allegra, a una gasolinera para que le instalen uno de manera ilegal. La puesta en escena de la instalación del biopuerto remite a una violación homosexual: la nocturnidad (la acción acontece a medianoche), clandestinidad (el acto tiene lugar en el interior de una desierta gasolinera ubicada en mitad de ninguna parte), sordidez del espacio, actitud defensiva de Ted y fálica herramienta empleada para ello así lo certifican. Del mismo modo, las palabras de Allegra cuando ésta se dispone a conectar a Ted a eXistenZ por primera vez vuelven a evocar una situación sexual, esta vez la pérdida de la virginidad durante la primera penetración: “Wouldn’t wanna hurt you”, “It’s just excited. It wants action” (refiriéndose al biopuerto)⁶⁶.



La conexión del biopuerto: implícitas alusiones a experiencias sexuales.

Todo ello corrobora que eXistenZ es una experiencia sexual para sus jugadores, un acto masturbatorio mediante el que cada uno acaricia

⁶⁵ De igual manera, los espacios y edificios se llaman según su patronímico común, como bien han señalado Gorostiza y Pérez (2003: 280): Motel, Country Gas Station, Ski Club, Trout Farm...

⁶⁶ “No quiero hacerte daño”, “Solo está excitado. Quiere acción”.

individualmente su propia vaina, pero cuya práctica resulta exponencialmente enriquecida si se juega en compañía de una persona “amigable” (“Are you friendly? Or are you not?”⁶⁷), le pregunta con insistencia e intenciones seductoras Allegra a Ted durante el primer tercio del metraje). Como afirma Borràs (2003),

“en todo momento a lo largo de la obra se da esta asociación de ideas entre el juego y el placer y el deseo de conexión y el deseo sexual, así como el proceso de estimulación para entrar en el juego y el proceso de estimulación sexual, un juego de seducciones y promesas para convencer al otro. El otro, en este caso, es el hombre, ya que la ninfómana lúdica por excelencia es la misma Allegra Geller, la diseñadora del sistema de juegos, que se nos muestra como una ludodependiente absoluta, un híbrido a medio camino entre la ninfomanía y la drogodependencia.”

La pulsión de vida aparece bajo un sesgo perverso, revestida de connotación negativa. Como señala Hormigos (2002: 168),

“A lo largo de todo el film se está jugando con la idea de la gestación: la vaina con forma de feto, el cordón umbilical unido al biopuerto, la pistola fálica como instaladora de biopuertos, incluso se habla de la epidural y se hace referencia a los avances en genética. [...] La maternidad es mostrada como una colonización tecnológica y como un acto de vampirismo por el que la vaina succiona el alimento que necesita del portador del biopuerto.”

6.2. eXistenZ como juego de muerte

Creación y muerte están intrínsecamente ligados en el universo de eXistenZ: todo acto creativo lleva aparejado una destrucción. La secuencia que acontece en el restaurante es un buen ejemplo a este respecto. Siguiendo la recomendación de un supuesto contacto dentro del mundo de eXistenZ, Ted y Allegra solicitan el plato

⁶⁷ “¿Eres amigable o no?”.

especial, que resulta estar conformado por cuerpos inertes de reptiles y anfibios mutantes. Ted, pese a lo nauseabundo del manjar, es impulsado por eXistenZ a degustarlo. A partir de los huesos del cúmulo de cadáveres que va deglutiendo, el joven construirá una pistola, idéntica a la que vimos en la primera secuencia, con la que asesinará al camarero, obligado nuevamente por el juego. Curioso ciclo el que contemplamos en esta nuclear secuencia: materia muerta da lugar a un siniestro acto creativo que, a su vez, servirá para originar más muerte. eXistenZ es un juego vertebrado por la violencia, dominado por una pulsión de muerte capaz de llevar a sus jugadores hasta extremos autodestructivos (Allegra sentirá un irrefrenable impulso de conectarse a una vaina infectada).



Pistola elaborada con los residuos de la comida: la materia muerta da lugar a un acto creativo.

7. La construcción del mundo artificial según el M.R.I.

Un texto como el que nos ocupa, que parte de un intento de mimetizar las pautas de comportamiento de los usuarios dentro de los universos artificiales y autosuficientes del videojuego, parece tener, a priori, bien poco que ver con las concepciones canónicas del relato y con el Modo de Representación Institucional (M.R.I.) característico de la sintaxis del cine clásico⁶⁸. Un vistazo detenido a la propuesta de

⁶⁸ Queremos matizar que *eXistenZ* se vincula al M.R.I. en tanto que desarrolla la sintaxis fílmica establecida por Noël Burch para consolidar los códigos narrativos específicos del cine. Sin embargo, el Modo de Representación

Cronenberg desenmascarará, en parte, lo ilusorio de estos presupuestos.

Tomemos como sintomático ejemplo la primera inmersión de Ted dentro de eXistenZ, pues ésta no se encuentra formalmente señalada por efecto especial alguno, sino que se produce mediante un procedimiento tan rudimentario como el corte directo al plano que muestra el contracampo, mediante un *raccord* de mirada, y produciéndose asimismo la continuidad sonora⁶⁹ entre planos. No hay, pues, ruptura alguna desde el punto de vista formal, sino que, por el contrario, la introducción del personaje dentro del mundo virtual se lleva a cabo mediante el riguroso respeto a los *raccords*. Este proceder responde a una evidente estrategia por parte del juego, cuya finalidad es el logro de una realidad artificial en la cual los mecanismos de su construcción no sean perceptibles, tal y como ocurre con el borrado de las marcas enunciativas del M.R.I. Hemos de hacer constar que el filme explicita estos mecanismos mediante las explicaciones de Allegra dirigidas a Ted (ergo, al espectador), pero la ilusoria experiencia de desenvolverse en un mundo idéntico al de la realidad, donde su construcción como objeto artificial no sea perceptible, es uno de los principales placeres que el usuario de eXistenZ obtiene del juego. Hay dos momentos en los cuales Pikul experimenta esta sensación con claridad: el tránsito del espacio “real”

Institucional también tiende a desprenderse de las convenciones del cine clásico que, con el paso de los años, se han quedado obsoletas. Tal es el caso del perfil de los personajes, cuyos rasgos iniciales eran más superficiales y con atributos simplemente negativos o positivos. En esta película el retrato ambiguo de los mismos nos hace pensar que se alejan por completo del modelo comunmente aceptado por la industria de Hollywood desde mediados de la primera década del siglo veinte. Por otra parte, la estructura narrativa de la película de Cronenberg, tal y como apuntábamos al inicio de nuestro estudio, igualmente se aparta de dicho cine conservador.

⁶⁹ Bordwell y Thompson señalan que el solapado de diálogos ofrece una interesante eficacia dramática. Se aplica al montaje de las conversaciones en plano y contraplano para suavizar el cambio visual, pero también se emplea con los efectos sonoros (ya sea recreando un ambiente, como es este caso, o bien anticipando el rostro que escucha aquello que es proferido por su interlocutor). De esta manera se consigue homegenizar y cohesionar el espacio diegético (1995: 300-301)

con el propio juego es percibido como un espacio homogéneo. Se trata de la escena que transcurre en el motel, en ella asistimos por vez primera a la inmersión del mundo virtual de Pikul, junto al espectador, durante la primera conexión con la vaina génica. En ese instante afirma “I feel myself. Isthisnormal transition, that smoothtranslationfrom one place toanother?”.⁷⁰ A lo que responde Allegra con tranquilidad: “Depends on the game. Sometimesyou suffercuts, dissolves, vision loss...”.⁷¹ De estas palabras se desprende que, por un lado, la protagonista, interviene a modo de maestro de ceremonias (siguiendo su actuación inicial del filme), pero por otro, se expresa con términos del metalenguaje cinematográfico al enumerar las diferentes formas de transición narrativa.

En la segunda situación se hace más evidente el paso de un entorno a otro, pese a que Pikul experimenta displacer pues aquí se invierte el orden, se lleva a cabo desde el espacio simulado al que se supone que se encuentra realmente Pikul. Nos referimos a la secuencia del restaurante chino, cuando éste se siente desconectado con su vida real, se levanta de la mesa y grita: “eXistenZ in pause!”⁷². El protagonista necesita asegurarse que no está perdiendo el contacto con la realidad. Al ponerse en pie reclama su retorno al mundo real y al desplomarse de forma abrupta a la mesa (en un plano general con ángulo picado), su cabeza también cae del mismo modo. Pero ahora, la mesa está cubierta por el colchón rojo de la cama del motel, donde están jugando gracias a la vaina génica. La música extradiegética emerge ominosa mientras pasamos por corte directo al siguiente plano, a Pikul tumbado sobre la cama, que suelta su mano de la vaina; la atmósfera es mucho más sombría respecto a la del restaurante y la cámara se pone a la altura del personaje. En el siguiente plano ya vemos a los dos protagonistas tumbados y somnolientos sobre la cama. El ángulo cenital de este plano general nos lleva al lugar del que han regresado los protagonistas. Al mismo tiempo, con esta nueva

⁷⁰ “Me siento yo mismo ¿Es esa transición normal, esa suave traslación de un lugar a otro?”.

⁷¹ “Depende del juego. A veces sufres cortes, fundidos, pérdida de visión...”

⁷² “¡eXistenZ entra en pausa!”.

angulación elevada ⁷³ delata la presencia del sujeto enunciador avisando de un inminente peligro sobre Pikul y Allegra. Al cobrar conciencia del lugar en que se hallan, la chica le pregunta sobre la experiencia virtual: “What do you think?”. El joven mira a su alrededor todavía confuso y extrañado. Un primer plano de Allegra, mostrado con otro punto de vista cenital, subraya su falsa perspectiva: “Yourreal life. Thatwhy we're back”. Pikul no se encuentra tan seguro como la compañera del juego y llega a afirmar que se encuentra en un espacio completamente irreal. El hombre se levanta de la cama para acercarse a un sofá redondo, lo palpa mientras la música extradiégetica todavía sigue escuchándose. Aún confuso y temeroso manifiesta sus sensaciones: “Not sure...where we are now... be realat all.This strikes me asa game”. En el instante en que Pikul pronuncia estas palabras le vemos en un plano americano, en contrapicado, imponiendo su dominio sobre el espacio con el fin de que el espectador pueda intuir la certeza de su razonamiento: “And you (...) Istartto look likea character”⁷⁴.

A lo largo de esta escena, Pikul es presentado en planos medios. De este modo puede cuestionarse la virtualidad del espacio en el que se encuentran ambos. Ya hemos señalado que el joven protagonista se erige en la proyección del espectador, con lo cual las interrogaciones de este personaje de la ficción se vuelven pertinentes en tanto que se convierten en una operación autoreferencial y metatextual. Por otro lado, la música pone igualmente en evidencia la naturaleza artificial de la propia representación fílmica. A la vuelta del juego virtual, nos presentan un nuevo plano medio de Pikul mirando a la derecha del encuadre, al percibir en *off* el sonido ambiente del restaurante chino (poco antes de devolvernos a la cocina en un plano medio largo). De nuevo por corte directo y, a través del solapado

⁷³ En la película abundan, en los momentos clave, este tipo de emplazamiento. Son emergencias del meganarrador sobre los personajes de la ficción, los cuales vaticinan un mal presagio de los mismos. Su propia emergencia anula la invisibilidad del sujeto de la enunciación, característica ésta última esencial del cine clásico.

⁷⁴ “¿Qué te parece?”; “Tu vida real. Esa por la que has vuelto.”; “No estoy seguro...donde estamos ahora...sea real en absoluto. Esto me parece un juego. Y tú... me empiezas a parecer un personaje más”.

sonoro, cohesiona los dos espacios. La duda ya está sembrada en el espectador y tenemos suficientes avisos del conflicto narrativo. El espacio sombrío de la habitación es contaminado en el comedor oriental, ya no es tan luminoso como antes de haber regresado al motel. Tal y como Francisco López titula su ensayo sobre la película que nos ocupa, aquí retorna de nuevo “el placer de lo siniestro” (1999: 58).

8. Hipertextualidad, autorreferencialidad y metatextualidad

A lo largo de la proyección de *eXistenZ*, son cuantiosos los comentarios que los personajes efectúan acerca de la propia ficción que el espectador está visionando, como sucede cuando Gas (Willem Dafoe) dice a Allegra poco antes de morir “I like your script. I wanna be in it” o el momento en que ésta reflexiona sobre la funcionalidad dramática del acercamiento sexual entre Ted y ella (“It’s most probably a pathetically mechanical attempt to heighten the emotional tension of the next game sequence”⁷⁵). En la última secuencia, finalizado el juego, los diversos personajes expresan sus emociones aparentemente sobre la partida en *transCendenZ* y la caracterización de sus personajes (el interpretado por Ian Holm se queja de que su acento en el juego era tan fuerte que le costaba entenderse), pero algunos de esos comentarios también pueden ser aplicados a la construcción del guión del filme. Es el caso de la opinión del personaje que afirma: “The twists and turns at the end made my head spin. Maybe there was too many, too fast to absorb”⁷⁶. Observaciones metafílmicas que confirman las siguientes declaraciones del propio Cronenberg:

“Hablo de cine, sin duda, pero no de una forma directa. Mucha gente no los captará, pero hay varios detalles y chistes privados en la película sobre mi oficio, sobre el proceso de creación de una película para luego presentársela al público, sobre los *screen tests* y las

⁷⁵ Gas: “Me gusta tu guión. Quiero estar en él”; Allegra: “Muy probablemente un intento patético y mecánico de elevar la tensión emocional de la siguiente secuencia”.

⁷⁶ “Los giros del argumento al final me mareaban. Quizá había demasiados, a demasiada velocidad como para asimilarlos”.

previws, sobre actores que actúan mal porque su papel está mal escrito. Todo ello se basa en mi experiencia como director.” (Rodley, 2000: 300).

Así, *eXistenZ* se constituye como una reflexión hipertextual (mediante la representación y el cuestionamiento de tecnologías de realidad virtual dentro de la trama del filme), autorreferencial (los comentarios al respecto de la caracterización de personajes, interpretación de éstos, construcción del guión, etc.) y metatextual (las referencias al proceso de producción y testeo con el público de los productos); un texto fílmico que, al mismo tiempo que incorpora referencias foráneas, se pliega sobre sí mismo merced a una narración centrípeta con estructura de *mise en abîme*. En suma, el film de Cronenberg hermana el mundo virtual de los videojuegos con el universo y las estrategias narrativas del cine. De este modo llega a parangonar sus experiencias interactivas, pero también obliga a interrogarse sobre los límites que deben establecerse entre la realidad y los mundos ilusorios. En el umbral del nuevo milenio las producciones más destacadas pronosticaban el carácter siniestro de la contaminación de las tecnologías audiovisuales en el entorno cotidiano. La película de ciencia ficción de Cronenberg, a la sombra de *Matrix*, supuso una de las propuestas más interesantes. *eXistenZ* pone de relieve lo extraño de lo familiar, como retorno de un mal sueño, un relato desasosegante que se adelantaba a lo que estamos experimentando en la actualidad.



eXistenZ, el retorno de un mal sueño: equiparación entre el cine y los videojuegos.

Referencias bibliográficas



- Beard, W. (2006): *The Artist as Monster: The Cinema of David Cronenberg*. University of Toronto Press.
- Borràs, L. (2003): “eXistenZ, de David Cronenberg: ciberficciones para la posthumanidad”, en *Digitum*, núm. 5, UOC, Cataluña, 14/10/2012:
<http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/borras0303/borras0303.html>
- Bordwell, D.; Thomson, K. (1995): *El arte cinematográfico. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Castellón Aguayo, L.; Jaramillo Castro, O. (2010): “La cultura del videojuego”, en *Revista Latina de Ciencias de la Comunicación*, núm. 13, Universidade Sao Paulo, julio-diciembre de 2010, pp. 134 -145.
- Ruiz Collantes, F.X. (2008): “Juegos y videojuegos. Formas de vivencias narrativas”, en VV.AA., *L'homo videoludens. Videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. (Coord., C. A. Scolari). Universidad de Vic: Eumo Editorial, Media Tk 7, febrero 2008, pp. 17 -52.
- Delorme, G. (1999): “Le double jeu de Cronenberg”, en *Première*, núm. 266, Francia, mayo de 1999, pp. 98-101.
- Freixas, R. (2002): “David Cronenberg. La perversión de la realidad”, en VV.AA., *La nueva carne. Una estética perversa del cuerpo*. (Coord., A. J. Navarro). Madrid: Valdemar.
- González-Fierro Santos, J. M. (1999): *David Cronenberg: La estética de la carne*. Madrid: Nuer Ediciones.
- Gorostiza, J.; Pérez, A. (2003): *David Cronenberg*. Madrid: Cátedra.
- Grünberg, S. (2006): *David Cronenberg: Interviews with Serge Grünberg*. London: Plexus Publishing.
- Herederó, C. F. (1998) “Smoking/No smoking. Juegos virtuales del cine interactivo”, en VV.AA., *Alain Resnais: viaje al centro de un demiurgo*. Barcelona: Paidós.
- Hormigos Vaquero, M. (2002): “Nuevas especies para el panteón de lo grotesco femenino. David Cronenberg y la nueva carne”, en VV.AA., *La nueva carne. Una estética perversa del cuerpo*. (Coord., A. J. Navarro). Madrid: Valdemar.

- López Martín, F. (1999): *eXistenZ: El placer de lo siniestro*. Valencia: Ediciones La Mirada.
- Palao Errando, J. A.; Crespo y Crespo, R. (2005): *Guía para ver y analizar: Matrix*. Valencia: Nau Llibres.
- Pedraza, P. (2002): “Teratología y nueva carne”, en VV.AA., *La nueva carne. Una estética perversa del cuerpo*. (Coord., A. J. Navarro). Madrid: Valdemar.
- Riches, S. (2012): *The Philosophy of David Cronenberg*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Rodley, C. (ed.)(2000): *David Cronenberg por David Cronenberg*. Barcelona: Alba Editorial.
- Tirard, L. (2003): *Lecciones de cine: Clases magistrales de grandes directores explicadas por ellos mismos*. Barcelona: Paidós.



Serious Games. Historias del campo de batalla

Francisco López Cantos, Universitat Jaume I, Castellón

Perfil en  en [Orcid](#) y en  [Google Académico](#)

1. Introducción

LOS PRIMEROS simuladores gráficos se desarrollaron en el laboratorio del MIT a mediados de la década de 1960 en el seno del proyecto MAC (Multiple Access Computer and Machine Aid Recognition) como continuación necesaria de las aplicaciones científicas que se le suponían al cálculo automatizado desde Leibniz a Babbage. Aunque la génesis de la simulación se puede remontar al experimento de Buffon de 1777 para datar sus orígenes contemporáneos se suele hacer referencia a la construcción del ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer), que se desarrolló con el fin de ser utilizado para aplicaciones militares en el seno del Laboratorio de Investigación Balística del Ejército de los Estados Unidos y que fue presentado en público el 15 de Febrero de 1946 (Goldmans&Nace, 2009).

El proyecto MAC, tal como relatan Francoeur y Segal (2004: 435), tenía como objetivo experimentar con la manipulación de objetos virtuales en una computadora que controlaba una pantalla TRC y para ello se diseñó un sistema informático, el *Kluge*, tal como

se le conocía familiarmente⁷⁷, con el fin de experimentar y estudiar gráficamente estructuras macromoleculares de proteínas y ácido nucleico, así como en algunas otras aplicaciones como por ejemplo en el análisis del habla. En el MIT se desarrolló también uno de los primeros videojuegos, *Spacewar*, diseñado para mostrar las capacidades del antecesor del Kluge, la consola gráfica DEC 30. No obstante, se puede considerar como el primer videojuego el *Nought and Crosses*, también llamado OXO, desarrollado por Alexander S. Douglas en 1952 (Barron, 2009) como una versión computerizada del tres en raya que se ejecutaba sobre la EDSAC (Electronic Delay Storage Automatic Calculator) y permitía enfrentar a un jugador humano contra la máquina.

En cualquiera caso, a finales de la década de los años 40 se empieza a desarrollar la industria informática y, con ella, se empiezan a aplicar las nuevas tecnologías de cálculo en áreas como la investigación científica y la industria militar, al tiempo que se empiezan a crear los primeros videojuegos de carácter meramente lúdico pero, también, los que venimos a denominar *serious games*, cuya génesis se sitúa precisamente ese punto de confluencia tecnológico y en el contexto socioeconómico y político post-bélico de esos años. Pero antes de ello, veamos brevemente a qué nos referimos cuando hablamos del *simulación y juego*, del binomio *simulation/games* en el que se inscriben los *serious games*.

2. La simulación y el juego. A modo de aproximación

En primer lugar, y siguiendo a Grüne-Yanoff y Weirich (2010), conviene determinar qué es lo que puede ser simulado, teniendo en cuenta que simular, según definen estos autores es, en primer lugar, sinónimo de imitar o replicar y, en segundo lugar, es una acción que tiene como resultado una simulación que, en sí misma, es un patrón abstracto que se ejecuta de una manera concreta.

⁷⁷“A machine, system, or program that has been badly put together, especially a clumsy but temporarily effective solution to a particular fault or problem”. Oxford Dictionary.

Las simulaciones, según estos autores, se pueden clasificar atendiendo a sus características (tales como si usan ordenadores o modelos a escala; o presentan una dinámica discreta o continua), o también según su propósito (tales como las que simulan el habla, el vuelo de un avión, el clima,...), y son, sobre todo, útiles en Ciencia para explorar las consecuencias de experimentos imposibles de implementar efectivamente o demasiado costosos.

En todo caso, e independientemente de su clasificación, para alcanzar una definición óptima resulta eficaz hacer notar que las simulaciones siempre descansan sobre modelos previos, y éstos a su vez sobre teorías preexistentes. Con ello, por tanto, aunque determinar las relaciones entre estas tres entidades no está exento de problemas, sí podemos asumir que los modelos son agentes mediadores entre las teorías y la realidad, intercalándose entre ambas en un proceso constante de reajuste y adecuación, al menos hasta que el paradigma que los sustenta continúa vigente.

La “simulación” entonces, en sí misma, tiene como objetivo la representación mediante imágenes u objetos tridimensionales a partir de modelos que pretenden explicar teorías sobre la realidad, y es independiente de la forma en que se implemente ese modelo. En palabras de Dokic y Proust (2002) en la simulación “we represent the mental processes of other people by mentally simulating them” y, por lo tanto, no necesariamente la simulación ha de estar ligada a modelos informáticos y ser “virtual” sino más bien se trata de una estrategia de mediación.

Y, si adoptamos esta definición no restrictiva y no equiparamos simulación a sistema informático y matemáticas, podemos fácilmente reconocer como la Ciencia ha venido haciendo tradicionalmente uso de la “simulación” y no es nada nuevo. Ciertamente, la utilización de la representación para mostrar o explorar teorías es muy antigua, y se ha venido utilizando desde tiempos inmemoriales y la propia ilustración botánica por ejemplo, o la representación matemática, como en trigonometría, son muestras de ello. Se puede simular la anatomía del cuerpo humano con modelos de cera para mostrarla con fines didácticos o artísticos; o recrear en un experimento de laboratorio la importancia del oxígeno encerrando un pájaro en una bomba de aire haciendo el vacío para satisfacer la curiosidad científica

de los públicos no doctos, aunque con catastróficas consecuencias para el pájaro, como muestra el famoso cuadro de Derby. Cabe incluir entre los ejemplos más recientes de esta estrategia básica de representación las simulaciones matemáticas utilizando ordenadores, por ejemplo para implementar las geometrías fractales que propusiera Mandelbrot en las últimas décadas del siglo XX⁷⁸, pero, insistimos, la simulación no está ligada exclusivamente a los ordenadores.

La simulación, genéricamente, es solo es imitación, y es una estrategia de intermediación cognitiva que es extensible a todos los procesos que acaban mostrando imágenes inteligibles en función del propio proceso mental con el que las interpretamos, imágenes diseñadas por y para nuestra propia e inherente estrategia de pensamiento fundamentada en la cognición visual.

No obstante, se puede, y se debe, hacer alguna una precisión al respecto de esta definición de simulación, digamos amplia, y sus características básicas, y la primera de ellas es relativa al vector temporal, que puede llevar también a confusión cuando se pretende sea intrínseco a la definición de “simulación”.

Ciertamente, algunos tipos de simulaciones que se implementan en modelos informáticos son dinámicas, es decir, transitan desde un estado inicial hasta el final, pudiendo hacer exploraciones prospectivas o retrospectivas, cómo por ejemplo se realizan con los modelos sobre el cambio climático o, también, intentando representar con imágenes los inicios del universo, como, por ejemplo, en la imagen que distribuyó la NASA en 1989 y que pretendía representar un instante “solo” 380.000 años posterior al Big Bang⁷⁹.

Pero tampoco se trata de una estrategia nueva, por mucho que nos pueda deslumbrar la potencia exploratoria de los sistemas informáticos actuales que utilizan técnicas de procesamiento masivo compartido en red para, por ejemplo, intentar determinar el funcionamiento de las proteínas⁸⁰, y no es más que la implementación

⁷⁸ Algunas creaciones fractales se pueden encontrar en Mandelbrot, B. (1990).

⁷⁹ Véase Amato (2003).

⁸⁰ Este proyecto y otros se desarrollan desde la plataforma World Community Grid en <http://www.worldcommunitygrid.org/index.jsp>

contemporánea de lo que en otros tiempos fueron rudimentarios mecanismos que representaban distintos momentos del proceso que simulaban, como por ejemplo hacían las esferas armilares utilizadas en astronomía o los modelos de la estructura del átomo. La serialidad, y por tanto, la representación del vector temporal, no es tampoco ajena a las imágenes fijas y, desde los inicios de la fotografía se utilizaron para, por ejemplo, la representación fisiológica del movimiento animal o humano por parte de Edward Muybridge o Jules Marey, o para el estudio de, por ejemplo, la forma de vuelo de la cigüeña de manos del cronofotógrafo Ottomar Anschütz, cuyas imágenes fotográficas fueron recogidas por la comunidad científica con gran entusiasmo y sirvieron de antecedente inmediato para el nacimiento de la aviación moderna.⁸¹

A estas aseveraciones, y a esta equiparación inmediata de la imagen fotográfica a la simulación, se podría objetar de manera apresurada la diferente “carga” de realidad de la primera frente a la segunda y la “evidente” referencialidad a lo real que tienen las imágenes fotoquímicas o digitales. No podemos extendernos aquí al respecto pues nos desviaríamos mucho de nuestro eje argumental pero para un análisis exhaustivo de lo que han venido denominando Daston y Galison (2007) “reproductibilidad mecánica” y la ilusión de objetividad que supuso para la comunidad científica el nacimiento de la fotografía nos remitimos a otro trabajo nuestro anterior (López Cantos, 2010) en el que se trata con detenimiento.

También se debe matizar respecto al término simulación su uso con carácter peyorativo, en el que se puede profundizar hasta cuestionar críticamente los límites de la propia esencia de la cultura contemporánea, tal como hizo por ejemplo en su momento el sociólogo francés Jean Baudrillard en su archiconocida obra *Cultura y simulacro* (1993), o yéndonos al extremo, la absoluta falta de referencialidad y desgarró en que nos sumergen estos tiempos posmodernos, la *Era del vacío* tal como la ha denominado Lipovetsky (2003). Pero, sin perder de vista los profundos cambios de los últimos decenios que nos han sumergido violentamente en la cultura multimedia contemporánea, la simulación no es, en sí misma, más

⁸¹ Para consultar estas ilustraciones véase VV.AA. (2008).

falsa o más verdadera, y como en las palabras que citábamos de Aristóteles al principio de nuestro texto, la imagen no es necesariamente más falsa que las sensaciones. Como decíamos, siguiendo a los psicólogos cognitivistas, solo se trata de una traslación intermedia entre lo que denominamos realidad y nuestra capacidad de “imaginar”, intrínseca a nuestra propia cognición.

En definitiva, las simulaciones mediante imágenes se pueden utilizar para la exploración o con fines pedagógicos, incluso haciendo hincapié en la vertiente lúdica en lo que actualmente es el segundo par del binomio *simulation/gaming* y del que nos ocuparemos a continuación, pero lo único que diferencia estos supuestos “rudimentos” clásicos de los vanguardistas sistemas de proceso contemporáneos es su carácter automático y su fisicidad pues, en el fondo, no son más que lo mismo, simulaciones que representan los modelos resultantes de las teorías preexistentes.

Cuando interviene el vector temporal se trata de sistemas dinámicos, pero no dejan de ser simulaciones cuando tienen carácter discreto y eso vale tanto para la representación de modelos mediante objetos tridimensionales, como la generación de imágenes en movimiento o fijas por cualquier método. Quizá lo más reseñable de nuestra contemporaneidad es que, aun estando la representación de modelos y la simulación indisolublemente ligada a la investigación científica y a los propios orígenes y fundamentos de la Ciencia, en las últimas décadas su uso se ha extendido y está enraizando en todos los ámbitos de la sociedad de la mano de su vertiente aparentemente más lúdica, de los videojuegos.

3. Simulation / Gaming. La ¿emergencia? de una disciplina

En un reciente estudio de revisión (Bragge, Thavikulwat & Töyli, 2010) sobre los últimos 40 años de publicaciones de investigación en lo que se ha venido denominado *simulation/gaming* entre las palabras clave más usadas en la bibliografía científica analizada se sitúa el término *simulation*, muestra de la relevancia que tiene este área emergente de investigación que tratamos en este epígrafe. Sin embargo, y a pesar de las más de cuatro décadas de tradición de estudios este ámbito de que dicen dar cuenta los propios autores del estudio desde la aparición de la revista del mismo título que analizan,

no hay una definición clara del objeto de estudio y solo podemos aproximarnos a su campo semántico a partir de la frecuencia de aparición de términos, en este orden, como *simulation*, *game*, *gaming*, *simulation games*, *learning*, o con menos iteraciones respecto a los anteriores *simulation/gaming*, a pesar del empeño de los editores de la revista en otorgarle a este binomio autonomía como disciplina específica. Ni siquiera el más prolífico de los autores de la publicación, David Crockell, da una definición al respecto y en su editorial de 2012 solo data brevemente tal disciplina en pioneros trabajos en Rusia en los años 30, y en Japón una década después y, especialmente, desde la aparición del *homo ludens* de Huizinga, aunque sin acotar si quiera mínimamente la disciplina (Crockell, 2012: 5).

El texto de Johan Huizinga se publicó por primera vez en 1938 y su revisión en 1954, y en castellano por primera vez en 1970, y por la fecha de publicación pocas referencias pueden hacer a la simulación, a no ser que estuviésemos hablando de un texto de ciencia ficción, y no es el caso. No podemos por tanto, datar la disciplina ni siquiera definir su ámbito de actuación, así que cómo ya hemos definido más arriba lo que entendíamos por simulación, nos vamos a ocupar de la otra parte del binomio, el juego, dejando en suspenso por el momento y para el trabajo que nos ocupa la interrelación entre ambos, pues incluso tenemos serias dudas en cuanto a su propia coherencia interna en tanto que disciplina de estudio tal como se plantea en el binomio propuesto con tanto interés por algunos autores.

Aunque el trabajo de Huizinga hay que situarlo en su contexto, si nos parece de cierto valor por la compilación que realiza de todas las actividades que están alrededor de lo que se conoce como juego y su relación con la cultura y los procesos creativos, y da algunas pistas para caracterizar esta actividad tan humana y común que conviene mencionar.

En primer lugar el juego se caracteriza por tratarse de una actividad que puede abandonarse en cualquier momento, en sus palabras (Huizinga, 1938: 20-25) “Es algo superfluo. Solo en esta medida nos acucia la necesidad de él, que surge del placer que con él experimentamos. En cualquier momento puede suspenderse o cesar por completo el juego. No se realiza en virtud de una necesidad física

y mucho menos de un deber moral. Se juega en tiempo de ocio” y, continúa, el juego “no es la vida ‘corriente’ o la vida ‘propiamente dicha’. Más bien consiste en una esfera temporera de actividad que posee su tendencia propia...todo es ‘como si...’ todo es ‘pura broma’.” Sin embargo, tal como afirma el autor, cualquier juego puede absorber por completo y esa ‘pura broma’ puede convertirse en algo *serio*, cuestión que trataremos más adelante. Pero, sobre todo, lo que caracteriza al juego, en segundo lugar y de manera muy significativa, son sus limitaciones temporales y sus reglas de acción. Por un lado el juego “empieza y acaba en un determinado momento” y, además “se desenvuelve dentro de su campo que, material o tan solo idealmente, de modo expreso o tácito, está marcado de antemano”. Finalmente, y en tercer lugar, el juego es tal porque en su dinámica contiene tanto “orden” como “tensión”, dispone un marco de actuación absolutamente organizado y de reglas conocidas de actuación para resolver los desequilibrios internos que se van sucediendo.

Un poco más adelante, hacia 1974, se empezó a utilizar el término *gaming*, a partir de la obra seminal de Richard Duke, en la que daba cuenta de su aparición “in a few academic papers, most notably those relating to bussiness, political science, and urban simulation” (Duke, 1974: X), y situaba sus orígenes en la II G.M. que, según mostraba, había dado lugar al menos a “five developments that have been woven into the fabric of gaming: computers, operations-research, the mathematical theory of games, simulation and the early bussiness games”.

Curiosamente, y al contrario que Huizinga, casi obviando por completo la parte lúdica de los juegos y adscribiendo todo su ámbito de actuación al área científica, y adoptando una acepción que viene a ser la que hoy se conoce como *serious games*, tal como declara de manera explícita: “the evolution of games from a form of play to a serious undertaking can be traced from war games in the earliest forms such as checkers and chess”. Duke da constancia de la importancia de los *serious games* ya desde al menos hacía una década, como industria emergente, y de su relación con la simulación científica de la que ya nos hemos ocupado más arriba, dando constancia de la informalidad del binomio que, en su caso, invierte en *gaming/ simulation* pero, sobre todo, remarca su carácter en tanto que

disciplina orientada a la resolución heurística de problemas partiendo de la psicología de la Gestalt (Duke, 1974: 44).

En este sentido, con estrechas relaciones y aplicaciones en la actividad científica en tanto que la curiosidad por el conocimiento y la necesidad de comprender y mejorar situaciones prácticas se encuentran en los orígenes mismos del juego, se puede incluso considerar que tal actividad consiste en la resolución de problemas de carácter epistemológico y empírico.

El matemático George Pólya, ha realizado una pertinente aproximación a ello desde este punto de vista en *How to solve it*, estableciendo una serie de procedimientos genéricos para abordar los problemas y popularizando lo que se ha venido conociendo como aproximación *heurística*, en tanto que capacidad inherente al ser humano que, precisamente, integra lo que Polany había venido denominando *conocimiento tácito*, y es fundamental en procesos creativos como son la investigación científica y artística (Polanyi, 1967: 4).

Según muestra Pólya, para la resolución de problemas es más eficaz la utilización de estrategias heurísticas como la analogía, la generalización o la inducción, entre otras, y una de las herramientas por excelencia para ello es la representación gráfica o esquemática del problema, que va a permitir una visión global del mismo y la búsqueda y comparación con patrones análogos (Pólya, 1945: 253).

Esta forma de aproximación visual a la resolución de problemas es muy común entre los matemáticos y, a pesar de lo que pudiera parecer, en la actividad científica en general, aunque es muy poco reconocida como estrategia cognitiva entre los propios investigadores, como tampoco se le otorga aparentemente demasiada atención en otros ámbitos.

Sin embargo, a pesar de lo poco clarificador que resulta el ámbito de actuación de la supuesta nueva disciplina emergente en su propósito de estabilizar y dotar de un marco teórico a las evidentes relaciones entre las simulaciones por ordenador y el juego contemporáneo, sí ha habido un término, *serious games* que, tratado en muchos casos como sinónimo del *simulation/gaming* tal como acabamos de relatar, ha impuesto su uso, en nuestra opinión de manera más afortunada, y contiene en sí mismo las características

propias de los juegos que venimos relatando pero con algunos matices que comentamos a continuación.

4. *Serious Games*. De guerras y computadores

El uso de los juegos en el ámbito militar es tan antiguo como el juego en sí mismo y, tal como apuntaba Huizinga (1938:116), “fácilmente se ha denominado juego a la lucha”. Y históricamente el juego, tal como recoge Smith (2010), ha sido utilizado tradicionalmente en todas las culturas con fines pedagógicos, preparación de misiones o análisis tácticos, tanto en Oriente como en Occidente, como por ejemplo durante el Imperio Romano (Perla, 1990, Cfr. Smith) en el que “military leaders used sand tables with abstract icons to represent soldiers and units in battle. These allowed the leaders to visualize and manipulate a small physical copy of the battlefield. It allowed them to see information in geographic perspective and enabled multiple players to pit their own ideas against one another. Though the visual representation provided the initial value of the practice, the map or playing board on which multiple options could be compared proved to be even more powerful. These tools allowed leaders and their staff members to compete against each other or against historical records in an attempt to determine which ideas would be the most effective.”

Smith establece cinco períodos en la historia de los juegos militares, comenzando por la edad de piedra y continuando lo que denomina “paper age”, recordando ejemplos datados desde al menos el año 3.000 A.C. en que se tiene constancia de la existencia de un juego denominado *Wei Hai* en Japón cuyo significado literal es “cerco” y, según el autor, “used abstract tokens that the player manipulated to gain a territorial advantage over an opponent”. A estos períodos arcaicos les seguirían, sucesivamente y ya desde mediados del s. XX, la era matemática, la computacional y, finalmente, la de los juegos personales.

En este sentido, son conocidos los desarrollos que se impulsaron en el seno del Proyecto RAND (Research AND Development), un *think-tank* financiado por el ejército norteamericano y con sede en Santa Mónica y en el que a finales de 1948 participaban más de 200 científicos de áreas como matemáticas, ingeniería, física, química, economía o psicología. Su activa

participación en la guerra fría ha sido tratada por Campbell: “satellites, systems analysis, computing, the internet—almost all the defining features of the information age were shaped in part at the Rand Corporation”. Así como fueron especialmente notorios los avances en matemáticas y economía o computación de célebres colaboradores de la institución como John Nash, quien desarrollo de la *Teoría de Juegos* a partir de los trabajos de Von Neumann.⁸²

En lo que nos ocupa, en resumen, la era matemática y computacional a que se refiere Smith, en este sentido, se desarrolla al menos sobre dos vértices claros. De un lado, el que ya hemos expresado en lo relativo al impulso que se dio a la computación y la simulación gráfica desde la construcción del ENIAC y los primeros videojuegos, especialmente con la participación del MIT, tal como hemos reseñado en la introducción. Y, de otro, el interés militar en el desarrollo tecnológico y, como parte de ello, de las herramientas clásicas que venían utilizando para el entrenamiento o el análisis táctico, aspecto este último en el que Rand jugó un papel muy notorio durante el período post-bélico de la guerra fría.

Cabe hacer notar, en ese sentido, que todos los desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones prácticas en relación a lo que venimos considerando esta nueva *era matemática y computacional* del juego tenía un componente específico que es precisamente el aspecto que con acierto han identificado como característico Michael y Chen (2006: 21) para definir los *serious games* “as games that do not have entertainment, enjoyment, or fun as their primary purpose”, definición por otro lado recogida ya por Abt en su texto fundacional de 1970 para quien los *serious games* “have an explicit and carefully thought-out educational purpose and are not intended to be played primarily for amusement. This does not mean that serious games are not, or should not be, entertaining” (Abt, 1970: 9). Y solo mucho más tarde llegaría a la esfera privada en tanto que actividad lúdica y de entretenimiento característica de nuestra contemporaneidad, cuyos inicios tal como ha delimitado Smith se pueden encontrar a principios

⁸²Las particularidades de la *Teoría de Juegos* y el contexto postbélico en el que se desarrollan los avances en física y matemáticas en el seno de RAND y, también, en el Proyecto Manhattan y sus relaciones con las estrategias geopolíticas se puede consultar en castellano en Poundstone, W. (1995).

de la década de los años 70, convirtiéndose en un elemento nuclear de nuestra cultura: “the growing power of the personal computer allowed some of the military simulations to migrate from large institutions to individual hobbyists. Traditional military training games such as Janus and parts of Simmet were recreated in a gaming form and sold for entertainment”. Y, tal como ha señalado Chatham, inaugurando una fructífera relación entre la simulación seria y la naciente industria de los videojuegos en la que se compartían desarrollos de aplicación en los dos ámbitos, como por ejemplo el videojuego *Full Spectrum Warrior*, que “was created for the X-box console as both a military training system and an entertainment title” (Chatham, 2007, Cfr. Smith, p. 14).

Otros ámbitos *serios* y en los que el *gaming* ha tenido mucho desarrollo e implantación son aquellos relacionados con el aprendizaje y el entrenamiento, ya delineados entre las aplicaciones explícitas o implícitas que impulsaron su desarrollo en el seno de la industria militar, pero también han encontrado aplicaciones específicas el ámbito de la salud y de la educación y la promoción cultural en general.

La investigación en todos los ámbitos y para su utilización general con fines educativos en el sentido amplio del término se está desarrollando sobremanera de unos años a esta parte⁸³, dando como resultado la elaboración de cada vez más videojuegos de los que podríamos denominar *serios* que utilizan las nuevas tecnologías y las plataformas de juego con cada vez mayor eficiencia, como por ejemplo la tecnología de captura de movimiento de Microsoft Kinect para el tratamiento de la esclerosis múltiple, o el entrenamiento de personas invidentes.⁸⁴

No está al alcance de este trabajo ni de quien suscribe revisar la

⁸³Se puede consultar el estudio de su uso en distintas áreas educativas de aplicación por ejemplo en el portal del *Serious Games Institute* <http://www.seriousgamesinstitute.co.uk/research-publications.aspx>; y específicamente en lo relativo al ámbito educativo en Charsky, D. (2010) y en Ma M.; Oikonomou, L. y Jain, M. (2011).

⁸⁴Los últimos desarrollos y noticias al respecto se pueden consultar, por ejemplo, en <http://serious-games.vadejuegos.com/>.

enorme influencia que la teoría de juegos y la simulación ha tenido y tiene en el ámbito de la economía, pero baste hacer notar su importancia tanto desde el ámbito de su aplicación para, por ejemplo, la simulación y análisis de entornos socioeconómicos futuribles o, más prosaicamente, para analizar e intentar prever el comportamiento de los mercados de valores. La Unión Europea, por ejemplo, promueve desde 2009 un programa de tres años cuyos resultados están pendientes de hacerse públicos que ha denominado Eurace y que está dotado con 2,5 millones de euros de presupuesto y está basado “on agent technology –one of the applications of which is computer generated effects in the film industry– known as Flexible Large-scale Agent Modelling Environment (FLAME)”, y en el que participan ocho universidades con el objetivo de diseñar un simulador que pueda anticipar la interacción entre grupos de agentes económicos distintos presentando interacciones que muestren cómo evolucionarán los mercados.⁸⁵

En cuanto a los ámbitos de, por ejemplo, la educación infantil, en la última edición del *Fun & Serious Games Festival* que se ha celebrado en Bilbao se han presentado más de 350 videojuegos entre los que se ha elegido como el mejor *Dragon Box*, de la empresa *WeWantToKnow*, diseñado para que los más pequeños aprendan a resolver ecuaciones algebraicas básicas en un entorno atractivo en el que van pasando de nivel y viendo crecer a sus dragones a medida que van superando las distintas pruebas que se le plantean. En el mismo certamen han concurrido otras muchas propuestas de *serious games* orientadas al ámbito de la salud, como el *Triage Trainer*, desarrollado por Arpexa Multimedia, y destinado a la formación para emergencias; al entrenamiento personal, como el desarrollado por Disney para la formación de sus más de cien mil agentes colaboradores de toda Europa; o a la promoción del turismo y la cultura como el *Codex Peregrinum* elaborado para acercar a los jóvenes al Camino de Santiago.⁸⁶

⁸⁵*E Week Europe*, 30 Noviembre de 2009.

⁸⁶Los resultados del certamen se pueden consultar en <http://www.funandseriousgamefestival.com/nominados/mejores-serious-games.html>.

En definitiva, estamos ante una emergente industria, los *serious games*, sustentada históricamente en los desarrollos tecnológicos que se han venido produciendo en el entorno de la industria militar y de la simulación gráfica y que se inscribe con pleno derecho en la actual cultura contemporánea del *videogaming*.

5. *Serious Games*. A modo de conclusión

En definitiva, aunque los orígenes del juego son múltiples, en su desarrollo moderno hay una evidente relación con actividades militares de carácter táctico o analítico y, como ya explicamos existe una estrecha interrelación entre la simulación y el grafismo y la actividad científica en su conjunto y, en ese sentido, los *serious games* no son una extensión más en una hipotética clasificación de los tipos de juegos de que disponemos en la actualidad, sino bien al contrario todo el universo del *gaming* es fruto del interés que se ha tenido desde el entorno científico-militar en las aplicaciones no meramente lúdicas, en los *serious games*.

Smith (2010: 14-15) determina con precisión las tecnologías que subyacen actualmente en todo *system gaming*:

1. The 3D Engine creates the beautiful and precise visualizations that are used to stimulate players.
2. The Graphical User Interface includes the menu system and interactive patterns that allow a gamer to immediately begin using a game without reading the manual.
3. Physical Models create a world in which the effects of movement, engagements, interactions, and sensors are accurate portrayals of the real world.
4. Artificial Intelligence provides the brains that are necessary to create ingame opponents that are smart enough to challenge human players. This also creates an adaptive experience that can adjust the game as it runs to insure that the player works through a specific problem of interest.
5. Networking allows the virtual environment to be extended to multiple players around the globe. Game companies have created the most flexible and efficient methods for transferring

data over a worldwide network.

6. Persistent Worlds maintain a virtual world that grows, changes, and remains active over many days, weeks, or years regardless of whether an individual player remains engaged with that world.

Y estas características son independientes de la aplicación industrial o personal que se haga del *gaming*, tanto vale para una historia de batallas o de dineros, o para su uso durante el tiempo de ocio. Y lo que es evidente es su relación con la simulación y la representación gráfica, así como con las características básicas establecidas por Huizinga en lo relativo a la definición de juego, con la particularidad de que cuando no es lo más relevante su aspecto lúdico estamos hablando entonces de *serious games*.

En nuestra opinión, nos parece conflictiva una clasificación de corte funcionalista atendiendo a las distintas aplicaciones o subgéneros de videojuego y, en cualquier caso, es evidente el importante impulso y la relevancia que los denominados *serious games* han tenido y tienen en el dinámico y complejo universo del *gaming*.

Estamos, en definitiva, ante una nueva área de investigación que necesariamente debe ir adquiriendo cada vez mayor relevancia y en la que convergen multitud de disciplinas clásicas dado el carácter horizontal de sus aplicaciones en todos los ámbitos científicos, económicos o sociales pero, sobre todo, estamos ante una industria en sí misma que ha adquirido estatuto y peso específico propio como actividad económica de primera magnitud y de carácter global.⁸⁷

La relevancia de los *serious games* y su importancia en el futuro cercano queda reflejada de manera muy explícita en el último informe sobre tendencias económicas y tecnológicas de Deloitte en el que se afirma con contundencia “*Gaming gets serious*”. En conclusión, una herramienta imprescindible en los negocios y en la industria en general: “The potential of gamification for the enterprise is likely to grow with time. Organizations that embrace the trend have the

⁸⁷Se puede consultar al respecto por ejemplo el último informe de la ESA-Entertainment Software Association, relativo a los videojuegos dirigidos al mercado doméstico que habla de un negocio global de 24,75 billones de dólares, http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2012.pdf.

opportunity to gain loyal customers and find a competitive edge in recruiting, retention, talent development and business performance”. (Deloitte, 2012).

Referencias bibliográficas

- Abt, C. (1970): *Serious Games*. New York: Viking.
- Amato, I. (2003): *Supervision. A new view of Nature*. New York: Abrahams.
- Barron, D. (2009): “EDSAC: A Programmer Remembers”, *The Computer Journal* (2011) 54 (1): 139-142.
- Baudrillard, J. (1993): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Bragge, J; Thavikulwat, P.; Töyli, J (2010): “Profiling 40 Years of Research in Simulation & Gaming” *Simulation Gaming* 41(6) 869– 897
- Campbell, V. (2004): “How RAND Invented the Postwar World”, *Invention & Technology*.
- Charsky, D. (2010): “From Edutainment to Serious Games: A Change in the Use of Game Characteristics”, *Games and Culture* 5(2), pp. 177-198.
- Chatham, R. E. (2007, July). Games for training. *Communications of the ACM*, 50(7), 37-43.
- Crockall, D. (2012): “The founding of modern simulation/gaming: S&G and ISAGA four decades on:”, *Simulation & Gaming* 43(1) .
- Daston, L. y Galison, P. (2007): *Objectivity*. Brooklin: Zone Books.
- Deloitte (2012): *Tech Trends: Elevate IT for Digital Bussiness*, http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_cons_techtrend_s2012_013112.pdf
- Dokic, J., & Proust, J. (Eds.). (2002). *Simulation and knowledge of action*. Amsterdam: John Benjamins.
- Duke, R. (1971): *Gaming: the future language*. New York: Sage.
- Francoeur, E. & Segal, J. (2004): “From Model Kits to Interactive

- Computer Graphics”, *Models: The Third Dimension of Science*. Stanford: Stanford University Press
- Goldmans, Nace & Wilson. (2009): “A brief history of simulation”, *Proceedings of the 2009 Winter Simulation Conference*.
- Grüne-Yanoff, T. y Weirich, P. (2010): “The Philosophy and Epistemology of Simulation: A Review”, *Simulation Gaming* 41: 20
- Huizinga, J (1938): *Homo ludens*, Madrid: Alianza (Ed. 1970).
- Lipovetsky, G. (2003): *La era del vacío*, Barcelona: Anagrama.
- López Cantos, F. (2010): “La imagen científica: tecnología y artefacto”, en *Revista Mediterranea de Comunicación*, n. 1, pp 158-172.
- Ma M.; Oikonomou, L. y Jain, M. (2011): *Serious Games and Edutainment Applications*. London: Springer.
- Mandelbrot, B. (1990): “Montañas y dragones fractales. La intuición en las matemáticas y en las ciencias”, en VV.AA. *Sobre la imaginación científica*. Barcelona: Tusquets.
- Michael, D. & Chen, S. (2006) *Serious games: Games that educate, train, and inform*. Boston, MA.: Thomson Course Technology.
- Perla, P. (1990). *The art of wargaming*. Annapolis, MD: Naval Institute Press.
- Polanyi,, M. (1967): *The tacit dimension*, London: Cox & Wyman.
- Pólya, G. (1945): *How to solve it*. Garden City, NY: Doubleday.
- Poundsotone, W. (1995): *El dilema del prisionero: John Von Neumann, la teoría de juegos y la bomba*. Madrid: Alianza Editorial.
- Smith, R. (2010): “The Long History of Gaming in Military Training”, *Simulation Gaming* 41(1) pp. 6–19
- VV.AA. (2008): *El mundo descrito*. Madrid: Fundación ICO.

Los autores

(orden por aparición en el libro)

Dr. Javier Marzal-Felici



Licenciado en Comunicación Audiovisual, en Filología Hispánica, en Filosofía y Doctor por la Universitat de València, Máster en Comunicación y Educación por la Universitat Autònoma de Barcelona es Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Jaume I. Es autor de diversos libros, entre los que destacan *David Wark Griffith* (Madrid: Cátedra, 1998), *La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo* (Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana, 1999, con Juan Miguel Company), del ensayo *Metodologías de análisis del film* (Madrid: Edipo, 2007, con Francisco Javier Gómez Tarín, como editores), del ensayo *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada* (Madrid: Cátedra, 2007); del libro colectivo *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias* (Zamora y Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011, con Andreu Casero Ripollés), entre decenas de artículos, ponencias y comunicaciones en congresos internacionales. Es co-director de la Colección de libros “Guías para ver y analizar cine” –52 títulos en 2013– (Valencia y Barcelona: Nau Llibres y Octaedro), co-director de *adComunica. Revista Científica sobre Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* (Asociación para el Desarrollo de la Comunicación) y Director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universitat Jaume I de Castellón.



Dr. Emilio Sáez Soro

Licenciado en Sociología y Ciencias Políticas por la UNED, master en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Valencia y el Diario Levante-

EMV, Doctor por la Universitat Jaume I con una investigación sobre el teletrabajo y los profesionales. Ha desarrollado su investigación centrada en los procesos virtuales y de comunicación transferidos a diferentes ámbitos de la vida social. En concreto ha trabajado y publicado numerosas investigaciones sobre teletrabajo, comunidades virtuales y videojuegos. Actualmente es profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Vicedecano del Grado de Comunicación Audiovisual de la Universitat Jaume I.

Dr. José Antonio Palao Errando



Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia. Ejerce como Profesor Contratado Doctor en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castelló impartiendo entre otras la asignatura *Teoría de la imagen*. Ha publicado los libros *La profecía de la Imagen-Mundo: para una genealogía del Paradigma Informativo* (IVAC, Valencia, 2004) *Guía para ver y analizar Matrix*. (Valencia: Octaedro / Nau Llibres, 2005 (en colaboración con Rebeca Crespo)) y *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2009), así como artículos sobre cine, televisión e imagen en las para múltiples revistas y libros colectivos. Es miembro de la *Asociación Española de Historiadores del Cine* y de la *Asociación Española de Investigación de la Comunicación*.

Dra. Shaila García Catalán



Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I de Castellón. Licenciada en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones Públicas, es también Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Ha desarrollado su tesis doctoral *Hipertexto y modelización cinematográfica en la divulgación neurocientífica audiovisual. A propósito de Redes de Eduard Punset* donde ha explorado las trampas de lo obvio, del sentido

común y del autoritarismo neurocientífico y donde ha puesto a prueba las consecuencias de la secuencialidad en una cultura visual que parece dirigirse hacia lo hipertextual. Actualmente es profesora ayudante doctora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UJI donde imparte, entre otras asignaturas, "Cultura visual y medios de masas" en el Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos. Actualmente centra el interés de sus investigaciones en las narrativas contemporáneas que adoptan apariencias delirantes.

Dra. Jéssica Izquierdo Castillo



Es profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad Jaume I de Castellón (UJI). Es doctora en Comunicación Audiovisual y licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UJI) y en Comunicación Audiovisual (Universidad de Valencia). Desarrolla líneas de investigación en el ámbito de la estructura del sistema comunicativo, especialmente de los sectores de cine, televisión y prensa, así como sobre las políticas de comunicación. Es miembro de Asociación para el Desarrollo de la Comunicación (*adComunica*) y de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, Sección España (ULEPICC-España).

Dra. Maria Soler-Campillo



Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia, Máster en Asesoría Fiscal por el Instituto de Estudios Superiores del C.E.U. "San Pablo" de Valencia, Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I, es Profesora Contratada Doctora de "Empresas de comunicación" y "Empresa audiovisual" en la Universitat Jaume I. Es autora del libro *Las empresas de fotografía ante la era digital. El caso de la Comunidad Valenciana* (Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales, 2007), de varios capítulos de las obras colectivas *Eines per a la producció de vídeo documental* (Benicarló: Onada, 2008), y *Teoría y técnica de la producción audiovisual* (Valencia:

Tirant Lo Blanch, 2008), así como de numerosas comunicaciones y ponencias publicadas en actas de congresos y de diversos artículos científicos en revistas científicas como *Comunicar*, *Hispanic Research Journal*, etc.

Dr. Francico Javier Gómez Tarín



Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València. Ha publicado monografías sobre *Arrebato*, *A bout de souffle* y *Deseando amar*. Su tesis doctoral, *Lo ausente como discurso: elipsis y fuera de campo en el texto cinematográfico*, está editada en CD-Roms por la Universidad de Valencia. Ha publicado los libros *Más allá de las sombras: Lo ausente en el discurso filmico desde los orígenes al declive del clasicismo (1895-1949)* y *Discursos de la ausencia: elipsis y fuera de campo en el texto filmico* (2006), *Wong Kar-wai* (2008), *El guión audiovisual y el trabajo del guionista. Teoría, técnica y creatividad* (2009), *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido* (2010), y *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración* (2011). Como co-editor ha coordinado los volúmenes *El análisis de la imagen fotográfica*, *Metodologías de análisis del film* y los dos volúmenes de *Partilhar saberes (Saberes para compartir)*. Ha participado en diversos libros colectivos, como *Historias sin argumento. El cine de Pere Portabella*, *Once miradas sobre la crisis y el cine español*, *Bienvenido Mister Marshall... 50 años después*, *Presencia de la mujer hispana en las letras, las ciencias y las artes*, *El cine a codazos: Juan Antonio Bardem*, *Yaiza Borges: aventura y utopía*, *El cine y las pasiones del alma*, *La atalaya en la tormenta: el cine de Luis García Berlanga*, *Nouvelle Vague: una revolución tranquila*, *Nuevos temas de comunicación*, *Eines per a la producció de video documental*, *Teoría y técnica de la producción audiovisual*, *Puntos de vista. Una mirada poliédrica a la historia del cine*, *Cine y géneros pictóricos*, *El extraño viaje*, *Meios de comunicacão e cidadania*, *Análisis del cine contemporáneo: estrategias estéticas, narrativas y de puesta en escena* o *El cine en Canarias (Una revisión crítica)*. Además cuenta con numerosos artículos en revistas y actas de congresos nacionales e internacionales. Con amplia experiencia en guión, montaje y dirección de audiovisuales, es miembro fundador de los colectivos cinematográficos ACIC y Yaiza Borges. Actualmente es Profesor Titular de *Narrativa Audiovisual* y *Teoría y técnica del guión* en la

Universitat Jaume I de Castellón, ha sido Vicedecano Director de la Titulación de Comunicación Audiovisual, y también es director de la revista *Archivos de la Filmoteca* y de la colección *[Encuadre]* de *Shangrila-Ediciones*.

Dr. Agustín Rubio Alcover



Profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. Entre sus publicaciones destacan dos análisis monográficos acerca de "Se7en" (David Fincher, 1995) y de "Dos en la carretera" ("Two for the Road", Stanley Donen, 1967) en la colección Guías para ver y analizar cine de las editoriales Nau Llibres y Octaedro, de la que es coordinador técnico. Ha publicado "El don de la imagen. Un concepto del cine contemporáneo. Volumen 1: Esperantistas" (2010), en Ediciones Shangrila, en cuya revista coordina una sección de reseñas bibliográficas especializadas, "Bi(T)bliografía". Con Javier Gómez Tarín lleva un cuaderno mensual dentro de "El Viejo Topo" de actualidad político-cinematográfica, "La mirada esquinada. Doble(s) sentido(s)". Es jefe de redacción de "Archivos de la Filmoteca". Para el Instituto Valenciano del Audiovisual y la Cinematografía Ricardo Muñoz Suay prepara el primer libro sobre el cineasta Vicente Escrivá.

Adrián Tomás Samit



Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente cursa el Master Internacional en documental de la Escuela de Cine de Barcelona (ECIB). Colaborador en las secciones de Cine y Arte en la web nempierdoniuna.net. Realizador de vídeo y video-creación. Administrador de contenidos *blog*. Ha participado en numerosos congresos y ha publicado diferentes artículos, entre los que destaca *Saldando cuentas con la historia del montaje (1) Tanteos e hipótesis preliminares en la práctica de la ASL*, firmado junto a Agustín Rubio

Alcover; en fase de publicación: «*No os preocupeis, esto no tiene fin*», *análisis acerca de las quiebras temporales en Los cronocrímenes de Nacho Vigalondo*; *Adentrarse en las nieblas de Citera. Derivas en torno al desencanto del cine griego en el siglo XXI*; y *Three Neoclassicisms*.

Dra. Marta Martín Núñez



Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universitat Jaume I de Castellón. Es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y en Comunicación Audiovisual por la misma universidad. Tiene un máster en *Producción de Animación Infográfica* y un máster oficial en *Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación*. Sus líneas de investigación se centran en la teoría de la imagen y las nuevas tecnologías digitales de la comunicación. Como docente, desde 2010, ha impartido asignaturas relacionadas como *Teoría y Técnica de la Fotografía*, *Teoría de la Comunicación Audiovisual*, *Narrativa Audiovisual o Producción Audiovisual*, entre otras. En el máster oficial en *Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación* ha impartido clases en los módulos de animación infográfica y en el de *Nuevas Tendencias en Tecnologías Digitales Aplicadas a la Comunicación*. Es miembro del consejo de redacción de *L'Atalante. Revistas de Estudios Cinematográficos*, forma parte de la secretaría técnica de *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* y es miembro de la Asociación Española para la Investigación en Comunicación (AE-IC). Además, posee experiencia profesional en el campo de la publicidad y de la producción audiovisual.

Dr. Roberto Arnau Roselló



Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia y doctor en Comunicación por la Universidad Jaume I de Castellón. Ha impartido clases en el Instituto Universitario de Tecnología de la Universidad de Franche Comté (Besançon) donde ha llevado a cabo proyectos tecnológicos, docentes y de investigación. Su

actividad se ha desarrollado tanto en el terreno de la investigación, con la publicación de artículos, capítulos de libro y participaciones en congresos, como en el del ejercicio profesional en el medio videográfico y radiofónico, en el que ha realizado múltiples obras audiovisuales y participado en numerosas producciones asumiendo diversas funciones, como realizador, productor, director de fotografía, guionista, ayudante de dirección, etc. Sus líneas de investigación se centran en el análisis de la relación entre cine documental e intervención política, en las que se analiza el modo en que los planteamientos ideológicos y estéticos que hay detrás de cualquier representación interaccionan con los elementos expresivos de la imagen y su puesta en escena. Ha impartido clases de diversas asignaturas en el Departamento de Ciencias de la Comunicación, como *Teoría y Técnica de la Televisión*, *Estructura del Sistema Audiovisual*, *Programación en Radio y Televisión*, *Producción y Dirección Fílmica*, etc. donde actualmente imparte clases de *Realización Audiovisual* en el grado de Comunicación Audiovisual y el Programa Oficial de Posgrado.

Es miembro del grupo de investigación ITACA UJI, de la Asociación Española de Historiadores del Cine (AEHC), del Comité Técnico de la revista científica *adComunica*, y Director del Laboratorio de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I (LABCOM).

Dr. Iván Bort Gual



Doctor europeo en Ciencias de la Comunicación, licenciado en Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Jaume I de Castellón. Máster Oficial en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, especialidad en Periodismo Digital y Multimedia, realizó su tesis doctoral "Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas" y llevó a cabo dos estancias de investigación en la Roehampton University de Londres (Reino Unido) y en la University of Notre Dame de Indiana (EEUU) como becario de investigación de la Generalitat Valenciana en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat

Jaume I de Castellón, donde impartió además docencia en Narrativa Audiovisual II (Análisis de textos audiovisuales).

A lo largo de su trayectoria investigadora ha participado en numerosos congresos y publicado diversos textos académicos, como el libro "La vida y nada más", co-escrito con su director de tesis y mentor Francisco Javier Gómez Tarín. Actualmente es profesor en el Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez (CESAG) de Palma de Mallorca, donde imparte docencia en el Grado de Comunicación Audiovisual.

Rubén Higuera Flores



Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València, donde también ha cursado el Máster en Interculturalidad y Políticas Comunicativas en la Sociedad de la Información (obteniendo el Premio Extraordinario de Máster) y de cuyo Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació ha sido becario de colaboración.

Es autor del libro *Slasher Films: Violencia carnal*. Ha colaborado en el libro colectivo *Juan Piquer Simón, mago de la serie B* y redactado artículos para publicaciones como *L'atalante*, *Scifiworld*, *Shangrila* o la web www.numerocero.es, además de colaborar con las editoras de cine en DVD 39 Escalones Films y Avalon Productions. Asimismo, ha ejercido de secretario de organización del III Coloquio Internacional de Cine Iberoamericano Contemporáneo.

Dr. Pablo Ferrando García



Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat de València. Actualmente ejerce como profesor en la Universitat Jaume I de Castelló donde imparte Narrativa Audiovisual y Tecnología de la Comunicación. Anteriormente ha sido docente en los Ciclos Formativos de Grado Superior de Formación Profesional de la familia de Comunicación, Imagen y Sonido en el Colegio Juan Comenius (Valencia). También ha colaborado en Televisión Valenciana durante

la temporada 91-92 como ayudante de realización en el programa cultural *Enquadres*. Es autor del monográfico sobre Roma, ciudad abierta para las editoriales Nau Llibres-Octaedro. También ha participado en el libro coordinado por Javier Marzal Felici y Francisco López Cantos: *Teoría y Técnica de la producción audiovisual*, publicado en la editorial Tirant lo blanch. Es miembro activo de la Asociación Española de Historiadores de Cine (AEHC). Ha sido colaborador en publicaciones como *Qué y Dónde, Banda Aparte, La Madriguera de El Viejo Topo, Mono, Versión Original y Shangrila*.

Dr. Francisco López Cantos



Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Jaume I de Castellón y profesor de las áreas de Tecnología de la Comunicación y Producción Audiovisual. Ha centrado sus investigaciones en las áreas de tecnologías de televisión y producción audiovisual y, sobre todo, en aspectos relativos a las televisiones universitarias y la comunicación para el desarrollo. En sus investigaciones más recientes se ocupa de las áreas de tecnologías de la imagen y, específicamente, de las imágenes de carácter científico, así como las particularidades de la cultura de visual y el gaming y, en concreto, de los denominados "Serious Games". Entre sus publicaciones más relevantes cabe destacar los libros *La situación de la televisión local en España* (2005), *El Show de Tru-man* (2007), *Teoría y técnica de la producción audiovisual* (2008), y *Tecnología de los medios audiovisuales* (2009-10, vol. I y II); y los artículos "El Tercer Sector Audiovisual en las sociedades contemporáneas" (2005), "Tele-visiones Universidad. Las TV Universitarias de Sao Paulo" (2005), "Formación de capital social en democracia. Sociedad civil y modelos comunicativos" (2006), "La imagen científica: tecnología y artefacto" (2010), "La producción de imágenes para la divulgación científica" (2010); "Más lejos, más cerca, más color. Imaginar la ciencia en las fronteras" (2010) o "Research Fronts: The Use of Images in the Forefront of Scientific Research" (2011).

Colección Cuadernos Artesanos
de Comunicación Últimos libros publicados
(<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html>)

- [] **28º** - *El periodista sabe proponer infografías*
VV.AA. | ISBN – 13: 978-84-940111-6-0 | Precio social: 5 €

- [] **29º** - *La Sociedad de los Ideantes. Repensando los conceptos de Opinión y Esfera Pública y las teorías democráticas relacionadas con el fenómeno comunicativo ciudadano*
Martín Oller Alonso y Daniel Barredo Ibáñez | ISBN – 13: 978-84-940111-7-7 | Precio social: 3,85 €

- [] **30º** - *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio Climático*
José Luis Piñuel Raigada *et al* | ISBN – 13: 978-84-15698-01-2 |
Precio social: 6,65 €

- [] **31º** - *¿“Guerra de los diarios” o “rencillas de escuela”? Crónica de una polémica en la prensa uruguaya de 1840*
Luis Marcelo Martino | ISBN – 13: 978-84-939795-1-5
| Precio social: 5,55 €

- [] **32º** - *Comunicación, control y resistencias*
VV.AA. | ISBN – 13: 978-84-15698-08-1 | Precio social (con CD de actas): 6,90 €

- [] **33º** - *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*
Andreu Casero-Ripollés (Editor) | ISBN – 13: 978-84-15698-09-8
| Precio social: 7,25 €

- [] **34º** - *Evaluación de la implantación del EEES en los estudios de comunicación*
Carmen Marta-Lazo y Nerea Vadillo-Bengoa | ISBN – 13: 978-84-15698-11-1 | Precio social: 7,60 €

- [] **35°** - *Las culturas periodísticas intermedias. Estudios comparativos internacionales en periodismo*
Martín Oller-Alonso y Daniel Barredo-Ibáñez | ISBN – 13: 978-84-15698-10-4 | Precio social: 4,40 €
- [] **36°** - *Comunicación política y seguridad pública en México*
José A. Meyer Rodríguez y Gabriel Miranda Trejo
(Coordinadores) | ISBN – 13: 978-84-15698-02-9
| Precio social: 4,40 €
- [] **37°** - *La vida, el pensamiento y la obra del escritor y periodista, Ryszard Kapuściński (1932-2007)*
Sarah V. Platt, Ph.D | ISBN – 13: 978-84-15698-13-5
| Precio social: 11,70 €
- [] **38°** - *Concentración y pluralismo en los medios de comunicación españoles*
José Vicente García Santamaría (Coord.) | ISBN – 13: 978-84-15698-18-0 | Precio social: 8,10 €
- [] **39°** - *Discussões sobre a nova ecologia dos meios*
Denis Renó | ISBN – 13: 978-84-15698-24-1
| Precio social: 5,60 €
- [] **40°** - *El análisis de textos audiovisuales: construcción teórica y análisis aplicado*
Nekane Parejo y Francisco Javier Gómez-Tarín (editores)
| ISBN – 13: 978-84-15698-26-5 | Precio social: 8,30 €
- [] **41°** - *Periodismo social: la voz del tercer sector*
Araceli Álvarez Díaz | ISBN – 13: 978-84-15698-25-8
| Precio social: 5,50 €

Distribuye: F. Drago. Andocopias S.L. c/ La Hornera, 41.
La Laguna. Tenerife - Teléfono: 922 250 554 |
fotocopiasdrago@telefonica.net